جامعة يحي فارس – المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر

دراسة وصفية تحليلية

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

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:
حنان عربي

إشراف:
أ.د. باية بووزة

أمام لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
أ.د بلقاسمي رابح	أستاذة التعليم العالي	رئيسا	جامعة المدية
أ.د بووزة باية	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة المدية
أ.د عطاء الله طريف	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا	جامعة الأغواط
د. شايب نبيل	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة المدية
د.عفان ايمان	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة المدية
د.نواري عائشة	آستاذة محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة البويرة

السنة الجامعية: 2024- 2025

جامعة يحي فارس – المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر

دراسة وصفية تحليلية

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

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:
حنان عريبي

إشراف :
أ.د. باية بووزة

أمام لجنة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
أ.د بلقاسمي رابح	أستاذة التعليم العالي	رئيسا	جامعة المدية
أ.د بووزة باية	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا	جامعة المدية
أ.د عطاء الله طريف	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا	جامعة الأغواط
د. شايب نبيل	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة المدية
د.عفان ايمان	أستاذ محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة المدية
د.نواري عائشة	آستاذة محاضر "أ"	عضوا مناقشا	جامعة البويرة

السنة الجامعية: 2024- 2025


بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة شكر وعرفان

الحمد لله، الذي وفقني لإتمام هذا العمل، حمدا كثيرا مباركاً.

أشكر الله عزوجل الذي وفقني لإكمال هذه الدراسة وأنار لي الدرب وفتح لي أبواب العلم وأمدني بالصبر والإرادة، وربط على قلبي بالقوة لمواصلة الطريق.

لا يسعني إلا أن أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى البروفيسور **باية بووزة**، التي أشرفت على هذا العمل طيلة سنواته الخمس ولم تبخل علي بالإرشادات والتوجيهات العلمية القيمة.

كل التحية والاحترام إلى كل أستاذ ساندني لتجاوز الصعاب، وأخص بالذكر في هذا المقام الدكتورة **راشدي** التي دعمتني في أيامي الصعبة، والأستاذ الدكتور **قسايسية** الذي آمن بي كمشروع دكتوراه وأنار لي في سبيل ذلك الدرب شموع العلم والإرادة.

وفي الأخير أتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة المحترمين الذين تكبدوا عناء قراءة وتقييم العمل، دمتم للعلم ذخرا.

كل التحية والاحترام.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى تلك المرأة العظيمة التي ربت وعلمت...

والتي لطالما نظرت لعينيها لأستمد قوتي لإكمال مسيرتي العلمية

إلى **أمي** فقيدة روحي رحمها الله التي تمنيتها بيننا في هذا اليوم...

إلى أمي الغائبة في الجسد وليس في الروح، إلى **أمي** التي احتضنها التراب

وتركتني في منتصف الطريق قبل أن تتحقق أمنية إسعاد عينيها برؤيتي يوم تخرجي...

إليك **أمي** أرفع قبعة الفخر والعز..

إليك يا روح طاهرة غادرتني بدون عودة رحمك الله واسكنك فسيح جناته

يا أغلى ما فقدت...

إلى **والدي** الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، ودعمني بلا حدود وأعطاني بدون مقابل...

أطال الله في عمره، وأمده بالصحة والعافية والهناء...

إلى من شد الله بهم عضدي **أخوتي**، وخاصة **أخواتي** اللائي الذين تحملوا معي عناء إكمال المشوار الجامعي...

إلى القلم الإعلامي المميز **"فتيحة زماموش"** نظير نصائحها وإرشاداتها القيمة خلال السنين العجاف...

إلى جميع أساتذتي الكرام، ممن لم يتوانوا في مد يد العون.

عنوان الأطروحة: دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا.

دراسة مسحية تحليلية على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين (2021- 2023)

إعداد: عريبي حنان **إشراف:** الأستاذة الدكتورة بووزة باية

ملخص

تتمحور هذه الدراسة حول دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، وهي محاولة لفهم ظاهرة تشكيل الرأي العام عبر استخدام موقع اليوتيوب، حيث ترتكز الإشكالية البحثية للدراسة على محاولة الكشف عن دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في مجال القضايا السياسية، مع ابراز العلاقات الجزائرية المغربية كأنموذج، من منظور المستخدمين الجزائريين الذين شاركوا في الدراسة.

تعتبر هذه الدراسة مساهمة في إثراء البحوث الأكاديمية الرامية إلى بلوغ أهداف محددة أبرزها، معرفة مدى اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، والكشف عن طبيعة الدور الذي يقوم به موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول العلاقات الجزائرية المغربية، بالإضافة إلى دراسة كيفية تناول قنوات اليوتيوب محل الدراسة لقضية العلاقات الجزائرية المغربية في الفترة الممتدة ما بين 2021 – 2023، والكشف عن المحاور المهمة، والأطروحات البارزة في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة بغية الوصول لنتائج توضح الأجندات السياسية لموقع اليوتيوب في مثل هذه القضايا.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة التي تندرج ضمن بحوث مسح الرأي العام، تم توزيع استمارة إلكترونية على عينة عرضية، مكونة من 400 مفردة من مستخدمي اليوتيوب تتراوح أعمارهم ما بين أقل من 18 سنة إلى 51 سنة فما فوق، تم اختيارهم بالاستعانة بالعينة المتاحة (Available)، حيث تضمن الاستبيان أربع محاور بالإضافة إلى البيانات الشخصية. كما تمت الاستعانة في الدراسة التحليلية بأداة تحليل الخطاب الرقمي بالاعتماد على برنامج التحليل النوعي للبيانات (MAXQDA)، فقد تم تحليل مضمون خمس فيديوهات لخمس قنوات يوتيوب في الفترة الممتدة ما بين 2021- 2023.

وقد توصلت الدراسة بشقيها الميداني والتحليلي إلى جملة من النتائج أبرزها أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين استفادوا من موقع اليوتيوب وفيديوهاته التي تتناول العلاقات الجزائرية المغربية لاكتساب معلومات من مختلف المجالات والآبعاد التي يقتضيها الموضوع، وبالتالي تحقيق اشباعات معرفية مختلفة وزيادة المعلومات حولها.

وتبين من جهة أخرى أن السخرية السياسية عبر موقع اليوتيوب تبرز كشكل تعبيري بارز وواضح عن الاتجاهات السائدة نحو القضية محل الدراسة، بالمقابل يتضح اختلاف الاهتمام بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية من خلال قنوات اليوتيوب محل الدراسة من حيث عدد الفيديوهات المنشورة خلال فترة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: موقع اليوتيوب، اتجاهات، الرأي العام، القضايا السياسية.

Thesis Title: The Role of YouTube in Shaping Public Opinion Trends on Political Issues in Algeria, Algerian-Moroccan Relations as a Model.

An Analytical Survey Study on a Sample of Algerian YouTube Users (2021-2023)

Prepared by: Hanane Oribi **Supervised by**: Dr. Baya Bououza

Abstract

This study contributes to the academic research aimed at understanding the phenomenon of shaping Algerian public opinion using YouTube. The research problem constituted an attempt to unveil the role of YouTube in shaping public opinion trends regarding political issues in Algeria, specifically Algerian-Moroccan relations as a model, from the perspective of Algerian users who participated in the study.

The study focused also on achieving specific objectives, notably revealing the habits and motivations behind Algerians' use of YouTube in their daily lives, understanding the extent to which Algerian respondents rely on YouTube to follow the issue of Algerian-Moroccan relations, and uncovering the nature of the role YouTube plays in shaping public opinion trends in Algeria regarding Algerian-Moroccan relations. Conversely, the study examined how the YouTube channels under study have addressed the issue of Algerian-Moroccan relations from 2021 to 2023. In addition, it focused on revealing the prominent themes in the video texts of the YouTube channels that covered the topic of Algerian-Moroccan relations, as well as the significant theses of the videos that discussed the subject, with the goal of providing researchers and the government with results that clarify YouTube's political role in such regional issues.

To achieve the goals of this study, which falls within public opinion survey research, an electronic form was distributed to a random sample constituted of 400 YouTube users ranging in age from under 18 to 51 and above, selected with the help of the available sample, after finding them through the internet. The questionnaire included four axes in addition to the personal data axis. The analytical study relied on digital content analysis using the MAXQDA software, analyzing the content of five videos from five YouTube channels (media channels: ALG24 Algerian International Channel, France24, Ennahar TV - personal channels: Mohamed Doumir, fateherdream) during the period between 2021-2023. **The study, in both its field and analytical parts, reached a number of conclusions, the most prominent of which** is that YouTube has played a role in increasing users' knowledge of the issue of Algerian-Moroccan relations primarily, and that YouTube contributes to increasing the Algerian public's interest in the issue of Algerian-Moroccan relations secondarily, through watching more video clips. It also became apparent that political satire through YouTube serves as an expressive form of the prevailing attitudes towards the issue of Algerian-Moroccan relations among Algerian YouTube users. Conversely, it was found that interest in the topic of Algerian-Moroccan relations through the studied YouTube channels varies in terms of the number of videos published during the study period.

Keywords: Role, YouTube, Shaping, Trends, Public Opinion, Algerian-Moroccan Relations

Intitulé de la thèse : Le Rôle de YouTube dans la Formation des Tendances de l'Opinion Publique sur les Questions Politiques en Algérie, les Relations Algéro-Marocaines comme Modèle.

Une étude analytique sur un échantillon d'utilisateurs algériens de YouTube (2021-2023)

Préparée par : Hanane Oribi **Encardée par :** Dr Baya Bououza

Cette étude contribue aux recherches académiques en visant à comprendre le phénomène de formation de l'opinion publique algérienne à l'aide de YouTube. La problématique de recherche constituait une tentative de dévoiler le rôle de YouTube dans la formation des tendances de l'opinion publique sur les questions politiques en Algérie, en particulier les relations algéro-marocaines comme modèle, du point de vue des utilisateurs algériens ayant participé à l'étude.

L'étude s'est également focalisée sur la réalisation d'objectifs spécifiques, notamment révéler les habitudes et les motivations derrière l'utilisation de YouTube par les Algériens dans leur vie quotidienne, comprendre dans quelle mesure les Algériens interrogés comptent sur YouTube pour suivre la question des relations algéro-marocaines, et découvrir la nature du rôle que joue YouTube dans l'évolution de l'opinion publique algérienne concernant les relations algéro-marocaines. A l'inverse, l'étude a examiné comment les chaînes YouTube étudiées ont abordé la question des relations algéro-marocaines de 2021 à 2023. En outre, elle s'est attachée à révéler les thèmes marquants dans les textes vidéo des chaînes YouTube qui traitaient du thème de la relation algéro-marocaine, ainsi que les thèses significatives des vidéos qui traitaient du sujet, dans le but de fournir aux chercheurs et au gouvernement des résultats qui clarifient le rôle politique de YouTube dans ces questions régionales.

Pour atteindre les objectifs de cette étude, qui s'inscrit dans le cadre d'une enquête d'opinion publique, un formulaire électronique a été distribué à un échantillon aléatoire constitué de 400 utilisateurs de YouTube âgés de moins de 18 ans à 51 ans et plus, sélectionnés à l'aide de l'échantillon disponible, après les avoir trouvés sur Internet. Le questionnaire comprenait quatre axes en plus de l'axe des données personnelles. L'étude analytique s'est appuyée sur l'analyse du contenu numérique à l'aide du logiciel MAXQDA, analysant le contenu de cinq vidéos de cinq chaînes YouTube (chaînes TV: ALG24 Chaîne Internationale Algérienne, France24, Ennahar TV - chaînes personnelles: Mohamed Doumir, fateherdream) au cours de la période 2021 -2023.

L'étude, tant dans sa partie étude de terrain ou analytique, elle a abouti à un certain nombre de conclusions dont la plus marquante est que YouTube a joué un rôle dans l'augmentation des connaissances des utilisateurs sur la question des relations algéro-marocaines principalement, et que YouTube contribue à accroître la l'intérêt du public algérien pour la question des relations algéro-marocaines en second lieu, à travers le visionnage de davantage de clips vidéo. Par ailleurs, il s'est avéré que la satire politique à travers YouTube constitue une forme d'expression des attitudes dominantes sur la question des relations algéro-marocaines parmi les utilisateurs algériens de YouTube. A l'inverse, il a été constaté que l'intérêt porté au thème des relations algéro-marocaines à travers les chaînes YouTube étudiées varie en fonction du nombre de vidéos publiées au cours de la période d'étude.

Mots-clés: *Rôle, YouTube, Façonnage, Tendances, Opinion publique, Relations algéro-marocaines*

فهرس المحتويات:

كلمة شكر وعرفان

إهداء

الملخص

Abstract

Résumé

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة المخططات

قائمة الصور

مقدمة ..... أ

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد: 2

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها 3

2. أسباب اختيار الموضوع 9

3. أهمية وأهداف الدراسة 10

4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات 12

5. منهجية قياس متغيرات الدراسة 15

6. مجتمع الدراسة وكيفية معاينته 17

7. اجراءات الصدق والثبات: 21

8. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة 22

9. الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها 33

التعليق على الدراسات السابقة: 50

10. حدود الدراسة 52

الإطار النظري للدراسة

تمهيد 55

الخلفيات النظرية للدراسة 55

1. نظرية الاستخدامات والاشباعات 55
2. نظرية ترتيب الاجندة 58
3. اسقاط المقاربتين على موضوع الدراسة 61
خلاصة 62
I. موقع اليوتيوب ضمن شبكات التواصل الاجتماعي
تمهيد 64
1. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ظهورها وتطورها 64
2. لمحة عن اليوتيوب YouTube، خصائصه وأدواته 71
3. هندسة الرأي العام وسطوة الخوارزميات عبر موقع اليوتيوبYouTube 82
4. أنواع المحتوى وصانعيه على اليوتيوب YouTube في الجزائر 85
5. إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب 91
6. مستقبل صناعة المحتوى عبر اليوتيوب في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي 93
خلاصة 96
II. تشكيل الرأي العام واتجاهاته من النسق التقليدي إلى الشكل الافتراضي
تمهيد 98
1. البنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته بين النسقين التقليدي والافتراضي 99
2. ماهية الفضاء العمومي الافتراضي (Virtual Public Sphere) 103
3. البنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته 106
4. خصائص وأنواع اتجاهات الرأي العام عبر النسقين الافتراضي والواقعي 111
5. وظائف اتجاهات الرأي العام ومراحل_ وأدوات التشكل 123
خلاصة 146
III. القضايا السياسية في الجزائر...العلاقة الجزائرية المغربية أنموذجا
تمهيد 148
1. تطور العلاقات الجزائرية المغربية عبر التاريخ (1963 -2023) 149
2. قطع العلاقات الجزائرية المغربية 24 أوت 2021 158
3. الموقف الرسمي الجزائري تجاه قضية الصحراء الغربية 160
4. تبعات قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب 170
5. خلفيات قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسي مع المغرب 2021 وأسبابها 172
6. تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب 175

7. ردود الفعل الدولية على قرار قطع الجزائر علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب 177
8. السيناريوهات المحتملة لحل الأزمة الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب. 178
خلاصة..... 171
الإطار التطبيقي للدراسة
I. العلاقات الجزائرية المغربية من خلال مضمون قنوات اليوتيوب محل الدراسة
تمهيد: 174
التعريف بقنوات اليوتيوب محل الدراسة 175
1. لمحة عن برنامج تحليل البيانات النوعي MAXQDA..... 180
2. إحصاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الديبلوماسية المغربية على اليوتيوب باستخدام برنامج MAXQDA 197
3. العلاقات الجزائرية المغربية من منظور قنوات اليوتيوب محل الدراسة 202
نتائج الدراسة التحليلية
II. الدراسة الميدانية: دراسة على عينة من مستخدمي ليوتيوب الجزائريين محل الدراسة
1. السمات العامة لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الإقامة، الانتماء السياسي)..... 285
2. عادات ودوافع استخدام الجمهور الجزائري (محل الدراسة) لليوتيوب YouTube 290
3. طبيعة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية .. 342
4. اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب YouTubeنحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية 358
5. مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية من منظور مستخدمي اليوتيوب الجزائريين 363
نتائج الدراسة المتعلقة بتحليل الخطاب الرقمي:..... 369
نتائج الدراسة الميدانية: 380
مناقشة نتائج الدراسة 384
النتائج النهائية..... 413
الخاتمة 412
قائمة المراجع 412
الملاحق..... 440

قائمة الجداول:

الرقم	الجدول	الصفحة

1	جدول من انجاز برنامج MAXQDA يبين عدد ونسب ترميز الفيديوهات	204
2	جدول يوضح ترميز إحصاء عدد الفيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA	206
3	يوضح ترميز إحصاء عدد الفيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA	207
4	جدول يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي لفيديو (قناة النهار) محل الدراسة	214
5	جدول يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي لفيديو (قناة النهار) محل الدراسة	233
6	جدول يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة النهار) محل الدراسة باستخدام برنامج MAWQDA	242
7	جدول يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة	250
8	جدول يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة الجزائر الدولية) باستخدام برنامج MAWQDA	259
9	جدول يوضح عدد ونسب الترميز الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو قناة بن سديرةfateherdream محل الدراسة	267
10	جدول يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) باستخدام برنامج MAWQDA	276
11	جدول يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو محمد دومير محل الدراسة	285
12	جدول يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير باستخدام برنامج MAWQDA	294
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	300
14	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	301
15	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	302
16	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	303
17	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	303

18	توزيع أفراد العينة حسب الانتماء الحزبي	304
19	يوضح استخدام الأفراد لمنصة اليوتيوب وفقاً لفترة الاستخدام	**305**
20	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الفيديوهات التي تلفت انتباههم	**308**
21	يوضح أكثر الوسائل المستخدمة في تصفح اليوتيوب	**309**
22	يوضح المكان الذي يتم استخدام فيه اليوتيوب أكثر	**311**
23	يوضح الأيام التي تستخدم فيها المبحوثين اليوتيوب أكثر	**313**
24	يوضح الفترات التي يستخدم فيها المبحوثين اليوتيوب أكثر	**315**
25	يوضح المدة التي يقضيها المبحوثين في استخدام اليوتيوب	**317**
26	توزيع أفراد العينة حسب أشكال مشاهدتهم لفيديوهات اليوتيوب	**319**
27	يوضح طريقة تنقيط الإجابات على العبارات الخاصة بقياس الدوافع.	**321**
28	يوضح مستويات الاستجابة وتقدير درجات الاستجابة على الاستبيان.	**321**
29	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بسؤال: دوافع استخدام موقع اليوتيوب	**321**
30	توزيع أفراد العينة حسب الخدمات التي يفضلونها على موقع اليوتيوب	**324**
31	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المؤسسات التي يرون بأنها تساهم في تشكيل آرائهم السياسية	**326**
32	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المصادر الإعلامية التي يرون بأنها تجعلهم دائما مهتمين ومكتسبين للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية	**328**
33	توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية	**330**
34	توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية	**332**
35	توزيع أفراد العينة حسب سبب متابعتهم لقنوات اليوتيوب المغربية	**334**
36	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مناقشات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب	**335**
37	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: درجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب	**338**
38	يوضح الوقت الذي يقضونه في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية يوميا	**340**

39	يوضح كثافة عدد الفيديوهات والقنوات التي يتابعونها عبر اليوتيوب لمشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية	343
40	يوضح كيفية متابعة أفراد عينة الدراسة لهذه الفيديوهات	346
41	يوضح رأي أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية	348
42	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مساهمة موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالعلاقات الجزائرية المغربية	351
43	يوضح مدى معرفة المبحوثين بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بعد متابعتهم لفيديوهات اليوتيوب التي تناولت الموضوع	353
44	يوضح مدى مساهمة اليوتيوب في زيادة المعلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية	355
45	توزيع أفراد العينة حسب مجال المعلومات التي اكتسبوها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية	357
46	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية	358
47	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام	360
48	يوضح طبيعة مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية	364
49	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة إيجابية	367
50	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة سلبية	370
51	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية	373
52	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية	374
53	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـالسؤال رقم 28	377

54	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة	**378**
55	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اقتراحاتهم لحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية	**380**

قائمة الأشكال:

الرقم	الشكل	الصفحة
1	شكل يبرز بناء الأجندة والفاعلين فيه في البيئة الرقمية	60
2	ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي اعتبارًا من جانفي 2023من حيث الاستخدام	81
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	300
4	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	301
5	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	302
6	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	303
7	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	303
8	توزيع أفراد العينة حسب الانتماء الحزبي	304
9	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الفيديوهات التي تلفت انتباههم	307
10	توزيع أفراد العينة حسب أشكال مشاهدتهم لفيديوهات اليوتيوب	320
11	ترتيب العبارات المتعلقة بسؤال: دوافع استخدام موقع اليوتيوب.	324
12	توزيع أفراد العينة حسب الخدمات التي يفضلونها على موقع اليوتيوب	324
13	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المؤسسات التي يرون بأنها تساهم في تشكيل آرائهم السياسية	326
14	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المصادر الإعلامية التي يرون بأنها تجعلهم دائما مهتمين ومكتسبين للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية	328
15	توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية	330
16	توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية	332
17	توزيع أفراد العينة حسب سبب متابعتهم لقنوات اليوتيوب المغربية	334
18	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مناقشات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب	335
19	ترتيب درجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب محل الدراسة.	339
20	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مساهمة موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالعلاقات الجزائرية المغربية التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية	351

21	توزيع أفراد العينة حسب مجال المعلومات التي اكتسبوها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية	357
22	ترتيب العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) في تشكيل اتجاهاتهم نحو موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.	360
23	ترتيب العبارات المتعلقة بمدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام.	363
24	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة إيجابية.	369
25	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتك حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة سلبية.	372
26	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.	374
27	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اشكال تعاملهم مع فيديوهات اليوتيوب المغربية التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية التي تسيئ للجزائر.	376
28	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة	379
29	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اقتراحاتهم لحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية	382

قائمة المخططات:

الرقم	المخطط	الصفحة
1	مخطط يوضح الإشباع المطلوب والمحقّق عبر مواقع التواصل الاجتماعي	**58**
2	مخطط يمثل أهم الفروق بين موقعي الفايسبوك واليوتيوب	**80**
3	المخطط مخطط يمثل أنواع المؤثرين وفقا لسلم التأثير "دورفيسون"	88
4	مخطط من إنجاز برنامج MAXQDA يبين قائمة ترميز سنوات نشر الفيديوهات على اليوتيوب	**203**
5	مخطط من إنجاز برنامج MAXQDA يبين نسب نشر فيديوهات اليوتيوب	204
6	مخطط يوضح أهم المصطلحات المتداولة في الفيديوهات من خلال برنامج MAXQDA	**205**
7	مخطط عدد ونسب ترميز روابط فيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA	207
8	مخطط من إنجاز برنامج MAXQDA يبين عملية ترميز العناصر المهمة لتحليل الخطاب الرقمي للفيديو محل الدراسة	212
9	مخطط يوضح قائمة المحاور من خلال برنامج MAXQDA	**214**
10	مخطط يوضح محاور ترميز الفيديو محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	**216**
11	مخطط يوضح الدائرة النسبية لمحاور ترميز الفيديو محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	**217**
12	مخطط يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو من إنجاز برنامج MAXQDA	**218**
13	مخطط يبين أهم اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على فيديو (قناة فرانس 24) من انجاز MAXQDA	**225**
14	مخطط من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات	**227**
15	مخطط يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة فرانس24) محل الدراسة	**228**

16	مخطط يوضح محاور ترميز فيديو (قناة النهار) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	234
17	مخطط يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة النهار) من إنجاز برنامج MAXQDA	235
18	المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بها في تحليل نص فيديو (قناة النهارTV)	241
19	مخطط من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو (قناة النهار) محل الدراسة من خلال التعليقات	242
20	مخطط يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة النهار) محل الدراسة	244
21	مخطط يوضح محاور ترميز فيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	251
22	مخطط يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة الجزائر الدولية (AL24news) عبر اليوتيوب) من إنجاز برنامج MAXQDA	252
23	المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بتحليل نص فيديو قناة الجزائر الدولية	259
24	مخطط من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو قناة الجزائر الدولية محل الدراسة من خلال التعليقات	261
25	يوضح محاور ترميز فيديو (قناة بن سديرة_ fateherdream) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	268
26	مخطط يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) من إنجاز برنامج MAXQDA	269
27	المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بها كما في تحليل نص فيديو (قناة بن سديرةfateherdream)	276
28	مخطط من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) من خلال التعليقات	277
29	مخطط يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) محل الدراسة	278

30	مخطط يوضح محاور ترميز فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA	**286**
31	مخطط يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو قناة (محمد دومير) من إنجاز برنامج MAXQDA	**287**
32	مخطط بياني يمثل اتجاهات مشاهدي فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة من إنجاز برنامج MAXQDA	**293**
33	المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بتحليل نص فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة	**293**
34	من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير من خلال تعليقاتهم	**394**
36	مخطط يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة	**296**

قائمة الصور:

الرقم	الصورة	الصفحة
1	صورة توضح واجهة برنامج MAXQDA	201
2	صورة توضح مثال توضيحي لتحليل نص فيديو من بين الفيديوهات محل الدراسة	202
3	صورة توضح جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب للفيديو محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA	224
4	صورة توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو (قناة النهار) محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA	240
5	صورة رقم توضح خاصية جمع تعليقات متابعي اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA	257
6	صورة رقم توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة بن سديرةfateherdream التي يوفرها MAXQDA	274
7	صورة توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة محمد دومير محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA	292

قائمة الملاحق:

الرقم	الملحق	الصفحة
1	الاستبيان	**464**
2	كرونولوجيا العلاقات الجزائرية المغربية	**460**
3	بيان بأسماء الأساتذة المحكمين لاستمارة الدراسة ووظائفهم	**462**

مقدمة

يعد موضوع دور موقع اليوتيوب "YouTube" وتأثيراته المختلفة، أحد المجالات البحثية الجديدة التي تهتم بأحد مفرزات الإنترنت التفاعلية 2.0، حيث يأخذ الموضوع أبعادا متفرعة ومتشعبة، يختلف الباحثون في تناوله كل حسب تخصصه، اجتماعيا، وثقافيا، وسياسيا، اقتصاديا، وتربويا وغيرها...، ففي الجانب الإعلامي يأخذ موقع اليوتيوب نموذج للبث يشبه البث التلفزيوني والفضائي، ولكنه يتميز عنه من ناحية قدرة المستخدم على التحكم في وقت المشاهدة، فضلا عن التفاعلية التي تتوافر في اليوتيوب من حيث سيطرة المستخدم user control، إضافة تعليق أو تفضيل أو التفاعلات في الوقت الحقيقيReal time interaction، سرعة الاتصال في الوقت الحقيقي لإرسال الرسالة. وهو ما دفع بفريق من الباحثين لاعتبار موقع اليوتيوب كوسيلة إعلامية بديلة عن وسائل الإعلام السمعية البصرية القديمة. حيث يوفر اليوتيوب للمستخدم "مشاهدة أكثر من 80 قناة مختلفة عالمية ومحلية"[1]، ومن خلاله يسهل الاستخدام إما بخاصية التحميل مباشرة بدون انقطاع على مدار اليوم، كما يمكن التصفح عبر قنوات بث مباشر يوتيوب بسهولة، في أي وقت وفي أي مكان ليتلاشى عصر التلفزيون، وينطلق عصر البث على اليوتيوب.

وبالنظر لحجم الحضور الكبير الذي يتميز به اليوتيوب حول العالم، فقد تم استخدامه في العديد من المجالات ولاسيما السياسية منها، حيث يبرز اليوتيوب كوسيلة اتصال حيوية في مجال التأثير السياسي منذ سنة 2008 بعد أن أعلن سبعة من المرشحين للانتخابات الرئاسية الأمريكية حملاتهم الانتخابية عن طريق "اليوتيوب"، وحققت هذه الحملات مشاهدات كبيرة جدا، كان أغلبها للرئيس أوباما، ويتميز النشر بواسطة اليوتيوب بأنه أكثر صراحة وعفوية مما ينتج في وسائل الإعلام التقليدي، كون أن التصوير والنشر عبر هذه الوسيلة التواصلية يتم بشكل مباشر وفوري، فضلاً عن تحقيقه مشاهدات عالية مقارنة بالتلفزيون، مع إمكانية بث مقاطع الفيديو التي تم عرضها في التلفزيون في اليوتيوب مما يحقق مشاهدات تفوق المشاهدات التي تحققت للمقطع الفيديو المعروض في الوسيلة الأولى.

إذ أتاح "YouTube" للأفراد والمجموعات والمؤسسات آفاقا جديدة لم تكن متوافرة سابقاً، بكسب أنصار ومؤيدين والتواصل معهم بشكل مباشر من دون وسطاء، ويكون الحوار تزامنيا بين المرسل وبين المستقبل، أو غير تزامني، بمعنى أن المرسل يترك منشورة على إحدى وسائل الإعلام الجديد، ويغلق حاسوبه أو نقاله، ولكن الإجابات والتفاعل مع منشوره أو الفيديو الذي نشره يتجلى عن طريق تعليقات المستخدمين، وربما يتشكل رأيا معيناً يتناسب مع أهمية الموضوع المعروض للنقاش وحجمه، سواء في المجال السياسي أم في المجال الاقتصادي أو حتى المجال الأمني، وهنا يحدث تبادل للأدوار بين المرسل والمستقبل، فكلاهما مستقبل ومرسل للرسالة الإعلامية. وأنّ استخدام بعض خاصيات منصة اليوتيوب تجعل المستخدم أمام معلومات شاملة بشأن الموضوع الذي يسعى للحصول على معلومات بشأنها، فبمجرد استخدامه لهذه الخواص تظهر له خوارزميات اليوتيوب كل الفيديوهات المرتبطة بالموضوعات التي تبحث عنها فيديوهات اليوتيوب، وحتى الفيديوهات القريبة من الموضوع نفسه.

[1] فتيحة لمام، **الإعلام الدولي الموجه للعالم العربي، نموذج فرانس 24**، مجلة الحوار الثقافي، المجلد3، العدد 2، العربية، الحرة، 2017، ص 91.

كما بدأ صناع المحتوى بالتعبير عن آرائهم السياسية والاجتماعية بواسطة فيديوهاتهم، ليسمح للمستخدمين التفاعل مع الفيديوهات بالتعليق، ويتحول اليوتيوب إلى فضاء مفتوح لعرض الآراء المتعددة، حيث تطرح قنوات اليوتيوب وتناقش موضوعات، لا يمكن للإعلام التقليدي مناقشتها، لأسباب منها عدم انسجام مضمونها مع القائمين على هذه الوسائل، أو عدم توافر المساحات الزمنية لنشرها. فلقد منح التطور التكنولوجي الفرصة للناشطين عبر هذا الفضاء الافتراضي لمخاطبة الرأي العام عن طريق نشر الفيديوهات والتحدث لهم بوقت مفتوح، وبات إنشاء قنوات تلفزيونية خاصة على اليوتيوب شائعا لمن يرغب في أن يوصل صوته ويعبر عن رأيه عبر هذه المنصة، وما يميزها أن برامجها أعطت الجمهور الحرية في اختيار الوقت المناسب للمشاهدة، وتسهم ميزة الأرشفة التي يتميز بها اليوتيوب في ترسيخ الأحداث في الذهن عن طريق تكرار المشاهدة للحدث نفسه، ومن ثم تشكيل الآراء بشأنها من الجمهور، وتحول الجمهور بواسطة هذه الوسيلة الجديدة من مستقبل للأحداث إلى صانع لها ومؤثر فيها.

حيث تطرح هذه التحولات التي طرأت حتى على المجتمع الجزائري الذي ليس بمنئى عن مفرزات الإنترنت التفاعلية 2.0، العديد من التساؤلات حول سيرورة تشكيل الرأي العام في المجتمع الجزائري في الوقت الراهن، ولعل من أبرز القضايا السياسية الراهنة التي طرحها وازداد اهتمام عديد النشطاء بها عبر فضاء اليوتيوب منذ عام 2021 هي قضية قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب، بعد أن أعلنت الجزائر قرار قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب، ودخول العلاقات بين البلدين منعرجا جديدا شهر ديسمبر 2021.

حيث تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائري المغربية، بالإضافة إلى محاولة الإحاطة بمختلف الإيديولوجيات والأجندات السياسية التي تسعى قنوات اليوتيوب محل الدراسة تحقيقها من خلال نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، ولانجاز هذه الدراسة تم تقسيمها وفق خطة تضمنت في تقسيمها، مقاربة منهجية تتناول العناصر المنهجية للدراسة، بدءا بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، أسباب اختيار الموضوع، مرورا بأهداف الدراسة وأهميتها، تحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، وكذا مجتمع الدراسة وكيفية معاينته، وقوفا عند إجراءات الصدق والثبات، تليها تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة، ثم عرض الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها، وفي الأخير ضبط حدود الدراسة الزمانية والمكانية.

فيما يتعلق بالمقاربة النظرية للدراسة تم التعريج في بدايته إلى الخلفيات النظرية التي استعانت بها الدراسة لدراسة وتحليل موضوع الدراسة، والمتمثلة في كل من مقاربة الاستخدامات والاشباعات، وكذا نظرية ترتيب الأجندة، واسقاط المقادبتين النظريتين على موضوع الدراسة، ومن ثم تم تقسيم الخطة إلى ثلاث فصول نظرية بالاستعانة بخطة أمريكية، تم تخصيص الفصل الأول لموقع اليوتيوب ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، خصص العنصر الأول لتقديم رؤية مفاهيمية لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذا الحديث عن نشأتها، وأهم تصنيفاتها، ومن ثم عرجنا إلى تقديم لمحة عن موقع اليوتيوب، خصائصه، وأدواته، وكذلك ابراز هندسة الرأي العام عبر اليوتيوب وسطورة الخوارزميات عليه، كذلك تسليط الضوء على أنواع المحتوى

وصانعيه على اليوتيوب في الجزائر، ومن ثم التطرق إلى مزايا "YouTube" وسلبياته، وفي نهاية الفصل تم تقديم بعض الآفاق المستقبلية لليوتيوب في ظل الذكاء الاصطناعي.

فيما خصص الفصل الثاني للتطرق إلى عملية تشكيل الرأي العام واتجاهاته من النسق التقليدي إلى الشكل الافتراضي، خصص العنصر الأول لعرض البنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته بين النسقين التقليدي والافتراضي، ومن ثم ابراز خصائص أنواع الرأي العام وكذا مراحل وأدوات التشكل، تليه العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام واتجاهاته وآليات تغييرها. ومن ثم التطرق إلى تشكيل الرأي العام عبر الفضاء العمومي الافتراضي ومظاهر التحول، وفي نهاية الفصل تم الوقوف على مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل الرأي العام.

أما الفصل النظري الثالث فتناول متغير العلاقات الجزائرية المغربية، بداية بتقديم لمحة تاريخية وعرض أهم التطورات التاريخية في العلاقات الجزائرية المغربية في الفترة الممتدة ما بين فترة الاستقلال إلى غاية فترة انجاز الدراسة أي من (1962-2023)، ومن ثم ابراز الأسباب والأحداث التي أثرت على العلاقات بين البلدين، يليه التطرق إلى قضية الصحراء الغربية وقطع العلاقات الدبلوماسية في الفترة ما بين (1975- 1987)، ومن ثم ابراز خلفيات قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب خلال عام 2021، ثم عرض تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية، وفي آخر الفصل تم عرض السيناريوهات المحتملة لحل الأزمة الدبلوماسية الجزائرية المغربية.

فيما يتعلق بالمقاربة التطبيقية للدراسة، تقسم الدراسة الميدانية إلى فصلين، فصل يتناول العلاقات الجزائرية المغربية من خلال مضامين فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة، حيث تم في بداية هذا الفصل التعريف بقنوات اليوتيوب الخمس محل الدراسة بشقيها قنوات إعلامية حكومية وتابعة للخواص، والمتمثلة في قناة **"الجزائرية الدولية AL24" عبر اليوتيوب، قناة فرانس 24 الناطقة بالعربية، وكذا قناة النهار عبر اليوتيوب. وكذا قنوات النشطاء عبر اليوتيوب والمتمثلج في قناة محمد دومير، وكذا بن سديرة " fatehdream "**، ومن ثم الانتقال إلى إحصاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية على قنوات اليوتيوب محل الدراسة باستخدام برنامج التحليل النوعي **MAXQDA** . ومن ثم عرض العلاقات الجزائرية المغربية من منظور قنوات اليوتيوب محل الدراسة بداية بقناة فرانس 24 على اليوتيوب، قناة النهار، قناة الجزائرية الدولية، قناة محمد دومير، ومن ثم قناة " **fatehdream** "، وإبراز مختلف الخطوات التحليلية للفيديوهات محل الدراسة، بداية بتحويل الفيديو إلى نص فيديو، وكذا تحليل الخطاب الرقمي للفيديو محل الدراسة، إلى تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نصوص الفيديوهات محل الدراسة، أيضا تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين علي الفيديوهات محل الدراسة، ومن ثم التطرق إلى أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم علي الفيديوهات محل الدراسة. وختم الفصل التطبيقي الأول بعرض نتائج الدراسة التحليلية.

أما الفصل الثاني من المقاربة التطبيقية، فخصص للدراسة الميدانية على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين محل الدراسة، وإبراز في بداية الفصل السمات العامة لعينة الدراسة من متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي، الإقامة، وكذا الانتماء السياسي، يليه الكشف عن عادات ودوافع استخدام الجمهور الجزائري محل الدراسة لموقع اليوتيوب في حياتهم اليومية، وكذا الوقوف عند طبيعة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ومن ثم التعريج إلى درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ثم تحديد وإبراز اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وفي نهاية الفصل محاولة استشراف العلاقات الثنائية بين البلدين من خلال الوقوف على مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية من منظور مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة. ومن ثم عرض نتائج الدراسة الميدانية، وكذا مناقشة نتائج الدراسة على ضوء المقاربات النظرية، والانتهاء بتقديم خاتمة للموضوع.

الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد:

يضم هذا الفصل الأول من الدراسة الاجراءات المنهجية المختلفة لدراسة موضوع "**دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر–العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا**". ونبدأ بتحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهميتها، وكذا أهداف الدراسة، ومن ثم ننتقل إلى عرض المنهج المستخدم في الدراسة وأدوات جمع البيانات، مجتمع البحث وعينة الدراسة وكيفية معاينتها، ثم نستعرض الدراسات السابقة والمشابهة، مع تحديد الأهمية العلمية والعملية منها في دراستنا هذه، ثم مفاهيم ومصطلحات الدراسة، وأخيرا الإطار الزماني والمكاني للدراسة.

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

يعيش العالم اليوم في عصـــر رقمي أصـــبحت فيه شـــبكات التواصـــل الاجتماعي متخمة بمقاطع الفيديوهات، ويعود ذلك إلى حد كبير للتطورات التكنولوجية وإلى الدفعة التي حظيت بها من المنصـــات والناشـــرين، حيث بات بإمكان الجميع اليوم تصـــوير فيديو عبر كميرا الهاتف الذكي ومن ثم تحميله على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام وعلى وجه التحديد عبر موقع اليوتيوب الذي خصص لنشر فيديوهات طويلة، فحسب نتائج أبحاث "معهد رويترز" Reuters Institute يحمل مستخدمو اليوتيوب أكثر من 500 ساعة في كل دقيقة من الفيديوهات اعتبارا من شهر جوان عام 2022، ما يعادل 30000 ساعة من المحتوى الذي تم تحميله حديثًا في الساعة. حيث تبين نفس الاحصائيات زيادة حجم المحتوى على YouTube بشكل كبير مع نمو رغبة المســتخدمين للفيديو عبر الإنترنت. بزيادة عدد ســاعات محتوى الفيديو التي يتم تحميلها كل 60 ثانية بنحو 40 بالمائة بين عامي 2014 و 2020. [1]، كما يقصـد ثلث مسـتخدمي الإنترنت YouTube أي حوالي مليار شـخص لمشـاهدة مئات السـاعات من مقاطع الفيديو يوميا، وبدءا من أكتوبر 2020 أصبح موقع اليوتيوب ثاني أشـهر موقع ويب في العالم بعد جوجل وذلك وفقا لموقع "Alexa Internet"[2] كما تعد منصـــة الفيديو واحدة من العلامات التجارية الإعلامية والترفيهية الرائدة في جميع أنحاء العالم ، بقيمة تجاوزت 86 مليار دولار أمريكي عام 2020.[3]

وبهذا يعد الفيديو عبر الإنترنت أحد أكثر الأنشـطة الرقمية شـيوعًا في جميع أنحاء العالم، حيث يشـاهد 27 في المائة من مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم أكثر من 17 ساعة من مقاطع الفيديو عبر الإنترنت أسبوعيًا في عام 2023.

[1] House of video uploaded to youtube every munite as of 2020, https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/ , 12-07-2023, 14:30.

[2] https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ, 12-07-2023, 14:30.

[3] House of video uploaded to youtube every munite as of 2020, https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/

وبالنظر لحجم الحضور الكبير الذي يتمتع به موقع اليوتيوب حول العالم، فقد يتم استخدامه في العديد من المجالات ولاسيما السياسية منها، اذ سمح الموقع للعديد من الشركات والمؤسسات والمنظمات الكبيرة والشخصيات بالتعريف عن أنفسهم عبر هذه الوسيلة الإعلامية التي شكلت جزءا هاما من عمليات النشر والتواصل وعرض البرامج والأفكار على الجمهور المستخدم للإنترنت "internaute"، حيث يقوم موقع اليوتيوب على فكرة مبدئية وهي "بث نفسك او ذع نفسك Broadcast Yourself " الذي يبرز في واجهة الموقع، كما يوفرyoutube لمستخدميه عديد الخدمات على غرار امكانية نشر الفيديوهات وتحميلها وتبادلها بين المستخدمين وإعادة مشاركتها في جل مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى على غرار الفايسبوك، تويتر، انستغرام، والواتساب...الخ، ومن مختلف الدول محليا، إقليميا، وعالميا، فناهيك عن امكانية فتح قنوات خاصة عبر اليوتيوب أمام عامة الأشخاص في جميع أنحاء العالم، تتيح ادارة اليوتيوب ذلك حتى للمؤسسات، الشركات، والهيئات، بعض النظر عن طبيعتها سواء كانت خاصة أو حتى حكومية، ولهم الحرية في ادارتها وصناعة وتصميم محتوياتها ونشر ما يريدون من أفكار وأراء ومعلومات في مختلف المجالات، فإذا كان امتلاك قناة من منظور وسائل الإعلام القديمة يتطلب ويحتاج إلى ثروة طائلة، وطاقم عمل كبير وإجراءات لا حصر لها. أما فتح قناة يوتيوب تحتاج فقط لبريد إلكتروني على موقع Gmailوهو متاح بشكل مجاني. فهناك مقولة مشهورة تفيد أن" الصورة تعبر عن ألف كلمة" فما بالك بالفيديو. وهي الخصائص التي دفعت مجلة (تايم الأمريكية) باختيار موقع اليوتيوب في أول عام من ظهوره 2006 كشخصية هامة، لدورهِ في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع. وتأسيسا على ما سبق يشير بعض الخبراء المهتمون بمجال البرمجيات الرقمية، أن موقع اليوتيوب YouTubeيعد نظامًا أساسيًا لعرض مقاطع الفيديو عبر الإنترنت، ونظرا لخصائصه الكثيرة يعد قبلة ناشري مقاطع الفيديو ومشاهديها على حد سواء، وعلى اختلاف اهتماماتهم ونوعياتهم وأعمارهم.

حيث أتاح اليوتيوب لمستخدميه مجالا عاما افتراضيا Virtual Public Sphere يمكن من خلاله التعبير عن آرائهم المختلفة والتعليق على الشأن العام وممارسة الديمقراطية الافتراضية والمواطنة النشطة أو الفاعلة Active Citizenship من خلال المجال الاجتماعي Social Domain الذي ينخرط فيه المشاركون لمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة على الساحة، حيث يرحب موقع اليوتيوب بكل الأفكار والآراء والايديولوجيات المختلفة من خلال الشمول أو التضمين العام inclusion universal فكل المستخدمين لديهم فرص متساوية في المشاركة والتحاور وإنتاج المحتوى user generated

content، ففي الجانب السياسي مثلا أصبح موقع اليوتيوب يقدم مجموعة متنوعة هائلة من مقاطع الفيديو التي ينشئها ليس فقط المستخدمون العاديون، بل أيضا النشطاء السياسيون باختلاف تياراتهم السياسية، المعارضة، والمؤيدة للنظام على حد سواء. أما من الناحية الإعلامية فتنوع المحتوى المتاح لهذه المقاطع وتعددت فكرة الفيديوهات البسيطة حتى أصبح بإمكان المستخدم مشاهدة البرامج التلفزيونية، والأفلام القصيرة والوثائقية، ومقاطع الفيديو الدعائية، والبث المباشر ومحتويات أخرى مثل مقاطع الفيديو التعليمية، الثقافية، الترفيهية، السياسية، الاجتماعية...، وتماشيا مع ما تم ذكره تشير دراسة أكاديمية جديدة بجامعة "بوردو" الفرنسية[1] بأن اليوتيوب لم يعد مجرد موقع لمشاهدة مقاطع الفيديو الطريفة أو لمشاهدة الأفلام والمسلسلات، بل أصبح مصدراً للأخبار، وفرض نفسه نوعا جديدا من الصحافة المرئية، تستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، وتعتمد على اليوتيوب مصدرا للأخبار في العديد من الحالات وخاصة صور الكوارث الطبيعية أو الكوارث الانسانية، والاضطرابات السياسية، وغير ذلك من المقاطع التي أصبح بإمكان أي شخص تصويرها عبر هاتفه المحمول، اذ يتيح موقع اليوتيوب للمستخدمين عديد الاستخدامات كإمكانية: تحميل مقاطع الفيديو، عرضها، وتقييمها بالإعجاب أو عدم الاعجاب، ومشاركتها، بالإضافة إلى خاصية إضافة مقاطع الفيديو إلى قوائم التشغيل، والابلاغ عنها وإبداء التعليقات، ومشاركتها مع مستخدمين آخرين.

وأمام إمكانية فتح القنوات عبر اليوتيوب، وفي ظل أرقام نشر مشاهدة الفيديوهات عبر اليوتيوب، يعيد الباحثون طرح مسألة صناعة الرأي العام عبر الفضاء الرقمي الذي طرحه "لازرسفيلد" وزملاؤه، والذي كان يقتصر على دور المفكرين والمثقفين ورجالات السياسة والإعلام والدين الذين تتوفر فيهم صفات تميزهم عن غيرهم، تجعلهم مؤثرين في وسطهم الاجتماعي وقادة رأي منها: المكانة الاجتماعية، الخبرة، المسؤولية، سعة المعرفة، الذكاء، المصداقية وقدر من الثقة، أما اليوم فيمكن أن يتحول أي ناشط في إحدى منصات التواصل الاجتماعي إلى قائد رأي في زمن معين وأحيانا في دقائق، وهكذا انتقلت سلطة التأثير من شخص واحد إلى أشخاص يتابعهم عدة ملايين وبحد أدنى 10 آلاف على صفحاتهم وقنواتهم، ويتميزون بقدرة على التأثير والإقناع بأسلوب جذاب، وفي بعض الأحيان دون صناعة أي محتوى مفيد، فلا يتميز قادة الرأي الجدد عن

[1] Sana el mouldi, **communautés virtuelles sur youtube : quand les marques s associent aux youtubeurs** , thèse de doctorat en science de gestion et management , université de bordeaux, 2020, p 240

غيرهم بتلك الصفات المشار إليها سابقا وإنما بعدد المتابعين ونسب المشاهدة، فقادة رأي جيل Web2.0 هم من المؤثرين الذين يملكون الحسابات الأعلى متابعة من حيث عدد نقرات الإعجاب والتعليق والمشاهدة وحركة "الإكسبلورر"، وهم الأكثر تفاعلا ومشاركة على مواقع التواصل الاجتماعي، بغض النظر عن مستواهم التعليمي والثقافي ومكانتهم الاجتماعية، فلقد أخذ مفهوم قادة الرأي العام بعداً أكثر عمقاً وتأثيراً مع التطورات التكنولوجية المتلاحقة، وانعكس في ولادة مفهوم المؤثرين من صناع المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي. هذه الولادة في الحاضنة التقنية أدت إلى زيادة تأثيرهم ونفوذهم، إذ لهم قنوات إعلامية على اليوتيوب (يوتيوبر) وينشرون الفيديوهات (فلوغر) ولهم مواقع إلكترونية (بلوغر) وحسابات رقمية تحظى بمتابعة جمهور واسع قد يفوق جمهور مؤسسة إعلامية في حد ذاتها[1].

حيث عرفت الجزائر تحولات اجتماعية، سياسية، ثقافية، وتكنولوجية كبيرة خلال أكثر من عقد من الزمن، وبالرغم من تأخرها في ولوج السياق الرقمي مقارنة بالدول العربية، فقد شهد موقع اليوتيوب خلال الفترة الأخيرة زيادة ملحوظة في عدد اليوتيوبرز، أو النشطاء عبر اليوتيوب، الذين اصبحوا يزاولون أعمالهم داخل موقع اليوتيوب، عبر مقاطع الفيديو، يعبرون من خلالها عن القضايا التي تشغلهم، أو يقدمون خدمات إعلانية لبعض المنتجات، ومنهم من يهتم بطرح بعض القضايا الإنسانية أو السياسية، حيث سمحت مواقع التواصل الاجتماعي لهؤلاء الفاعلين الجدد بلعب أدوار مهمة، تمس العديد من القضايا المجتمعية، وهو ما يمكن ملاحظته من خلال قنواتهم الشخصية عبر اليوتيوب، التي خصصوها لنشر أفكارهم وآرائهم واقتراحاتهم حول القضايا السياسية والمجتمعية، وهذا ما يتيح وصولها للمتابعين الذين هم مستعدون أساسا للتلقي والتفاعل معها، وبالتالي يسمح هذا أحيانا بتشكل رأي عام حول ما يطرحونه من أفكار، وآراء، باختلاف اتجاهاتها.

وطرحت تلك التحولات التي عرفتها الجزائر العديد من التساؤلات حول سيرورة تشكيل الرأي العام في المجتمع الجزائري في الوقت الراهن، ولعل من أبرز القضايا السياسية الراهنة التي طرحها وازداد اهتمام عديد النشطاء بها عبر فضاء اليوتيوب منذ عام 2021 هي قضية قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب، بعد أن أعلنت الجزائر قرار قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب، فبالرغم من امتداد التوتر بين البلدين على مدار عقود، حيث أن تاريخ العلاقات بين البلدين ثري بالأحداث والتطورات التي أثرت على مسار العلاقات

[1] إسماعيل مرازقة، وهيبة بوزيفي، **المؤثرون الاجتماعيون على الواب 2.0، قراءة بحثية في إعادة تشكل مفاهيم: التأثير وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام**، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الثاني، العدد الأول، جوان 2022، ص7.

بينهما، ولعل أبرزها قضية الصحراء الغربية، مشكل الحدود المغلقة بين الجزائر والمغرب منذ عام 1994، أي ما يقارب 29 سنة وصمة في علاقات البلدين، ومظهرا يجسد العلاقات المتوترة بينهما منذ السنوات الأولى لاستقلال الجزائر، إلا أن التوترات التي لطالما شهدتها العلاقات الثنائية قد دخلت منعرجا جديدا شهر ديسمبر 2021.

إذ أن قضية العلاقات الجزائرية المغربية تعد من القضايا الكامنة، التي تفاقمت في السنوات الأخيرة على نحو لافت، والتي يتم تناولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع اليوتيوب نظرا لعديد المستجدات السياسية في الساحة الإقليمية والجهوية، التي تبرز أكثر فأكثر مظاهر التوتر بين البلدين، حيث توالت سلسلة من الأحداث السياسية بين الجزائر والمغرب، التي كشف الطرح الجزائري من خلالها عن المؤامرات المغربية المفضوحة ضد وحدة الشعب الجزائري والتي تتعارض بصفة مباشرة مع المبادئ والاتفاقيات في العلاقات بين البلدين، ومحاولة الطرح المغربي تبرئة ذمة النظام من هذه الأحداث، وبعد شد وجذب بين الطرفين الجزائري والمغربي، قررت الحكومة الجزائرية قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المملكة المغربية منذ تاريخ 24 أوت 2021، إلى جانب غلق المجال الجوي الجزائري أمام الطيران المغربي، وكذا انهاء عقد أنبوب الغاز الأوروبي المغاربي بعد شهر من قطع العلاقات في 31 أكتوبر 2021، وغيرها من الأحداث الثقافية، الاقتصادية، وحتى الرياضية، التي تبرز التدهور في العلاقات الجزائرية المغربية.

حيث نجد أن عديد قنوات اليوتيوب الدولية، العربية، والوطنية خصصت تغطية واسعة لهذه القضية، ناهيك عن ظهور عدة قنوات يوتيوب لشخصيات معروفة وغير معروفة تهتم بالموضوع بطريقة أو بأخرى، سواء ينشطها أشخاص مغربيين، أو جزائريين، أو حتى خارج نطاق الدولتين، ومحاولة بناء وتشكيل رأي عام عبر هذا الفضاء العمومي الافتراضي الجديد حول القضية المثارة، ونظراً لأهمية وخطورة التأثير في اتجاهات الرأي العام، فثمة تنافس وصراع لا يقل أهمية عن النزاعات السياسية والعسكرية على التأثير في الرأي العام، ودفعه لاتخاذ مواقف محددة تصب في مصلحة أحد الطرفين المتنازعين. وإذا كانت الحروب السيبرانية قد فتحت المجال أمام المحللين لإعادة التفكير في الظواهر المرتبطة بالصراعات، ووصف الحرب الجارية بأنها "حرب هجينة"، فيمكن القول إن أدوات الحرب الهجينة لا تقف عند حدود القدرات العسكرية والعقوبات الاقتصادية والمسارات الدبلوماسية، بل تشمل أيضاً التأثير على مدركات "الجماهير".

أمام الآراء المختلفة التي باتت تطرح عبر موقع اليوتيوب، وأمام الانتقال من ثنائية الفضاء العمومي إلى الفضاء العمومي الافتراضي من جهة، ومن الرأي العام الواقعي إلى الرأي العام الافتراضي، باتت تتدخل عوامل جديدة في تشكل الرأي العام وتقسيم الجمهور المستخدم لليوتيوب لاتجاهات الرأي الثلاث المعروفة من تأييد، معارضة، أم حياد نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، بأنماط وأشكال تعبير مختلفة عما كانت عليه على أرض الواقع، وأمام كل هذه التغيرات، نصل لطرح سؤال الاشكالية التالي: **كيف يساهم موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا؟**

وتندرج تحت هذا السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تفسر إشكالية الدراسة وتبين محاولة معالجة هذه القضية، من خلال دراسة شقين: الشق التحليلي (تحليل خطاب فيديوهات بعض قنوات اليوتيوب)، والشق الميداني (دراسة على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين)، وهي نوعان: –

أولا: تساؤلات الدراسة التحليلية:

– ما هي المحاور المهمة البارزة في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟

– ما هي أهم الاطروحات البارزة في فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

– ماهي الالفاظ الأكثر تداولا في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة؟

– ما طبيعة اتجاهات الجمهور من خلال التفاعل مع فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

– ما أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية:

– ماهي عادات ودوافع استخدام الجزائريين لموقع اليوتيوب في حياتهم اليومية؟

– ما طبيعة الدور الذي يقوم به موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

- ما درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟
- ماهي اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

2. أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب دفعت بالباحثة لاختيار موضوع "دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية في الجزائر، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا"، منها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، نذكرها كما يلي:

1- أسباب ذاتية:

1. الميل لدراسة دور موقع اليوتيوب باعتباره مجالا جديد وخصب.
2. تقاطع موضوع البحث مع تخصص الباحثة، حيث أن الدور الذي يلعبه موقع اليوتيوب كفضاء افتراضي جديد في تشكيل اتجاهات الرأي العام، ما هو إلا امتداد للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام القديمة، في تشكيل اتجاهات، أراء، ومواقف الجمهور، نحو القضايا المحلية، الوطنية، الإقليمية.
3. اهتمام الباحثة بالرأي العام وقياس اتجاهات مستخدمي اليوتيوب نحو القضايا السياسية.
4. الإحساس بأن موضوع الدراسة يعكس جانبا مهما من الوضع السياسي والاجتماعي العام للبلاد.

2- أسباب موضوعية:

1. توسع القاعدة الجماهيرية لمستخدمي موقع اليوتيوب، حيث يقصده ثلث مستخدمي الإنترنت حوالي مليار شخص لمشاهدة مئات الساعات من مقاطع الفيديو يوميا، كما تم تحميل أكثر من 500 ساعة من محتويات فيديوهات اليوتيوب في كل دقيقة عام 2019، كما يصنف موقع اليوتيوب بدءا من أكتوبر 2020 على أنه ثاني أشهر موقع ويب في العالم بعد جوجل وذلك وفقا لموقع " Alexa Internet".

2. اكتساح ظاهرة صناعة المحتوى عبر موقع اليوتيوب لكافة مناحي الحياة اليومية للأفراد في مختلف الميادين الاقتصادية، الاجتماعية، الإعلامية، السياسية، العلمية...الخ

3. تأكيد الكثير من الأدبيات البحثية للدور المهم لمواقع التواصـــل الاجتماعي في الكثير من الحركات الاجتماعية بدءا بما يعرف بالثورات العربية، ومختلف الحركات الاجتماعية والسياسية في الكثير من دول العالم.

4. بروز قادة رأي عام جدد في الســاحة أو ما يعرف بالمؤثرين في منصــات التواصــل الاجتماعي وبالأخص موقع الفايســبوك، ويوتيوب، وتوســع قاعدة متابعيهم التي تعد بالملايين، وإشــارة الكثير من الأدبيات البحثية للأدوار المفتاحية التي يلعبها هؤلاء النشطاء في صناعة وتشكيل أراء الجماهير واتجاهاتهم.

5. انتشار قنوات اليوتيوب التي تهتم بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

6. المساهمة في تشريح كيفية تشكل الرأي العام عبر موقع اليوتيوب في الجزائر.

7. الوصول لنتائج موضوعية حول موضوع دراستنا، تسمح للباحثين والحكومة من معرفة الدور الذي بات يلعبه اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام محلي حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

8. غياب دراســة تتناول الموضــوع بمتغيراته المتعلقة بموقع اليوتيوب، وبقضــية العلاقات الجزائرية المغربية بمستجداتها الراهنة.

أما فيما يتعلق بالأسباب الموضوعية لاختيار **العلاقات الجزائرية المغربية كقضية** للدراسة، يمكن تبرير ذلك بحيث أن قرار قطع العلاقات الجزائرية المغربية فرض نفســه كموضــوع نقاش وجدل باختلاف أبعاده السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الأمنية، الدبلوماسية...بين مختلف أوساط الرأي العام على المســتوى الوطني، الإقليمي، وحتى الدولي، في الســياق الموازي فرض الموضــوع نفســه أيضــا ضــمن أهم الأحداث السياسية البارزة التي تم تداولها عبر موقع اليوتيوب منذ تاريخ قطع العلاقات بين البلدين، ما دفع بالباحثة لاختيار الموضوع رغبة في معرفة ما أثاره الموضوع من نقاش عبر اليوتيوب وقياس دور هذا الموقع في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول الموضوع.

3. أهمية وأهداف الدراسة

1.3. أهمية الدراسة:

انطلاقاً من المبدأ الإبستمولوجي الشهير **"إن لكل تفكير علمي أهمية"**، فإن أهمية هذه الدراسة تبرز من خلال مستويين، مستوى علمي، وعملي، تتضح فيما يلي:

أ. الأهمية العلمية:

– إن أهمية هذه الدراسة تتمثل في جدة الموضوع، سواء تعلق الأمر بمتغير موقع اليوتيوب كفضاء اعلامي واتصالي جديد، وأيضا الوضع الراهن للعلاقات الجزائرية المغربية والمستجدات المتعلقة بالموضوع.

– دراسة العلاقات الجزائرية المغربية التي تعد أحد أهم العلاقات في الشرق الأوسط التي تشغل اهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية القديمة والجديدة لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي.

– الوصول لنتائج تبرز صناعة المحتوى السياسي المتعلق بقضية العلاقات الجزائرية المغربية عبر اليوتيوب.

– إثراء البحث العلمي المتعلق بمجال الرأي العام الإلكتروني، وفتح المجال لدراسات مستقبلية مشابهة.

ب. الأهمية العملية:

تتجلى الأهمية العملية لهذه الدراسة في ثلاث أبعاد، اجتماعي، سياسي، كذا تقني، يمكن ابرازها في النقاط التالية:

– تعد دراسة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري في غاية الأهمية من حيث ارتباط الموضوع بالجانب الاجتماعي، حيث تكشف هذه الدراسة عن الثقافة السياسية لموضوع العلاقات الجزائرية المغربية للمجتمع الجزائري، كما تقدم الدراسة خارطة استخدام الجزائريين لموقع اليوتيوب من حيث العادات، والأنماط، والدوافع. وكذا فهم طرق تعامل مستخدمي اليوتيوب مع هذه الظاهرة المنتشرة حديثا (صناعة المحتوى عبر موقع اليوتيوب).

– تساهم هذه الدراسة في ابراز البعد السياسي لموقع اليوتيوب والكشف عن أجندات قنوات اليوتيوب التي تتناول موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، والكشف عن الأفكار والمعلومات التي تروج لها، مما للباحثين والمؤسسات السياسية الجزائرية المختلفة من الاطلاع على الأجندات المروج لها عبر اليوتيوب. خاصة في ظل الخطورة التي تفرضها مثل هذه المواقع التي تلغي الحدود الجغرافية، الثقافية، الاجتماعية.

– من الناحية التقنية تتبين أهمية هذه الدراسة في إبراز خوارزميات اليوتيوب والكشف عن آليات التحكم التقنية على الرأي العام الجزائري نحو الموضوع.

2.3. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في محاولة دراسة "دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ومن خلال هذا الهدف يمكن تقسيم الأهداف الفرعية إلى ما يلي:

- رصد عادات ودوافع استخدام الجزائريين لموقع اليوتيوب في حياتهم اليومية، والكشف عن حصة الاستخدامات السياسية للموقع.
- كشف طبيعة الدور الذي يقوم به موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول العلاقات الجزائرية المغربية.
- معرفة مدى اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية
- الكشف عن اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.
- الكشف عن تناول قنوات اليوتيوب محل الدراسة لقضية العلاقات الجزائرية المغربية منذ عام2021 إلى غاية 2023.
- الكشف عن الاتجاه السائد في مضمون فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

1.4. منهج الدراسة

يرتبط استخدام المنهج المتبع في الدراسة ارتباطا وثيقا بالإشكالية التي تم تحديدها، وبما أن هذه الدراسة تسعى إلى "معرفة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا"، وكذا جمع المعلومات حول واقع تشكل أو تكوين الرأي العام في البيئة الرقمية، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث المسحية التحليلية " التي لا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها، بل تمتد لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة للوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها، وربط أسباب المقدمات في علاقاتها بالنتائج.[1]

[1] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 14.

تندرج هذه الدراسة ضمن دراسات مسح الرأي العام التي تقوم على "معرفة الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المشـكلة للاتجاه الذي يشـترك فيه عدد كبير من الأفراد أو تختلف بشأنه جماعات داخل الإطار العام للمجتمع المبحوث"[1].

وعليه يعد المنهج المناسب لموضوع بحثنا حسب تقديرنا هو المنهج المسحي نظرا لآنية الموضوع، إذ تعرف الدراسات المسحية على أنها:" تلك البحوث التي يكون فيها المسح في الوقت الحاضر لظاهرة قائمة بالفعل وقت إجراء الدراسة، وهو يكون مسحا شاملا حصريا إذا تناول جميع الوحدات المكونة للمجتمع الأصلي المبحوث أو يكون مسحا عينيا إذا شمل جزء عينيا من هذا الأخير، ويشمل المنهج المتبع الإجراءات والطرق التي يتبها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة في دراسته، حيث ذهب موريس أنجرس "Maurice Angers " لتعريفه على أنه: "طريقة تصور وتنظيم البحث، وينص المنهج على كيفية تصور وتخطيط العمل حول دراسة ما، إنه يتدخل بطريقة أكثر أو أقل إلحاح في كل مراحل البحث، حيث يقوم على اقتراحات تم التفكير فيها ومراجعتها جيدا والتي تسمح له بتنفيذ خطوات عمله بصفة صارمة، بمساعدة الأدوات والوسائل التي تضمن له النجاح"[2].

ويتضح من المعلومات المذكورة أعلاه أن المنهج المسحي التحليلي هو أنسب منهج لموضوع دراستنا، بحيث سنتمكن من خلاله من تحليل الأسباب الظاهرية لاستخدام موقع اليوتيوب ودوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية قصد الوصول لنتائج منطقية، وكذا مسح اتجاهات الرأي العام حول القضية محل الدراسة، لاسيما أن الدراسات المسحية أثبتت نجاعتها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم بشأن مختلف المواضيع والظواهر التي يعيشونها في حياتهم اليومية.

كما تستعين الدراسة بالأسلوب التاريخي عندما يتعلق الأمر بسرد الوقائع التاريخية التي ميزت العلاقات بين الجزائر والمغرب.

[1] موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص 204

[2] موريس أنجرس، المرجع نفسه، ص36

2.4. أدوات جمع المعلومات

تسمح أدوات البحث بجمع المعطيات والمعلومات من الواقع، وتوجد في إطار العلوم الاجتماعية عامة وعلوم الإعلام والاتصال خاصة مجموعة من الوسائل المتنوعة التي يستعملها الباحث في تقصي وجمع المعلومات والحقائق وذلك عند استخدامه لمنهج معين، وبحكم أنّه في دراستنا استخدمنا المنهج المسحي-كما أشرنا إليه سابقا- لجمع المعلومات المستهدفة، ارتأينا في بحثنا أن نوظّف **أداة الاستبيان** التي تعتبر من الأدوات المناسبة له.

حيث يُعَرَّفُ "موريس انجرس" الاستبيان بأنّه: " تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الافراد. وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة، ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بمعالجة كمية بهدف استكشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات رقمية".[1]

وبالتالي، فإنّ استمارة الاستبيان في هذه الدراسة ما هي إلاّ تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على المبحوثين وبطريقة موجّهة، وذلك من أجل الحصول على أجوبة كمية نهدف من وراءها إلى اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية، ومن ثمّة استخلاص اتجاهات وسلوكيات الجمهور المبحوث.

حيث اعتمدت الدراسة على **الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية** لقياس اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وتم توزيعه إلكترونيا لأن طبيعة الموضوع تفرض ذلك، إذ أن مجتمع البحث موجود عبر الفضاء الإلكتروني بالأساس، وبالتالي يسهل الوصول لمجتمع مستخدمي اليوتيوب الجزائريين وقياس اتجاهاتهم السياسية نحو القضية محل البحث بسهولة ويسر.

حيث يعرف الاستبيان على أنه:" تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة [(2)]".

[1] موريس أنجرس، نفس المرجع السابق، ص 204

[2] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال**، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 220.

بناء من التعريف السابق قامت الباحثة بتحديد قائمة الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة والمحددة في34 سؤال، مقسمة إلى أربعة محاور بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية.

وقد تم عرض الاستبيان على جملة من المحكمين من تخصصات: علم النفس الاجتماعي، علوم الإعلام والاتصال، العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كون طبيعة الموضوع تفرض ذلك، (أنظر الملحق رقم1).

فبعد عرض استمارة الاستبيان للتحكيم، تم تلقي مجموعة من الملاحظات والاقتراحات حول الاستمارة، تم الأخذ بعين الاعتبار عدة مقترحات وتعديل الاستمارة لتصبح في صورة صالحة لاعتمادها في القياس.

كما صممت الباحثة من خلال الاستبيان جملة من المقاييس العلمية بغية الوصول لنتائج دقيقة وقياس ناجع لمتغيرات الدراسة، ويتبين ذلك في العنصر التالي:

5. منهجية قياس متغيرات الدراسة

1. قياس كثافة استخدام اليوتيوب

تم قياس كثافة استخدام الجزائريون لموقع اليوتيوب من خلال سؤال المبحوثين عن ساعات استخدامهم لهذا الموقع التي تتبين في السؤال السادس والسابع.

2. مقياس متابعة القضية محل الدراسة عبر اليوتيوب

والذي يبرز في السؤالين رقم 18و 19، ويتعلق بالوقت الذي يقضيه مستخدم اليوتيوب في متابعة الفيديوهات التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ويحتوي على ثلاث اختيارات، أقل من ساعة (استخدام ضعيف)، من ساعة إلى ساعتين (استخدام متوسط)، أكثر من ثلاث ساعات (استخدام مرتفع). **وسؤال** يهتم بالبحث عن كثافة الفيديوهات والقنوات محل المتابعة عبر اليوتيوب التي تتناول الموضوع محل الدراسة، ويحتوي المقياس على ثلاث درجات، يبين الاختيار من فيديو إلى فيديوهين (متابعة منخفضة)، من ثلاث فيديوهات إلى أربعة (متابعة متوسطة)، خمس فيديوهات فما أكثر (متابعة عالية).

6. مقياس دور موقع اليوتيوب في زيادة الاهتمام والمعارف المتعلقة بالقضية محل الدراسة

ويتبين من خلال أسئلة الاستبيان رقم 21، 22، 24، 23، التي تقيس مساهمة موقع اليوتيوب في زيادة المعلومات المتعلقة بالقضية محل الدراسة، ويحتوي كل سؤال على مقياس خماسي يتدرج من شكل كبير جدا، إلى شكل قليل جدا .

7. مقياس فعالية موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام

يبرز هذا المقياس من خلال الأسئلة رقم 26، 27، 28، حيث يبحث السؤال 26 عن طبيعة مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات المبحوثين حول القضية محل الدراسة، ويحتوي السؤال على مقياس ثلاثي، مساهمة إيجابية، أو سلبية، أو الاثنين معا، فيما يفصل السؤالين 27، 28 في المساهمة بشكلها الإيجابي أو السلبي، بحيث يتم اختيار العبارات التي يراها المبحوث مناسبة، فقد تم صياغة 14 عبارة تبرز مختلف المساهمات الممكنة بشقيها الإيجابي والسلبي، مع فتح المجال للمبحوث لاختيار أكثر من عبارة.

ووفق ما فرضته أهداف الدراسة اعتمدت الدراسة في شقها التحليلي على تقنية **تحليل الخطاب الرقمي** كأداة ثانية مساعدة بهدف فهم ظاهرة صناعة المحتوى عبر اليوتيوب من مختلف الزوايا المرتبطة به، "ففي **تحليل الخطاب الرقمي** يتم تحليل البيانات النوعية التي يتم جمعها للبحث بشكل منهجي لتحويلها إلى بيانات كمية، حيث يختلف تحليل الخطاب الافتراضي عن الأنواع الأخرى من البحوث، نظرا لأنه لا يجمع البيانات من الأشخاص بشكل مباشر، وإنما عن طريق دراسة البيانات التي يتم تسجيلها بالفعل في مواقع التواصل الاجتماعي، أو النصوص أو أي أشكال مادية أو افتراضية أخرى.

حيث تم الاستعانة ببرنامج MAXQDA الذي يعد واحدة من البرمجيات الرائدة في مجال تحليل البيانات النوعية والذي يندرج ضمن أدوات **التحليل النوعي** Qualitative Analysis التي تعرف على أنها "ذلك النوع من الدراسات التي تركز على تحليل الكلمات وليس الأرقام، والغرض من الدراسات النوعية هو الوصول للمعنى العميق للكلمات أو. المقصود بها وليس المعنى السطحي"[1]

[1] أحمد ماهر خفاجة شحاتة، **أدوات التحليل النوعي في العلوم الإنسانية والاجتماعية دراسة تحليلية مقارنة**، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجزء5، العدد4، أكتوبر- ديسمبر 2018، ص15

6. مجتمع الدراسة وكيفية معاينته

1.6. عينة الدراسة الميدانية

يشـمل مجتمع الدراسـة جل مسـتخدمي موقع اليوتيوب في الجزائر، إحصـائيا يشـير أخر تقرير بعنوان **مسـتخدمو اليوتيوب في الجزائر YouTube users in Algeria**، [1] لشـهر جانفي من عام 2023، صادر عن شركة " Napoleoncat" المتخصص في بيانات مواقع التواصل الاجتماعي، يشير إلى أن عدد مستخدمي اليوتيوب في الجزائر يعادل 50.2٪ من إجمالي سكان الجزائر المقدرين ب 45.26 مليون نسمة.

ويفصل التقرير أكثر في مستخدمي موقع اليوتيوب الجزائريين حسب متغير الجنس، حيث أن 47.3 ٪ من مسـتخدمي اليوتيوب في الجزائر من جنس الإناث، بينما نسـبة اسـتخدام جنس الذكور في الجزائر لليوتيوب بلغ 52.7 ٪ بداية جانفي 2023.

حيث تعتبر عملية اختيار العينات في البحوث العلمية مرحلة أسـاسـية في جمع البيانات، كما أن اختيارها في الفضـاء الرقمي لا يقل أهمية عن اختيارها خارجه، ويمكن التحدث عن "اختيار العينة عبر الإنترنت" عندما يتعلق الأمر" بوصـف أي عملية اختيار العينة بكونها عبر الإنترنت عندما يتم فيها اسـتخراج الوحدات من مجتمع الدراسـة المسـتهدف من خلال وسـائل الاتصـال عبر الإنترنت ويتكون هذا المجتمع عموما من أشـخاص أو محتويات أو منظمات أو علاقات (مثل الروابط التشـعبية وروابط التواصـل) أو سـلوكيات أو خبرات "[2].

وبما أن عينة الدراسة تفرض نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على مسح جميع وحدات أو مفردات مجتمع البحث لاسـيما عندما يتعلق الأمر ببيانات ضـخمة big data التي تتزايد باضـطراد في شـبكة الإنترنت، والذي يتمثل في موضـوع دراسـتنا في جميع مسـتخدمي موقع اليوتيوب بالجزائر، ونظرا لغياب قاعدة بيانات توضح خارطة الجمهور الجزائري المستخدم لليوتيوب، استعانت الدراسة بالعينة غير

[1] YouTube users in Algeria, retrieved on: https://datareportal.com/reports/digital-2023algeria#:~:text=YouTube%20users%20in%20Algeria%20in,in%20Algeria%20in%20early%202023.

[2] فضيل دليو، **اختيار العينات عبر الإنترنت في البحوث الاجتماعية**، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 6، العدد 02، أفريل (2023)، 1- 20، ص 4.

الاحتمالية نظرا لغياب قاعدة بيانات مجتمع البحث كما سبق الإشارة، حيث يعرف الباحثون هذا النمط من العينات على أنه:" ذلك النوع من العينات التي تتميز بالمرونة وسرعة الاستعمال والتي تستخدم بشكل كبير في بحوث القراء والمستمعين أو المشاهدين، والحالات التي يكون فيها مجتمع البحث كبير جدا"[1].

وقد قامت الباحثة باختيار مفردات الدراسة بطريقة قصدية على عينة قوامها (400) مفردة من مستخدمي موقع اليوتيوب والذين يهتمون بمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وقد تم الاستعانة بهذا النوع من العينات لعدة مبررات علمية، نذكرها في النقاط التالية:

– تم الاعتماد على العينة القصدية بغية الوصول للصفات والخصائص الأساسية لجميع فئات المجتمع المبحوث.

– بغية عدم حصر العينة في فئة دون الأخرى نظرا لكون الموضوع يهتم بدراسة الاتجاهات المختلفة للرأي العام الجزائري نحو القضية محل الدراسة، حيث أن الموضوع يشمل فئات وطبقات متباينة تمثل الخصائص الديمغرافية للمجتمع الجزائري محل الدراسة، حيث يصعب حصر الرأي العام واتجاهاته في طبقة معينة بغية تجنب التحيزات المحتملة التي قد تؤثر على نتائج البحث بشكل كبير.

– يمكن تبرير الاختيار أيضا بالعودة إلى طبيعة الفضاء الإفتراضي بحد ذاته، حيث يشير الأستاذ فضيل دليو الذي يؤكد أن العينات غير الاحتمالية هي الشائعة في البحوث عبر الإنترنت، نظرا لقلة توافر أطر العينات وحدود مجتمعات الدراسة في الفضاء الرقمي.

واعتمدت الدراسة على العينة المتاحة (Available)، التي يعرفها الأستاذ والباحث في علوم الإعلام والاتصال "فضيل دليو" على أنها: "العينة التي يكون سحب مفرداتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع البحث، فتختار هذه العينة لأنها سهلة المنال للباحث(...) أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الإنترنت أو عبر الهاتف".[2] كما تعرف أيضا العينة المتاحة على أنه "المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يصل إليه ويختار منه" [3]

[1] حياة قزادري، **قياس الجمهور والرأي العام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2020، ص 172.

[2] فضيل دليو، **اختيار العينة في البحوث الكيفية**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد3، العدد3، 2022، ص12

[3] وسام فاضل راضي، **العينات في بحوث الاعلام**، ط1، مكتب سنتر العلوم، بغداد، 2023، ص8

حيث أن الباحثة اعتمدت على هذا النوع من العينات لاختيار المفردات التي تتوفر فيها السمات والخصائص التي تخدم هدف البحث، أهمها استخدام موقع اليوتيوب، ومتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية عبر قنوات اليوتيوب.

2.6. عينة أداة تحليل الخطاب الرقمي

إن ضخامة البيانات المتعلقة بالممارسات الإعلامية المختلفة في البيئة الرقمية تجعل الاعتماد على العدة التقنية الرقمية لجمعها وتحليلها أمرا ضروريا، حيث اعتمدنا في دراستنا على إحدى الطرق التي تعتمد على طريقة التحليل النصي بواسطة إحدى البرمجيات الرقمية "MaxQda" الذي يستخدم بشكل واسع في البحوث الإعلامية الحديثة، حيث يستعين به الباحثون لتحليل مضمون عينات من المدونات التي ينشرها المستخدمون على الميديا الاجتماعية ومعرفة مواضيعها.

ويعرف "MaxQda"على أنه برنامج احترافي لتحليل البيانات النوعية والكمية والمختلطة يعمل على نظامي Windows وMac. وهو يقوم بتحليل المقابلات والتقارير والجداول والاستطلاعات عبر الإنترنت ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية والأدب والصور وغير ذلك، ولديه فضل كبير في تزويد الباحثين بأدوات تحليلية قوية ومبتكرة وسهلة الاستخدام تساعد على نجاح المشاريع البحثية.

تم تطوير النسخة الأولى من MAXQDA عام 1989، ما يجعلها واحدة من البرمجيات الرائدة في مجال تحليل البيانات النوعية.[1]

ويمكن اختصارا تعريف برنامج MAXQDA بأنه برنامج تحليل البيانات بمساعدة الكمبيوتر. حيث يتميز بأنه يسمح بعمليات أكثر كفاءة وفعالية، وهو يستخدم في العديد من المجالات الأكاديمية، مثل علم الاجتماع، علم النفس، العلوم السياسية، علوم الإعلام والاتصال، الطب وعلوم التعليم، وهو أيضًا أداة شائعة لرجال الأعمال والباحثين في المجال التجاري.

وأهم خدمة يقدمها البرنامج هي أنه يعمل لتقديم رؤى حول مجموعات البيانات النوعية دون اقتراح التفسيرات، استنادا إلى تحليل المحتوى. أي أنه برنامج التحليل النوعي للمضامين والنصوص مادام أنه يمكن

[1] ما هو تحليل البيانات بمساعدة الكمبيوتر؟https://www.maxqda.com › arabic

الباحثين من استخلاص استنتاجات حول موضوع البحث المعني ويسهل فرز كميات كبيرة من النصوص أو غيرها من البيانات وتنظيمها وتحليلها وييسر إدارة التفسيرات والنتائج[1].

وقد اعتمدنا من خلال استخدام برنامج "MaxQda" في تحليل بيانات الفيديوهات المرتبطة بقطع العلاقات الجزائرية المغربية، على نوعين من الترميز codage، الترميز المفتوح open coding – ترميز المشاعر Emotion coding (لمعلومات إضافية حول طريقة عمل البرنامج في دراستنا يمكن الرجوع للفصل التطبيقي للدراسة).

ففي البداية شرعت الباحثة في إحصاء الفيديوهات التي تناولت قضية قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب، وقد اختارت الباحثة قنوات اليوتيوب التي تدرسها، حيث انتقينا ستة قنوات منها ثلاث قنوات إعلامية حكومية وخاصة لها دعامة عبر موقع اليوتيوب، والمتمثلة في "قناة الجزائر الدولية"، وقناة النهارtv، وقناة فرانس 24، وقنوات (شخصية) لنشطاء عبر اليوتيوب، والمتمثلة في قناة الأستاذ دومير، قناة بن سديرة، وقد تم اختيار قنوات اليوتيوب السابقة بناء على المعايير التالية: عدد المتابعة، عدد مشاهدة الفيديو، تنوع الخط التحريري، اهتمام القنوات بموضوع الدراسة، اختلاف اتجاهات القنوات نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، اختيار عدة أشكال وقوالب صناعة المضامين عبر اليوتيوب التي تتناول الموضوع، مما يسمح لنا من رصد مختلف الاتجاهات السياسية عبر موقع اليوتيوب، وكذا رصد مختلف اتجاهات مستخدمي هذا الموقع سواء تعلق الأمر بصانعي المحتوى عبر اليوتيوب أو حتى جمهور المتلقين.

حيث غطت الدراسة التحليلية فترة ثلاث سنوات من تاريخ إنجازها، حددت من تاريخ قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب في أوت 2021 إلى غاية شهر مارس من عام 2023، وقد تم إحصاء 205 فيديو تحصل على **أكثر مشاهدة** على اليوتيوب. كما تم أخذ عينة عمدية لفيديوهات تناولت قضية العلاقات الجزائرية المغربية خلال الفترة المحددة سابقا، تم تحديدها في فيديو لكل قناة لاستحالة مسح جميع فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت الموضوع، حيث تم اختيارها آليا بالاستعانة ببرنامج MaxQda على أساس أكبر نسب مشاهدة.

[1] مرازقة إسماعيل، **تحليل الشبكات الاجتماعية: برنامجا NodeXL وMAXQDA أنموذجا**، مقال منشور في مجلة رقمنة العدد الثاني ديسمبر 2021، ص 258- 259

7.اجراءات الصدق والثبات:

أ- صدق التحليل: يقصد بصدق التحليل أو صحته (**Validity**): «صلاحية أدوات القياس لما وضعت لقياسه، بهدف تحقيق أهداف الدراسة وارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج»[1]، وبناء عليه تم تصميم استمارة، ليتم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين* قصد التمحيص وإعادة النظر في الأداة، وإبداء اتفاق أو تغيير في فحواها (الوحدات التحليلية المكونة لها)، ثمّ رصد التغيرات، وتطبيق إجراء التعديلات على مستوى الأداة بما يتلاءم مع الموضوع والغرض من القياس.

ب- ثبات التحليل (Fiability): هو قياس مدى استقلالية المعلومات المتوصل إليها في التحليل، عن أدوات وطرق القياس[2]. فيستعمل قصد التأكد من وجود اتفاق في النتائج لأنه تعبير عن ذاتها وبتوفر نفس الظروف والوحدات التحليلية، ويعني الثبات من الناحية النظرية الوصول إلى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس والأساليب على نفس المادة[3].

وقد اعتبر كل من "**كابلن و كودلسن**" (**Kabelin et Godelson**) أن نسبة الاتفاق التي تصل إلى 90% تعتبر مستوى عالي من الثبات، بينما نسبة 75% نسبة مرضية يمكن الاعتماد عليها[4]. لذا اعتمدنا على نموذج "**هولستي**"(**Holesty**) لقياس درجة التجانس بين المحللين، وفق المعادلة التالية:

معامل الثبات = عدد المرمزين x متوسط الاتفاق بين المحكمين / 1+(عدد المرمزين-1)x متوسط الاتفاق بين المحكمين.

حساب معادلة **هولستي** على النحو التالي:

- العدد الإجمالي للترميزات في الاستمارة هو :117.

---

[1] أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 261.

* تتكون الهيئة القائمة بتحكيم استمارة من الأساتذة التالية اسماؤهم: د. علي قسايسية، جامعة الجزائر3. / د. أحمد فلاق، جامعة الجزائر3./ أ. فضيل دليلو ،جامعة قسنطينة/ صلاح الدين الدريدي، معهد الصحافة وعلوم الاخبار تونس/ د. الطحطاح زبيدة، جامعة المدية/ د. عطاء الله طريف، جامعة الجلفة/ د. تمار يوسف، جامعة الجزائر3/ د. محمد مصطفى رفعت، جامعة القاهرة/ د. بلقاسمي رابح جامعة يحي فارس المدية/ د.باية بووزة، الأستاذة المشرفة والمقررة،/ د. سعاد سراي، جامعة بسكرة.

[2] أحمد بن مرسلي، نفس المرجع السابق، ص 115.

[3] المرجع نفسه ، ص 261.

[4] محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، (د.ط)، مكتبة الهلال للطباعة والنشر، بيروت.2009، ص444 .

- عدد الترميزات المتفق عليها بين المحكمين:114.

- عدد الترميزات غير متفق عليها بين المحكمين :03.

وبعد حساب متوسط الاتفاق بين المرمزين توصلنا للنتيجة التالية: 0.98

ومنه معامل الثبات = (0.98x 11) /1+ (11 -1)x 0.98 = 0.99.

ومنه معامل الثبات هو**0.99** وهي نسبة عالية من حيث درجة الثبات، والتي حصرها **برلسون** بين 0.78 و0.99.

كما قامت الباحثة بإجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستقصاء على نسبة 10% من إجمالي عينة الدراسة أي ما يمثل 40 مفردة للوقوف على مدى فهمهم واستيعابهم لأسئلة الاستمارة، وبناء على نتيجة هذا الاختبار الأولى تم تعديل صياغة بعض أسئلة الاستمارة حتى تصبح جاهزة للتطبيق بما يخدم أغراض الدراسة، ويهدف هذا الاختبار القبلي إلى التأكد من وضوح أسئلة الاستمارة ومناسبتها لإجراء الدراسة.

8. تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

إن فهم الباحث لموضوعه يتطلب منه توضيحا وتحديدا للمفاهيم المرتبطة بموضوعه، حيث يتفق الباحثون على أن تحديد المفاهيم يرتبط بالتصورات النظرية التي توجه دراساتهم، إذ تنعكس الاختلافات النظرية على المفاهيم المستخدمة في عملية البحث ككل، بناء من هذه الفكرة الابستمولوجية، تحدد الباحثة المفاهيم والمصطلحات التي تقوم عليها الدراسة على النحو التالي:

1. الدور:

لغوياً:

يعرف قاموس (وبيستر) مصطلح الدور لغوياً بأنه:" الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد"[1] .

وجاء في موسوعة علم الاجتماع بأن الدور:" هو مجموعة طرق الحركة في مجتمع ما التي تتسم بطابعها سلوك الأفراد في ممارسة وظيفة خاصة"[2].

[1] **New websters Dictionary**، U.S.A Lexicon Publications، 1993، p862.

[2] إحسان محمد حسن، **موسوعة علم الاجتماع**، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999، ص289.

اصطلاحا:

في حين هناك من يرى أنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، كما إن هناك من يرى إن الدور أنموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية، فالدور لا يرتبط بمجال معين إذ يتحدد دون غيره ويدخل في اختصاصات مختلفة اقتصادية وسياسية واجتماعية وطبيعية، وذلك ضمن عملية تحديد النتائج الخاصة بطبيعة العلاقات الارتباطية بين جزيئات ظاهرة ما، أو بين مجموعات محددة من الظواهر، وحتى في نطاق المجال الواحد يمكن إن يظهر التنوع في معنى الدور، وبالتالي في تعريفه، وإذا ما نظرنا في إطار حقل العلوم السياسية نجد أن له أكثر من تعريف، إذ يعرف في المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأنه موقف أو سلوك أو وظيفة لشخص داخل مجموعة[1].

وكما يتضمن مفهوم الدور كذلك الممارسة الفعلية، أي ترجمة التصور إلى سلوكيات وقرارات عملية وهنا تثار قضية الاتساق بين الدور كتصور أو توجه عام وبين ممارسة هذا الدور، ولا يعد الدور تصوراً فقط بل اقتناع وقدرات وإمكانات أيضاً لممارسته بفعالية واقتدار[2].

ونستنتج مما سبق إنه يمكن أن نصل إلى تعريف للدور هو المجهود السياسي والاقتصادي الذي تقوم به الدول داخل محيطها الإقليمي والدولي لغرض تحقيق أهداف تعزز مكانتها السياسية والاقتصادية وتحافظ على استقلالها وأمنها القومي، وهذا يعني ممارسة القدر الأكبر من العمل المفروض فعله للوصول إلى غايات المصلحة المطلوبة لدولة ما، بغض النظر عن مشروعية هذا الفعل في نظر الآخرين.

إجرائيا:

مما سبق يمكن أن نصل إلى تحديد المقصود بمصطلح الدور في دراستنا، الذي يشمل زاويتين، الزاوية الأولى تتمثل في الكشف عن الهدف المخطط له أو الأجندة التي يسعى القائمين على قنوات اليوتيوب محل الدراسة الوصول إليها من خلال صناعة فيديوهات تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية ونشرها عبر اليوتيوب

[1] أعياد عبد الرضا العبد الله، **دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاقه المستقبلية**، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، 2006، ص1.

[2] إيلاف راجح هادي، **مستقبل الدور العالمي لليابان**، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة النهرين،2006، ص5.

من جهة، وكذا فاعلية أو فعالية هذه المضـــامين في تشـــكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول القضـــية محل الدراسة.

2. اليوتيوب (YouTube):

لغوياً: يعود أصـــل المصـــطلح إلى الجذور اللاتينية، ويتكون من كلمتين: (يو you- تيوبtube) حيث تثير الكلمة الأولى you إلى ضـــمير المخاطب "أنت"، فيما تشـــير كلمة tube إلى الوعاء، وبجمع الكلمتين نتحصل على كلمة وعاءك، وهو مصطلح يدل على مفردة كلمة أوعية إلكترونية، فيما يشير الضمير أنت لمخاطبة الفرد المتصفح لموقع اليوتيوب[1].

اصطلاحا:

عرفت الباحثة "Alina Vytiaz " اليوتيوب اصطلاحاً على أنه:" نظام أساسي مجاني لمشاركة الفيديو يتيح للمستخدمين إنشاء محتوى الفيديو وتحميله ومشاهدته عبر الإنترنت، كما يمكن لأي مستخدم إنشاء قناته الخاصة، حيث ستظهر مقاطع الفيديو الخاصة به، كما يمكنه متابعة قنوات المستخدمين الآخرين والتعليق ومشـــاركة مقاطع الفيديو الخاصـــة بهم. تتمثل رؤية YouTube في منح الجميع صـــوتًا، وتطوير الفيديو، وإنجاح الشركاء والمعلنين".[2]

فيما تعرفه عديد المدونات والمواقع الإلكترونية على أنه:" موقع ويب متخصـــص في مشـــاركة الفيديو يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني" [3]

والملاحظ على هذا التعريف بأنه تعريف تقني يقف عند حدود اســـتعمالات الموقع الممكنة، والتي نحددها في النقاط التالية:

1. مشاهدة الفيديو، وتختلف المشاهدة من شخص لأخر كالمشاهدة الكلية، الجزئية...

[1]إيهاب خليفة، ***حروب مواقع التواصل الاجتماعي***، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2016، ص25.

[2]Alina Vytiaz(2018):**Youtube – a new era of TV?**،Masaryk UniversityFaculty of Economy and Administration ،Study program: Public Economics,p7

[3]إيهاب خليفة، **حروب مواقع التواصل الاجتماعي**، نفس المرجع السابق، ص25.

2. تحميل الفيديو والذي جاء تحت مصطلح "رفع".

3. مشـــاركة مقطع الفيديو: وهذا يتم من خلال إعادة نشـــر الفيديو إما عبر موقع اليوتيوب ذاته، أو حتى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

كما تعرفه "Alina Vytiaz"أيضا بأنه:" عبارة عن منصة لمشاركة الفيديو، والتي تغيرت جنبا لجنب مع الشبكات الاجتماعية الأخرى، وتستمر في تغيير عالم الوسائط بحيث يمثل منافسا مباشرا وبديلا للتلفزيون التقليدي"[1].

يظهر من جملة التعاريف الســـابقة أن اليوتيوب هو عبارة عن موقع ويب يســـمح بامتلاك قناة، تمكن مؤســســها من صـناعة محتوى يكون في قالب فيديو ونشـرها عبر اليوتيوب، كما أنه وعاء رقمي يضـم ملايين الفيديوهات من مختلف المجالات، بحيث يمكن للمســـتخدم الاطلاع عليها من خلال عدة إمكانيات للتعرض والاستخدام كمشاهدة الفيديوهات، إمكانية تحميلها، ونشرها، وحتى التعليق عليها.

ويعرف أحد الباحثين في جامعة هونكونغ "دوفي بيتر duffy Peter" اليوتيوب بأنه" موقع فيديو شـائع، يسـمح للمسـتخدمين من مشـاهدة الفيديوهات، وتحميل مقاطع الفيديو وعرضـها ومشـاركتها، حيث أصبح اليوتيوب وسيطا جديدا شائعا بشكل كبير من وسائط الويب الجديدة 2.0"[2].

"YouTube is a popular video sharing website where users can upload, view, and share video clips. YouTube has become an enormously popular form of web 2.0 new media".

كما يعرفه هاموندHallond& Lee بأنه شـبكة للتواصـل والمشـاركة بملفات الفيديو عبر الانترنت مع السماح للمشاركين بالتواصل حول تلك الملفات.

ويوضـح هذا التعريف خاصـية أخرى لموقع اليوتيوب وهي خاصـية التفاعلية (Interactif) والمشـاركة (le partage) وحتى التعليق (commenter) على الملفات المنشورة.

[1]Alina Vytiaz،**Youtube – a new era of TV?**, **ibid**, **p 12**

[2] Duffy, Peter, **Engaging the Youtube Google– EyedGeneration**:**Strategies For Using Web 2.0 In Teaching And Learning**, The Electronic Journal E- Learning, Vol 6, N2, P 123.

إذا موقع اليوتيوب هو موقع لمقاطع الفيديو، متفرع عن شركة (google)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، ويعد من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة.

وهنالك من يعرفه بانه:" شركة اعلامية خاصة بجمهور الانترنت تسمح لهم بمشاهدة مقاطع الفيديو والمشاركة فيها عبر شبكة المعلومات الدولية دون مقابل"[1].

وتقوم فكرة اليوتيوب، الذي يعد أحد أشـــهر المواقع الإلكترونية على شـــبكة الإنترنت، على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شـــبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المســـتخدم بالتســـجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشـــخاص حول العالم، كما يتمكن المشـــاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضـــافة التعليقات المصـــاحبة، فضـــلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نســـبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع[2].

وتعرفه الباحثة إجرائيا بأنه ذلك الموقع الرقمي الســـمعي البصـــري أو تلك الدعامة الســـمعية البصـــرية المتوفرة على شـــبكة الإنترنت والتي تتناول موضـــوع العلاقات الجزائرية المغربية عبر فيديوهات، تتيح للمتلقين إمكانية الاطلاع على مختلف الفيديوهات التي تتناول الموضـوع بطريقة مباشـرة أو غير مباشـرة خلال كل مدة الفيديو أو في جزء منه. مع إمكانية التعليق والتفاعل مع صـــناع المحتوى المتعلق بالعلاقات الجزائرية المغربية، مما يسمح لهم تكوين وتشكيل اتجاه سياسي إزاء الموضوع.

3. الرأي العام(Public opinion):

لغوياً:

جاء في (قاموس لاروسLarousse) أن الرأي العام، "هو الحالة الذهنية التي تنشـــأ، داخل مجتمع معين، من إضافة المواقف المختلفة التي تم التعبير عنها علنًا، فيما يتعلق بسؤال محل نقاش، حيث أن التأكيدات الناتجة عن هذا التعبير مصحوبة بالشك"[3].

[1] عثمان محمد الدليمي، **مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب**، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 189.

[2] المرجع نفسه، ص189.

[3] Francis balle, **dictionnaire des médias**, **Larousse**, paris,1998, p 172.

Opinion publique ; état d'esprit qui dérive, au sein d'une collectivité donnée, de l'addition des différentes attitudes publiquement exprimées, à propos d'une question débattue, dès lors que les affirmations résultant de cette expression sont assorties d'un doute.

أما معجم ابن منظور فيشير إلى أن مصطلح الرأي العام "ينقسم إلى كلمتين رأي وعام، ويعرف الرأي لغة على أنه الاعتقاد بشـــأن موضـــوع ما والعقل والتدبر والنظر والتأمل[1]، أما كلمة عام. **فتقال للعام من كل أمر وهو عكس خاص أي عدد كبير من الناس،** ويقال شـــيء عميم أي تام وعمهم الأمر أي شملهم والعامة خلاف الخاصة، وقيل الخلق الكثير، والعام تعني الجماعات المتفرقون"[2].

نجد انه يتكون من لفظتي "الرأي" و"عام" مادامت المعاجم العربية لم تتطرق لهذا الأمر لأنه مصـــطلح مترجم أســـاســـا، ودخل معاجمنا اللغوية خلال هذا القرن، وقد ظلت اللغة العربية تعبر عن مفهوم المصـــطلح بتعبيراته الخاصة (الإجماع، البيعة، الشورى...الخ)، إن التحليل الأولي للمصطلح يظهر بوضوح انه ترجمة حرفية للمصطلح الإنجليزي "Public Opinion" والذي يقابله باللغة الفرنسية "opinion publique"، وإذا ما عدنا الى أصول جذر الكلمتين يتبين أن: (public) يعني الجمهور أو العامة من الناس، أو عموم الشعب، أما كلمة (opinion) فتعني (فكرة، رأي، معتقد فكري)، وجذر الكلمة العقل "opine" والذي يعني (يعتقد أو يرتأى، أو يكون فكرة)، وتبعا للجذر اللاتيني للكلمة فإنها في اللاتينية (opinio) وفي الفرنسية (opinion).

كما يعرف قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية الرأي العام على أنه الموقف أو رد الفعل الجماعي لقســـم هام من المجتمع في مواجهة أحداث اجتماعية تعتبر هامة من زاوية نظر المجتمع... فهو يشكل قوة جماعية قادرة على ممارسة الضغوط، كما يتناول معضلات ذات طبيعة سياسية واجتماعية ويفترض الرأي العام وجود حد أدنى من المعلومات ومن الثقافة المشتركة ومن الاحتكاك البشري"[3].

ويعرف اصطلاحاً بأنه:

يعرفه الباحث في علم النفس الاجتماعي (فلويد أولورت Floyed Allport):" إن الرأي العام يمكن أن يظهر عندما يوجد رأيا لمجموعة كبيرة جدا، ومختلفة من الأفراد يســـتطيعون من خلاله التعبير عما في

[1] ابن منظور، **لسان العرب**، دار صادر، مجلد 14، بيروت، 1990، ص 291

[2] المرجع نفسه، ص311

[3] سامي ذبيان وآخرون، **قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية**، ط1، رياض الريس للكتب والنشر، لندن، 1990، ص246.

أنفسهم لتأييد أو رفض موقف معين أو شخص معين، أو اقتراح له أهمية كبيرة، ويستطيع هذا العدد المتباين من الأفراد بما له من شدة وبأس وثبات أن يقوم بعمل فعال، إما بطريق مباشر أو غير مباشر للشخص أو للشيء أو للموقف محل الرأي العام "[1].

والملاحظ من هذا التعريف بأنه يحتوي على جوانب مهمة للرأي العام، كالعدد الكبير من الأفراد، والموضوع، درجة الاتفاق التأييد أو المعارضة، وكذا شدة وثبات والتأثير بمعنى العمل الفعال.

ومن **التعاريف العربية** للرأي العام نذكر تعريف "مختار التهامي" أحد الباحثين المؤسسين لحقل الدراسات الإعلامية المعاصرة بمصر، الذي يرى بأنه:" الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة زمنية معينة، وبالنسبة لقضية أو أكثر، يحتدم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية، أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا"[2].

أما **إجرائيا** فنقصد من الرأي العام في موضوع دراستنا بأنه الرأي السائد بين أغلبية جمهور مستخدمي اليوتيوب الجزائريين، تجاه قضية العلاقات الجزائرية المغربية ذات الاهتمام المشترك بينهم، أو كقضية مهمة بالنسبة لهم، في فترة زمنية، ورقعة جغرافية معينة، يحتدم حولها النقاش في كل من الفضاء العمومي الواقعي، والفضاء العمومي الافتراضي.

4. تشكيل shaping:

لغة:

أورد معجم المعاني الجامع، المفهوم على أنه:" شكل (فعل) ويشكل بضم الياء تشكيلا، أي تشكل الموضوع من عدة عناصر، بمعني تكون وتألف". كما أورد ذات القاموس معان أخرى للمصطلح، إذ يشير" تشكل الآراء إلى انتظامها، وتشكلت الآراء في ذهنه تعني انتظمت"[3].

[1] عاطف عدلي العبد، **الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية. الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية، والتدريبات العلمية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006، ص 13.

[2] مختار التهامي، **الرأي العام، الحرب النفسية**، الجزء الأول، الطبعة الثالثة، دار المعارف، القاهرة، 1974، ص 17.

[3] موقع معجم المعاني الجامع، تم الإطلاع عليه عبر الرابط التالي، بتاريخ 21- 08- 2022، على الساعة 02:24: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/تشكيل-الرأي/

وإذا ما عدنا إلى الجذور المفاهيمية لمصـــطلح "تشـــكيل" تبين أن لهذا المصـــطلح معنى أدبي، وفي هذا الصدد يشير "محمد صابر عبيد" وهو باحث في مجال الأدب العربي الحديث والنقد إلى أن "مصطلح تشكيل يتصل بالجانب التصوري والتمثيلي، وأسهم المستوى الاصطلاحي بعد ذلك في استكمال صيرورة الفعل بهذا المعنى والارتفاع به نحو بلوغ حده التصويري والتعبيري الأقصى"[1].

ويقوم المصـــطلح بمفهومه الأدبي على فكرة بناء أفكار عبر عدة مراحل، "من البنية، إلى الخطاب، إلى النص، وصولا إلى التشكيل"، مما يحتاج إلى التأويل على صعيد التواصل والتداول وإنتاج المعنى"، بمعنى أنه يقوم على ثنائية "الشكل والمضمون" أي بناء المعاني وتفكيكه[2]. وهو ما نجده حتى في علوم الإعلام والاتصال من خلال إنتاج معاني المضـــامين الإعلامية المختلفة، وما يحتاجه الأمر من تفســـيراتها من خلال الاســـتعانة بعلم السيميولوجيا.

إن الجذع اللغوي يقود الفعل "شكل" أولا نحو الصيغة المفهومية الأقرب وهي "التشكل"، وانطلاقا من هذا التدرج "فالتشكل Transfiguration " هو المرور من صورة أو شكل إلى أخر، بمعنى أنه لحظة تحول وانتقال وتأثير مرحلي في صوغ المفهوم، وهو يشير إلى فعالية إجرائية تسهم في صيرورة المصطلح "التشكيل" بعد أن تنتهي من عملية المرور من صورة أولية وشكل أولي إلى صورة أولية وشكل أولي إلى صورة أخرى وشكل آخر، تتكون فيه الصورة/ الشكل تبلورا واستقرارا[3].

وبالعودة إلى الفضاء المفاهيمي العربي نجد أن مفهوم "التشكل" يخضع للتبدل وينهض على معنى التغيير والتحول، إذ كان العرب القدماء يسمون كل ما يأخذ صورة أو هيئة من حين لآخر بالتصور أو التشكل".

---

[1] محمد صابر عبيد، **التشكيل السردي المصطلح والإجراء**، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، العراق،2011، ص 14 https://ia801004.us.archive.org/15/items/adab_201807_20180708/_.pdf

[2] محمد صابر عبيد، نفس المرجع السابق، ص 16- 17.

[3] المرجع نفسه، ص15.

*تعد البنيوية حركة فكرية تم تعميمها على مجموع العلوم الإنسانية منذ القرن العشرون، وهي تأخذ مصدرها من أعمال "فرديناد دو سوسير، حيث تهتم البنيوية بتصور البنى التي تتحكم في ظاهرة من الظواهر محل التحليل، ومحاولة إيجاد تفسير منطقي لتفاعل تلك البنى في إنتاج العلاقات التي تتحكم في طبيعة ذلك التفاعل. كما ترتكز المقاربة البنيوية على مفهوم البنية، أي قدرة النظام –الظواهر الاجتماعية والثقافية– على التغيير والتكييف مع خصائص كلية، تم الاعتماد في ذلك على كتاب يوسف تمار، **مبادئ البحث العلمي، المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية**، دار مدني، الجزائر، 2021، ص 25.

فهو يدل إذا على الصورة المتغيرة والشكل المتبدل، ولا يصل في معناه إلى حدود الدلالة على المستقر والثابت.

وجدير بالذكر هنا إلى أن مفهوم التشكل حظي بعناية المدرسة البنيوية*، وأضحى آلية من آليات المصطلح البنيوي، كما تكشف نظريات القراءة والتلقي عن دور مصطلح التشكل في ترتيب العلاقة بين القارئ والنص، "ومن ثم عبرت مصطلح التشكل إلى مصطلح التشكيل أيضا"[1].

انطلاقا من هذا يمكن القول أن مصطلح "تشكل" يحمل عديد المعاني، ولو أن له معان أدبية إلا أنه يحمل الكثير من الدلالات في علوم الإعلام والاتصال، حيث يهتم الباحثون من هذا الحقل المعرفي بدراسة دور وسائل الإعلام المختلفة في تشكل أفكار وأراء جمهورها. كما أن المنهج السيميولوجي الذي تستعين به تخصصات علوم الإعلام والاتصال، كما سبق الإشارة يهتم بتشكل الرسائل والمعاني لدى المتلقين. وبناء من هذا يمكن القول أن مصطلح التشكل ليس بعيد عن محور اهتمام علوم الإعلام والاتصال، ولا ينحصر في الأدب فقط، بل هو مصطلح واسع يرتبط بعديد العلوم بما فيهما العلوم السياسية، العلوم الإنسانية والاجتماعية، علم النفس.

اصطلاحا:

تؤكد الباحثتين غيرشكوفGershkoffوكوشنير Kushner بأن عملية تشكيل الرأي العام هي الفرصة العملية التي تتمتع وسائل الإعلام بتشكيل الرأي العام من خلال المحتوى الإعلامي المنشور، والتلاعب بالمحتوى الإعلامي، وأطر القضايا التي تهم الجماهير المطلعة وغير المطلعة، والمكان الذي من المرجح أن يتعرض فيه الجمهور غير المطلع للمضامين الإعلامية، وكيف يؤمن بها ويستجيب لها، وما هي الأشكال التي يتشكل بها الرأي العام[2].

[1] يوسف تمار، **مبادئ البحث العلمي، المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية**، نفس المرجع السابق، ص 16.

[2] Gershkoff, Amy, &Kushen, shana, **Shaping public opinion: the 9/ 11– Iraq connection in the Bush administration's rhetori**c, perspectives on politics, volume3, Issue3, 2005, pp 525- 537, Published online by Cambridge UniversityPress: https://sgadaria.expressions.syr.edu/wp-content/uploads/2012/03/Iraq-article_Gershkoff_Kushner.pdf

إجرائيا

يقصد بمفهوم تشكيل اتجاهات الرأي العام في دراستنا هو العملية التي يتم من خلالها وبمقتضاها تأطير اتجاهات، واهتمامات، ومفاهيم مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وذلك من خلال محتويات فيديوهات اليوتيوب.

كما نقصد بمصطلح تشكيل اتجاهات الرأي العام (Public opinion Shaping Attitude) هي العملية التي يتم فيها عملية تكوين وتشكيل معارف مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة للمواضيع المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية.

4. اتجاه (**Attitude**):

شغل مفهوم الاتجاه من حيث التعريف والطبيعة ذهن الباحثين من علم النفس، وعلم الاجتماع، ولعل هذا ما يمكن ملاحظته من جملة التعاريف التي سنوردها فيما يلي، حيث تشير المراجع إلى أن مصطلح الاتجاه (Attitude) "ظهر في علم النفس منذ عام 1909 و 1910، واتسع استخدامه لدرجة أن بعض علماء النفس الأوائل أمثال "توماس Thomasوبوجارنس" ذهبوا للقول أن علم النفس الاجتماعي ما هو إلا الدراسة العلمية للاتجاهات"[1].

لغوياً:

يعرفه "معجم اللغة العربية المعاصرة" على أنه: "تهيّؤ عقليّ لمعالجة تجربة أو موقف من المواقف تصحبه عادةً استجابة خاصّة، ميل، نزعة "اتّجاه سياسيّ معتدل/ فكريّ/ مضادّ- اتّجاهات متطرفة- في جميع الاتّجاهات."[2]

[1] الهامي عبد العزيز إمام، مرجع سبق ذكره، ص 57.

[2] أحمد مختار عمر، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، عالم الكتاب، القاهرة، 2008، ص250.

كما جاء في "المعجم الوجيز في مصـــطلحات الإعلام" أن الاتجاه "هو حالة من الاســـتعداد أو التأهب العصـــبي والنفســـي تنظم به خبرة الفرد، وتكون بذلك ذات أثر توجيهي، تدل على اســـتجابته للموضوعات والمواقف"[1].

اصطلاحا:

اختلف علماء النفس في تصـــورهم لمفهوم الاتجاه، ونتج عن اختلاف رؤيتهم العديد من التعريفات نحددها فيما يلي:

يعد مصـطلح (الاتجاه) من المفاهيم الأسـاسـية المتعلقة بالفرد على النطاقين الخاص والعام، حيث يحدد الباحثون المصطلح على صعيدين: صعيد خاص بالفرد (الاتجاه الخاص بالفرد)، وعلى النطاق الجماعي (الاتجاه العام).

فالاتجاه وفقا لتعريف (جوردن ألبورت) Allport , Gordonعالم النفس الأمريكي: "حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الإنسان والتي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به"[2].

أما بالنسبة لـــ عالم النفس الاجتماعي الفرنسي (Roger Mucchielli) فإن الاتجاه هو" موقف مولد للآراء والأفعال حول موضـــوع معين أو في ظل ظروف معينة، ويمكن أن يكون هذا الموقف في ذاته تحيين لاتجاه ضامر، بمعنى استعداد مسبق لاستشعار المشاكل بطريقة معينة والاستجابة لها على نحو معين".[3]

فيما عرفته "حميدة سميسم":" حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي والذي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات أثر توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير

[1] إبراهيم السامرائي، **المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام**، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، 1999، ص 141.

[2] الهامي عبد العزيز إمام، مرجع سبق ذكره، ص 57.

[3] Roger, Muchielli, **Le questionnaire dans l'enquête psychosociale**, **connaissance du problème et application**, les édition ESF, Paris, 1979, p97

هذا الاتجاه التي قد تكون إيجابية أو سلبية، نوعية أو عامة...فهو تعبير عن نزعة الإنسان للاستجابة إلى حادث معين أو فكرة معينة بطريقة محددة سلفا"[1].

أما الباحثة اللبنانية "مي العبد الله" فتعرف الاتجاه على أنه:" ميل مستقر إلى حد كبير، يحمل مجموعة من المشاعر والعواطف والأفكار والمفاهيم ذات الأبعاد المتعددة، للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأمور، والمواقف، والأفراد، والجماعات"[2]

والملاحظ من التعريفات السابقة بأنها تؤكد على أن الاتجاه هو حصيلة تأثر الفرد بالمثيرات العديدة التي تتولد عن اتصال الفرد ببيئته الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، وحتى السياسية منها. فيما تختلف التعاريف سابقة الذكر في مصدر الاتجاه بين من يعتبرها فطرية لدى الفرد بمعنى تولد وتترعرع معه، أما أصحاب الطرح الثاني فيرون أن الاتجاه مكتسب وليس فطري. وهو ما جعل علماء النفس الاجتماعي إلى تحديد ثلاث مكونات أساسية للاتجاه (معرفية- وجدانية انفعالية- نزوعية أي سلوكية).

إجرائيا:

تستخدم الدراسة مصطلح الاتجاه بمعنى موقف كل من قنوات اليوتيوب محل الدراسة نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وكذا موقف مستخدمي اليوتيوب من القضية المطروحة الذي يمكن أن يقاس من استعدادهم للتعرض لمضامين تمكنهم من تبني اتجاه متعلق بالموضوع محل الدراسة، والذي ينعكس من خلال أرقام مشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالموضوع، أو حتى من خلال تعليقاتهم على القضية محل الدراسة سواء كان ذلك بالإيجاب تأييدا أو معارضة أو سلبي (لامبالاة).

9. الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها

كشفت عملية مسح الأدبيات البحثية (Literature Review) المرتبطة بموضوع الدراسة عن اتساع مفهوم "تشكيل اتجاهات الرأي العام"، وتغلغله في عديد المجالات العلمية، وارتباط الموضوع بعدة مؤسسات على غرار المؤسسات الإعلامية بما فيها القديمة والرقمية، مؤسسات تجارية، وكذلك سياسية. لذا

[1] حميدة سميسم، **نظرية الرأي العام**، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005، ص58

[2] مي العبد الله، **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات**، دار النهضة العربية، لبنان، 2014، ص16

قامت الباحثة بالاطلاع على العديد من الدراسات التي تناولت الموضوع بطريقة أقرب لموضوع دراستنا تم اختيارهم على أساس جدتها، وعلى أساس خدمتها للموضوع أو إحدى جوانبه الأساسية، وقد استعرضت الباحثة تلك الدراسات للاستفادة مما توصل إليها الباحثون، ولمعرفة أوجه التشابه والاختلاف، ومن ثم قامت الباحثة بتقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور؛ محور يتناول **دراسات حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام**، محور يضم **دراسات تتناول موقع اليوتيوب**، وحور ثالث يشمل **دراسات تتناول متغير العلاقات الجزائرية المغربية**، نعرضها على النحو التالي:

أولا: دراسات تتناول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

هناك عديد الدراسات الأجنبية، العربية، وحتى المحلية التي اهتمت بدور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من فايسبوك، تويتر...الخ، في تشكيل الرأي العام، ومن أبرز الدراسات التي يمكن عرضها فيما يلي:

سنة الدراسة	أصحاب الدراسة	عنوان الدراسة
2018	بضياف سوهيلة	الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك
2019	رضوان محمد الزعبي	دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني
2019	Philippe Duguay	Réseaux Sociaux et nouveaux espaces démocratiques : un effet sur les attitudes politiques ? الشبكات الاجتماعية والمجالات الديمقراطية الجديدة: تأثير على المواقف السياسية
2020	الجيلي، معاذ محمد	مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم 2018- 2019
2021	Shaden shabayek	behavior, opinion formation& cultural identity in social networks السلوك وتكوين الرأي والهوية الثقافية في الشبكات الاجتماعية
2021	مبارك زودة	بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، موقعي الفايسبوك وتويتر أنموذجا

سعت دراسة بضياف سوهيلة (2018) لمعرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية والرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة الفايسبوك، حيث انطلقت الدراسة

من التساؤل الرئيسي التالي: ما هي العلاقة بين شبكة الفيسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟ حيث قسمت هذا السؤال إلى خمس تساؤلات فرعية: ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفايس بوك؟ كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفايس بوك؟، ما هي مكانة شبكة الفايس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى لدى الشباب الجزائري؟ ما هو رأي الشباب في شبكة الفايس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية في الجزائر؟، كيف يتملك الشباب شبكة الفايس بوك كأداة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام؟

معتمدة في دراستها على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تتمثل في الشـــبكة الترابطية، المقابلة نصـــف الموجهة، ومجموعة النقاش، حيث طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشـــباب. حددتهم من حيث الســـن ما بين 18 إلى 29 ســـنة، 25 من جنس الذكور، و25 من جنس الإناث، من مختلف المستويات التعليمية: متوسط، ثانوي، جامعي ودراسات عليا.

ومن أهم النتائج التي توصـلت إليها الدراسـة أن الفايس بوك يعتبر مصـدرا مكملا لوسـائل الإعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، ما عدا في حالة الأزمات والانتخابات، فيتحول إلى مصدر رئيس بسبب المعالجة المنحازة ونقص المعلومات في وسائل الإعلام التقليدية. كما توصلت الدراسة إلى أن 84٪ يستخدمون الفايس بوك كمصدر للمعلومات المتعلقة بالقضايا السياسية، وأن نسبة 50٪ يؤيدون أن يكون الفايس بوك فضاء القضايا السياسية ولكن بتحفظ، في حين نسبة 30٪ يوفضون تماما أن الفايس بوك يمكن أن يكون وسيلة ناجعة لنقاش القضايا السياسية، في حين نسبة 20٪ يؤيدون فكرة أن الفايس بوك يكون ناجعا في مناقشة القضايا السياسية بالنسبة لتقييم الشباب لمناقشة القضايا السياسية في الجزائر[1].

تستفيد دراستنا من الشق النظري لهذه الدراسة، والتي تتقاطع مع دراستنا في جزئية مهمة وهي تشكيل الرأي العام عبر مواقع التواصـــل الاجتماعي، إلا أن دراســـتنا تركز على دور موقع اليوتيوب في عملية تشـــكيل اتجاهات الرأي العام، في حين تركز الباحثة في أطروحتها عن اســـتخدامات وتمثلات الشـــباب لكل من موقعي

[1] بوضياف سهيلة، **الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، 2018، ص127-300.

الفايسبوك وتويتر، كما أن الدراستان تختلفان من حيث أدوات جمع البيانات حيث تستعين الباحثة بأداة واحدة وهي الاستبيان فيما تستعين دراستنا بكل من تحليل المضمون والاستبانة.

دراسة رضوان محمد الزعبي (2019) التي اهتمت بالبحث عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، باستخدام منهج المسح الوصفي وأداة الاستبانة التي وزعت على عينة قوامها (364) مفردة من الشباب الجامعي الأردني في إقليم الشمال، ممثلا بجامعتي اليرموك الحكومية وجدارا الخاصة.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن جمهور الشباب الجامعي الأردني يميل لمتابعة القضايا السياسية العالمية على المحلية والعربية، ويميل للقضايا السياسية التي تتصف بالاحتجاج والاعتصام، وكانت قضية تداعيات ضحايا السيول هي قضية الرأي العام الأبرز لديه.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك درجة مرتفعة في السببية والفهم والتسلية الهادفة وراء اعتماد الشباب الجامعي الأردني، على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية، مع درجة متوسطة في التوجيه، وهناك درجة مرتفعة في المتوسط العام للآثار المعرفية والوجدانية، مع درجة متوسطة للآثار السلوكية في تشكيل الرأي العام في القضايا السياسية لدى الشبا الجامعي الأردني. [1]

التعقيب: تتقاطع هذه الدراسة مع شق من دراستنا في الاهتمام بدراسة وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي وكذا في الاهتمام المشترك بتشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية، لكن كلا الدراستين تختلف من حيث عينة الدراسة ورقعتها الجغرافية، حيث تشمل دراستنا مستخدمي موقع اليوتيوب الجزائريين، في حين حصر الباحث عينة دراسته في الشباب الجامعي الأردني.

دراسة Philippe Duguay (2019)

جاءت الدراسة تحت عنوان: الشبكات الاجتماعية والمجالات الديمقراطية الجديدة: تأثير على المواقف السياسية، حيث هدفت الأطروحة التعرف على تأثير الشبكات الاجتماعية على المواقف السياسية، وعليه

[1] رضوان محمد الزعبي، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني**، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2019.

تستكشف الدراسة أنواع السلوك الرقمي المرتبط بمرونة المواقف السياسية، ومدى التغيرات الملحوظة في المواقف بمرور الوقت. حيث تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الاستقصائية، التي تستقصي المواقف السياسية للشباب الكندي، كما استعانت الدراسة بأداة تحليل المحتوى لموقع (Reddit.com).

أظهرت نتائج الدراسة أن التدفق الكبير للأعضاء الجدد عبر الشبكات الاجتماعية يزيد من عدم التجانس الأيديولوجي بين المبحوثين، بالرغم من زيادة تجانس المواقف المعبر عنها في العديد من المجتمعات، كما تبين الدراسة أن الاستدلال العددي للقبول الاجتماعي يعكس مجموعة من المواقف في سياقات مختلفة، ويبرز ذلك من خلال الأيديولوجيات المستخدمة عبر الشبكات الاجتماعية للتأثير على المواقف السياسية للمستخدمين، والتي تستعين بالتضخيم والاقناع بالاستمالة عواطف المستخدمين.[1]

تهتم هذه الدراسة الأجنبية بمواقع التواصل الاجتماعي كفضاءات ديمقراطية جديدة، حيث تتقاطع هذه الدراسة مع موضوع دراستنا من حيث اهتمامه بالتأثيرات السياسية ومحاولة استكشاف كلا الدراستين لأنواع السلوك الرقمي المرتبط بمرونة المواقف السياسية، كما تتقاطع كلاهما من حيث أدوات الدراسة والمتمثلة في كل من تحليل المضمون والاستبيان. إلا أن دراستنا تتخصص في موقع اليوتيوب دون غيره من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

دراسة الجيلي معاذ محمد (2020)

سعت الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام النوعي تجاه القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث انطلقت الدراسة من طرح الإشكالية التالية: إلى مدى يمكن توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام النوعي؟

استعان الباحث بالمنهج الوصفي، كما اعتمد على أداة الاستبانة، التي شملت عدد من المستخدمين بولاية الخرطوم.

[1] Philippe Duguay, **réseaux sociaux et nouveaux espaces démocratiques : un effet sur les attitudes politiques**, thèse de doctorat en science politique, université du Québec à Montréal, 2019

ومن أبرز النتائج التي توصـل إليها الباحث، إثبات أن مواقع التواصـل الاجتماعي لها دور فاعل في تشكيل اتجاهات وسلوك الجمهور تجاه الرأي العام النوعي، كما اتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بديلة للإعلام التقليدي وذلك لوصولها لعدد كبير من المستخدمين بسهولة وسرعة، كما تبين أنه توجد مساحة حرية تتيحها مواقع التواصـل الاجتماعي بالنسـبة للنشـطاء عبر هذه المواقع، مقارنة بما تتيحه وسـائل الإعلام القديمة، مما يعزز من فرص تشكيل الرأي العام النوعي. [1]

التعقيب: تتداخل هذه الدراسـة العربية مع موضـوعنا في نقطة واحدة، تتمثل في الاهتمام بدراسـة دور مواقع التواصـل الاجتماعي في تكوين الرأي العام تجاه القضـايا السياسية، إلا أنها تهتم أيضـا بالجوانب المختلفة لمواقع التواصـل الاجتماعي بشـقها: الاقتصـادي والاجتماعي والثقافي، وحتى السياسي، كما تختلف الدراستين من حيث تركيز كل موضـــوع عن نقطة مختلفة، حيث تهتم دراســتنا باتجاهات الرأي العام، في حين تركز هذه الدراسة التي طبقت على المجتمع السوداني، على الرأي العام النوعي.

دراسة Shaden(2021)

اهتمت الدراسة أيضا بالبحث عن تكوين الرأي العام في الشبكات الاجتماعية، من زاوية أخرى درس الموضوع الهوية الثقافية وتفاعل الأقران في سياقين مختلفين، حيث تتمثل المساهمة الرئيسية للفصل في إظهار أنه اعتمادًا على نمط التفاعل بين الوكلاء، فإن معرفة هويتهم من قبل المخطط قد تكون مهمة أو لا تكون كذلك يدرس الفصـل الثاني تكوين الرأي في الشـبكات الاجتماعية، من خلال مراعاة عدم المسـاواة في الانتباه تجاه الآراء المعبر عنها، كما أتاح الوصـــول إلى الإنترنت في مئات البلدان وتوافر العديد من منصـــات الشـــبكات الاجتماعية لمليارات الأشـــخاص إمكانية أن يكون لهم صـــوت والتعبير عن رأي والاســـتماع إلى وجهات نظر مختلفة وأن يكونوا جزءًا من قبيلة عالمية.

[1] الجيلي، معاذ محمد، ***مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم 2018– 2019***، جامعة افريقيا العالمية، قسم الإعلام، السودان، 2020.

وتوصلت الدراسة إلى أن الظهور على الإنترنت يتبع قانون سلطة حيث يجذب 1٪ من المحتوى المتاح أكثر من 90٪ من انتباه المستخدمين .6 حفنة من السياسيين والفنانين والعلماء، يعملون كقادة رأي يصنعون المحتوى ويتفاعلون مع بعضهم البعض ويؤثرون على الرأي العام ويحظون باهتمام جماهير المستخدمين الجزيئي[1].

تلتقي هذه الدراسة مع موضوع دراستنا بالبحث عن تكوين الرأي العام في الشبكات الاجتماعية، إلا أن هذه الدراسة الأجنبية تتعمق في البحث عن الموضوع بربطه بعنصر الهوية الثقافية وتفاعل الأقران في سياقين مختلفين.

دراسة مبارك زودة (2021)

انطلقت الدراسة من طرح سؤال الإشكالية كيف يتم بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر فيسبوك وتويتر، كما قسمت الباحثة هذا السؤال إلى الأسئلة الفرعية التالية: ما هي دوافع، عادات، وأنماط استخدام فيسبوك وتويتر لدى عينة الدراسة؟، ما هي نختلف تصورات عينة الدراسة لمفهوم وخصائص الرأي العام ومؤسساته وأشكاله؟، فيما اهتم التساؤل الثالث بالبحث عن كيف تتم عملية بناء الرأي العام في المجتمعات الافتراضية عبر فيسبوك وتويتر؟ أما السؤال الرابع فيبحث عن كيف تتم عملية تشكيل الرأي العام، وماهي أهم مظاهر تشكله في فيسبوك وتويتر؟

وقد قامت الباحثة من خلال دراستنا بالاستعانة بأداة الاستمارة الالكترونية، حيث تم توزيعها على عينة عرضية مكنونة من 390 مفردة من مستخدمي الفايسبوك، وعينة أخرى مكونة من 390 مفردة من مستخدمي تويتر، كما اعتمدت على المنهج المسحي، وكذا المنهج المقارن لمقارنة كيفية بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر موقعي فيسبوك وتويتر لدى عينة الدراسة في مستخدمي فيسبوك من جهة، ومستخدمي تويتر من جهة أخرى.[2]

---

[1] Shaden shabayek, **behavior**, **opinion formation& cultural identity in social networks**, these pour l'obtention du titre docteur en economie, université paris1, panthéon sorbonne, paris- Jourdan sciences economique, 2021.

[2] مبارك زودة، **بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية موقعي الفايسبوك وتويتر أنموذجا**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2020.

وأوضـــحت نتائج الدراســـة أن هنالك تباين بين النتائج المتعلقة بالفيســـبوك وتويتر، حيث لا يتفق مســـتخدمو كلا الموقعين حول كيفية توفير فيســـبوك وتويتر مجال عام للمســـتخدمين ومســـاحة حرة لهم لتناول القضـــايا ذات الاهتمام المشـــترك، حيث أكد مســـتخدمو فيســـبوك أن هدا الموقع وفر مجال عام للمبحوثين ومســـاحة حرة لهم لتناول القضـــايا ذات الاهتمام المشـــترك لأنه فضـــاء مفتوح وحر يندمج فيه المواطنون كقوة تشـمل النخبة والعامة معا، فيما أكد مسـتخدمي تويتر أنه أدى إلى تعزيز النقاش المجتمعي حول القضـايا ذات المصـلحة العامة. كما توصـلت الدراسـة أيضـا إلى أن المبحوثين يعتبرون تويتر وسـيلة تعبئة الرأي العام وتشـكيله بنسبة ثلث المبحوثين، نظرا لاتساع عدد المشاركين للقضايا المتناولة ذات الاهتمامات المشتركة في موقع تويتر.

تهتم هذه الدراسـة ببناء الرأي العام وتشـكيله في المجتمعات الافتراضـية عبر فيسـبوك وتويتر، وتلتقي مع دراستنا في الجزئية المتعلقة بتشكيل الرأي العام، وعليه تم الاستفادة من هذه الدراسة لفهم كيفية عملية تشكيل الرأي العام.

ثانيا: دراسات تتناول موقع اليوتيوب

بعد البحث المطول على دراســـات ســـابقة تتناول دور موقع اليوتيوب في جانبه الســـياســـي، لم تجد الباحثة دراسة مشابهة لموضوع الدراسة، إلا أن هنالك دراسات جديدة تهتم بموقع اليوتيوب في جوانب مختلفة: اتصالية، اقتصادية، ومن أبرز الدراسات السابقة التي اختارتها الباحثة ما يلي:

سنة الدراسة	أصحاب الدراسة	عنوان الدراسة
2020	**Sana el Mouldi**	**المجتمعات الافتراضـية على YouTube: عندما تشـترك العلامات التجارية مع اليوتوبورز youtubeurs**
2020	**Steven Buckley**	اليوتيوب والمجال العام: ما هو الدور الذي يلعبه اليوتيوب في المسـاهمة في فكرة المجال العمومي لهابرماس.
2021	عبد الرحمن قدي	تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيســـبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، دراسة إثنوغرافية على الخط لعينة من المستخدمين الشباب في الجزائر
2022	إلياس شويخي	التسويق الخفي في قنوات اليوتيوب وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك.

دراسـة Mouldi(2020) التي سـعت إلى البحث عن موقع اليوتيوب كفضـاء تسـويقي جديد وقدرته على التأثير في مسـتخدميه، وعليه ركزت الدراسـة على العلاقة بين المؤثرين والمعلنين في اليوتيوب، وتأثير

هذه العلاقة على موقف المشـــتركين، كما اســـتعانت الباحثة بالمنهج النوعي الذي أجرت من خلاله مقابلات شـبه منظمة مع مسـتخدمي اليوتيوب من أجل فهم سـلوكهم بشـكل أفضـل على هذه الشـبكة الاجتماعية (الدوافع والعوائق التي تحول دون الاشـتراك، وأهمية اللياقة البدنية / الشـخصـية لمسـتخدمي اليوتيوب، والمواقف تجاه الشراكات، وما إلى ذلك)، بعد ذلك، سيتم تنفيذ دراسة اثنوجرافية لمستخدمي اليوتيوب في مجال الموضة والجمال، كما استعانت الباحثة بأداة تحليل المحتوى.

ومن أبرز النتائج التي توصـلت إليها الدراسـة: كشـفت المقابلات الفردية وشـبكة الإنترنت عن مواقف مختلفة للمشـــتركين تجاه الشـــراكات. من بين المواقف المحددة، يمكن الاســـتشـــهاد بما يلي(الإفراط في الشراكات) في الواقع، لدى بعض المشتركين انطباع بأن مقاطع الفيديو الوحيدة التي ينشرها بعض مستخدمي **اليوتيوب** هي مقاطع فيديو شراكة، مما يقلل من مصداقيتهم، وبالتالي، سيكون من المثير للاهتمام أكثر لمنشئي المحتوى تبديل مقاطع الفيديو الدعائية ومقاطع الفيديو غير المدعومة للحفاظ على التوازن في قناتهم والفوز بمصـداقية مشـتركيها، أما الشـراكات غير محددة: أوضـح العديد من المشـتركين أنهم منزعجون جدًا لأن بعض منشئي المحتوى لا يحددون متى يكون الفيديو شراكة مع علامة تجارية وعدم التصريح بالمعلومات الكافية حول الاتفاقية والشـراكة بينهما، كما بينت الدراسـة مقاطع فيديو الشـراكة طويلة جدًا: باسـتخدام المؤثرين، ترغب العلامات التجارية في وضـــع أكبر قدر ممكن من المعلومات في مقطع فيديو، ولكن هذا قد يكون له عواقب سلبية على مواقف المشتركين الذين يتوقعون مقاطع فيديو قصيرة وبسيطة، أفضل تقدير لمقاطع الفيديو التي لا تتجاوز مدتها 10 دقائق.[1]

اهتمت دراســة (Buckley)(2020) بالبحث عن التغيرات التي طرأت على طريقة اســتهلاك الجمهور الغربي للأخبار والتفاعل معها خلال العقد الماضـي، حيث شـكلت بداية اسـتخدام منصـة مشـاركة الفيديو YouTube في عام 2005 بالموازاة مع تحسـين سـرعة الإنترنت حسـب هذه الدراسـة، نظامًا أساسيًا جديدًا يمكن من خلاله استهلاك مجموعة متنوعة من المحتويات بسهولة. يقدم مفهوم هابرماس للمجال العام إطارًا مفاهيميًا لتحليل كيفية مساهمة YouTube في تحقيق ديمقراطية سليمة وذلك من خلال دراسة

[1] Sana el Mouldi, **communautés virtuelles sur youtube : quand les marques s'associent aux youtubeurs**, thèse pour obtenir le grade docteur, gestion et management, université de Bordeaux, école doctorale de l'institut supérieur de gestion, 2020, pp178-290

كيفية تحميل جوانب مختلفة من مقاطع الفيديو على YouTube لصالح قنوات المؤسسات الإخبارية CNN وFox News وBBC News والجزيرة الإنجليزية وThe Young Turks.

حيث هدفت هذه الأطروحة إلى تحديد الدور الذي يمكن أن يلعبه YouTube من خلال مفهوم هابرماس عن المجال العام. وتتكون عينة الدراسة من 1239 مقطع فيديو تم تحميله بواسطة المؤسسات الإخبارية الخمس على مدار أسبوعين منفصلين. تم اتباع منهج مختلط حيث تم إجراء تحليل المحتوى والتحليل الآلي للمشاعر. تم استخدام تحليل المحتوى لتحديد الروابط إن وجدت عبر العديد من المتغيرات المسجلة في جمع البيانات. استخدم التحليل الآلي للمشاعر برنامج " SentiSt Strength" لتحديد مستويات اللغة الإيجابية والسلبية المستخدمة في عناوين مقاطع الفيديو. بالإضافة إلى ذلك، تمت مناقشة عدد من دراسات الحالة المتعلقة بأنواع تعليقات المستخدمين من أجل استكشاف المساهمة المحتملة التي يمكن أن يقدموها في المجال العام.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن مقاطع الفيديو الإخبارية لعبت دورًا في مستويات تفاعل المستخدم. بالإضافة الى ذلك، كان لمشاعر اللغة المستخدمة في عناوين مقاطع الفيديو تأثير أيضًا، حيث أدت العناوين ذات المشاعر السلبية إلى مزيد من تفاعل المستخدم حيث أن استكشاف تعليقات المستخدمين تعتبر رمزًا لاتجاهات مماثلة موجودة في أبحاث الاتصالات. كما تبين نتائج الدراسة أنه يُنظر إلى YouTube على أنه يساهم في فكرة هابرماس عن المجال العام. ومع ذلك، نظرًا لجانب العاطفة الموجود في البيانات التي تم تحليلها، تقترح هذه الأطروحة أنه بسبب العملية المستمرة للتهجين الإعلامي، فإن إطارًا مفاهيميًا جديدًا للمجال العام يقترح كيفية تطوير كل من المناقشات المدروسة وكذلك تلك التي تعبر عن المشاعر بطريقة علنية.[1]

[1] Buckley, Steven, ***YouTube and the public sphere: What role does YouTube play in contributing towards Habermas' notion of the public sphere***, PhD Thesis, Cardiff University, Item availability restricted, 2020, pp167-233

تلتقي هذه الدراسة مع موضوع دراستنا في الاهتمام بموقع اليوتيوب كوسيط إعلامي جديد، كما أنهما يلتقيان في تحليل مضامين قنوات إعلامية ناشطة عبر اليوتيوب، إلا أن دراستنا تتوسع في دراسة النشطاء السياسيين عبر اليوتيوب.

دراسة **عبد الرحمن قدي** (2021)تمحورت المشكلة البحثية لدراسة **عبد الرحمن قدي**، حول استكشاف ظاهرة تلقي المنشورات ـــ النصوص، الصور، مقاطع الفيديو...إلخ)، ذات المحتوى الإعلامي عبر المجتمعات الافتراضية في شبكتي التواصل الاجتماعي YouTubeوFacebook ، حيث هدفت الدراسة إلى تحليل ظاهرة تلقي الرسائل الإعلامية وفهمها بمعزل عن ظاهرة الاستخدام الاجتماعي، حيث تطرح الدراسة سؤال الإشكالية التالية: كيف يتيح تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي YouTubeوFacebook إدراك الواقع الاجتماعي للمستخدمين الجزائريين الشباب المشاركين في البحث؟، حيث تم تقسيم هذا السؤال إلى أربع تساؤلات فرعية طرحها الباحث كما يلي:

ما هي أنواع السياقات التي يتلقى المبحوثين ضمنها الرسائل الإعلامية لموقعي YouTubeو Facebook ؟، كيف تؤثر الفروقات الديمغرافية بين المشاركين في البحث على اختيارهم للرسائل الإعلامية التي يتلقونها؟ كيف تؤثر التجارب الاجتماعية للمشاركين في البحث على فهم- تأويل الرسائل الإعلامية التي يتلقونها؟، كيف يؤدي فهم- تأويل معاني الرسائل من قبل المشاركين في البحث إلى إدراك واقعهم الاجتماعي؟

وللوصول لإجابات حول سؤال الإشكالية والتساؤلات الفرعية سابقة الذكر، قام الباحث بتشكيل عينة قصية عددها 18 شاب تتراوح أعمارهم ما بين 25، 30 سنة يستخدمون موقع اليوتيوب وموقع الفيسبوك بشكل دائم، حيث تم جمع البيانات الكيفية حول تلقيهم لمحتويات الشبكتين بالمقابلة النصف موجهة على الخط كأداة رئيسية، والملاحظة دون مشاركة على الخط كأداة مساعدة.

أما أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، بينت أنه مازالت جهود تكييف الإثنوغرافيا وأدواتها المنهجية غير كافية لتقصي أثار الكثير من الممارسات والتفاعلات التي تحدث في المجتمعات الافتراضية، مما يعني عدم إمكانية دراستها بعمق أكبر، وأن أغلب مجتمعات اليوتيوب والفيسبوك التي يهتم المشاركون في البحث

بتلقي الرسائل الإعلامية منها تمثل سياقات محلية أو وطنية، قد تكون مستقلة عن الواقع الطبيعي أو تمثل امتدادا لتنظيم اجتماعي.[1]

تتقاطع هذه الدراسة مع شق من دراستنا وهو تلقي الفيديوهات ذات المحتوى الإعلامي، إلا أن دراستنا تهتم بموقع اليوتيوب ومضامينه التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربي، إلا أن دراسة الباحث تهتم بدراسة المحتويات الإعلامية عبر المجتمعات الافتراضية، بما في ذلك المنشورات ـــــ النصوص، الصور، مقاطع الفيديو...إلخ)، لكل من موقعي الفايسبوك واليوتيوب.

دراسة إلياس شويخي (2022)[2] سعت الدراسة للتعرف على كيفية تجلي التسويق الخفي في قنوات الطبخ والتدابير المنزلية في اليوتيوب الجزائري كون هذين التخصصين الأكثر اعتمادا على هذا النوع من التسويق، كما أنها هدفت إلى تتبع سلوكيات المستهلكين الشرائية واقتفاء آثار تعرضهم لمحتويات قنوات اليوتيوب المتضمنة للتسويق الخفي. انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي: كيف يتجلى التسويق الضمني في قنوات الطبخ والتدابير المنزلية الجزائرية على اليوتيوب وما أثره على السلوك الشرائي للمستهلك. وللإجابة على هذا السؤال والأسئلة الفرعية اعتمد الباحث على المنهج المختلط (المسحي الإثنوغرافي)، فكانت أداة المنهج المسحي استمارة تحليل المضمون التي طبقت على عينة عمدية قوامها إثني عشر فيديو (12) من ثلاث قنوات يوتيوب، أما أداتي المنهج الإثنوغرافي فكانتا الملاحظة والمقابلة الإثنوغرافيتين اللتين تم بهما استقاء بيانات عينة عمدية قوامها ستة عشرة (16) حالة من حالات المعاينة بمحلي The Market وسوبيرات الرايس بمدينة سطيف بالجزائر.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة أبرزها: أن للتسويق الخفي أثر بالغ في تعزيز السلوك الشرائي للمستهلك، كما أن المساحة الزمنية التي تشغلها المنتجات المسوق لها خفية في قنوات الطبخ والتدابير المنزلية على اليوتيوب الجزائري مرتفعة جدا، وتتموقع غالبا قريبة من الموضوع كدلالة لإبراز أهميتها.

---

[1] عبد الرحمن قدي، **تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيسبوك وعلاقته بادراك الواقع الاجتماعي، دراسة إثنوغرافية على الخط لعينة من المستخدمين الشباب في الجزائر**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، 2021.

[2] إلياس شويخي، **التسويق الخفي في قنوات اليوتيوب وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك، دراسة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام**، الأكاديمية العربية في الدنمارك، قسم الصحافة والإعلام، 2022.

تتقاطع هذه الدراسة مع شق من دراستنا وهو الاهتمام بموقع اليوتيوب والقنوات الجزائرية الناشطة عبره كفضاء إعلامي جديد، كما تتقاطعان أيضا من حيث مستويات البحث المتمثلة في كل من مستوى الرسالة والمحتوى، ومستوى المستخدمين، أو جمهور هذه الوسيلة، إلا أن دراستنا تختلف من حيث مجال الاهتمام بالجانب السياسي لليوتيوب، إلا أن هذه الدراسة تهتم بالبحث عن الجانب التسويقي التجاري لقنوات اليوتيوب.

ثالثاً: دراسات تناولت العلاقات الجزائرية المغربية

من خلال البحث عن الدراسات التي اهتمت بدراسة العلاقات الجزائرية المغربية تبين أن هنالك 25 دراسة متوفرة عبر البوابة الوطنية للإشعار بالأطروحات تهتم بهذا المتغير، منذ فترة الاستقلال من عام 1830 إلى غاية عام 2020 وهو ما يبرز مدى اهتمام الباحثين في مجال العلوم السياسية والعلاقات الدولية، وكذا علوم الإعلام والاتصال، وحتى الباحثين في التاريخ بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، ومدى تعقيده من جهة أخرى، وعليه قامت الباحثة باختيار أبرز الدراسات التي تتضح كما يلي:

سنة الدراسة	أصحاب الدراسة	عنوان الدراسة
2007	**سعاد سراي**	**العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة "الخبر"، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة بين 2000و 2005**
2017	**فتيحة داودي**	**تحليل وضع الحدود الجزائرية المغربية: الحياة اليومية لشعب مشترك**
2020	**نائلة باشا**	**العلاقات الجزائرية المغربية من خلال الصحافة الجزائرية المكتوبة دراسة تحليلية لعينة من يوميتي الشعب والخبر**

دراسة سعاد سراي (2007) اهتمت الدراسة بالبحث عن تناول جريدة الخبر لموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، وعليه انطلقت الباحثة من طرح إشكالية البحث التي تهتم بالإجابة عن السؤال الجوهري: كيف عالجت "الخبر" موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟، وقد أدرجت الباحثة ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الذي حددتها في سبع تساؤلات جاءت كما يلي:

- ما مدى اهتمام "الخبر" بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية من حيث: الموقع، الأنواع الصحفية، المصدر؟
- ما هي دلالات العناوين؟ وما هي مراكز الاهتمام في الصورة الصحفية؟

- ماهي القضايا والملفات الأساسية والثانوية المشكلة لموضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟
- كيف عالجت "الخبر" قضـــية الصـــحراء الغربية في إطار العلاقات الجزائرية المغربية بالنظر إلى الأطراف الفاعلة فيها؟
- ما هو موقف الجريدة من موضوع العلاقات الجزائرية المغربية بكلياته وجزئياته؟
- ماهي فترات الحضور والغياب للموضوع من خلال جريدة "الخبر"؟
- ما هي الأساليب المستخدمة في سياق البرهنة؟

ولمعالجة أبعاد مشـكلة الدراسـة اسـتعانت الباحثة بمنهج المسـح إضـافة إلى المنهج التاريخي وذلك من خلال الرجوع إلى الماضـــي بغية التعقيب عن الأحداث والظواهر، كما اعتمدت الباحثة عن أداة تحليل المضـــمون، وقد كانت مادة التحليل هي المقالات المنشـــورة في جريدة الخبر حول موضـــوع العلاقات الجزائرية المغربية، وقد اعتمدت الباحثة على أسـلوب الحصـر الشـامل لجميع الأعداد التي تناولت الموضـوع نظرا لكون جريدة "الخبر" تناولت الموضوع بطريقة متقطعة وغير منتظمة، كما استعانت الباحثة في تحليلها لمضمون جريدة الخبر على جملة من فئات التحليل، قسـمتها إلى قسـمين: قسـم يهتم بمجموع الفئات التي تصـف كيفية أو أسـلوب تقديم أو عرض المحتوى، وتهتم بالإجابة عن السـؤال: كيف قيل؟، وقسـم أخر يمثل مجموع الفئات التي تصف المعاني والأفكار التي تظهر. في المحتوى، وهي الفئات التي تهتم بالإجابة عن السؤال: ماذا قيل؟ كما جاء اختيار الباحثة للفئات التالية: فئة الموقع، فئة الأنواع الصـــحفية، فئة المصـــدر، فئة الموضـــوع، فئة الاتجاه، كما استعانت الباحثة بوحدتي تحليل وهما وحدة التسجيل ، ووحدة السياق التي استعانت بالفقرة كوحدة للتحليل.

وتؤكد نتائج الدراسـة الميدانية التي توصـلت إليها الباحثة، إلى أن موضـوع العلاقات الجزائرية المغربية غالبا ما تم ادراجه على واجهة الصفحة الأولى، بحيث يأخذ محل عنوان رئيسي، ومعظم المواضيع تكون مرفوقة بصورة، أما بالنسبة للأنواع الصحفية التي تم الاستعانة بها من قبل الجريدة، اعتمدت "الخبر" بنسبة كبيرة على التقارير التي تمكن المحرر من الإحاطة بالموضوع من مختلف جوانبه، أما المصادر، استندت الخبر بصورة أساسية على المصـادر ذات الطابع الرسمي، ومن مسـتوى عالي: رئيس الجمهورية الجزائرية، ملك المغرب، وزراء الداخلية والخارجية لكلا البلدين، مما يقدم مصداقية للأخبار والمعلومات.

كما كشفت الدراسة أن موقف جريدة "الخبر" من القضية الصحراوية هو نفسه الموقف الرسمي للدولة الجزائرية، كما تقف الخبر موقفا معارضـا لطروحات المغرب حول هذا الملف، وحول سـياسـته المنتهجة ضـد

الجزائر، كما تبين من خلال الدراسة أن الاتجاه العام للمعالجة غلب عليه الطرح المحايد، حيث حاولت جريدة "الخبر" توخي الحياد في معالجتها للموضوع. كما كشفت دراسة الباحثة أن الخبر تلجأ لإقناع القارئ بموقفها من الموضوع لأسلوبين أساسيين في سياق البرهنة، وهما الاستعانة بالحجج التاريخية، والمقابلة بين مواقف وتصريحات الطرفين، والتركيز على الجانب التناقضي بينهما كدعوة الجزائر إلى تفعيل العمل المغاربي، مقابل إصرار المغرب على مقاطعة القمم المغاربية، كما أن جريدة الخبر تتناول الموضوع على أساس ثلاث معالم كبرى: التضخيم(المبالغة في تصوير الحدث، كأن لا يعكس العنوان المضمون، كعنوان يتحدث عن حرب وشيكة بين الطرفين، في حين أن المضمون يتناول حملات إعلامية)، النمطية (ويتعلق الأمر بنمطية فيما يتعلق بالأطراف الفاعلة التي تحتل نفس المواقع غالبا مغرب يصنع الحدث ويبادر بالفعل، في حين أنها تقدم الجزائر على أساس أنها الضحية)، التوازن من خلال تقديم وجهة النظر الجزائرية والمغربية أيضا حتى وان كانت وجهتي نظر الطرفين متعارضة.[1]

تلتقي هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، إلا أن الدراستين تختلف في اهتمامهما بالوسيلة الإعلامية التي تناول الموضوع، حيث تبرز جدة موضوعنا في اهتمامه بموقع اليوتيوب كفضاء إعلامي جديد، كما أن الدراسة استعانت بأداة تحليل المضمون فيما اعتمدت دراستنا على تحليل مضمون رقمي، كآلية جديدة للتحليل بالإضافة إلى استبيان يدعم الدراسة. كما تأتي الدراستين في اطارين زمنيين مختلفين، حيث جاءت دراستنا في ظل فترة قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب وكذا فترة شهد فيها الموضوع مستجدات راهنة داخلية وخارجية لكلا البلدين، وكذا ظهور مستجدات إقليمية على غرار تدشين رفض الجزائر تجديد عقد خط الغاز المغاربي الأوروبي الذي يحمل الغاز إلى إسبانيا عبر المغرب.

دراسة الباحثة المغربية فتيحة داودي[2] التي اهتمت الدراسة بتحليل تأثير إغلاق الحدود البرية بين الجزائر والمغرب على الحياة اليومية للسكان المحليين، من منظور العلوم السياسية، حيث

[1] سعاد سراي، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة "الخبر"، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة بين 2000و 2005**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2006- 2007.

[2] Fatiha Daoudi, **Analyse de situation aux frontières terrestres algéro marocaines : vie quotidienne d'une population partagée**, thèse de doctorat, université Grenoble Alpes, science politique, France, 2015

هدفت الدراســـة إلى فهم الحقائق الاجتماعية المرتبطة بإغلاق الحدود. مع الاخذ بعين الاعتبار الجانبين التاريخي والجغرافي للمغرب والجزائر، لفهم الحالة الراهنة للعلاقات بين البلدين.

انطلقت الدراســـة من الأســـئلة الفرعية التالية: هل هنالك مافيا تقوم بعملية التفاوض مع حرس الحدود الذين يخضـعون لمنطق الفسـاد لإنجاح عمليات التهريب عبر الحدود الجزائرية المغربية؟ وهل يساهم ذلك في إدامة إغلاق الحدود كوضع يسمح بإثراء هذه الفئة؟

بصـــرف النظر عن جانب المافيا هذا، هل يمكن اعتبار "الانحرافdéviance " عملية "ترشـــيد" وترتيب جديد، غير قانوني بالتأكيد، ولكنه يعيد النظام القديم لمجتمع الحدود؟ من هم مهندســو هذا التصــميم الجديد؟ ما هي وظيفة كل منهم؟ هل إزالة الذنب من أفعال "الكفاف المنحرفة" وتطبيعها نتيجة هذا الترتيب؟ هل يصبح "الانحراف" بالتالي حالة من التسوية التي تفيد مختلف أصحاب المصلحة؟

كما حصـرت الباحثة حدودها الدراسـية الجغرافية في منطقة وجدة ووهران نظرا لصـعوبة تغطية الحدود البرية بين الجزائر والمغرب كاملة. استعانت الباحثة بأداة الملاحظة بالمشـاركة حيث رافقت شـهود عيان لمعايشـة تجربة تهريب الوقود الجزائري حتى وصـــوله للحدود المغربية. كما أجرت الباحثة مقابلات مع مهربي الوقود من البلدين، كما اجرت مقابلات أخرى مع ممثلي المؤســـســـات الحكومية أو المنتخبة. لقد أتيحت لي الفرصـــة للمشـاركة والتدخل خلال اجتماعات المجتمع المدني حول عواقب إغلاق الحدود على تجربة الحدود. وأخرى مع أشخاص ذوي الخبرة في هذه القضية وأشخاص عاديين تأثروا بالوضع الحدودي.

والملاحظ على المقابلات التي أجرتها مع مختلف الجهات الفاعلة لم تكن مبنية على اســـتبيانات تم إعدادها مسبقًا باستثناء تلك التي تم توزيعها على عدد قليل من الأشخاص في الجانب الجزائري. لقد صممت أسئلتي وفقًا للأهداف والظروف.

توصلت الدراسة إلى أن عملية التهريب غير الشرعية عبر الحدود الجزائرية نحو الأراضي المغربية تتم وفق ما أسمته الباحثة "الانحراف الروتيني" بمعنى أن التهريب يتم عبر المرور على معابر ســـرية من قبل جميع مكونات هؤلاء السـكان (بمعنى سـكان الحدود) وتعتبر جزءًا من الحياة الطبيعية. وعليه توصـلت الباحثة وفق ما لاحظته من معايشتها لتجربة التهريب إلى بناء معنى آخر للانحراف من منظور سكان الحدود، وليس بالمعنى الذي قدمه

الباحث "إتش إس بيكر" H.S Becker الذي عرفه على أنه عصيان الأعراف الراسخة في المجتمع، حيث أظهر العمل الميداني أن "الانحراف"، في هذا السياق، ليس له هذا المعنى بل معنى التعدي على قاعدة لا تتناسب مع أسلوب الحياة على الحدود. حيث تبين أنها مبنية على عادة سكان الحدود لتشكيل تحالفات عائلية وتجارية على جانبي الحدود وبالتالي على مفهوم القرب. حيث بناء من ملاحظة هذا الوضع بالذات اعتمدت الباحثة على منظور "بيكريانbeckérienne " للانحراف، والنظر للموضوع من زاوية خصوصية سكان الحدود واحتياجاتهم. التي لا يمكن لهذه الخصوصية أن تستوعب إغلاق الحدود الذي يبقى قرارًا سياسيًا يقلل من شأنه. وكان مصير هذا القرار تجاوزه فور إعلانه. وهو ما يتضح هذا من خلال هذه الأطروحة.

تهتم كلا الدراستين بالعلاقات الجزائرية المغربية لكن تختلف في زاوية تناولها للموضوع، حيث تهتم الدراسة بتحليل تأثير إغلاق الحدود البرية بين الجزائر والمغرب على الحياة اليومية للسكان المحليين، من منظور العلوم السياسية، وفهم الحقائق الاجتماعية المرتبطة بإغلاق الحدود، فيما تتناول دراستنا دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربي، وكذا معرفة كيف تناولت القنوات محل الدراسة الموضوع.

دراسة نائلة باشا (2020) [1] سعت الباحثة من خلال دراستها للتعرف على مدى الاهتمام الذي توليه يوميتي "الشعب" و"الخبر" لموضوع العلاقات الجزائرية المغربية في ظل التوترات القائمة بين البلدين من جهة ومن جهة اخرى تحديد طبيعة المعالجة الصحفية لهذه العلاقات من خلال عينة من هاتين اليوميتين، كما قسمت **الباحثة سؤال اشكاليتها ما مدى اهتمام جريدتي** "الشعب" و"الخبر" بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، إلى عشر تساؤلات فرعية، تبحث عن أنماط العناوين المستخدمة، نوع القوالب والاشكال الصحفية التي عالجت من خلالها الصحيفتين موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، وكذا أصناف الصور المستعملة لمعالجة موضوعات العلاقات الجزائرية المغربية، وأيضا ما هي المصادر والاتجاهات السائدة في موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

[1] نائلة باشا، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية لعينة من يوميتي "الشعب" و"الخبر" خلال الفترة الممتدة ما بين 24 أوت 1994 إلى 24 أوت 2003**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة الجزائر 3، 2020.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأدواته، وكذا المنهج التاريخي، اما فيما يتعلق بأدوات الدراسة استعانت الباحثة بكل من أداة تحليل المضمون وكذا المقابلة.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن يوميتي الخبر والشعب قد تبنتا أسلوبين أساسيين في سياق البرهنة من خلال معالجة موضوع العلاقات الجزائرية المغربية وهذا لإقناع القارئ بموقفهما من الموضوع من خلال الاستعانة بالحجج التاريخية، حيث تنطلق اليوميتين من فكرة أن المغرب هو المتسبب الرئيسي في تدهور العلاقات الثنائية، لذلك تستند إلى أحداث تاريخية على غرار حرب الرمال 1963، فرض التأشيرة 1995، تجميد العمل المغاربي 1995، وتربطهما بالسياق الآني للتطورات لتدعيم فكرته، والتركيز على الجانب التناقضي بينهما كدعوة الجزائر إلى تفعيل العمل المغاربي، مقابل إصرار المغرب على مقاطعة القمم المغاربية.

كما توصلت الباحثة إلى أن الجريدتين اعتمدتا على أسلوب التضخيم والمبالغة التي تتجاوز حدود الاثارة لجذب القراء، والمبالغة في تصوير الحدث، كأن لا يعكس العنوان المضمون، عنوان يتحدث عن حرب وشيكة بين الطرفين في حين أن المضمون يتناول حملات إعلامية.

تهتم هذه الدراسة بتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية عبر الصحافة المكتوبة، من منظور جريدتي الشعب والخبر، فيما تهتم دراستنا بتناول العلاقات الجزائرية المغربية عبر موقع اليوتيوب.

التعليق على الدراسات السابقة:

- مؤشرات عامة على الدراسات السابقة:

من مجموعة الدراسات السابقة تم استخلاص عدة مؤشرات تبرز أهمية دراسة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية (العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجاً) وهي:

1) كشف مسح التراث العملي عن التعدد والتنوع الكبير في تطور تكنولوجيا الاتصال الحديثة استناداً إلى العديد من النظريات والنماذج العملية في هذا المجال، ولكن هناك تشابه كبيراً في تلك الانماط، فعلى الرغم من أهمية تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبروز دور مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام في الجانب السياسي، إلا أن هناك قلة في الدراسات العربية والأجنبية التي اهتمت بتأثير موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية بشكل خاص.

2) ركزت معظم الدراسات الخاصة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، ولم تتناول دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام بشكل مباشر.

3) تنوعت المناهج البحثية التي استخدمتها الدراسات السابقة ما بين دراسات كمية وكيفية، فكان منهج المسحي التحليلي هو الأكثر استخداماً في المحور الأول للدراسات الخاصة بدراسات دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وذلك إلى جانب المنهج الكيفي من خلال المقابلات المتعمقة، لذلك اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي بأسلوب المسح بالعينة " منهج المسح الميداني لأساليب الممارسة "وكانت أكثر الأدوات المستخدمة استخدام الاستقصاء والمقابلات المقننة وتحليل المضمون.

ويمكن تحديد مجالات استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة فيما يلي:

- مثلت الدراسات السابقة تراكماً فكرياً للباحثة، والذي ساعدها في الانطلاق، والتوسيع في مناقشة وبحث المواضيع المتعلقة بالدراسة.
- استفادت الباحثة ببعض المؤشرات الكمية والنوعية، وذلك لتحقيق أهداف الدراسة.
- استفادت الباحثة أيضاً من نتائج الدراسات السابقة في التعليق على النتائج وإجراء بعض المقارنات، وفي إثراء الإطار النظري، فمن خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة تجلي عند الباحثة الأهمية الواضحة لهذه الدراسة.
- ساعدت الدراسات السابقة في بناء بعض محاور الإطار النظري.
- ساهمت في صياغة بعض عبارات الاستبيان.
- ساهمت في اهتداء الباحثة إلى بعض المراجع التي لم يتسنى لها معرفتها أو الاطلاع عليها من قبل.

موقع الدراسة الحالية واختلافها عن الدراسات السابقة يتضح كما يلي:

- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في مجال الاهتمام، حيث تحاول هذه الدراسة التخصص في موقع اليوتيوب وقياس دوره في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

- تختلف هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة من حيث موضوع الدراسة، حيث ركزت هذه الدراسة على العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجاً، بينما كانت بعض الدراسات السابقة تجري على الموضوعات والابعاد المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي عموما.

- تجمع هذه الدراسة بين جانبين الأول متعلق بقياس اتجاهات الرأي العام الجزائري، وكذا تحليل تناول قنوات اليوتيوب للقضية محل الدراسة، في حين أن جل الدراسات السابقة تهتم بإحدى متغيرات الدراسة إما بشقها التحليلي أو الكمي.

- تتفق هذه الدراسة مع باقي الدراسات السابقة في انتمائها للبحوث المسحية باستخدام المنهج التحليلي.

- تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث العينة الزمنية التي تمتد من الفترة 2021 إلى 2023م، وبناء على ما سبق فهذه الدراسة تعد دراسة جديدة من حيث الموضوع الذي تناولته، إضافة إلى الاختلاف في عينة الدراسة، وبعض الأدوات، فقد استخدمت الدراسة الحالية أداتين معا هما: الاستبان وتحليل الخطاب الرقمي، وذلك للوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

10. حدود الدراسة

ترتبط ظاهرة الرأي العام واتجاهاته بمجالات معرفية كثيرة كعلم السياسة في أحد فروعه، وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع في الكثير من مظاهره، وعلم الإعلام في تطوراته الحديثة، وعليه وجب رسم حدود للدراسة، إذ اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية تم حصرها في ثلاثة نقاط وهي: المجال البشري والزمني والجغرافي[1]، حيث لكل بحث هدف يسعى إلى تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية، وبالتالي يمكن رسم حدود هذه الدراسة في النقاط التالية:

أ. المجال الجغرافي:

بغية نجاح الباحث في مهمته البحثية، لابد أن يكون لديه قدر كافي من المعرفة المجتمع الذي سوف يقوم فيه بالدراسة العلمية للتوصل إلى نتائج وتوصيات تساعده في التخطيط للمجتمع. وقد حددنا الجزائر كمجال جغرافي للدراسة.

حيث طبقت هذه الدراسة على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين قوامها 400 مفردة من الجنسين، وفيما يتعلق بتحليل الفيديوهات التي تناولت الموضوع محل الدراسة تناولت الباحثة عديد قنوات

[1] محمد شفيق، **البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، ص 211.

اليوتيوب من وطنية على غرار قناة النهار من قطاع الخواص، قناة الجزائر الدولية (AL 24) التابعة للقطاع الحكومي، ودولية قناة فرانس 24. إضـــافة إلى قناتي قناة محمد دومير، قناة بن ســـديرة. والملاحظ على قنوات اليوتيوب محل الدراسة أنها تتنوع بين قنوات تنشط داخل وخارج الوطن.

ب. المجال الزمني:

حدد الإطار الزمني للعينة من تاريخ قطع العلاقات الجزائرية المغربية في الفترة الممتدة بين يوم 24 أوت 2021- إلى غاية مارس من عام 2023، وذلك منذ إعلان وزير الخارجية "رمطان لعمامرة" عن قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب، إلى غاية شهر مارس من عام 2023، على اعتبار التصريح الرسمي للرئيس الجزائري عبد المجيد تبون بتاريخ 22 مارس2023 لإحدى القنوات الإعلامية الخاصـــة الذي اعتبر فيه أن العلاقات مع المغرب "وصلت إلى نقطة اللاعودة". فبناء على هذا التصريح اعتبرت الباحثة هذا التاريخ حد فاصل في الدراسة.

أما الدراسة الميدانية فقد تم إجراؤها بداية من تاريخ جويلية إلى غاية ديسمبر من عام 2023.

الاطار النظري للدراسة

1. الخلفيات النظرية للدراسة

تمهيد

تتعدد النظريات المفسرة لتشكيل الرأي العام واتجاهاته على مر التاريخ، بداية من الأعمال الأساسية لليبمانLippmann وديوي Dewey حول كيفية تكوين الآراء، التي تعد أولى المناقشات التي رسمت المحاولات الأولى لبحوث الرأي العام، وصولا إلى المساعي الأكاديمية الجديدة المتعلقة بصناعة وتشكيل الرأي العام واتجاهاته عبر الفضاء الافتراضي، حيث اختلف الباحثون في مجال علوم الإعلام والاتصال حول مدى ملاءمة النظريات والنماذج التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية، وإمكانية استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في بيئة الفضاء الافتراضي، وانقسم الباحثون من خلال طرحهم إلى ثلاث فرق، فريق يؤكد على نهاية نظريات الإعلام الكلاسيكية كنتيجة منطقية لنهاية وسائل الإعلام التقليدية، فريق ثان يدعوا للتفكير في عدة نظرية جديدة لتفسير التطورات المتسارعة في مجال علوم الإعلام والاتصال من طريقة تنظيم وهيكلة وعمل وسائل الإعلام التقليدية وأشكال تمثلها من قبل مستخدميها. وفريق ثالث يشرع الاستعانة بالأطر النظرية للإعلام التقليدي مع ضرورة تطويرها بما يتلاءم والأطر الجديدة،

على ضوء ما سبق، تستعين الدراسة بمقاربتين نظريتين والمتمثلة في: نظرية الاستخدامات والاشباعات، ونظرية ترتيب الأجندة. من أجل تفسير نتائج الدراسة بشقيها الميداني والتحليلي.

حيث نتطرق في مستهل هذا الفصل النظري إلى لمحة عن النظريتين، أهم فروضها، ومن ثم اسقاط المقاربتين على موضوع الدراسة.

1.1. نظرية الاستخدامات والاشباعات

ظهر تيار الاستخدامات والإشباعات Usages et gratifications في الولايات المتحدة الأمريكية، والذي طور على يد " إليهو كاتزEliho Katz " وآخرون في سبعينيات القرن الماضي، في الانتقال من براديغم الآثار المباشرة " ماذا تفعل ومسائل الاعلام بالجمهور؟" إلى التأثير المحدود " ماذا يفعل الأفراد بوسائل الاعلام؟

أي أنها جاءت كردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة، ولقد لخص "كاتزKatz " هذا المقترب في أن المتلقي عنصر فعال وجزء هام من استخدام وسائل

الإعلام والاتصال إذ يفترض بأنه المستهدف. وهكذا فإن استخدام المتلقي لوسائل الإعلام والاتصال يمكن تفسيره كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام والاتصال بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه. مع هذا التيار تطور مفهوم الجمهور النشط.[1]

وفي ظل وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، حظيت نظرية الاستخدامات والاشباعات باهتمام كبير من قبل الباحثين في هذا المجال، حيث تعد من أبرز نظريات المدخل الوظيفي التي تكيفت مع طبيعة وسائط الإعلام الجديدة باعتبار أن متصفحي الإنترنت يتوجهون للبحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وبلغت عدد الدراسات المتعلقة بـ (الإعلام الجديد) التي اعتمدت على النظرية (64.2٪) من مجموع الدراسات العلمية[2].

حيث تتكيف نظرية الاستخدامات والاشباعات مع الفضاء الإلكتروني واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي انطلاقا من عدة مبررات أهمها:

- تعمد متصفحي الإنترنت البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة.
- تأكيد أن وسائل الإعلام الجديدة وجدت لتحقيق مجموعة من الوظائف.

ومن أهم افتراضاتها ما يلي:

تقوم نظرية الاستخدامات والاشباعات في الإعلام الجديد على جملة من الافتراضات، فوفقًا لمجلة **Qualitative Market Research** فإن الفرضية الأساسية لنظرية الاستخدامات والاشباعات هي أن الأفراد يبحثون عن وسائل الإعلام التي تلبّي احتياجاتهم وتؤدي إلى الإشباع، وينقسم إلى عدد من الأنماط أبرزها:

[1] عبد القادر ضيف، **سوسيولوجيا الاستخدامات: نحو مقاربات سوسيو- تقنية لتفسير انتشار واستخدام وتملك تكنولوجيات الإعلام والاتصال**، مجلة سوسيولوجيا، الجزائر، 2020، ص 192.

[2] محمد علي القعاري، **المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، دراسة نقدية**، مجلة علوم الاتصال، المجلد الثاني، العدد السادس، ديسمبر 2020، ص 17.

– **التفاعل الاجتماعي**: يهدف المستخدم إلى التفاعل الاجتماعي مع أشخاص يتشاركون معه ذات الاهتمام.

– **البحث عن المعلومات أو للتثقيف الذاتي**: ويتعلق بكيفية استخدام المستهلكين لمواقع التواصل من أجل التعليم الذاتي والوصول إلى المعلومات.

– **شغل الوقت**: ويعني استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لشغل الوقت وتخفيف الملل أو الهروب من الواقع.

– **الاسترخاء**: أي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتخفيف من الإجهاد اليومي، وهو يختلف عن الترفيه، فالاسترخاء يوفر الراحة من التوتر بينما يركز الترفيه على الاستمتاع.

– ووفقًا لنظرية الاستخدامات والاشباعات، يتم تحفيز مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي بنوعين مختلفين من الإشباع، هما الإشباع المطلوب (أي الدافع والاحتياج) والإشباع المتحقق. ويقصد بالإشباع المطلوب أنه توقعات المستخدمين لأنواع الإشباع التي سيحصلون عليها من استخدام الوسائط قبل عملية الاستخدام، بينما يشير الإشباع المتحقق إلى الاحتياجات التي تم تلبيتها فعليًّا باستخدام تلك الوسائط.[1]

حيث يستخدم الأفراد الوسائط الاجتماعية للحصول على أنماط مختلفة من الإشباع مثل قضاء الوقت والتواصل الاجتماعي وجمع المعلومات الاجتماعية وهو ما يتضح من خلال المخطط (رقم 01)، كما تختلف الاستخدامات والاشباعات في كلا النمطين السالف ذكرهما بحيث أن إمكانية الحصول عليهما من وسيط معين يؤثران في اختيار وتكرار وشدة استخدام هذا الوسيط[2].

[1] مركز القرارات للدراسات الإعلامية، **استخدام منصات التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة**، مقال نشر بتاريخ 8 فيفري 2020، تم الاطلاع عليه من خلال الرابط: https://alqarar.sa/2872

[2] المرجع نفسه.



مخطط رقم 01: يوضح الإشباع المطلوب والمحقّق عبر مواقع التواصل الاجتماعي

نقلا عن مركز القرارات الدراسات الإعلامية

2.1. نظرية ترتيب الأجندة

تعود الأدبيات الأولى لنشوء نظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة إلى عدد من الرواد الغربيين، وفي مقدمتهم والتر ليبمان (Walter Lippmann)الذي أصدر كتابا بعنوان "الرأي العام" (1922) يناقش فيه دور وسائل الإعلام كوسيط بين الواقع والجمهور. وكان ليبمان يرى أن الرأي العام ما هو إلا رد فعل على ما نراه في محتوى وسائل الإعلام أو صورة له، وهو ليس بالضرورة انعكاسا للواقع. وقد عنون الفصل الافتتاحي لهذا

الكتاب بعبارة "العالم في الخارج والصورة في رؤوسنا"، وهي المقولة التي منها انبثقت فكرة "ترتيب الأجندة" وتعني أن وسائل الإعلام لا تعكس الواقع الحقيقي، بل تقوم بتصويره وتشكيله. [1]

فإذا كانت النظرية التقليدية للأجندة قد بُنيت على أساس خطِّي يبدأ من وسائل الإعلام الجماهيري متجهًا نحو الجمهور، فإن البيئة الرقمية حطمت تلك الخطية أو –زعزعتها على الأقل– لصالح الشبكية التي تتسع لتشمل المؤسسات الإعلامية والجمهور الذي ينتشر على امتداد شبكة الإنترنت. ويترتب على ذلك نماذج نظرية لعملية بناء الأجندة مخالفة لما كان معروفًا في البيئة السابقة، إذ تميل هذه النماذج لتأخذ شكل الشبكة، أو التشاركية في بناء الأجندة. [2]

أهم افتراضاتها:

إن البيئة الرقمية الجديدة للاتصال فرضت معطيات نظرية جديدة، أهمها:

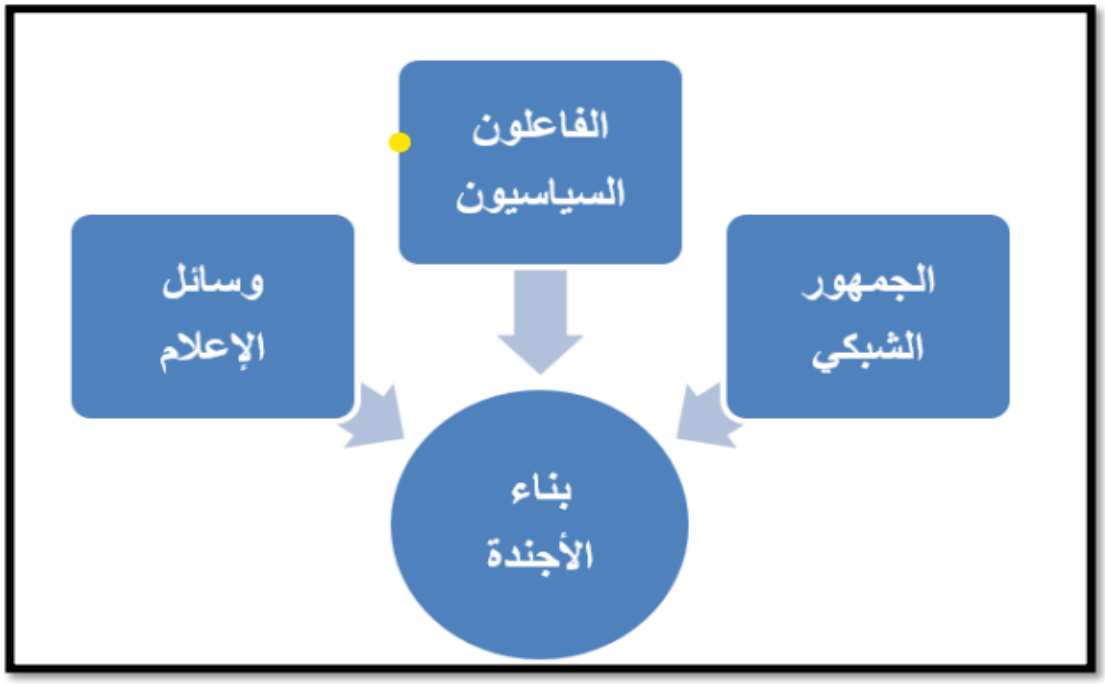
–أن سلطة ترتيب الأجندة لم تعد حكرًا على وسائلِ الإعلام والسياسيين وأصحاب الاستثمارات المادية والمعنوية، والجمهور لم يعد متلقيًا؛ بل مستخدِّما (User) متفاعلاً ومنتجا للمعنى ومشاركا في ترتيب الأجندة وفي تأطير المضامين وفي اختيار منصات النشر.

– أن سلطة ترتيب الأجندة لم تعد حكرًا على وسائلِ الإعلام والسياسيين وأصحاب الاستثمارات المادية والمعنوية، والجمهور لم يعد متلقيًا؛ بل مستخدِّما (User) متفاعلاً ومنتجا للمعنى ومشاركا في ترتيب الأجندة وفي تأطير المضامين وفي اختيار منصات النشر، أما مفهوم الجمهور فقد تبَدل ولم يعد يعني تلك الحشود أو الأعداد التي لا تربط بين أفرادها روابط أقوى من رابطة التلقي لوسائل الإعلام، بل أصبح هذا الجمهور جمهورا شبكيًّا ما أضفى عليه مزيدا من القوة والفاعلية، خصوصا فيما يتصل بوضع الأجندة، أضف إلى ذلك في وسائل الإعلام أو في المنابر السياسية. يترتب إلى ذلك التفاعلية التي يمارسها الجمهور تجاه كل ما يقال أو يُكتب في البيئة السابقة؛ إذ تميل هذه النماذج لتأخذ شكل الشبكة، على ذلك نماذج نظرية لعملية بناء الأجندة

[1] عزام أبو الحمام، **مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للاتصال والإعلام**، دراسات إعلامية، الجزيرة، سبتمبر 2020، ص 3.

[2] المرجع نفسه، ص 4.

مخالفة لما كان معروفً أو التشاركية في بناء الأجندة، والشكل (01) مكانة القوى الفاعلة في عملية ترتيب الأجندة.



شكل رقم (01): يبرز بناء الأجندة والفاعلين فيه في البيئة الرقمية

نقلا عن عزام أبو الحمام

–البيئة الشبكية لم تلغ سلطة وسائل الإعلام الجماهيرية، لكنها قسمت كل شيء في عملية الاتصال، وجزأت الجمهور فيما يعرف بالتجزئة أو التشظي (Fragmentation) داخل الشبكة، وتجزأ القائمون بالاتصال والوسائل التي يبثون أو ينشرون من خلالها، وبالتالي تجزأت الموضوعات والقضايا بما قضى قضاء مبرما على ظاهرة التمركز (Centralization) والهرمية (Hierarchical) واحتكار سلطة ترتيب الأجندة وبناء الأطر.

–عملية بناء الأجندة في البيئة الرقمية أن الفاعلين في بناء الأجندة أصبحوا يتوزعون أفقيا بعد أن كان التوزيع تراتبيا هرميا يبدأ بالسياسيين، ونحن لا نفترض ثبات هذا التوزيع أو المسافات، فالبيئة الرقمية لا ثبات فيها ولا استقرار، وكل قضية وكل مرحلة تكتسب خصوصيتها في السياق الآني. ولا يعني هذا انتقالا ميكانيكيا من نقطة وسائل الإعلام إلى منصة الجمهور، بل سنعرف أن البيئة الشبكية هذه لم تلغ سلطة وسائل الإعلام

الجماهيرية، لكنها قسمت كل شيء في عملية الاتصال، وجزأت الجمهور فيما يعرف بالتجزئة أو التشظي (Fragmentation)داخل الشبكة، وتجزأ القائمون بالاتصال والوسائل التي يبثون أو ينشرون من خلالها، وبالتالي تجزأت الموضوعات والقضايا بما قضى قضاء مبرما على ظاهرة التمركز (Centralization) والهرمية (Hierarchical)واحتكار سلطة ترتيب الأجندة وبناء الأطر.

–تحول المشهد الإعلامي في البيئة الرقمية الشبكية إلى ما يشبه الفسيفساء، حيث قضت على البنية الفكرية الخطية لجيل أو لأجيال خصوصا الكتابة التشعبية في الإنترنت.

– من الآثار النظرية العميقة التي خلفتها الثورة الرقمية ما طال سلسلة الاتصال التقليدية للرسالة، فلم تعد كما كانت (مرسل– رسالة–قناة– جمهور) بل أصبحت السلسلة دائرية لا تكاد تعرف من أين تبدأ وأين تنتهي (مرسل ومستقبل– رسالة تفاعلية– قناة– مستقبل ومرسل). في هذه السلسلة تحضر التفاعلية والتشاركية كفاعل جديد مقابل ضعف التحكم الخارجي في الرسالة.

– تغيير مفاهيم مركزية في عملية الاتصال مثل مفهوم: الرأي العام، ومفهوم النخب أو قادة الرأي؛ إذ اتسعت دائرة القادرين على الوصول للشبكة والقادرين على التعبير عن رأيهم. وهذا ما سيكون له تداعيات في مفاهيم نظرية كثيرة.

– تبرز من خلال البيئة الرقمية الجديدة ظاهرة مهمة تتمثل في التناقض، أو وجود الشيء ونقيضه في الآن نفسه، فالبيئة الجديدة مهيأة لحدوث الفوضى بعدها نظاما ديناميا معقدا تحدث داخلها سلوكيات غير منتظمة.[1]

–يقوم الجمهور بدمج الأجندة (Agenda Melding) " بحيث يقومون بأنفسهم على عملية الاختيار والاستنتاج أو البناء لجدول الأجندة، وقد وفرت البيئة الرقمية الشبكية الشروط المثلى لكل هذه الأنشطة.

3.1. إسقاط المقاربتين النظريتين على موضوع الدراسة:

بناء على ما سبق عرضه، يتضح بأن الدراسة تستعين بكل من مقاربة الاستخدامات والاشباعات، وكذا مقاربة ترتيب الأجندة، إذ أن اختيار الباحثة لكلا النظريتين لا يعني بالضرورة أنهما النظريتين الوحيدتين المناسبتين لدراسة هذا الموضوع، وإنما كان التوجه نحو اعتمادهما مقصودا نظرا لعدة أسباب، حيث تستند الدراسة بالمقاربتين معا نظرا لتعقيد الفضاء الرقمي من جهة وعجز نظرية واحدة على تفسير أبعاده المختلفة، إذ يتكون موضوع

[1] عزام أبو الحمام، المرجع نفسه، ص11.

الدراسة من عدة أبعاد على غرار البعد التقني، البعد السياسي، والبعد الاجتماعي، حيث تفرض طبيعة الموضوع الاستعانة بكل من نظرية الاستخدامات والاشباعات، وكذا نظرية ترتيب الأجندة، بغية تفسير النتائج بزواياه المتعددة للوصول لأهداف الدراسة، وتفسير صناعة المحتوى عبر اليوتيوب، ومعرفة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. وكذا تفسير الاستخدامات والاشباعات المحققة من استخدام المجتمع الجزائري لموقع اليوتيوب.

أما مقاربة ترتيب الأجندة، فيمكن تبرير الاستعانة بها انطلاقا من أن الشأن السياسي يعد من أهم الموضوعات والقضايا التي ترتبط بدراسات وبحوث الأجندة، يمكن تبرير اعتماد هذه الدراسة على نظرية الأجندة يكمن في أن قضية العلاقات الجزائرية المغربية من المواضيع السياسية بالدرجة الأولى، كما أن لقنوات اليوتيوب أجندات معينة تسعى للوصول إليها عبر هذا الفضاء الرقمي، مما يسمح بكشف دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وعليه تستفيد هذه الدراسة بنظرية الأجندة لتفسير ما يتعلق بتحليل الخطاب الرقمي، وتفسير أجندات قنوات اليوتيوب محل الدراسة الخمس.

خلاصة

بالنظر إلى ما سبق طرحه، نخلص للقول بأن بيئة الويب 2.0 فرضت عديد التغيرات في مجتمع مشبك أقل ما يقال عنه أنه معقد يتجلى في صورة الربط بشبكة الانترنت (connexion) وزيادة الانتشار والاستهلاك الذي ينمو ويتكاثر بارتفاع عدد المنشورات والتعليقات، والمؤثرين، وانطباعات من يلج شبكة الإنترنت أو يكون متصلا عبر منصات رقمية، وهو ما يبرز تعدد الاستخدامات والايديولوجيات، وحتى أجندات النشر، وهو ما يبرز الحاجة لدراسات توضح مدى التطابق أو الاختلاف في الاشباعات التي يسعى مستخدمي اليوتيوب تحقيقها من ذكور وإناث، كما تبرز الحاجة أيضا للكشف عن أجندات قنوات اليوتيوب التي تتناول موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

I.موقع اليوتيوب ضمن شبكات التواصل الاجتماعي

"Social Networks Sites-SNS"

تمهيد

تزايد اهتمام الباحثين في العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين بالمواضيع المتعلقة بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، كما كثر معه النشر حول الموضوع من كتب والرسائل وحتى مقالات علمية حيث أخذ التراث العلمي في هذا الموضوع يتزايد بشكل كبير سنويا حول مختلف الزوايا والأبعاد المتعلقة بـ"الميديا الجديدة" أو ما يصطلح عليه بالوسائط الجديدة والاهتمام بدراسة دور هذه الأخيرة في إعادة صياغة البيئة الاتصالية والإعلامية.

حيث نتطرق من خلال هذا الفصل النظري إلى موقع اليوتيوب ضمن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى بداية بتقديم لمحة عن مواقع التواصل الاجتماعي وتصنيفاتها، ومن ثم التعريف بموقع اليوتيوب ظهوره، خصائصه وأدواته موقع اليوتيوب، اليوتيوب كوسيلة إعلامية جديدة، كما سنقف عند أنواع المحتوى عبر اليوتيوب وصانعيه، وكيف يتم هندسة الرأي العام عبر خوارزمياتYouTube، ومن ثم التطرق الى إيجابياته وسلبياته. وأخيرا يتم عرض بعض الآفاق المستقبلية لموقع اليوتيوب في ظل الذكاء الاصطناعي.

1. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ظهورها وتطورها

1.1. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي "Social Networks Sites-SNS"

إن مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي من المصطلحات الجديدة التي أثار مفهومه الجدل نظرا لاختلاف الرؤى والاتجاهات التي يمكن الانطلاق منها لتعريفه، فمن الناحية التقنية يطلق عليه الباحثين عبارة منصة إلكترونية، أما من الناحية الاتصالية يعتبره فريق أخر من الباحثين على أنه فضاء اتصالي جديد يلتقي فيه المستخدمون ويتفاعلون من ناحية اجتماعية.

حيث هناك اختلاف بين الباحثين في تعريف وتصنيف ما يتعلق بالشبكات الاجتماعية، ويرجع ذلك لاختلاف مشاربهم ووجهات نظرهم لهذه الابتكارات التكنولوجية الرقمية، ولعل من أهمها:

بداية يعرف قاموس (ODLIS) online dictionary for library and information science مواقع التواصل الاجتماعي بأنها:"مواقع تشكل مجموعات إلكترونية ضخمة، تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصداقة، والمراسلة الفورية، انشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد

والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين، كالصور والفيديوهات والبرمجيات"[1].

أما تعريف الباحثتين المتخصصتين في الاتصال الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي (Boyd danah m/ Ellison Nicole B) فتعرفان مواقع التواصل الاجتماعي على أنها:" تلك المواقع التي تتضمن مجموعة متنوعة من التقنيات التي تسمح للأفراد بتكوين جماعات مترابطة من أجل تشكيل بنية اجتماعية افتراضية متصلة عبر علاقات، وبأشكال متنوعة"[2].

في حين عرفها الباحثين "kaplan and Haenlein":" على أنها مجموعة من التطبيقات المستندة إلى الإنترنت التي تعتمد على تكنولوجيا أسس الويب 2.0، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى المقدم ما بين المستخدمين"[3].

أما تعاريف الباحثين العرب لمواقع التواصل الاجتماعي، نذكر تعريف "عثمان محمد الدليمي" حيث يعرفها على أنها "منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشترك انشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات"[4].

بناء على جملة التعاريف السابقة يمكن ملاحظة أن الباحثين ينطلقون في تعريفاتهم لمواقع التواصل الاجتماعي على بعدين: إما تقني تكنولوجي، أو بعد اجتماعي، كما تختلف التعريفات السابقة من ناحية الاستخدامات الممكنة التي تتيحها مختلف شبكات التواصل الاجتماعي والتي تندرج ضمن مميزات الجيل الثاني

[1] Joan M Reitz, **online dictionary for library and information science**, https://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_s, vu le 14-08- 2022, à 21h.

[2] Danah m. BOYD, Nicole b. Ellison, social **Network Sites**: **definition**, **history**, **and scholarship**, journal of computer- Mediated communication, volume 13, issue1, octobre 2008, p211.

[3]Andreas. M. Kaplan, Michael Hoenlein, **uses of the world**, **unite**! **The challenges and opportunities of social media**, article in business horizons, Volume 53, Issue 1, January–February 2010, Pages 59.

[4]عثمان محمد الدليمي، **مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب**، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 132.

للإنترنت 2.0: كالتواصل والتفاعل، فيما يشير تعريف الباحثين " kaplan and Haenlein " لخاصية إنشاء وتبادل المحتوى التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تبرز اجتهادات الباحثان واسرمان وفوست"Wasserman et Faust" اللذان فصلا في كتابهما Analysis : Methods and Applications social Networkالذي نشر سنة 1994في مصطلح الشبكات الاجتماعية حيث يشيران إلى أنه يحمل في طياته مفهومين مختلفين : الأول سوسيولوجي والثاني تكنولوجي متعلق بظهور الانترنيت وتطبيقاتها الحديثة، فمن وجهة نظر سوسيولوجية يؤكد الباحثان على أن الشبكة الاجتماعية هي مجموعة من العلاقات بين وحدات اجتماعية في المجتمع الواقعي، في حين أنها تحيل إلى نوع جديد من المواقع الالكترونية في المجتمع الافتراضي مثل الفايسبوك والتويتر واليوتيوب وغوغل بلوس[1].

وتشير المراجع في هذا الشأن إلى أن مصطلح "الشبكات الاجتماعية" انتقل من حقل الدراسات السوسيولوجية إلى حقل علوم الإعلام والاتصال من منتصف التسعينات الى غاية بداية الالفية الجديدة[2]. ويستمر مفهوم هذه الشبكات بالتنقل بمرونة من حقل علمي إلى آخر باختلاف الزاوية التي ينظر له منها.

مما سبق يمكن القول إن مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي، يتفاعل فيه البعدين السوسيولوجي والتقني، وفي كلا الحالتين تمثل هذه التطبيقات موضوعا بحثيا يمكن من خلاله دراسة التفاعل الاجتماعي بالتقني، أي تفاعل استراتيجيات المنصات مع استراتيجيات الاستخدام. انطلاقا من هذه الفكرة يمكن القول بأننا في دراستنا استعملنا المصطلحين معا، حيث نستعين بمصطلح الشبكات الاجتماعية عندما يتعلق الأمر بمجموع العلاقات والتفاعلات التي تحدث بمناسبة التعرض ومشاركة محتويات الموقع الإلكتروني، كما نستعين بمصطلح موقع للدلالة من جهة أخرى على **موقع اليوتيوب** كوسيلة اتصالية وإعلامية رقمية. ويمكن تبرير ذلك من باب صعوبة بل استحالة الفصل بين الجانب التقني والسوسيولوجي في كثير من الأحيان عندما يتعلق الأمر بمجال البحث في علوم الإعلام والاتصال، لأنها تهتم أصلا بالتفاعل الاجتماعي التقني كما سبق الإشارة.

[1] هواري حمزة، **مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015، ص 224.

[2] صادق حمامي، **كيف نفكر في الشبكات الاجتماعية؟**، مجلة أكاديميا، عدد ماي 2012، ص ص 18- 22.

2.1. ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

يمكن ارجاع عمر شبكات التواصل الاجتماعي إلى عمر الويب webنفسه، فمنذ اختراع صفحات الويب الخاصة بشبكة المعلومات، بدأت الأفكار تتجه نحو ربط الأفراد من خلال تجمعات افتراضية إلكترونية، بدأت بمواقع ضعيفة وتجارب أولية لم يكتب لها النجاح،[1] ويرجع ذلك إلى ضعف إمكانيات شبكة الويب حينها، وعدم تمتعها بميزات تفاعلية مثل الدردشة الفورية أو الشاتchat، أو المحادثات الصوتية والفيديو، وقد شهدت هذه المرحلة نشأة المنتديات التي حظيت بشعبيات عالية، ومجموعات البريد الإلكتروني مثل "الياهو"Yahoo، ثم المنتديات الشخصية، وتطورت حتى وصلت لمرحلة الفايسبوكFacebook وتويترtwitter ويوتيوبYouTubeو انستغرام Instagram. [2]

على كل لم تصل مواقع التواصل الاجتماعي لما هي عليه اليوم إلا من خلال مرورها بعدة مراحل أو ما تسمى بالأجيال وهي:

- **الجيل الأولEstablishment phase**: ظهر هذا الجيل مع بداية ظهور صفحات الويب web1، ورغم ضعف إمكانياتها مقارنة بالتقدم المحرز حاليا، إلا أنها بمثابة مرحلة تأسيس أكثر من كونها مرحلة انطلاق، حيث شهدت محاولات انشاء شبكات التواصل الاجتماعي باءت جميعها بالفشل، ومن أبرزها موقع sixdegrees.com الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم، وكذا موقع classmates.com الذي هدف مؤسسه "راندي كونرادز" إلى مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة على الالتقاء واستمرار الصداقات، فبالرغم من نجاح هذا الموقع في جعل الأصدقاء يتواصلون فيما بينهم إلكترونيا إلا أن هذه المرحلة لم يكتب لها البقاء بسبب ضعف الإمكانيات التي كانت تقدمها هذه المواقع لروادها، إضافة إلى الانتشار المحدود لشبكة الإنترنت حول العالم.

- **الجيل الثاني Spread Phase**جاء هذا الجيل كرد فعل على تطور صفحة الويب، حيث ظهر في مع بداية ظهور web2و بما تتميز به من تطوير أدوات التواصل الإلكتروني سواء عبر المحادثات الفورية أو الصور أو الفيديوهات، انتشر من خلاله استخدام برامج مثل ياهو، ماسنجر وبريد الهوت ميل، وبدأت مواقع التواصل الاجتماعي في الظهور من جديد حيث يعد موقع MySpace بداية لتدشين الجيل الثاني، ثم تتابع

[1] عثمان محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص132

[2] إيهاب خليفة، **حرب مواقع التواصل الاجتماعي**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 21.

ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي من ابرزها فايسبوك، تويتر، يوتيوب، واستطاعت استغلال خصائص web2 في إدراج عناصر متميزة: مثل خاصية الفيديو والصور والمحادثات الفورية والمشاركة الآنية للأفكار والحالات الاجتماعية. حيث حقق هذا الجيل من الشبكات الاجتماعية العديد من الإنجازات على مستوى التعارف الشخصي وتجميع البيانات والتسويق التجاري.

- **الجيل الثالث More Connected[1]**

ظهر هذا الجيل نتيجة لتطور المكونات المادية والبرمجية للبنية التحتية للإنترنت، فشهد تطوير الجيل الثاني من الويب بما تميز به من ذكاء اصطناعي وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات، بالإضافة إلى تطوير المكونات المادية من خلال تقديم خدمات الجيل الثالث 3G على نطاق واسع، حيث استفادت الشبكات الاجتماعية من هذه المميزات والعمل على تطوير أدوات التواصل بين مستخدميها واتسعت أسواقها وزاد عدد مستخدميها.

- **الجيل الرابع Application OrientedMoreThan Web**

اتجهت من خلال هذه المرحلة شبكات التواصل الاجتماعي من نظام الويب إلى سوق جديد واعد وقوي هو تطبيقات الهاتف المحمول Mobile App، فمع تطور المكون المادي Hardware وانتشار الجيل الرابع من الإنترنت 4G بين المستخدمين، أصبح بالإمكان الولوج إلى الإنترنت من خلال الهاتف الذكي Smart Phone أو الحاسوب اللوحي Tablet أو أجهزة التلفزيون الذكية Smart tv، أو غيرها من الأجهزة الحديثة.

وقد تميز هذا الجيل بالاعتماد على التطبيقات Applications أكثر منه على صفحة الويب، حيث أصبح لكل موقع إلكتروني تطبيق خاص به يمكن الولوج إليه من خلاله، يتميز بالبساطة والسرعة والتخصص في نقل المعلومات. ما جعل الفرد متصلا بالإنترنت في أي وقت وفي كل مكان[2].

بناء على ما تم عرضه، يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي لم تصل إلى ما هي عليه اليوم من انتشار واتساع مجالات الاستخدام وتفاعلية فائقة وآنية إلا من خلال تطور تقنيات الإنترنت، حيث مكنت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم بفضل قدرة الربط مع الجيل الرابع للإنترنت المستخدمين من عدة خصائص رقمية كالقدرة على التواجد الكلي في كل زمان ومكان، والقدرة على الاطلاع على ما يحدث في العالم بضغطة زر فقط.

[1] إيهاب خليفة، المرجع نفسه، ص 22.

[2] نفس المرجع، ص ص 24-25

3.1. تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي:

هنالك عديد الاجتهادات الأجنبية والعربية لتصنيف مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هذه الاجتهادات ما يلي[1]:

أولا: تصنيف على أساس تطبيقات ومواقع

يرى الباحث بأن شبكات التواصل الاجتماعي تتكون من تطبيقات ومواقع، أهمها:

1. **مواقع التواصل الالكترونية:** وهي المواقع التي تسمح لمستخدميه من انشاء صفحات خاصة بهم والتواصل مع أصدقائهم مثل "الفايسبوك facebook ".

2. **المدونات الإلكترونية "Blogs"**: والتي تعرف على أنها مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات، وهي متاحة للجميع بدون شروط استخدام أو اكتساب حساب عبرها.

3. **الويكيز"wikis"**: وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز محركات بحث متوفر للجميع مجانا، أشهرها موقع" ويكيبيديا Wikipédia"، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل المعلومات الواردة عبرها، فهي إذا موسوعة إلكترونية مفتوحة المصدر.

4. **البودكاستس"Podcasts"**: أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل موقع " آبل آيتيونز".

5. **المنتديات الإلكترونية "Forums"**: وهي مواقع توفر مناطق أو فسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تتمحور حول مواضيع معينة، وهنالك منتديات متخصصة، مثل منتديات للعلم والموسيقى ...[2]

6. **محتوى المجتمعات "Content communities"**: وهي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة "Flickr"، أو حول رابط كتاب، أو فيلم فيديو (يوتيوب).

---

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها**، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 25- 26.

[2] المرجع نفسه، ص 26.

7. **المايكرو يلوجز "Microblogging"**: وهي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلومات المستخدمين الخاصة بهم، وبين ميزات المدونات الإلكتروني من حيث سهولة نشر أخبار عن مستخدمها، وخير مثال لها موقع التويتر.

ثانيا: تصنيف على حسب مصدر الظهور

في حين هنالك تقسيم أخر للشبكات الاجتماعية، على حسب أحد الباحثين المشارقة[1]، إذ يمكن التمييز بين نوعين من الشبكات الاجتماعية، هي مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفايسبوك، تويتر، جوجل بلس، ويوتيوب وانستغرام. والتطبيقات الاجتماعية الخاصة بالهواتف الذكية، سواء كانت تطبيقات مواقع تواصل أو تطبيقات مستقلة بذاتها تعتمد على أرقام التلفون مثل: فايبر، أي إم أو IMO... الخ.

ويعرف الباحث كلا النوعين كما يلي:

1. مواقع التواصل الاجتماعي:

وهي مجموعة المواقع التي تشكلت بفضل الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد والمجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر، ولعل من أبرزها موقع الفايسبوك، والمواقع المتخصصة مثل اليوتيوب والإنستغرام.

2. تطبيقات الموبيل للتواصل الاجتماعي Mobile Apps:

وتعد تطبيقات المحمول نقطة التحول الرئيسية في الشبكات الاجتماعية، وهي عبارة عن برامج يتم تحميلها بصورة مجانية أو مدفوعة عبر منصات تحميل التطبيقات مثل "جوجل بلاي" أو "أبل ستور" أر "أمازون" أو "مايكروسوفت فون"، وتعتمد في عملية التواصل قيما بينها على رقم الهاتف المحمول الخاص بالمستخدم والمتصل بالإنترنت، وتستطيع هذه البرامج أن تصل إلى بيانات المستخدم على الهاتف، سواء كانت صورا أو رسائل أو بيانات اتصالات، وأن تتعرف على أماكن تواجده، من أمثلة هذه التطبيقات الواتس أب، وفايبر وغيرها من البرامج.

ثالثا: تصنيف على أساس الإتاحة الجماهيرية

في حين نذكر تصنيف آخر لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث الإتاحة الجماهيرية، ويقسم إلى قسمين رئيسيين:

[1] إيهاب خليفة، مرجع سبق ذكره، ص 22- 23.

القسم الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجموعات من الأفراد تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس.

القسم الثاني: هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائه ومن بينها موقع الفايسبوك[1].

وما يمكن الإشارة إليه من خلال التصنيف السابق أن كل دعامة من هذه الدعامة تلعب دور لدى المستخدم فمثلا مشاهدة فيديو بالصوة والصورة ومزودة حتى بالنص المكتوب يحتوي المعلومات والتوضيحات الكافية يكون كفيل بجذب المستخدم الذي يبحث عن اشباع حاجيات بالسمع والبصر مثل ما يقدمه اليوتيوب على سبيل المثال، أكثر مما قد تفعله المدونات التي تقدم دعائم مكتوبة مزودة ببغض الصور لجذب انتباه الجمهور المستخدم.

تأسيسا على ما سبق ذكره من تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي، يتبين أن موقع اليوتيوب يندرج ضمن المواقع الخاصة بتبادل ملفات الفيديو Video Sharing Websites، حيث يعد اليوتيوب أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تتيح خدمات تكوين صفحات شخصية لكل مستخدم، تمكنه من وضع قائمة بالمعارف، وقائمة أخرى تسمى بقائمة المتابعة، وعرض صفحة رئيسية للمحتوى الخاص بالأصدقاء، وتمكن مستخدميه من نشر (ملفات فيديو) بالصفحة الشخصية وإضافة التعليق المكتوب عليها، ليتم متابعتها من قبل الأصدقاء والمتابعين، مع إمكانية التعليق عليها، أو إعادة نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبالتالي فهو موقع خاص بالفيديوهات يتيح إمكانية نشر أو تحميل عدد هائل من مقاطع الفيديو، بحيث يعتبر دعامة سمعية بصرية التي تختص في نشر فيديوهات من شتى ميادين الحياة.

2. لمحة عن اليوتيوب YouTube، خصائصه وأدواته

يعتبر موقع اليوتيوب من المواقع العالمية التي تقدم خدمات الفيديو بالصوت والصورة في مختلف المجالات. ويعد أكبر موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

ويعرف "اليوتيوب" على أنه موقع متاح على الشبكة العنكبوتية لمشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو ويسمح لمستخدميه بالتعليق عليها وتحميلها يعد من المواقع سهلة الاستخدام، لما يحمله من خصائص اتصالية تمكن

[1] مها حامد جنيدي، **سوشيال ميديا**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 9.

المستخدمين من كل فئات المجتمع من الاطلاع على مضامينها في أي وقت، وخارج حدود الزمن المقيد به داخل شاشة التلفزيون[1].

كما يعرف بأنه "موقع لمقاطع الفيديو متفرع عن شركة (google)، يتيح امكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، ويعد من شبكات التواصل الاجتماعي الهامة".[2]

ويعرف "دوفي بيتر duffy Peter" أحد الباحثين في جامعة هونكونغ اليوتيوب بأنه" موقع فيديو شائع، يسمح للمستخدمين من مشاهدة الفيديوهات، وتحميل مقاطع الفيديو وعرضها ومشاركتها، حيث أصبح اليوتيوب وسيطا جديدا شائعا بشكل كبير من وسائط الويب الجديدة 2.0"[3].

بناء على التعاريف السابقة لليوتيوب يتضح أن موقع اليوتيوب هو موقع إلكتروني، يتفرع عن شركة غوغل، متخصص في مشاركة مقاطع الفيديو، ويتيح في هذا السياق لمستخدميه نشر، تحميل، مشاهدة الفيديوهات، باختلاف مجالاتها، ويشتهر الموقع على شبكة الانترنت بعنوان: www.youtube.com ، بحيث تقوم فكرة الموقع على امكانية ارفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، يكفي فقط أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع ليتمكن من ارفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الاشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي علني حول مقطع الفيديو يظهر لكل مشاهدي الفيديو، من خلال اضافة التعليقات المصاحبة. [4]

1.2. نشأة وظهور موقع اليوتيوب (YouTube)

أنشئ الموقع بتاريخ 14 فيفري من سنة 2005 من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال–"PayPal") في ولاية (كاليفورنيا) بالولايات المتحدة الأمريكية–ويتعلق الأمر بكل من:"تشادهيرلي Chad Hurley"، و"ستيف تشين Steve Chen "، و"جاويد كريم Jawed Karim ". الذين كانوا زملاء في

[1] سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020، ص 102.

[2] عثمان محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 189

[3] Duffy, Peter, **Engaging the Youtube Google– Eyed Generation**: **Strategies For Using Web 2.0 In Teaching And Learning**, The Electronic Journal E- Learning, Vol 6, N2, P 123.

[4] عثمان محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 520

"باي بال– PayPal "وظهر لأول مرة علنا في نوفمبر عام 2005. وازدهر بالتأكيد على مقاطع من شبكات التلفزيون والكابل، وهي شراكة لافتة بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة. ولكن أثرها غير المتوقع والطويل الأمد يأتي من مقاطع الفيديو التي يصنعها غير المحترفين، أو بالأحرى، الأشخاص غير منتجي تلفزيون الكابل أو الشبكة. علامة يوتيوب التجارية، وشعاره جنبا إلى جنب هو "انشر نفسك ."[1]

وقد جاءت فكرة إنشاء موقع اليوتيوب في مدينة سان برونو،"كاليفورنيا"، (الولايات المتحدة الأمريكية)، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفل لأحد الأصدقاء، أين قاموا بالتقاط مقاطع فيديو وأرادوا نشرها مع زملائهم، ولم يستطيعوا إرسالها عبر الإيميل، نظرا لكون هذا الوسيط الالكتروني لا يقبل الملفات الكبيرة، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الإنترنت. وخلال صيف 2006 كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميا[2].

انطلاقا من فكرة تأسيس الموقع يتبين أنه من المواقع المتاحة لعامة الناس على شبكة الإنترنت يقوم على مشاركة ملفات الفيديو، بحيث يتيح مشاركة ملفات الفيديوهات مهما كان حجمها عبر الموقع ومن ثم امكانية نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وبالتالي يعمل الموقع على تسهيل عملية التعرض للفيديوهات وتحميلها، كما لا يقتصر على ارفاق الملفات المرئية فقط بل يمكن مستخدميه من إنشاء قنوات خاصة بهم عبر اليوتيوب بسهولة، بحيث يبثون من خلالها مئات الملفات بشكل يومي.

ما مكن الموقع خلال عام 2006 من الحصول على أرقام مشاهدة وتحميل عالية، حيث حصل على مليون مشاهدة يومية، بمعدل تحميل 65 ألف مقطع فيديو يوميا، ونسبة 60 بالمائة من مجمل تحميلات الفيديو عن طريق الإنترنت، وفي العام نفسه قامت شركة جوجل باقتناء موقع يوتيوب بقيمة إجمالية وصلت إلى 1.65 مليار دولار أمريكي، وفي شهر جانفي من عام 2008 قام 79 مليون مستخدم من مشاهدة أكثر من 3 مليارات فيلم[3].

[1] بول ليفنسون، **أحدث وسائل الإعلام الجديدة**، ترجمة هبة ربيع، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 85.

[2] رضا عبد الوجد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، دراسة منشورة ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد، بجامعة البحرين، (7-9 أفريل)، 2009، ص 521.

[3] وديع العزعزي، **الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 60

وبما أن الموقع عالمي، يتيح اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم أهمها: الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الإسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، واليابانية. "[1].

ويعمل موقع اليوتيوب بالاستعانة بتقنية "الأدوبي فلاش" لعرض المقاطع المتحركة، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، الفيديوهات المنتجة من قبل الهواة... وغيرها[2].

ما مكن موقع اليوتيوب أن يبرز ضمن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي استطاعت أن تكسب قاعدة جماهيرية كبيرة، بفضل خدماته المتعددة من إتاحة: الموضوعات والقضايا والأخبار والبرامج التي يبحث عنها الجمهور في قالب فيديوهات وجمعها في الموقع.

2.2. خصائص موقع اليوتيوب (YouTube)

يتميز موقع اليوتيوب بعدة خصائص وسمات منها من ينفرد بها اليوتيوب عن المواقع الأخرى، ومنها من هي مشتركة وتشمل حتى مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، يمكن ابرازها من حيث طريقة التعرض فيما يلي:

1. خصائص حسب طريقة التعرض:

أ. إمكانية التعرض المحمول والمتنقل: حيث يتيح موقع اليوتيوب إمكانية متابعة الأخبار والبرامج، ومختلف المضامين السمعية البصرية بصورة متنقلة حيث يمكن للمبحر استخدام هذا الموقع حتى وإن كان متواجد خارج المنزل وبأي مكان في العالم شريطة توفر خدمة الإنترنت.

ب. التعرض الإيجابي والنشط: وتكمن إيجابية التعرض وتظهر من خلال إمكانية اختيار جمهور موقع اليوتيوب ما يريد التعرض إليه من برامج أو أخبار ومعلومات، وذلك لأن الجمهور يتعرض للمضامين التي تتفق مع آرائه وتوجهاته ووفقا لحاجياته ودوافعه من التعرض، ناهيك عن إمكانية تحكم المستخدم في المضمون محل المشاهدة من حيث الوقت ويتبين هذا من خلال تمكنه من تسريع الفيديو أو الرجوع بالفيديو للوراء وللتوقيت الذي يريد إعادة مشاهدته.

[1] محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 46.

[2] نفس المرجع، ص 521.

ت. سهولة البحث والتعرض للمضامين عبر اليوتيوب: حيث سهلت خاصية البحث عن المضامين والموضوعات عبر اليوتيوب من إمكانية الوصول لمختلف المضامين والمنشورات التي تناولت الموضوع بدون أدنى تعقيد، والوصول إليها بشكل سريع.

ث. **التعرض الفردي:** وتشمل هذه الخاصية تكنولوجيات الإعلام والاتصال بشكل عام حيث أتاحت هذه الأخيرة فرصة التعرض بشكل فردي وبدون تدخل الأفراد الآخرين، حيث باتت الوسائط الجديدة من هواتف محمولة، لوحات إلكترونية، وكذا الحواسيب بأنواعها المحمولة والثابتة إمكانية استقبال ومشاهدة المضامين التي يرغب في مشاهدتها من دون الخضوع لرغبات واهتمامات الآخرين[1].

بناء من الخصائص السابقة يتبين أن موقع اليوتيوب يسمح لجمهور المستخدمين من التعرض لمختلف المضامين السمعية البصرية، وسهولة البحث عن الفيديوهات التي تناولت الموضوع محل الاهتمام، وحتى سهولة عرض مختلف الفيديوهات والقنوات التي تناولت الموضوع الفيديوهات الجديدة منها وحتى تلك التي سبق نشرها منذ سنوات مضت، مما يسمح للمستخدم اختيار الفيديو الذي يريد مشاهدته، مع إمكانية الاحتفاظ به في قائمة الفيديوهات المحملة التي تبقى في صفحة اليوتيوب، وعودة إليها بمجرد الضغط على خيار "téléchargements".

2.3. الوظائف الإعلامية لموقع اليوتيوب YouTube

يقدم موقع اليوتيوب عديد الوظائف التي كانت تقدمها وسائل الإعلام القديمة من صحافة مكتوبة، إذاعة وتلفزيون، وذلك من خلال الفيديو التي يعرضها عبر الموقع، حيث تتبين هذه الوظائف في:

1. الوظيفة الإخبارية:

وتتعلق هذه الوظيفة بالخدمات الإخبارية التي يقدمها اليوتيوب لمستخدميه من خلال الفيديوهات التي تنقل الأخبار والأحداث والقضايا المهمة وتتابع تطوراتها، حيث يقوم عدد كبير من الأشخاص الذين يمتلكون قنوات يوتيوب يرصدون الأخبار والمعلومات وينشرونها فيه، فضلا أن موقع اليوتيوب يعد مصدرا مهما من مصادر الأخبار بحيث. يتم من خلاله نشر فيديوهات حية للأحداث والقضايا فور وقوعها من خلال تصوير الأحداث بالكاميرات الشخصية للمواطنين قبل حتى أن يتم نقلها من قبل وسائل الإعلام القديمة.

[1] وسام فاضي راضي، مهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017، ص ص 220-221.

2. الوظيفة الترفيهية:

يوفر الموقع عدد كبير من مقاطع الفيديو الترفيهية المتاحة لمستخدميه مثل: الأفلام والمسلسلات والبرامج الترفيهية وغيرها[1].

وفي هذا الشأن، تشير عديد الدراسات التي تناول الدور الترفيهي لليوتيوب أن عدد كبير من زوار موقع اليوتيوب يستخدمون موقع اليوتيوب يوميا من أجل الترويح عن النفس ومشاهدة الفيديوهات المضحكة.

3. الوظيفة التعليمية:

يعمل موقع اليوتيوب على نشر المعرفة العلمية وتبادلها عبر نقل الأفكار والمعلومات والخبرات للآخرين بقصد رفع مستوياتهم العلمية أو العملية، حيث يوفر العديد من مقاطع الفيديو التعليمية من كافة التخصصات والمجالات والعلوم، وهي أشبه بالدروس التي يمكن مشاهدتها تقدم شرحات في قالب فيديوهات حول موضوع دراسي معين أو حتى دروس تنقل للمشاهد خبرات مهنية صانع الفيديو أو معلومات تعليمية.

وفي هذا الصدد أبرزت الدراسات والأبحاث نجاعة موقع اليوتيوب في العملية التعليمية، حيث أن الموقع يوفر بتعدد لغات الفيديوهات فرص تعلم اللغات ومختلف الحرف والمهن، بفضل الشروحات التي يوفرها وتعدد الفيديوهات وكثرتها وعروضه التوضيحية العملية.

فهناك كثير من الدول التي تفطنت لدور موقع اليوتيوب في العملية التعليمية، وباتت تستغله كمنصة تعليمية، وهو ما يتجلى في انشاء عديد الجامعات لقنوات يوتيوب تعرض فيديوهات محاضراتها، أو حتى نشاطاتها، وهي متاحة للطلبة والمعلمين لاستخدامه بفاعلية داخل الصف وخارجه، لمساعدة الطلبة في تعلمهم، وتنشيط المناقشات الصفية، وتحقيق أهداف التعلم[2].

4. الوظيفة التثقيفية:

وتتمثل هذه الوظيفة في الدور الذي يقوم به موقع اليوتيوب في التعريف بعادات وتقاليد وحياة الشعوب حيث هناك نشطاء عبر اليوتيوب يروجون لحياة الشعوب، والمناطق، أشخاص ينتقلون الواقع الذي تعيشه الشعوب في تلك البلدان عبر قنواتهم في موقع اليوتيوب.

---

[1] وسام فاضل راضي ومهند حميد التميمي، المرجع نفسه، ص 222، 223.

[2] محمد فرج صالح العبد اللات، **أثر استخدام اليوتيوب والفيس بوك في تحصيل طلبة الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس في مادة اللغة الإنجليزية**، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الحادي عشر، العدد 34، 2018، ص 7.

حيث يزخر الموقع بفيديوهاته العديدة بالمقومات الثقافية المختلفة المحلية، الوطنية وحتى العالمية، وتروج لأفكار وثقافات وانتماءات أصحاب القنوات الناشطة عبر اليوتيوب.

5. الوظيفة الإعلانية:

وهي وظيفة الإعلان عن المنتجات والسلع والخدمات عبر موقع اليوتيوب بحيث يمكن للشركات والهيئات والمنظمات وحتى الأشخاص من تصوير مقطع الفيديو ونشره في موقع اليوتيوب بسهولة وبدون تكاليف، كما يسهل من خلال هذا الموقع قياس عدد من تلقوا الإشهار وحتى معرفة من نال اعجابهم المنتوج ممن لم ينل اعجابهم وهي خاصية نجدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما تغيب في وسائل الإعلام القديمة المختلفة.

تأسيسا على ما سبق عرضه يمكن التأكيد على تنوع استخدامات موقع اليوتيوب وثراء هذا الموقع. وكذا إمكانية استفادة مستخدمي اليوتيوب منه على عدة أصعدة في الوقت نفسه.

3.3.أدوات موقع اليوتيوب (YouTube)

يتيح موقع اليوتيوب (YouTube) عدد من الأدوات التي تعكس خدماته المتنوعة، حيث حددها باحث عراقي في علوم الإعلام والاتصال في الأدوات العشر التالية[1]:

1. أداة المشاهدة (Watch): وهي الأداة الرئيسية بالموقع والتي تمكن المستخدم من مشاهدة ملفات الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب، بتنوع مجالاتها وموضوعاتها: السياسية والثقافية والدينية والكوميدية والعلمية وغيرها من الموضوعات الأخرى التي تهم مستخدمي اليوتيوب. كما توفر أداة المشاهدة عديد الوظائف والإمكانات منها التحكم بخصائص الفيديو مثل تشغيل الفيديو بالحجم الذي يريده المستخدم ك: المشاهدة بالحجم الكبير أو الصغير، مشاهدة المقطع مع إمكانية التذكير به لاحقا أو مرة أخرى، التحكم بجودة صورة العرض وسرعتها، التحكم بمستوى الصوت أو إيقاف مقطع الفيديو أو تقديمه للوقت الذي يرغب بمشاهدته أو للأحداث المناسبة.

2. أداة البحث (Search / Discover) وهي الأداة التي تساعد على البحث عن كلمة أو موضوع أو اسم معين لمقطع فيديو من خلال وضعها في شريط البحث المتضمن في شبكة اليوتيوب، وتتيح أداة البحث صفحة النتائج، استخدام خيارات البحث وتضييق نطاق النتائج إذا كانت النتائج متعلقة بتلك البحوث كثيرة الكلمات، كما تساعد أيضا هذه الخدمة من تحسين البحث وتخمين الكلمات المتعلقة بالبحث المراد.

[1] وسام فاضي راضي، مرجع سبق ذكره، ص 214- 216

3. أداة المشاركة (Share)هي أداة يتم من خلالها مشاركة مقاطع الفيديو المتاحة في موقع اليوتيوب مع المستخدمين الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى أو عبر البريد الالكتروني أو حتى عبر الرسائل الخاصة بين المستخدمين أو من خلال صفحاتهم الشخصية. وتتم المشاركة بتزويد المستخدم بالشفرة الخاصة بالفيديو أو رابط الفيديو لإضافته عبر أي موقع ويب، طالما أن مالك الفيديو يمكن ويتيح عمليات التضمين أو المشاركة، وذلك بالفقر على زر مشاركة "Share " لتظهر بعدها مجموعة الوسائط الالكترونية التي يمكن للمستخدم مشاركة مقطع الفيديو من خلالها.

4. أداة التخصيص (Personalization) تتعلق هذه الأداة بمن يملكون قناة على موقع اليوتيوب حيث تمكنهم من تعديل قناتهم الشخصية من خلال ما يسمى "الصفحة الرئيسية للبث على موقع اليوتيوب"، إذ يمكن من خلالها إضافة مقاطع الفيديو التي ينشئها المستخدم من خلال عمليات التحميل، وحتى تمكنه من اختيار الفيديوهات المفضلة، وتتضمن أداة التخصيص تحديد خيارات لون الخلفية وتنسيق الوحدات التي تختلف من مستخدم إلى أخر وما بين القنوات أيضا.

5. أداة التفضيلات (favorisation)هي الأداة التي تتيح للمستخدم من تحديد عدد كبير من مقاطع الفيديو التي تنال اعجابه في قائمة التفضيلات، حيث يمكنه هذا من الاحتفاظ بالفيديو على حسابه الشخصي حيث يمكنه هذا التصنيف من سهولة الرجوع إليه ومشاهدته مرة أخرى[1].

6. أداة انشاء قائمة الانتظار (create a playlist) تتيح هذه الأداة للمستخدمين إمكانية العثور على المزيد من مقاطع الفيديو التي تعجبه أو تثير اهتمامه من النقر على زر "إضافة إلى" لإضافة الفيديو إلى قائمة الانتظار ومشاهدته لاحقا، بحيث يتم تجميع مقاطع فيديو متعددة في قائمة الانتظار، وتتيح خاصية "التشغيل التلقائي" مشاهدة مقاطع الفيديو باستمرار، أي تشغيل المقاطع بصورة متتالية.

7. أداة التحميل (upload): وهي الأداة التي تتيح للمستخدم تحميل مقاطع الفيديو التي يقوم بإنشائها على القناة الخاصة للمستخدم على موقع اليوتيوب ومشاركتها مع الأصدقاء، ويمكن تحميل مقاطع الفيديو بتنسيق عالي الدقة، إذ يقدم في هذا الشأن ثلاث خيارات لدقة مقاطع الفيديو: درجة 720 Pixel، pixel1080، أو حتى 4 كيلو بكسل kilo pixel، وعند الانتهاء من تحميل مقاطع الفيديو يمكن إضافة عمليات التنسيق النهائية عليه، ومنها عمليات لتحسين جودة الصورة والصوت وتسريع طريقة العرض، وإضافة علامات الفيديو التي تظهر أثناء البحث.

[1] المرجع نفسه، ص 215.

8. أداة أعجبني (like)[1]تتيح أداة اعجبني تعبير المستخدمين عن اعجابهم من عدمه بالفيديوهات الموجودة في موقع اليوتيوب وهو يظهر أسفل الفيديو للسماح للأخرين بمعرفة ذلك، الأمر الذي يساهم في الرفع من معدل مشاهدة الفيديو، إذ أن أكثر الفيديوهات التي تنال إعجابا من قبل المستخدمين تكون الأكثر جاذبية للمستخدمين الآخرين، كما يمكن الضغط على زر "لم يعجبني" للتعبير عن رفض المحتوى المعروض عبر اليوتيوب أو عدم رضاهم عنه، مما يسمح لليوتيوب من خلال هذه الأداة من قياس الإعجاب وعدم الاعجاب بالفيديو وكذا وضع احصائيات لعدد مرات المشاهدة.

9. التعليق (comment) تفتح هذه الأداة أمام مستخدمي اليوتيوب من التعليق على الفيديوهات الذي يشاهدها المستخدم من خلال إضافة تعليق أسفل المشغل، للتعبير عن آرائهم أو انطباعاتهم حول مضمون الفيديو، أو حتى مناقشة الموضوعات التي يتناولها الفيديو.

10. مقاطع الفيديو المقترحة (SuggestedVideos) بعد مشاهدة أي فيديو على موقع اليوتيوب يظهر أسفل الفيديو أو على جانبه عمود يحتوي اقتراح فيديوهات ذات صلة بموضوع الفيديو الذي تمت مشاهدته، ما يمكن مستخدم اليوتيوب من إيجاد الفيديوهات ذات الموضوعات المتشابهة وبالتالي مشاهدة عدة فيديوهات بدون تعب.

بناء على ما تقدم طرحه يمكن استخلاص أن اليوتيوب بوظائفه الإعلامية المختلفة وأدواته المتعددة، دفع الباحثين مؤخرا إلى اعتباره كوسيلة إعلام بديلة عن قنوات الإعلام السمعي البصري القديمة، حيث يشير الباحث **"خالد غسان يوسف المقدادي"** بالقول:" اليوتيوب أداة تواصل اجتماعي ممتازة في حالة أردت إيصال رسالة واضحة عن فكرتك أو منتجك أو توجهك السياسي... وأن تكون رسالتك واضحة، مركزة، ومشوقة..."[2].

وبالتالي يبرز ويلخص الباحث في مقولته، الأدوار المختلفة لموقع اليوتيوب وتعدد مجالات الاستفادة منه، فمن الناحية الاتصالية يعد وسيلة تواصل اجتماعي ناجعة لإيصال الرسائل وبإمكانيات بسيطة، وحتى من الناحية السياسية والتسويقية، حيث يمكن تقديم عبره رسالة سمعية بصرية واضحة ومركزة من حيث الأفكار.

[1] المرجع نفسه، ص215 - 216

[2]خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، مرجع سبق ذكره، ص 45.

4.3. اليوتيوب YouTube مقابل مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى

يعتبر موقع الفايسبوك واليوتيوب المنصتان الأكثر شعبية لاستهلاك مقاطع الفيديو باختلاف مضامينها، فكل واحدة تتيح فرصة التوجه لجمهور معين وبناء محتوى حسب خصائص كل واحدة منها. ويكمن الفرق بين خصائص كل من اليوتيوب والفايسبوك فيما يلي:



مخطط رقم (02): يمثل أهم الفروق بين موقعي الفايسبوك واليوتيوب[1]

أولا: من حيث فكرة الابتكار

يشير المخطط أعلاه إلى أهم الفروق بين موقعي الفايسبوك واليوتيوب من حيث فكرة التصميم والابتكار التي يقوم عليها كل من الفايسبوك واليوتيوب.

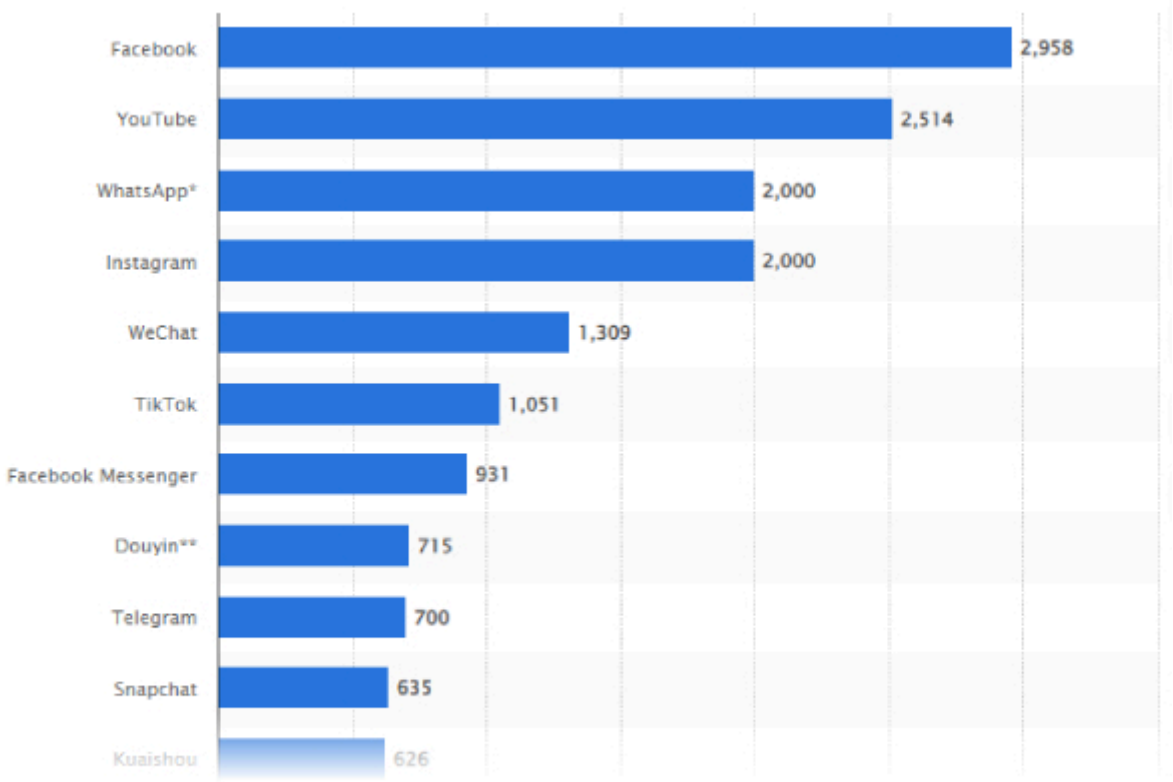
حيث يتضح من خلال ما يطرحه المخطط أن الأفكار التي يقوم عليها كل من الموقعين يختلف عن الآخر، إن كان من التصميم، أو الاستخدام، أو حتى الجمهور المستخدم، وحتى المحتوى، إلا أن موقع

[1] نقلا عن: ديانا لاريا، منتصر مرعي، **إنتاج الفيديو لشبكات التواصل الاجتماعي**، معهد الجزيرة للإعلام، دون سنة النشر، ص 12

الفايسبوك يتميز عن اليوتيوب في إمكانية تواصل مستخدميه فيما بينهم، إلا أن اليوتيوب يمكن من التعليق فقط، وهذا يوضح دور هذا الوسيط الإعلامي الجديد في صناعة ونشر الفيديوهات.

بناء مما سبق عرضه، يمكن القول أن فكرة ابتكار موقع اليوتيوب والفايسبوك من حيث المحتوى والتصميم. فاليوتيوب مخصص لنشر الفيديوهات باختلاف أحجامها ويشجع على المحتويات الطويلة، أما موقع الفايسبوك فهو يتيح الانتشار الواسع للمنشورات، ويختص في متابعة آخر الأخبار في شكل محتوى قصير.

ثانيا: من حيث الاستخدام والانتشار



الشكل رقم (02): ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي اعتبارًا من جانفي 2023من حيث الاستخدام[1]

يتضح من الشكل أعلاه تصنيف مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، حيث يتبين أن موقع اليوتيوب يصنف كثان موقع تواصل اجتماعي انتشارا في العالم، نظرا لخصائصه الكثيرة.

[1] موقع statista.com/statistics، تم الإطلاع عليه بتاريخ، 11 مارس 2021، على الساعة: 20:00.

3. هندسة الرأي العام وسطوة الخوارزميات عبر موقع اليوتيوب YouTube

يخضع موقع اليوتيوب كغيره من المواقع الأخرى إلى منطق الخوارزميات، التي تقوم بهندسة الرأي العام واتجاهاته حسب الهدف الذي يسعى القائمون على اليوتيوب الوصول إليه، وفي هذا الشأن نوهت بعض الدراسات مؤخرا إلى أن خوارزميات[1] موقع التواصل الاجتماعي يوتيوب القائمة على التشاركية والتفاعلية، التي ساهمت في ابراز أنماط اتصالية رقمية جديدة سهلت من عملية الاتصال السياسي، حيث نوه الباحث المختص في العلوم السياسية (Alan Finlayson) في دراسة جديدة قام بها حول "السياسة والاتصالات الرقمية: حالة اليوتيوب أنموذجا"، توصل من خلالها إلى أن من خلال خوارزميات المنصات الرقمية يتم تنظيم وهندسة محتوى المستخدمين وسلوكهم بشكل نشيط من خلال أليات تحكم اجتماعية وتقنية معقدة بشكل متزايد، بالإضافة إلى ذلك فإنها تعتبر بمثابة مجالات نشاط عالية التنظيم، مصنوعة من بروتوكولات وشفرات برمجية تتأثر بثقافة المصممين وتوقعاتهم."[2]

حيث يبرز الباحث أن التحديات الجديدة التي باتت تواجه رجال السياسية، والمحللين السياسيين، وكذا الباحثين في مجال الوسائط الجديدة على حد سواء، تكمن في فهم التفاعلات التي تتم مع التصميمات الصادرة لمواقع التواصل الاجتماعي، وكذا الاستخدامات المختلفة لها وكذا الباحثين في مجال الوسائط الجديدة على حد سواء، فيما تحدد دراسة الباحث البريطاني "جيربودو Paolo Gerbaudo" المختص في السياسة الرقمية (Digital Politics)، حيث أنه يوضح الكيفية التي تؤدي خوارزميات الإنترنت في التحكم في الأفراد المشتتين وتركز اهتمامهم على قضايا معينة، من خلال ما سماه بـ"تأثيرات التصفية" (Filter Effect) التي تعتمد على اظهار للمستخدمين معلومات وصفحات دون الأخرى، وتكثيف الارتباط الحزبي، كما باتت تعد شبكات التواصل الاجتماعي صوت لتقديم خطابات عامة لمن تم استبعادهم من قبل "الاتجاه العام" (The

[1] الخوارزميات هي اختصار لمصطلح "التعليمات البرمجية"، ويعود المصطلح لاسم عالم الرياضيات في القرن التاسع، " محمد بن موسى الخوارزمي"، وهي باللغة اللاتينية Algoritmi، وهي مجموعة من الإجراءات المرتبة ترتيبا منطقيا والتي يتم تنفيذها للوصول إلى هدف أو ناتج مطلوب، حيث أنها برمجيات صممت لتحقيق مهام معينة، فللخوارزميات قدرة على التحكم في بيانات ما، هذه البيانات قد تكون متعلقة بمستخدم موقع اليوتيوب، أو بالمحتوى الذي ينتجه أو يتلقاه، وهذا ما يعرف بإدارة مختلف المحتويات، بما فيها المحتوى الضار من خلال إنشاء خوارزميات خاصة بذلك. تم الاعتماد في هذا على: عائشة كريكط، **خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟**،مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (06)، العدد (02)، ديسمبر 2022، ص411.

[2] Alan Finlayson, **Youtube And Political Ideologies**: **Technology Populism And Rhetorical Form**, Sage Journals, Volume 70, Issue 1, 2022, P 65-66

Mainstream) ، واستخدامها مع "موقف عدواني ومتمرد" من خلال سرية الهوية والديناميكية المؤثرة لشاشات الوسائط الجديدة من كمبيرتر- هاتف محمول- لوحة الكترونية، ولوحة المفاتيح التي تجعل من السهل التعبير. حيث تم تصميم منصة اليوتيوب من أجل تكثيف وتنظيم سوق متعددة الجوانب يتكون من: الجماهير، صانعو المحتوى الهواة، الهواة المحترفون والمحترفون، شركاء الاعلام، أصحاب الاشهار، والوسطاء الجدد مثل الشبكات متعددة القنوات ومطورو الطرف الثالث. وقد دعمت على مدار العشرية الماضية صانعي المحتوى من أجل إضفاء الطابع الاحترافي على أنشطتهم وتوسيع نطاقها، وهو ما دفع إلى ظهور أنواع جديدة، تتضمن حتى الأنواع السياسية والتي كان أنجحها من حيث عدد المشاهدات إلى حد الآن حسب الباحثون لويس Lewis، مونجر Munger، فيليبس philips هو الحق السياسي (Political Rights)* .[1]

وقد سمح موقع اليوتيوب بظهور أنواع جديدة من رواد الأعمال الايديولوجيين من القاعدة الجماهيرية السياسية، الذين تميزوا بطابعهم السياسي وكانوا قادرين على العثور مباشرة على أي جمهور، تنميته والاحتفاظ به، كما أن استهلاك المحتوى السياسي عبر هذه المنصة مدفوع بالطلب والعرض، كما يسمح للفئات المعارضة الذين يكون استهلاكهم لوسائل الإعلام السياسية مقيدا بأيديولوجيات وسائل الإعلام، من خلال موقع اليوتيوب يكونون قادرين على التعبير عن أفكارهم، وذلك من خلال اتاحة السوق لمثل هذه المواد، وتحفيز العرض، أنواع التعبير السياسي والتواصل المناسبة بغية الاستحواذ على مثل هذه الحصة السوقية المربحة. إذ يعتبر صناع المحتوى

* الحق السياسي" هي الحقوق التي تهيئ للفرد فرصة الاسهام في حكم وطنه، ومن أبرز هذه الحقوق حق الدولة في إبداء الرأي وإعطاء المشورة للحاكم، إما مباشرة أو عن طريق فرد آخر ينيبه عنه، ومن هنا كان الحق مكفولا لكل فرد في الانتخاب والترشيح للمجالس النيابية، وهما ما يمثل بهما في الحقوق السياسية في القوانين الوضعية". محمد رأفت عثمان، **الحقوق والواجبات والعلاقات الدولية في الإسلام**، دار الضياء، القاهرة، 1991، ص 51

وهو ما تحدده المادة 25 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية وكذا أحكام ميثاق الأمم المتحدة، التب تنص على أن: لكل مواطن الحق والفرصة دون أي من الفروق المذكورة في المادة 2 ودون قيود غير معقولة:

(أ) المشاركة في إدارة الشؤون العامة، مباشرة أو من خلال ممثلين يتم اختيارهم بحرية.

(ب) أن ينتخب ويُنتخب في انتخابات دورية نزيهة تُجرى بالاقتراع العام والمتساوي وتُجرى بالاقتراع السري، بما يضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين.

(ج) تقلد الوظائف العامة في بلده، على قدم المساواة بشكل عام.

تم الاطلاع على وثيقة العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية عبر موقعهم الرسمي عبر الرابط التالي:

https://www.ohchr.org/ar/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights

[1] Alan Finlayson, **YouTube and Political Ideologies: Technology Populism and Rhetorical Form**, Ibid, pp 66

السياسي عبر الانترنت مسؤولين أمام المشاهدين والمشتركين فحسب، وجوهريا هياكل الحوافز الخاصة بموقع اليوتيوب.

كما أن منصة اليوتيوب التي يتم الوصول إليها عبر الكمبيوتر أو اللوح الالكتروني أو الهاتف الذكي، تجعل الصور المرئية جزءا من تدفق معقد تم إنشاؤه بوعي أو بغير وعي بات يولد أنواعا جديدة من العلاقات بين الأفراد والأفكار السياسية تنشؤ أثناء النقر على المواقع، النصوص، أو متابعة الروابط، أو عرض المحتوى المضمن الذي يتم مشاركته ونشره على منصات أخرى. حيث يختار المشاهدون ما يبحثون عنه ويشاهدونه متحررين من السلطات المركزية التي تتميز بها أنظمة البث الإعلامي الوطنية، لكنهم يخضعون لأنواع جديدة من السلطات المركزية كالمطالبة الضرورية للمنتجين بآننا نسجل إعجابنا، تعليقاتنا واشتراكنا، ليمتد الأمر بدون مراقبة أو انتباه سينتقل المشاهد من فيديو واحد تلقائيا إلى الفيديو الموالي، الذي تحدده الخوارزميات التي تشغل الجهاز، توجه خيارات المشاهد، تكثفها، وتركزها.

بالإضافة إلى ذلك تعتبر منصة اليوتيوب بمثابة وسيط فردي مستعار بحيث يقدم تجربة محاكاة للاستقلالية مع اجراء مشاركة مقتنعة في شكل تقييم: التصويت الإيجابي، التصويت السلبي، التعليق، الاشتراك، المشاركة وما إلى ذلك. ومن خلال هذه الوسائل يتفاعل أعضاء الجمهور وقد يشكلون "مجتمعا" خارج حدود قناة اليوتيوب، من خلال مشاركة الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كالفايسبوك، المنتديات...

وبذلك تتشكل المجتمعات السياسية من خلال المشاركة عبر الانترنت، غير أنها تشترك مع مجتمعات المعجبين التجاريين أكثر مما تشترك مع المجموعات المدنية من المواطنين، إذ يعتبرون بمثابة "مجتمعات محركة للمشاعر" ذات عاطفة وليس مصلحة. حيث أن مواقف المحتوى السياسي علي منصة اليوتيوب يجعل المشاهدين "متابعين" يجب تحميسهم والاحتفاظ بهم. وعليه يكون المحتوى السياسي المحافظ لموقع اليوتيوب حسبما يشير إليه "لويسLewis" على وجه الخصوص، "في الغالب شخصيا إلى حد ما، وتتم روايته من خلال سرد القصص الشخصية والاشارات العاطفية... على مدى فترات طويلة من الزمن"[1].

إذ يرتبط هذا بالعلامة التجارية للقنوات، التي تكون في الغالب مع اسم الشخص الذي يقف وراءها، ويعمل المنتجون على تطوير شخصية متسقة للمشاهدين للتعرف عليها من خلالها، كما تعمل طريقة التصوير يأتي الاتصال "وجها لوجه" من مساحة "خاصة" مثل غرفة النوم، غرفة المعيشة أو المكتب المنزلي، ث تعمل الإعدادات على جعل الفيديوهات تبدو شخصية ويساهم التعتيم في "الكواليس"، "الواجهة الأمامية" في أداء

[1] Alan Finlayson,op.cit, p67

الأصالة، بمعنى أن ما يقال هو تعبير مباشر عن الشخص الذي يقوله ولا يخضع لمطالب، شفرات أو قواعد من أية سلطة أخرى، وحسبما يرى لويس أيضا أن المتحدثون عبر اليوتيوب يقدمون "شهادات أيديولوجية مشابهة لشهادات المنتج في الإعلان، يتحد التحسين الشخصي والأيديولوجي ويعرض المؤثرون الطريقة التي يعيشون بها سياساتهم كعلامة تجارية طموحة"[1].

وعليه أصبح الاتصال السياسي الرقمي يقوم على خلق منتديات جديدة داخل الفضاء العمومي الافتراضي، وتغير بشكل جذري من يمكنه إنشاء زاوية هناك؟ ماذا يمكنهم أن يقولوا؟، ومن يقولون ذلك؟ ولماذا؟، بحيث يستطيع "رواد الأعمال الأيديولوجية" كافة أنواع الذوق السياسي المتخصص بتكلفة منخفضة مع مكافآت عالية محتملة إذا استطاعوا تنمية جمهور معين والحفاظ عليه، وهو ما يحفز الحماس والمشاركة.

تأسيسا على ما سبق يقوم موقع يوتيوب YouTubeعلى نظام إنتاج ونشر الفيديوهات، فهو منتدى لمشاركة الجمهور، وبالتالي وسيلة للتغيير والتأثير الاجتماعي، حيث مكنت التقنيات الجديدة الأفراد من التعبير عن الذات والتمكين الشخصي والسلوك التشاركي الذي يفي بالحاجة إلى التقديم الذاتي حيث لا يتقيد المتابعون بإنشاء ملفاتهم الشخصية والصداقة بينهم مثل مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

4. أنواع المحتوى وصانعيه على اليوتيوب YouTube في الجزائر

ينشط على موقع اليوتيوب ملايين من صناع المحتوى من كل بقاع العالم، باختلاف ثقافاتهم، ومعتقدات، وحتى اهتماماتهم، مما يكشف عن الاهتمام بصناعة المحتوى عبر اليوتيوب وكثافته، وهو ما يعكس التغيرات التي يفرضها هذا الموقع، تتجلى في التعدد والتنوع والاختلاف.

ولو أردنا أن نصنف هذا الكم الهائل من المحتوى لوجدناه يختلف باختلاف المعايير المعتمدة، حيث "أصبح يطلق على الشخص الذي يملك قناة عبر اليوتيوب ويقدم أي محتوى من خلاله تسمية يوتيوبرز (Youtubers)، حيث يسعى الكثير من الأشخاص لأن يدخلوا عالم نشر وصناعة الفيديوهات عبر اليوتيوب نظرا للفائدة التي يحصدونها من خلال هذا الموقع الذي بات يمكنهم من جني المال والشهرة". [2]

[1] Alan Finlayson,op.cit, p 69

[2] نبيلة جعفري، **مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار**، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد2، العدد 1، 2022، ص 40.

كما يعرف هؤلاء أيضا باسم منشئو المحتوى على اليوتيوب، وهم أشخاص يملكون قنوات على الموقع يستخدمونها لنشر مقاطع الفيديو، وجذب أكبر عدد ممكن من المشاهدات وتحقيق دخل مادي من مشاهدات ومشاركات جمهورهم، حيث انتشرت في عشرينية هذا القرن وظيفة اليوتيوبر بين الكثير من الشخصيات المعروفة والهواة، يزاولونها عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، وتحولت فكرة الفيديوهات من مجرد تجربة ترفيهية إلى وظيفة يسعى من خلالها الكثير لجني المال.[1]

فمنشئو المحتوى على موقع اليوتيوب أو ما يطلق عليهم "اليوتيوبرزYouTubers " أشخاص لديهم قنوات على موقع يوتيوب يستخدمونها لنشر مقاطع الفيديو بهدف توليد أكبر عدد ممكن من المشاهدات وتأمين الإيرادات المحتملة من خلال تحقيق الدخل من مشاهدات ومشاركة جمهورهم، وأصبح بعض مبدعي المحتوى السمعي والبصري أيقونات في عالم الترفيه الشبابي، مما يمثل بديلًا للصناعة السمعية البصرية التقليدية؛ كما أنهم بمثابة شخصيات إعلامية تبنى هوياتهم من خلال المحتوى الذي يبثونه.

ويتم تحديد اليوتيوبرز المؤثرين بعدة طرق وفق مجموعة مختارة من المعايير، هي:

- عدد المتابعين لليوتيوبرز
- مدى جاذبية المحتوى المقدم.
- موثوقية المصادر التي يعتمد عليها صانع المحتوى عبر اليوتيوب.
- شعبية صانع المحتوى، حيث يبحث مستخدمي اليوتيوب عن صناع المحتوى الأكثر شعبية لمتابعتهم. [2]

1.4. أنواع صانعي المحتوى عبر اليوتيوب

هناك ثلاثة أنواع من صناع المحتوى عبر اليوتيوب(Youtubeurs) (أنظر المخطط رقم 2):

1.المؤثرون العمالقة (méga influencers)؛ هم المشاهير أو نجوم التواصل الاجتماعي الذين لديهم أكثر من مليون متابع على وسائل التواصل الاجتماعي.

[1] مي مجدي عبد الحكيم، **اليوتيوبرز كيف تبدأ قناة وتحقق الربح منها؟**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2021، ص 6

[2] المرجع نفسه، ص6

2.المؤثرون الكليون (macro influencers)؛ هم أولئك **المهنيون** أو **المدونون** أو **الخبراء** الذين لديهم **10000 إلى 1 مليون متابع**، ولهم خبرتهم وتأثيرهم في فئات محددة مثل نمط الحياة أو الموضة أو الأعمال.

3.المؤثرون الجزئيون (micro –influencers) هم أولئك **المستهلكون** الذين لديهم ما بين **500 و1000 متابع**، لهم جمهور متخصص ومستويات عالية من الثقة والتفاعل مع المتابعين من المهم الإقرار بوجود مستويات متفاوتة من المشاركة للجمهور المتابعين على موقع يوتيوب؛ حيث يصنف المتابعون على موقع يوتيوب وفقا لعدة مستويات من المشاركة تتراوح بين: "**المنشئين النشطين**" (وهم المستخدمون الذين ينشئون المحتوى الخاص بهم)، و"**النقاد**" (وهم المستخدمون الذين يعلقون ويراجعون ويقيمون المحتوى)، و"**جامعي المحتوى**" (وهم المستخدمون الذين يقومون بتجميع المحتوى وإنشاء بيانات التعريف)، و"**المتفرجون**" (وهم المستخدمون الذين يستهلكون المحتوى الذي تم إنشاؤه أو تقييمه أو تجميعه بواسطة الآخرين)، كل مجموعة تختلف في الأهداف والاهتمامات والقدرات بهدف مضاعفة نسب المشاركة .[1]

4.**المؤثرون الجزئيون (micro –influencers)** هم أولئك **المستهلكون** الذين لديهم ما بين **500 و1000 متابع**، لهم جمهور متخصص ومستويات عالية من الثقة والتفاعل مع المتابعين من المهم الإقرار بوجود مستويات متفاوتة من المشاركة للجمهور المتابعين على موقع يوتيوب؛ حيث يصنف المتابعون على موقع يوتيوب وفقا لعدة مستويات من المشاركة تتراوح بين: "**المنشئين النشطين**" (وهم المستخدمون الذين ينشئون المحتوى الخاص بهم)، و"**النقاد**" (وهم المستخدمون الذين يعلقون ويراجعون ويقيمون المحتوى)، و"**جامعي المحتوى**" (وهم المستخدمون الذين يقومون بتجميع المحتوى وإنشاء بيانات التعريف)، و"**المتفرجون**" (وهم المستخدمون الذين يستهلكون المحتوى الذي تم إنشاؤه أو تقييمه أو تجميعه بواسطة الآخرين)، كل مجموعة تختلف في الأهداف والاهتمامات والقدرات بهدف مضاعفة نسب المشاركة.[2]

[1] مي مجدي عبد الحكيم، المرجع السابق، ص 44.

[2] المرجع نفسه، ص 45.



المخطط رقم (03) مخطط يمثل أنواع المؤثرين وفقا لسلم التأثير "دورفيسون"

2.4. صناعة المحتوى عبر اليوتيوب في الجزائر

لاتزال ظاهرة صناعة المحتوى عبر اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في الجزائر في بداياتها، ولم تتبلور بعد حسب العديد من المختصين في علم الاجتماع، ومنهم الباحث "نور الدين بكيس" الذي يشير إلى أنها "...ظاهرة ولدت من رحم الحاجة الوظيفية للبروز وتحقيق الترقية في مجتمعات غير منظمة بالشكل الكافي وغير مؤطر، وهي ظاهرة وليدة بيئة فرضت وجودها في المجتمع ويتفاعل معها ويتابعها ملايين الجزائريين، حيث صارت أقوى من وسائل الإعلام الضخمة العمومية والخاصة والفضاءات الرسمية لتأطير الشباب في المجتمع..."[1]، تأكيدا على هذا المعطى، فقد نوهت بعض الدراسات مؤخرا إلى أن المؤثرون عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، نجحوا في جذب ملايين المتابعين، وحققوا الكثير من الانتشار والنجاح، بل وتحول بعضهم إلى الإعلام التقليدي لتقديم مضامين مختلفة.

[1] نور الدين بكيس، نوال رزقي، **كيف تصبح مواطنا سيئا في الجزائر؟**، سارة للنشر، الجزائر، 2018، ص 225.

كما ظهر في الساحة السياسية، ناشطين جدد يحاولون التأثير على اتجاهات الجمهور، وهم أكثر قدرة على إدارة المشهد وتحريك الأحداث من الفاعلين السياسيين التقليديين، الذين أدركوا بدورهم أن هذه التحولات الرقمية المتسارعة تعمل على سحب البساط من تحت أرجلهم لصالح راكبي هذه الموجة، ليتداركوا أهمية هذه المنصات ويوظفوها لصالحهم، والأمثلة عن استغلال هذه المنصات من طرف السياسيين كثيرة في كل دول العالم، وحتى في الجزائر، ومن أمثلتها ما حدث في الانتخابات التشريعية عام 2017، عندما تحول فيديو لأحد صناع المحتوى يدعى "شمس الدين عمراني" إلى أيقونة حملات مقاطعة تلك الانتخابات، محققا نسبة مشاهدة قياسية، وصلت في أيامه الأربعة الأولى من تاريخ بثه (27أفريل 2017) إلى أزيد من مليوني و 300ألف مشاهدة على حسابه عبر موقع اليوتيوب.[1]

وبمحاولة إجراء مسح لقنوات اليوتيوب واستخداماتها في الجزائر، توصلت الباحثة لتقسيم قنوات اليوتيوب في الجزائر كما يلي:

أولا: حسب رقعة نشاطها

فبالرغم من أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال ألغت العامل الزماني والمكاني للاستخدام، إلا أنه من المهم الفصل في البلد الذي ينشط من خلاله ملاك قنوات اليوتيوب وحتى مستخدميه، حتى يسهل على المستخدم فهم الخلفية الثقافية الفكرية، الاجتماعية، وحتى السياسية للمضمون، ويساعد على فهم الإيديولوجية والأجندة التي يروج لها. حيث يتبين أن هناك قنوات يوتيوب داخلية محلية، وقنوات خارجية.

أ. **قنوات داخلية**: سواء كانت قنوات لوسائل إعلامية جزائرية، أو حتى صانعي محتوى يقيمون داخل التراب الوطني.

ب. قنوات خارجية: وقد تكون في شكل قنوات يوتيوب لمؤسسات إعلامية أجنبية أو عربية، أو حتى قنوات صانعي محتوى أجانب بغض النظر عن جنسياتهم.

[1] نبيلة جعفري، مرجع سبق ذكره، ص48.

ثانيا: حسب طبيعة قنوات اليوتيوب

أ. **قنوات رسمية:** حيث أن عديد المؤسسات الرسمية الحكومية والمنظمات قامت بمواكبة التطورات التكنولوجية الجديدة وفتح قنوات وحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على غرار موقع اليوتيوب، حيث نجد أن رئاسة الجمهورية الجزائرية تملك قناة يوتيوب يتم من خلاله نشر فيديوهات وخطابات الحكومة.

ب. قنوات غير رسمية: ويتعلق الأمر بأشخاص اختاروا فتح قنوات عبر منصة اليوتيوب وتوفير جو اتصالي جديد بعيدا عن التشويش الذي ميز وسائل الإعلام القديمة لعقود من الزمن، وتشمل قنوات:

ت. قنوات الهواة: تضم قنوات المهتمين بنشر الفيديوهات عبر اليوتيوب

ث. **قنوات نشطاء سياسيين:** والمقصود بهم الشخصيات المعروفة في المجتمع التي تتابع النشاط السياسي سواء تعلق الأمر بإعلاميين معروفين، مناضلين لأحزاب وتيارات سياسية...الخ.

ثالثا: حسب الاتجاه السياسي

لا يخلو أي مضمون من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي من أفكار وإيديولوجيات سياسية، حيث ترى" إلن كول" Ellen Kole أن شبكة الإنترنت في حد ذاتها سياسية، استنادا على هذا الطرح يمكن القول أن موقع اليوتيوب منصة تحمل عديد القنوات المؤيدة للنظام وأخرى معارضة له، فكما نجد في وسائل الإعلام القديمة اتجاهات سياسية متباينة، هناك ناشطين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما فيه موقع اليوتيوب ينقسمون بين مؤيد للنظام والمجتمع ومعارض له، حيث يهدف أصحاب الفئة الأولى إلى دعم أفكار واستراتيجيات النظام القائم داخل المجتمع، وكذا تنوير المجتمع وتشجيعه على العمل والافتخار برموزه ولعل من بينهم قناة صانع المحتوى "محمد دومير"، فيما تهتم الفئة الثانية بمعارضة أفكار واستراتيجيات النظام السياسي القائم واسقاطها من خلال بث أفكار معارضة وإقناع الجمهور بها. **وتتشكل صورة المعارضة الجزائرية عبر اليوتيوب من قوى عميلة للخارج** كقوى متآمرة على الوطن وتسعى لتحقيق أجندات خارجية، **بعض من هؤلاء المؤثرون مؤطرون من أشخاص وأحزاب وحتى مصالح أجنبية معادية للدولة الجزائرية، ومن بين هؤلاء زيطوط، ورشاد.**

3.4. أرقام استخدام اليوتيوب في الجزائر عام 2023

يرتبط استخدام اليوتيوب في الجزائر أساسا بإمكانية الاستفادة من الانترنت، وغالبا ما كانت شبكة الهاتف الثابت التي تعتبر المصدر الرئيسي للاستفادة من خط إنترنت بطيئة الانتشار بسبب عدة عوامل وذلك بدءا من تاريخ ولوج الإنترنت للجزائر سنة 1993. غير أن اقتحام شبكات الهاتف النقال لسوق الاتصالات

في الجزائر واتساع رقعة تغطيتها في مختلف مناطق الجزائر انعكس على أعداد مستخدمي اليوتيوب التي تضاعفت بشكل كبير قياسا بالسنوات الأولى لاستخدام اليوتيوب في الجزائر.

ينظر للإحصائيات على أنها دعامة من الدعامات الأساسية التي تساعد في الشرح وترسي معالم الفهم وتوضح الصورة، لاسيما إن تعلق الأمر بعنصر لامادي كاليوتيوب، والذي حقق منذ ظهوره عام 2005 إلى الآن أرقاما كثيرة تشد الانتباه وتبعث على البحث في خصائصه ومؤشراته.

حيث بالعودة إلى تحديثات أرقام غوغل إلى أن يوتيوب لديه 22.70 مليون مستخدم في الجزائر أوائل عام 2023، وتشير بيانات الشركة الخاصة إلى أن وصول إعلانات YouTube في أوائل عام 2023 كان يعادل 50.2 في المائة من إجمالي سكان الجزائر في بداية العام[1].

5. إيجابيات وسلبيات موقع اليوتيوب

يتضح من خلال عناصر سابقة من هذا الفصل (خصائص موقع اليوتيوب)، أن لموقع اليوتيوب إيجابيات كثيرة على المجتمع والفرد، من حيث الحرية التي يتيحها للمستخدم لاختيار المضامين التي يريد التعرض لها وفي كل مكان وزمان، وكذا سهولة البحث والتعرض، بالإضافة إلى قيامه على وظائف إعلامية، ترفيهية، تعليمية...، إلا أن هذا لا ينفي وجود سلبيات كثيرة لهذا الموقع، ولعل أبرزها أن المضامين التي تبث من خلاله لا تخضع للرقابة ما يجعل المقاطع التي تنشر عبره لا تتفق والثقافات والقيم الخاصة بكل الشعوب، وحتى الاتجاهات الرأي العام القائمة في الدول، ومن بين المضامين التي تتحفظ عليها بعض الثقافات على اليوتيوب:

1. الأفلام الإباحية التي تشكل حجما كبيرا على الموقع، سواء تلك التي يقوم أفراد بإعدادها عن أنفسهم أو أصدقائهم، أو المقاطع الدعائية للشركات المتخصصة في هذا المجال، مما يجعل هذا النوع من المضامين يعارض القيم الإسلامية والعربية، رغم أن الموقع يقوم بحجب بعض المواد عن المستخدمين الذين تقل أعمارهم عن ثلاثة عشر عاما. حيث واجه اليوتيوب انتقادات لاذعة مؤخرا لاستضافة مقاطع فيديو تستهدف الأطفال ظاهريًا ولكنها تحتوي على عنف أو ايحاءات جنسية.

2. الأفلام التي تقوم بنشر مواد سياسية محظورة، كتلك التي تصور رؤساء الدول أو الحكومات أو حتى الشخصيات السياسية البارزة في مواقع غير محببة لهذه الشخصيات وللأنظمة الحاكمة، وهذا النوع من الفيديوهات لا ترغب الكثير من الحكومات بنشره، ولعل المثال الأشهر لهذا النوع من الفيديوهات هو مشهد ضرب الرئيس

[1] https://datareportal.com/reports/digital-2023-algeria , le 15 novombre2023, à 20h

الأمريكي السابق "جورج بوش" بالحذاء في مؤتمر صحفي ببغداد، ومنه أيضا ملف فيديو تقليد أحد المواطنين للرئيس المصري "حسني مبارك" وهو يتحدث عن القضية الفلسطينية...

3. المشكلات المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، حيث أقامت عدة شركات دعاوى قضائية ضد الموقع لنشره مواد فيلمية تمتلك حق ملكيتها الفكرية، وقام المسئولون عن الموقع بإزالتها، ويحاول الموقع تجنب تحميل الأفلام الكاملة والبرامة التلفزيونية عن طريق منع أي مادة تزيد مدتها على 10 دقائق.

4. المشكلات المتعلقة ببث مقاطع وأفلام تحتوي على العنف لما لهذه الأفلام من تأثيرات سلبية سلوكيات المستخدمين، فقد عرض مشاهد لرجل يتعرض للركل بالأقدام حتى فقد وعيه شاهدها كثيرون على موقع اليوتيوب خريف عام 2006، كما أن بعض الدول كالولايات المتحدة الأمريكية وجهت انتقادات حادة للموقع لنشره أفلام معادية للولايات المتحدة.[1]

وعن جهود الموقع في تلاشي مثل تلك المواد المثيرة للجدل، فقد أقام مركزا للمساعدة على الإنترنت يوجه المستخدمين إلى قائمة "بالمسموح والمحظور"، وتتضمن منع تحميل وإرسال مواد إباحية، أو مشاهد أعمال خطيرة أو غير قانونية بما فيها سوء معاملة الحيوانات، أو صناعة القنابل وأشكال العنف الأخرى.

تأسيسا على ما سبق ذكره، يمكننا التأكيد على أن لموقع اليوتيوب إيجابيات تبرز من خلال وظائفه المختلفة السالفة الذكر، أما فيما يتعلق بسلبيات تشمل عدة جوانب، ثقافية، صحية... ولعل أبرزها أن اليوتيوب يشكل أحد أبواق الاستعمار الثقافي الجديد، من خلال الفيديوهات التي تبث القيم والأفكار والآراء الغربية، وباب لتقديم طروحات قد تكون معادية للدول والأنظمة وبث أفكار مغلوطة. أما من الناحية الصحية يتبين أن لليوتيوب تأثيرات على صحة المستخدم تصل إلى دجة الكسل واللامبالاة بعامل الوقت، وقد يتعدى ذلك إلى اضطراب في أوقات الفراغ والتسلية والنوم ونظام الحياة اليومي بصورة عامة، ويرى بعض علماء النفس أن العكوف الزائد أمام شاشة الهاتف أو الحاسوب أو حتى اللوح الإلكتروني ومشاهدة الفيديوهات لساعات طويلة من الوقت لا يساعد على اضعاف السلوك الاجتماعي فحسب، بل يسعى إلى تنمية السلوك الفردي ويشجع على الانسحاب من عالم الواقع والادمان على مشاهدة المزيد من الفيديوهات عبر اليوتيوب لهذا وجب التعامل مع هذه المنصة بحذر وفي حدود المعقول.

[1] وسام فاضي راضي، مرجع سبق ذكره، ص522- 523.

6. مستقبل صناعة المحتوى عبر اليوتيوب في ظل استخدام الذكاء الاصطناعي

مع ظهور الذكاء الاصطناعي[1] يستعد القائمين على موقع اليوتيوب التابعة لشركة غوغل لدمج ميزات الذكاء الاصطناعي التوليدي الجديدة في منصة مشاركة الفيديو، حيث تسارع عمالقة الإنترنت إلى مواكبة المنافسة مع شركات الذكاء الاصطناعي مثل "أوبن إيه آي" (OpenAI)، "مايكروسوفت"، حيث طرحت كل منهما منتجات صديقة للمستهلك مثل روبوتات الدردشة وخدمات إنشاء الصور التي تعتمد على هذه التكنولوجيا.

حيث يستفيد موقع اليوتيوب من الذكاء الاصطناعي على عدة أصعدة على غرار الدبلجة، وكذا إضافة أدوات الذكاء الاصطناعي لمنتجي الفيديوهات، حيث أكد "نيل موهان**Neal Mohan**" الرئيس التنفيذي لخدمة الفيديو لشركة اليوتيوب:" إن قوة الذكاء الاصطناعي تبدأ الآن في الظهور بطرق من شأنها إعادة ابتكار الفيديو وجعل ما يبدو مستحيلا ممكنا"[2].

كما يعزم موقع بث ملفات الفيديو "يوتيوب" المملوك لشركة خدمات الإنترنت الأمريكية العملاقة "غوغل" اللجوء إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد وحذف المحتوى المحظور مثل التحريض على العنف والكراهية والتطرف، في أعقاب تزايد الضغوط السياسية والانتقادات التي تواجهها مواقع التواصل الاجتماعي بدعوى دورها في نشر العنف والتطرف[3].

---

[1] الذكاء الاصطناعي هو نظام كمبيوتر له القدرة على التفكير والتصرف بذكاء في المواقف المختلفة من خلال الاستقبال والتفسير الصحيح للبيانات الخارجية، والتعلم من هذه البيانات، واستخدام ناتج هذا التعلم في تحقيق أهداف ومهام محددة بالتكيف المرن. ويتضمن هذا السلوك على سبيل المثال حل المشكلات، والإدراك البصري، والتعرف على الكلام، واتخاذ القرارات، والترجمة بين اللغات. ويمكن القول بعبارة أخرى أن الذكاء مارس نشاط رقم والذي يهدف النشاط إلى معرفة مفهوم الذكاء الاصطناعي، حيث أول من أطلق مصطلح الاصطناعي هو قدرة الآلة على التعلم أستاذ الرياضيات بجامعة أمريكية في مقترحه الذي)John McCarthy(الذكاء الاصطناعي" هو جون مكارثي" قدمه من عام 1956 – 1955 بمؤتمر دارتموث، تم الاعتماد في ذلك على: ريهام دخيل الشمري، **عالم الذكاء الاصطناعي**، كلية التربية النوعية،ج1، ط1 الكويت،2020، ص9.

[2] موقع DW، مقال صحفي بعنوان: يوتيوب يلجأ للذكاء الاصطناعي لحذف المحتوى غير اللائق، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 22أكتوبر2023، من خلال الرابط التالي: https://p.dw.com/p/2puLQ

[3] المرجع نفسه.

وسوف يستغل الموقع بشكل أكبر خبرة غوغل في الذكاء الاصطناعي حيث أن ذلك يساعد الأشخاص المسؤولين عن مراجعة المحتوى، في إزالة خمسة أمثال تقريبا عدد ملفات الفيديو التي تنتهك قواعد الموقع. حيث ساهم الذكاء الاصطناعي في اكتشاف 98% من هذه الملفات التي تحتوي على رسائل عنف.

في نفس السياق تتيح الإجراءات الجديدة لموقع "يوتيوب" حذف المحتوى المحظور بوتيرة أسرع، حيث تم حذف حوالي 70% من الملفات خلال 8 ساعات من وضعها، في حين تم حذف حوالي 35% منها خلال أول ساعتين.

كما أن تقنيات الذكاء الاصطناعي استطاعت منذ جوان2023 من مراجعة عدد هائل من الملفات، يعادل ما يمكن أن ينجزه 180 ألف شخص يعملون لمدة 40 ساعة أسبوعيا.

وقد أشار الرئيس التنفيذي لخدمة الفيديو بموقع اليوتيوب"نيل موهان"**Neal Mohan** عند توليه هذا المنصب وفي أول تصريح له بالقول: "إن قوة الذكاء الاصطناعي تبدأ الآن في الظهور بطرق من شأنها إعادة ابتكار الفيديو وجعل ما يبدو مستحيلاً ممكناً"، وأوضح أن منشئي المحتوى على ‘‘يوتيوب’’ سيتمكنون قريباً من تبديل المظهر افتراضياً في مقاطع الفيديو، أو إنشاء ‘‘مشاهد أفلام خيالية’’ من خلال قدرات الذكاء الاصطناعي التوليدية ‘‘في الأشهر المقبلة"[1].

فبالرغم من إيجابيات اعتماد منصة اليوتيوب على الذكاء الاصطناعي التي ستعود بالفائدة على هذا الموقع الإلكتروني، كزيادة انتشار مقاطع الفيديو عبره بعد كسر حاجز اللغة، وزيادة نسبة المشاهدة بمعدل 15 بالمئة خاصة أنه سعى لمطابقة الصوت المدبلج مع حركة الشفاه، ومراعاة إظهار التعبيرات الشعورية في الصوت. إلا أن للموضوع سلبيات عديدة على المستخدمين، حيث أثبت فريق من الباحثين من bbc وجود أزيد من 50 قناة بأكثر من 20لغة تنشر معلومات مضللة متنكرة في محتوى علمي، وتشمل هذه القنوات علوما زائفة، ومعلومات كاذبة، قد تظهر للأطفال على أنها محتويات تعليمية. وما هي في الحقيقة إلا معلومات مضللة مستنكرة في شكل

[1] مقال صحفي بعنوان: يوتيوب يلجأ للذكاء الاصطناعي لحذف المحتوى غير اللائق، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 22أكتوبر2023، من خلال الرابط التالي: https://p.dw.com/p/2puLQ، المرجع نفسه.

محتوى علمي (رياضيات، هندسة، تكنولوجيا العلوم)[1].

بناء مما سبق يمكن القول إنه تظهر بوادر إيجابية لاستعانة منصة اليوتيوب بتقنيات الذكاء الاصطناعي الجديدة في تحسين جودة المحتوى المعروض من ناحية الصوت والصورة وجذب المشاهدين، لكن بالمقابل فإن خوارزميات الذكاء الاصطناعي سترشح المحتوى المعروض بحلة جد مبتكرة رقميا على حساب صدق المحتوى ذاته، وعليه وجب في هذا العنصر من الدراسة تنبيه مستخدمي اليوتيوب من التضليل الذي قد يطال مختلف مجالات الحياة الإنسانية، من تاريخ وثقافة، وسياسة، وحتى عرض المعلومات الدينية.

[1] موقع bbc، مقال صحفي بعنوان: **قنوات يوتيوب تنشر معلومات علمية مزيفة باستخدام الذكاء الاصطناعي**، تاريخ النشر 14سبتمبر 2023، تم الاطلاع عليه، بتاريخ 22أكتوبر، 2023، عبر الرابط التالي: https://www.bbc.com/arabic/articles/c4n45nnq2nko.amp?fbclid=IwAR3ysEjUJfO6Rvjy_JeM-mEHz3OyoMiUo-zqnuL__3LG9iJOUhbvFhGwtXs

خلاصة

بالعودة إلى الإحصائيات سالفة الذكر، تبرز القاعدة الجماهرية الكبيرة لهذه المنصة الإعلامية والاتصالية الرقمية، ما يدفع الباحثين إلى طرح عديد الأسئلة، لعل أبرزها ما التأثيرات الناجمة عن استخدام الموقع، بغض النظر عن نوعه ودرجته. ناهيك عن الاستخدامات الكثيرة والواسعة لموقع YouTube التي تشمل مجالات عديدة، يجعل منها مصدر مهم في الحياة اليومية للأفراد، مما أوجد نشطاء جدد عبر هذه المنصة يسمون بـ "اليوتيوبر "Youtubers الذين يقومون بنشر الفيديوهات عبر هذه المنصة، بمقابل الشهرة والحصول على مردود مالي يحدد على أساس سياسة النشر والمتابعة وحتى عبر خاصية التفاعل، فكلما حصل المنشور على شريحة كبيرة من متابعات أو تفاعل الجمهور تمكن صانع المحتوى من دخول عالم الشهرة والحصول على المال في وقت قصير.

واستخلاصا لما سبق يمكن القول أن موقع اليوتيوب لم يعد منصة ترفيهية فقط بل أصبح منصة لجني الأموال وطرح مختلف الآراء والاتجاهات السياسية والاقتصادية، المعرفية، وحتى الترفيهية والتثقيفية.

II. تشكيل الرأي العام
واتجاهاته من النسق التقليدي إلى الشكل الافتراضي

تمهيد

يعد الفضاء العام أو المجال العمومي Espace public من بين المفاهيم الفاعلة في واقع السياسة المعاصرة، حيث يرتبط هذا المفهوم بحقيقة اجتماعية تاريخية مركبة وبادراك معياري للحياة الديمقراطية وهو ما جعله من المفاهيم الصعبة، فقد استعمله الباحثين قصد فهم وإدراك الحياة الاجتماعية بتشعب ميادينها وتياراتها الفكرية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

حيث يعد موضوع تكوين الرأي العام عبر الفضاء الافتراضي مجال بحثي جديد له سماته الخاصة، وهو ما سنتعرف عليه من خلال هذا الفصل، الذي سنتطرق من خلاله للبنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته بين النسقين الافتراضي والواقعي، خصائص وأنواع الرأي العام واتجاهاته، وكذا وظائفه ومظاهره، مراحل تشكله من الواقعي إلى الافتراضي الالكتروني، لنصل في آخر هذا الفصل إلى مساهمة اليوتيوب في تشكيل الرأي العام.

1. البنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته بين النسقين التقليدي والافتراضي

يرتبط مفهوم الفضاء العمومي باختلاف معانيه القديمة والجديدة، أشد ارتباط بمفهوم الرأي العام، حيث يشير الباحثون وعلى رأسهم "يورغان هابرماس" إلى أن الفضاء العمومي هو" حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام"[1] .

"*Public sphere"* is "a realm of or social life in which something approaching public opinion can be formed."

وهو ما يعني أن وجود مجال عام شرط أساسي لتشكل رأي عام، وبدونه يصعب الاقتراب من الرأي العام، وبالتالي فإن المصطلحات متداخلين فيما بينهما. حيث أن مصطلح الفضاء العمومي من المصطلحات الواسعة، التي يختلف الباحثون في تعريفها من مجال إلى أخر، تأسيسا على ما سبق يشير الباحثون إلى أن الفضاء العمومي يمكن تفسيره من خلال ثلاث مستويات رئيسية المنظور السياسي، القانوني، والاجتماعي، حيث يعرف كل من المستويات السابقة كما يلي[2]:

1 – يُفهم **الفضاء العام سياسيًا** على أنه "الفضاء المجازي"the metaphorical space" للنقاش العام. وبالتالي فهو يعكس حيوية الحياة السياسية لمجتمع معين. ويعتبر مظهر من مظاهر قوة الديمقراطية.

2 – من **منظور قانوني**، تم تحديد الفضاء العام على أنه "ممتلكات مخصصة لاستخدام الجمهور. إنها مجموعة فرعية من ممتلكات الدولة. وهذا على عكس الملكية الخاصة التي يملكها فرد أو كيانات مصطنعة تمثل المصالح المالية للأشخاص ".

[1] Hibamo Ayalew**, <u>The Role of Social Media Networks in the 2011 Arab Revolutions,</u>** A senior essay submitted in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Bachelor f Arts in Political Science and International Relations, Program of Political Science and International Relations, Wollega University, June 2012, p9.

[2] Matteo Lattanzio, **<u>The Future Of Public Space, Towards An Integrated Design Of Public Space And Informational Technology,</u>** Faculty Of Arts, Environment and Technology ,Leeds Metropolitan University, 2012, P11

3 – الأكثر صلة بهذا التحليل هو فهم الفضاء العام من **وجهة نظر اجتماعية**، من خلال استخداماته وأنماط التفاعلات التي تحدث بين الأشخاص الذين يترددون عليه. في هذا المعنى، يشير إلى مساحة ملموسة أو افتراضية حيث يتفاعل الناس جسديًا أو عن بعد مع بعضهم البعض.

بناء مما سبق ذكره يتبين أنه عند تحديد مساحة –مادية أو افتراضية– يجب مناقشة الموضوع بالرجوع للجوانب الثلاث السابقة مجتمعة.

أما بالعودة للاشتقاق اللغوي للكلمة يتضح أن أصل مصطلح المجال العام (PublicShere) يتبين أنه" ترجمة للمصطلح الألماني (Öffentlichkeit)، والذي يمكن ترجمته إلى عدة مصطلحات متشابهة كالعام أو الجمهور أو الانفتاح"[1].

ويعود بروز هذا المصطلح إلى المفكر الألماني (يورغان هابرماسJurgen Habermas) في بداية الستينيات، حيث يعد أول من استخدم مصطلح الفضاء العام في أطروحته "أركيولوجية الدعاية" التي نشرت عام 1960، حيث تطرق من خلالها إلى ميلاد الفضاء العمومي البرجوازي بإنجلترا خلال القرن 18.

ولقد عرف هابرماس الفضاء العام من خلال اطروحته على أنه:" مجال للممارسات الفكرية المبنية على الاستعمال العام للعقل والمنطق من طرف أفراد خواص، حيث أن قدراتهم النقدية غير مرتبطة بانتمائهم إلى جهاز رسمي ما، أو إلى بلاط الملك، ولكن يرتبط بنوعية قراءاتهم ومشاهديهم الذين جمعتهم متعة الحوار التعايشي"[2].

كما عرف هابرماس المجال العام بأنه:" حيز من حياتنا الاجتماعية يمكن من خلاله أن يتم تشكيل ما يقترب من الرأي العام[3]، كما أنه:" المجال الذي ينشأ من أفراد خصوصيين يجتمعون معا كجمهور ليتناولو احتياجات المجتمع من الدولة، والمشاركة في نقاشات حول القواعد العامة التي تحكم العلاقات المتعلقة بالعمل الاجتماعي والسياسي، حيث يستخدم فيها هؤلاء الأفراد عقلانيتهم وتفكيرهم أثناء مناقشة هذه المسائل العامة[4]،

[1] Young Cheon Cho, **The politics of Suffering in the public sphere: The body in pain Empathy and political spectacles**, Ph.D. Dissertation, The university of lowa, lowa City, may 2009, P 5.

[2] Héléne Janniére, vallerie Devillard ; Espace **public ; communauté et voisinage ; In les Espaces publics modernes** : ouvrage cpllectif sous la direction de picon le febvre edition le minitour ; paris ; 1997 : p16

[3] Nien-Hsuan Fang, **The internet as public sphere: A habermasianapproach**,**Ph.D. Dissertation** ;University of New York, Rutgers, 1995, P:37.

[4] Xu Wu, Chinese Cyber nationalism: How china's online public sphere affected its social and political transitions, **Ph.D. Dissertation**, University of Florida, August 2005, P: 24.

فهو ساحة تتمتع بالاستقلال الذاتي عن الحكومة، وأيضاً عن القوى الاقتصادية، وهو مُكرس للتداول والنقاش المنطقي، ويكون من السهل الوصول إليه، فهو مفتوح لكل المواطنين" [1]

ويتضح من خلال جملة التعاريف السابقة لهابرماس أنه الفضاء الذي يسمح بوجود نقاش عقلاني بين (أفراد خصوصيين) كما أشار في تعريفه بغض النظر عن انتماءاتهم السياسية، والقدرة على مناقشة ونقد القضايا والمسائل التي تمس الحياة المشتركة. كما يحيل مفهوم الفضاء العمومي عند هابرماس إذاً إلى تلك الفضاءات العامة والتي كان تمثل مجالات يعبر فيه الأفراد والجماعات عن أرائهم بكل حرية ويتحاورون ويناقشون صالحهم العام بعيدا عن ضغوطات السلطة السياسية الحاكمة وهيمنتها.

لكن عرف هذا المفهوم العديد من الانتقادات في عدة جوانب وأبعاد، كان أبرزها كون الفضاء العمومي متاح فقط للطبقة البورجوازية، وعليه اتهم هابرماس بأنه همش باقي الطبقات الاجتماعية، وهو ما أكده

"برنارد فلوريس Bernard Floris"، الذي يرى أن هابرماس أخفى أن المجال العام ليس دائما مكانا للاجتماع الديمقراطي الحر، لأنه كان مجالا صراعي يعبر عن العلاقات الاجتماعية التي تسودها اللامساواة والسيطرة." [2]

بناء على جملة الانتقادات التي قدمت لهابرماس، أعاد هذا الأخير النظر في التعريف الذي قدمه للمجال العام وذلك في الطبعة الجديدة لكتابة عام 1992، " حيث أكد أن المجال العام كان متنوعا منذ نشأته الأولى وأنه كان إلى جانب المجال البورجوازي يوجد مجال عام آخر يضم الطبقات الدنيا من المجتمع"[3].

[1] شيرين محمد كدواني، **استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطي فى مصر، أطروحة دكتوراه**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2015، ص46.

[2] دريس نوري، **استعمال المجال العام في المدينة الجزائية**، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة محمد منتوري، قسنطينة، 2007، ص 51.

[3] Héléne Janniére, vallerie Devillard, **Espace public, communauté et voisinage, In les espaces publics modernes**, ibid, p18.

ومن جملة التعاريف المعاصرة للمجال العام، نذكر تعريف حنا آراندتArendt Hannah على أنه: "عبارة عن خشبة مسرح يظهر ويستعرض عليها وفيها الفاعلون الاجتماعيون أنفسهم وقدراتهم، ويؤدون عليها ومن خلالها أدوارهم حسب موقعهم الاجتماعي"[1].

حيث تراجعت سلطة البرجوازية مع تطور المجتمعات الإنسانية مقارنة على ما كانت عليه في العصور الوسطى، ليحل محلها مجتمع مبني على أسس قانونية وسياسية أكثر تنظيم، وهو الوضع الذي أدى بكثير من المفكرين إلى بناء تصور نظري مغاير للفضاء العام. حيث تطورت واتسعت المعاني التي كان يشير إليها الفضاء العام، وفي هذا السياق يقول "بيار شومبار Pierre Chombart" أن:" المجال العام مازال يرمز إلى عدة معاني وأبعاد قد تكون في بعض الأحيان متناقضة، ولكي نتمكن من استيعابها يجب علينا ربطها بالسياق الذي يرى ضمنه المفهوم، لكن بشكل عام قد يشير المجال العام إلى أماكن فيزيقية (الأقورة)[2]*، الصالونات المقاهي، الساحات العامة، الشوارع...). والشرط الأساسي لكي تكون هذه الأماكن مجالات عامة، هو ضرورة خضوع الأفعال التي تجري فيها لمبدأ الشفافية والعلانية"[3].

كما ساهم المفكرين **J. Rémy** و **L.Voyé** في صياغة تعريف للفضاء العام يعتبر أكثر دقة وشمولا، حيث أنهما ميزا بين شكلين من الفضاء العام، **فضاء عام قوي وفضاء عام أقل قوة**. فالفضاء **العام القوي** حسبهما هو" المجال المفتوح في جميع الأوقات أي ليس له وقت فتح واغلاق مثل الساحات العامة والشوارع، بحيث يكون الدخول إليها متاحا لجميع الفئات الاجتماعية دون تمييز. ويمكن أن تقام فيه أنشطة ليست بالضرورة محددة، بشرط أن تتوافق مع شروط استعمال المجال التي وضعتها السلطات العمومية"[4].

---

[1]Peter Lunenfeld,The digital Dialectic, **New Essays on New Media**, edition by Richard Coyne ,united states of America ,2000, P23

[2] *الأقورة أو **أغورا** (Agora)هي ساحة دائرية كان المزارعون بأثينا يلتقون بها منذ عام 406 ق.م ولكنها لم تكن حكراً عليهم بل كانت موضع التقاء الفلاسفة أيضاً. وقد شكلت الأغورا مركزاً إدارياً ودينياً وتجاريا في الدولة، بحيث إنها كانت المكان العمومي الذي كانت تُتخذ فيه القرارات الأساسية في المجتمع الإغريقي (اليوناني) القديم.

[3]دريس نوري، **استعمال المجال العام في المدينة الجزائية**، مرجع سبق ذكره، ص52

[4]Peter Lunenfeld,op cit, P25

أما **الفضاء العام الأقل قوة** حسب "ريمي" و "فويي" فهو "المجال العام الذي يتمتع بأوقات فتح وإغلاق مع الحفاظ على حرية الدخول إليه، والنشاطات التي يمكن أن تمارس فيه يجب أن تتوافق والقواعد المنظمة لهذا المجال"[1].

يتبين من هذال التصنيف أن الفضاء العام الأقل قوة مرتبط برزنامة وقتية تضبط مواعيد الولوج لهذه الفضاءات، إضافة إلى وجود إطار عام يحدد السلوكيات والتصرفات المقبولة، ومن أمثلته: الحدائق العامة، قاعات المسرح والسينما. حيث يتبين مما سبق أن المفكرين انطلقا من البعد الفيزيقي للفضاء العام ليؤسسا للفضاء العام في ظل المجتمعات المعاصرة. التي تبرز أن الفضاء العام المعاصر أكثر اتساعا عندما يرتبط بالمجتمعات الحديثة حيث تحتوي على الكثير من الاختلافات ما إذا قارناها مع المجتمعات الكلاسيكية، ويمكننا أن نفصل في هذا المنظور من عدة زوايا اجتماعية، أهمها تنوع الفضاءات العمومية في المجتمعات المعاصرة في حين أنه لم تكن هنالك الكثير من الفضاءات في المجتمعات الكلاسيكية لمناقشة القضايا المجتمعية، إذ كانت تتلخص في ساحات "الأغورا" ، ناهيك أيضا عن الكثافة السكانية التي تمتاز بها المجتمعات الحديثة والتنوع الاجتماعي مقارنة بالبناء الاجتماعي الذي كان موجودا في المجتمعات البرجوازية، كما أن مشاكل وقضايا اهتمام المجتمعات المعاصرة تكون أكثر تعقيدا مما كانت عليه المجتمعات الكلاسيكية. وهو ما ذهب إليه DacheuxEric حينما أشار بالقول إن "الفضاء العام ليس معطى تاريخيا بل هو بناء اجتماعي في تطور مستمر"[2].

وعليه يمكن القول مما سبق أن الفضاء العمومي مصطلح ومفهوم في ذات الوقت، تتعدد معانيه وتتسع بتعدد الفضاءات العمومية في المجتمعات الحديثة وما بعد الحداثة كما تتنوع أشكال الفضاءات التي تضمن حق المشاركة والتفاعل لجميع الفاعلين بمختلف انتماءاتهم الاجتماعي والجنسية، ومختلف توجهاتهم السياسية والأيديولوجية.

2. ماهية الفضاء العمومي الافتراضي (Virtual Public Sphere)

يشير مصطلح الفضاء الافتراضي إلى نوع جديد من الفضاءات، والمجتمعات، التي تقوم وترتكز على المجال الرقمي، تم تقديم المصطلح لأول مرة على حسب أحد المراجع الأجنبية من قبل الروائي دبليو جيبسون في كتابه "Neuromancer "، والذي عرفه على أنه " تصنيف تجريدي للواقع، منفصل عن العالم الحقيقي الذي

[1] Peter Lunenfeld,op cit, p26

[2]Dacheux Eric, **l'espace public**, edition CNRS, paris, 2008, p20.

يُنظر إليه على أنه هلوسة توافقية يتعرض لها يوميًا مليارات المشغلين الشرعيين ... تمثيل رسومي للبيانات المستخرجة من بنوك كل كمبيوتر في النظام البشري. تعقيد لا يمكن تصوره".

ووفقًا لجون إل. كاستي ، يحدث الواقع الافتراضي من خلال عملية تربط بين ثلاث بيئات: العالم الحقيقي والعالم الرقمي وعالم الكمبيوتر ويتم وصف هذه العملية على النحو التالي: "أولاً ، نلاحظ الكائن" أ "في العالم الحقيقي ، ثم نحول إلى تدفق البيانات في "العالم الرقمي" ، والذي سيستمر في "عالم الكمبيوتر" ، الذي تم إنتاجه بواسطة المعلومات التي حددها تدفق البيانات لجعل الناس يشعرون وكأنهم في عالم حقيقي".

وبالتالي، فإن الفضاء السيبراني هو مجال يجسد صفات مختلفة من العالم المادي، لكن كونه نتاجًا للأشياء والجهات الفاعلة المادية، فلا يمكن اعتباره كيانًا في حد ذاته، ولكنه مرتبط ارتباطًا وثيقًا بالعالم الحقيقي وتأثيراته عليه. إنها مهمة بشكل متزايد ولذا يجب أن تؤخذ في الاعتبار لإنتاج تحليل للفضاء يعكس الواقع[1]. ويتضح أن الفضاء الافتراضي هو ذلك الفضاء الذي يمكننا أن نستشعره بكل حواسنا ما عدا حاستي اللمس والذوق والذي يمكن مستخدميه من فتح النقاش واسعا عبر مختلف الفضاءات الافتراضية التي تتيحها شبكة الإنترنت.

1.2. العلاقة بين الفضاء العمومي والفضاء الافتراضي

ينبثق من تحليل العلاقات بين المجال الواقعي والافتراضي رأيين مختلفين، حيث يتبين من القراءة أن الباحثون يختلفون في وجهات نظرهم للصراع الفكري الحديث القائم حول المناقشة الجدلية القائمة عن العلاقة بين الفضاء العمومي الواقعي، و"الفضاء السيبراني"، ومدى التهديدات التي يخلفها توسع هذا العالم الافتراضي الجديد في العالم المادي، وعليه يمكن تقسيم الباحثين إلى فريقين متناقضين في هذا الشأن وإلى سيناريوهين متناقضين للغاية، أحدهما سلبي والآخر إيجابي.

حيث يجادل الكثيرون، على **الجانب التشاؤمي**، بأن عملية عزل "تباعد الزمان والمكان " التي جلبتها تقنيات الاتصال الجديدة تدفع نحو استكشاف حقائق افتراضية جديدة مدفوعة بفقدان الثقة بالمؤسسات العامة والمجتمعية وتؤدي إلى زوال الأماكن الحضرية العامة. من بين هؤلاء، يشير "هوارد راينجولد Howard Rheingold"، إلى أن "أحد تفسيرات ظاهرة المجتمع الافتراضي هو الجوع للمجتمع الذي ينمو في صدور الناس في جميع أنحاء العالم مع اختفاء المزيد والمزيد من الأماكن العامة غير الرسمية من حياتنا الحقيقية." بعبارة

[1] Matteo Lattanzio, **The Future Of Public Space, Towards An Integrated Design Of Public Space And Informational Technology,** Faculty Of Arts, Environment and Technology,Leeds Metropolitan University, 2012, pp 12_13.

أخرى، فإن العالم الافتراضي، الذي يُنظر إليه على أنه مأوى من مجتمع ما بعد الحداثة المجزأ والمفكك، سيؤدي إلى الاستبدال الكامل للفضاء العام المادي.

أما الفريق الثاني فينظر من خلاله من ناحية أخرى تماما، **ومن وجهة نظر إيجابية** تدعم فكرة أن تقنيات الاتصالات الجديدة يمكن أن تكون القوة النشطة التي من شأنها أن تؤدي إلى تحول ثقافي حول الحياة الحضرية والاجتماعية، مما يولد نقاشات حول تنشيط هذه المناطق من خلال نهج أكثر تكاملاً للتصميم من هؤلاء.

وقد أثار عالم الاجتماع "ماكبيث وويب McBeath and Webb " مخاوف بشأن انسحاب الناس من الحياة العامة الحضرية بحثًا عن مأوى افتراضي[1] ، وبالرغم من أن الموضوع لا يزال محل جدل واجتهادات من قبل المختصين من مختلف ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية، إلا أنه يمكن القول أن الفضاء العمومي الافتراضي ما هو إلا امتداد للفضاء العمومي الذي أشار إليه "هابرماس"، وما هو أيضا إلا نسخة جديدة لعالم واسع ومتشعب تحكمه التكنولوجيا، ولو أن هذا الفضاء الافتراضي يحمل في طياته الكثير من الإيجابيات والسلبيات في الوقت عينه.

الجدول التالي يبرز أهم الفروقات الجوهرية بين المجتمعات الواقعية والافتراضية:

الفروق المجتمعات	البقاء	المكان	المحلية/ العالمية	الادراك	الاتصال	العلاقات
المجتمع الواقعي	دائم	محصور بمجال جغرافي معين	المحلية	من خلال الحواس الخمس	مواجهي	حقيقية
المجتمع الافتراضي	مهدد بالزوال	غير محصور بمجال جغرافي	العالمية والكونية	من خلال الآراء والأفكار والمفاهيم	وسيطي	افتراضية

جدول يمثل الفروق بين المجتمعات الواقعية والافتراضية[2]

[1] Matteo Lattanzio, op cit, p 19.

[2] منقول من كتاب، محمد مصطفى رفعت، مرجع سابق، ص 103.

3. البنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته

أما فيما يتعلق بالبنية المفاهيمية للرأي العام واتجاهاته فرغم اتفاق الباحثين حول أهمية الرأي العام إلا أنهم اختلفوا حول إيجاد تعريف موحد له، ويرجع "محمد منير حجاب" [1]السبب في ذلك لعدة عوامل، من بينها صعوبة وصف وقياس الرأي العام وكذا استحالة رؤيته. اختلاف نظرة الباحثين للرأي العام باختلاف تخصصاتهم، فالباحثين السياسيين يركزون في دراستهم للرأي العام على الدور الذي تعكسه على إدارة الدولة ومخططاتها، في حين ينظر الباحثين في علم الاجتماع للرأي العام على انه كنتاج للتفاعل الاجتماعي والاتصال، كما يهتم علماء آخرون بتناول تحليلات الأفراد وكيف يقوم هؤلاء الأفراد بتكوين الرأي، وتغييره أو استمراريته عبر الزمن.

والحقيقة أن الرأي العام كظاهرة تفرض في دراستها الإحاطة بعمليات معقدة: سياسية واجتماعية ونفسية، يشارك فيها الأفراد والجماعات والمنظمات والمؤسسات، وغيرها من جهات وأطراف فاعلة ومتشابكة، وهو ما صعب من انتماء الرأي العام وتصنيفه ضمن أحد العلوم بل وحال دون الأمر لارتباطه الوثيق بمجالات معرفية كثيرة كعلم السياسة في أحد فروعه وعلم النفس الاجتماعي وعلم الاجتماع في الكثير من المظاهر، وعلم الإعلام في تطوراته الحديثة[2]...

بناء مما سبق يعد مصطلح الرأي العام من المصطلحات المراوغة التي لم يتفق حولها الباحثين إلى غاية اليوم، لهذا يوجد عديد التعريفات الأجنبية والعربية لهذا المصطلح ومن أهمها:

عرفه فلويد أولورت "Floyed Allport" قائلا: " ان الرأي العام يمكن ان يظهر عندما يوجد رأيا لمجموعة كبيرة جدا، ومختلفة من الأفراد يستطيعون من خلاله التعبير عما في أنفسهم لتأييد أو رفض موقف معين أو شخص معين أو اقتراح له أهمية كبيرة، ويستطيع هذا العدد المتباين من الأفراد بما له من شدة وبأس وثبات ان يقوم بعمل فعال، إما بطريق مباشر او غير مباشر للشخص او للشئ او للموقف محل الراي العام"[3].

فيما عرفه "كلوريدج كنج" بأنه: "الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد مناقشات علنية وافية".

---

[1] محمد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، الطبعة 2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2000، ص12.

[2] عبد الغفار رشاد القصبي، **الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات**، ط1، دار الأصدقاء للطباعة بالمنصورة، القاهرة، 2004، ص 29.

[3] حياة قزادري، مرجع سبق ذكره، ص43.

فيما عرفته "سوزان هيربست" بالقول:" أن الرأي العام هو المجموعة المركبة لآراء جمهور كثير ومختلف أو هو رأي مفرد لشخص عن مجموع اجتماعي أو سياسي... أو آراء المجموعات الكبيرة "[1].

ومن جملة الملاحظات التي يمكن إبداؤها على التعريفات السابقة يمكن القول أنها تركز على الجانب الكمي للرأي العام. فيما تختلف نظرة الباحثين للرأي العام حيث عرفته "هيربست" انطلاقا من أنه جمهور، أما التعريفين الأخرين فتنطلق من فكرة المحكومين أو الشعب.

أما فيما يتعلق مفهوم الرأي العام في الفضـــاء الافتراضـــي يتجه الباحثين اليوم للاهتمام بالرأي العام الذي بات يتكون عبر المجتمعات الافتراضـــية، حيث تطرح اليوم إشـــكالية تســـمية الرأي العام عبر الفضـــاء الافتراضـــي، بين من يطلح عليه الرأي العام الالكتروني**Online Public Opinion** ، فريق أخر يطلق عليه رأي عام افتراضي.

على كل يمكن توصيف الرأي العام عبر الفضاء الافتراضي بأنه ذلك الرأي الذي يعبر عن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير في هذا الفضاء الواسع على شبكة الانترنت. ومن مجمل التعريفات ما يلي:

يعرف الرأي العام الالكتروني على أنه:" تلك الفكرة السائدة أو المحورية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية ومنصات التعبير عن الرأي في الواقع الافتراضي تجمعهم وتربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف من المواقف او تصرف من التصرفات، او مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتماماتهم او تتعلق بمصالحهم المشتركة"[2].

فيما يعرفه باحث آخر:" الرأي العام الالكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل (فكرة، اقتراح، رأي، مشاركة)، أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجية بعينها أو تنبع عن تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال الانترنت لتأخذ دورها في المشاهدة والاطلاع من قبل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، وفي هذه

[1] شاهيناز طلعت، **الرأي العام**، مكتبة الأنجو المصرية، القاهرة، 2015، ص 92.

[2]Wu, Shiwen Andliu, Na, 2013,**Contentious Discourse And Dynamic Frames**:**The Interplay Among Online Public Opinion**, Media Report, And Government Discourse In Public Event, Paper Prested At The Annual Meeting Of The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Washington, P2.

الحالة فالرأي العام الالكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش"[1].

كما يعرف على أنه حصيلة النقاشات المعبرة عن كل الشرائح التي تملك الانترنت أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش[2].

وهو كذلك عبارة عن مجموع أو نسبة آراء جمهور المشاركين عبر التقنية الالكترونية في زمن محدد تجاه قضية أو موضوع معين تعرضوا له وبادروا إلى الكشف عن رأيهم بشأنه سواء لكونه يلامس اهتماماتهم أو لأنهم تأثروا بطرحه للمناقشة أو الحوار[3].

بناء من جملة التعاريف السابقة للرأي العام يمكن القول إن تعريفات المفكرين لا يمكن فصلها عن "البيئة الاتصالية" التي جاءت فيها، لأن تعريف أي مفكر لمفهوم الرأي العام يكون حسب الوسائل الاتصالية التي نشأ منها، والتي تمثل بيئته الطبيعية، فزمن الكتب ليس هو زمن التلفزيون، وليس هو زمن الانترنت، سواء تعلق الأمر بالمعلومة واستعمالها، وكيفية التفاعل معها فمثلا الرأي العام الافتراضي يناقش كل فكرة، اقتراح، رأي، مشاركة، أو حتى لفظ اعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين أو تدافع عن أيديولوجية بعينها أو تنبع عن تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، ففي هذا الصدد تؤكد "نانسي فريزر. Fraser, Nancy "، أن الفضاء العمومي اليوم، له صلة وطيدة بعصر العولمة، وبالتدفقات العابرة للحدود، من الأشخاص والمعلومات المكثفة والمتزايدة، والذي تحول بفضل التطور التكنولوجي لوسائل الأعلام والاتصال

[1]Juliane urban, kristin bulkow 2013, **tracing public opinion online**,**an example of use for social network analysis in communication research**, application of social network analysis conference, vol 100, p113.

[2]Kim, kyungmo, young min and kim, narae ,2014, **online news diffusion dynamics and public opinion formation**:**a case study of controversy over judge'spersonal opinion expression on sns'in korea**, paper presented at the annual meeting of the internation communication association 64Th annual conference, Washington, p2.

[3]متعب بن شديد بن محمد الهماش، **الرأي العام الالكتروني**، مجلة الأمن والحياة، العدد 304، سبتمبر/ أكتوبر، 2007، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2007، ص48.

إلى فضاء عمومي عالمي، حيث تطرقت إلى مفاهيم عديدة، مثل مفهوم الاندماج، وشرعية النقاش والمشاركة، مقابل التخلي عن الرأي العام المحلي والوطني[1].

أما فيما يتعلق بمصطلح **الاتجاهات** " Attitudes " لقد ظهر مصطلح الاتجاه (Attitude)في علم النفس منذ سنة 1909 و1910، واتسع استخدامه لدرجة أن بعض علماء النفس الأوائل أمثال Thomasو بورجاردس ذهبوا إلى حد القول إن علم النفس الاجتماعي ما هو إلا الدراسة العلمية للاتجاهات.[2]

إن مصطلح الاتجاهات هو ترجمة عربية لمصطلح "Attitudes" أول من استخدمه عام 1862 في كتابه المسمى "المبادئ الأولى " حين قال (H. spencer) سبنسر هربرت إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل، يعتمد إلى حد كبير على اتجاههن الذهني بقولة أن مفهوم (G.W.Allportونحن نصغي إلى هذا الجدل أو نشارك فيه "ويشير ألبورت1935) الاتجاه أبرز المفاهيم وأكثرها إلزاما في علم النفس الاجتماعي المعاصر وليس ثمة اصطلاح واحد يفوقه.

حيث عرفه المفكر الأمريكي "جوردون ألبورت Allport" بأنه:" حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع المواضيع والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة، ما يعني أن الاتجاه هو الحالة الوجدانية القائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين، من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو القبول[3].

إن لاصطلاح الاتجاه قدرا من المرونة يسمح باستخدامه في نطاق الفرد والجماعة على حد سواء، وقد استخدم فعلا في كل من هاتين الوجهتين. مما جعله نقطة التقاء بين علماء النفس وعلماء الاجتماع وإتاحة لهم المناقشة والتعاون في البحث.

[1] رحيمة الطيب عيساني، **مدخل إلى الإعلام والاتصال** (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، ط1، عالم الكتب الحديثة، عمان،2008، ص189

[2] مي العبد الله، **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)**، دار النهضة العربية، لبنان، 2014، ص 17

[3] مي العبد الله، **الدعاية وأساليب الاقناع**، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 119.

فيما تعرف "مي العبد الله" الاتجاه بأنه:" ميل مستقر إلى حد كبير، يحمل مجموعة من المشاعر والعواطف والأفكار والمفاهيم ذات الأبعاد المتعددة، للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأمور، والمواقف والأفراد والجماعات، فالإنسان بطبيعته له ميول ذاتية ناتجة عن تفاعل مجموعة من العوامل التربوية والوجدانية والاجتماعية تساهم في تشكل مواقفه إزاء القضايا والأحداث والأفراد، وهذه الميولات ما نسميه الاتجاهات.

كما فصل "بوجاردسBogards" بين مستويين للاتجاه هما: الاتجاه اللحظي، واتجاه المدى البعيد.

- يتكون الاتجاه اللحظي من التأهب المؤقت أو اللحظي الدي ينتج من التفاعل اللحظي بين الفرد وعناصر البيئة التي يعيش فيها، ويمثل ذلك اتجاه الجائع نحو الطعام في لحظة احساسه بالجوع وينتهي هذا التهيؤ المؤقت بمجرد إحساس الجائع بالشبع.
- ويتميز التهيؤ ذو المدى الطويل بالثبات والاستقرار مثل اتجاه الفرد نجو صديق له، فهو ثابت نسبيا.

وعليه فإن الاتجاهات هي حصيلة تأثر الفرد بالمثيرات العديدة التي تصدر عن اتصاله بالبيئة وأنماط الثقافة والتراث الحضاري للأجيال السابقة، كما أنها مكتسبة وليست فطرية.

ويرجع اختلاف تعريفات الاتجاه إلى أنه "تكوين فرضي"، أي أنه مفهوم نفترض وجوده لنفسر به بعض مظاهر السلوك، ومن ثم فإنه لا يدرك مباشرة، بل يستدل عليه من سلوك الأفراد، أو من أنواع الاتساق والترابط بين الاستجابات التي يرد بها الفرد على التنبيهات الصادرة عن موضوع الاتجاه. فمن مجموع استجابات الفرد نحو الاستعمار مثلاً. يستدل على أن لدى هذا الشخص اتجاهاً سالباً نحو الاستعمار.

وبناء على ذلك يمكن أن نقدم تعريفاً يضع باعتباره الجانبين النظري والإجرائي للاتجاه" على النحو التالي: الاتجاه مفهوم نفسي اجتماعي، وهو تكوين افتراضي أو متغير وسيط تعبر عنه مجموعة من الاستجابات المتسقة فيما بينها، سواء في اتجاه القبول أو في اتجاه الرفض، إزاء موضوع نفسي اجتماعي جدلي معين. وعلى ذلك يظهر أثر الاتجاه في المواقف التي تتطلب من الفرد تحديد اختياراته الشخصية أو الاجتماعية أو الثقافية معبراً بذلك عن جماع خبرته الوجدانية والمعرفية.

بناء مما سبق عرضه يمكن ابراز الفرق بين الاتجاه والرأي العام من حيث تفسير الرأي العام على أنه محصلة لمجموع الآراء الشخصية السائدة في المجتمع حول مشكلة معينة، والتي يتفق أصحابه بصورة عامة على أنها أصلح

تعبير عن أفكارهم المتقاربة ووجهات نظرهم المتطابقة فيما يتعلق بخصوصها وبذلك فإن الرأي العام يمكن أن يكون نتاج القوى الفكرية المتصارعة، والنظريات الشخصية المتضاربة حول أمر من الأمور، والمستخلص من اتفاق الحل بينها وإجماعها على معنى واحد يمثل الرأي العام الذي يسود في المجتمع.

وينتج الرأي العام في المجتمع غالبا نتيجة لمناقشات جدلية تتضمن طرحا للأفكار وإبداء لوجهات النظر بين التأييد والرفض، وبين الاستحسان والاستنكار، وبين الموافقة والمعارضة، حتى يتأثر غالبية الأطراف المشتركة في المناقشة بما يسود من اتفاق عام في التفكير ووجهات النظر، وليس بالضرورة أن يعبر الرأي العام عن الإجماع بين أفراد المجتمع حول قضية معينة، ولكنه يعبر عن الآراء الشخصية لغالبية أفراده، ويختلف الرأي العام عن الاتجاه في أن الرأي العام ناتج من تأثير قوى خارجية على الفرد، بينما ينتج الاتجاه من طبيعة تكوينه المتعلق باستعداد الفرد العقلي والعصبي[1].

4. خصائص وأنواع اتجاهات الرأي العام عبر النسقين الافتراضي والواقعي

يتسم الرأي العام واتجاهاته عبر النسقين الواقعي والافتراضي بمجموعة من الخصائص، كما تتنوع أشكاله بناء على الوسائل الاتصالية المختلفة، فوسائل الاتصال لها دور كبير في تحديد أنواعه وخصائصه، وفي أي إطار وعبر أي حامل support أو وسيلة إعلامية.

أولا: خصائص الرأي العام واتجاهاته

يتفق العديد من الباحثين على عدد من الخصائص العامة للرأي العام من أهمها:

- أن الرأي العام يمثل ظاهرة معنوية ويجب الاعتراف به وبدوره وتأثيره في المجتمع.
- يأخذ الرأي العام شكل عملية متتالية المراحل تتضمن التفاعلات المختلفة وملابسات تكوين الرأي والتعبير عنه... وهذه العملية بمراحلها المتتالية تتم في إطار المجتمع بظروفه المختلفة.
- لا يترتب على مخالفة الرأي العام جزاءات قاسية كفقدان العضوية في المجتمع لأن الرأي العام هو رأي الأغلبية فقط، ولهذا فإنه توجد أقلية دائما لا تتبنى وجهة نظر الأغلبية.

[1] حسين شقيق، **الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية**، القاهرة، رحمة برس للطباعة والنشر 2007، ص 34

-للرأي العام تأثير كبير في صناعة القرار، وهو ما يعطيه أهمية ومغزى حقيقيا، ولهذا فإن دراسة الرأي العام دون تتبع مسار تأثيراته على الحياة السياسية تعد مبتورة أو ناقصة تفتقر إلى مقومات الاكتمال والفهم الصحيح[1].

كما تشير المراجع وتفصل في خصائص الرأي العام عبر النسق الافتراضي، حيث يتسم الرأي العام الافتراضي بجملة من السمات نحددها فيما يلي:

-معلن حر: أي أنه معلن على حوائط الشبكات الاجتماعية ويناقش مختلف القضايا بحرية.

-نشط ومتغير: حيث أن نشاط المستخدم أدى إلى نشاط الرأي العام الإلكتروني، فعملية الانغماس والاهتمام بالشأن العام من قبل المستخدمين جعل الرأي العام الإلكتروني نشط ويتغير بتغير المواقف والأحداث وتوافر المعلومات.

-سريع التقلبUnsteady: حيث أن الرأي العام الإلكتروني قد يغلب عليه الاستجابات العاطفية تارة، والرشادة والعقلانية في اتخاذ القرارات تارة أخرى، وعليه يتقلب الرأي العام الإلكتروني وفقا للمستجدات المعلوماتية الواردة في الفضاء الإلكتروني.

-سرعة التشكل والحساسية الزائدة نحو القضاياSensitive: حيث أنه يتجاوز الزمان والمكان والقيود الجغرافية بفعل أنظمة الاتصالات والإنترنت وتوافر المعلومات، كما أنه حساس نحو مختلف القضايا المثارة إلكترونيا، فالأحداث ذات الجسامة غير العادية قد تؤدي إلى تحويل الرأي العام الإلكتروني من طرف إلى آخر نقيض ليصبح شديد الحساسية لكل الأحداث الهامة المثارة على الساحة الإلكترونية.

-الانتشار والوصول: حيث يصل إلى شريحة كبيرة من الجمهور في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة فيتفاعل معه مستخدمي التقنية الإلكترونية سواء بالتأييد آو المعارضة أو التعليق عليه بالملاحظات.

-تنوع وتعدد الاتجاهات Pluralistic: يصعب فرز الرأي العام الإلكتروني وتصنيفه لرأي أقلية وأغلبية، ولكنه محصلة الآراء المتعددة الاتجاهات والتي تتنوع بها الأفكار والتوجهات والأيديولوجيات، ومن ثم يغلب عليها التعدد والتنوع في الاتجاهات والرؤى المطروحة عبر الفضاء الإلكتروني.

-سهولة قياس اتجاهاته: حيث بات يقاس الرأي العام الإلكتروني من خلال برامج تقنية مختلفة والتي توفر الاحصائيات الدقيقة للرأي العام إلى حد مقبول نسبيا – بالرغم من أن العينة قد لا تكون ممثلة للمجتمع بشكل دقيق–

[1] محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 58

- **التفاعل**: يتسم الرأي العام الإلكتروني بالتفاعل، فالمستخدم يعلق بآرائه ويتفاعل مع الآراء الأخرى سواء مع القضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية، ويزداد التفاعل مع زيادة اهتمام المستخدم بالقضية ومدى جدلية القضية وأهميتها بالنسبة له.

- **اللامركزية Decentralization**: يتحرر الرأي العام الإلكتروني من هيمنة وتوجيه الحكومات أكثر من الرأي العام الواقعي، حيث أنها تغيب الأجهزة البيروقراطية على الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

- **الاندماج والتكامل الدولي International integration**: يساهم الرأي العام الإلكتروني في إنشاء ورابط وتجمعات بين الدول المختلفة، بما يعزز من التفاهم الدولي المشترك، وكذلك تسهيل عملية اندماج المجتمعات المحلية في السياسة العالمية، وإمكانية التنسيق لتشكيل رأي عام إلكتروني دولي خلف القضايا المختلفة.

- **الشفافية Transparency**: ساهمت عملية التدفق الحر للمعلومات عبر الفضاء الإلكتروني في تكوين رأي عام إلكتروني يتسم بالوضوح والشفافية، فيمكن معرفة ما يحدث في أي دولة من قضايا وأحداث، ومن ثم يتشكل الرأي العام الإلكتروني حول مختلف القضايا المحلية والدولية بشكل معلن وشفاف. [1]

أما فيما يتعلق بالاتجاهات فهي حالة مفترضة تشير إلى استعداد تحدده القيم والمعتقدات والمعايير والدوافع والمشاعر التي اكتسبها الفرد خلال خبراته اليومية مع عوامل البيئة الخارجية فتوجه استجاباته للقضايا والموضوعات سواء كانت أشخاص أو مواقف أو فئات اجتماعية أو أشياء مادية تأييدا أو رفضا شدة أو ضعفا، عادة ما تتسم بالاتساق والاتفاق بدرجة تسمح بالتنبؤ بها نظرا لترابط **السلوك العملي** أو **التعبير اللفظي** الذي يدل عليها"، وعليه يمكن القول أن للاتجاه خصائص تختلف عن الرأي العام، حيث يشير أن للاتجاه سبع خصائص مهمة نذكرها بشكل ملخص فيما يلي[2]:

- **الاكتساب**: فالاتجاه مكتسب ويكتسبه الفرد من خلال الواقع المعاش وما فيه من مواضيع ومشكلات هي المسؤولة عن اكتساب الفرد اتجاه معين.
- **الثبات النسبي**: إن ظواهر الكون متغيرة متجددة ومفهوم الاتجاه يخضع لهذا القانون، وعليه فيعبر الثبات النسبي بشكل عام عن خاصية أساسية من خصائص الشخصية في أبعادها المختلفة كالعادات والقيم والدوافع وما إلى غير ذلك.

[1] محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص ص 122-124.

[2] الهامي عبد العزيز امام، مرجع سبق ذكره، ص 59.

- **النمو التدريجي**: ينبع الاتجاه من خلال تجارب كبيرة يمر فيها الفرد في حياته، وهو ما يجعل الاتجاهات تتكون خلال فترات زمنية طويلة نسبيا.
- **التناقض**: حيث يكون للفرد اتجاه واحد نحو شيء أو شخص أو موقف بنيت وتكونت من خلال خبراته الفردية، ولكن قد يحدث أن تتصارع الاتجاهات الشخصية مع التوقعات الاجتماعية في موقف آخر والتي تستند إلى المعايير الثقافية للمجتمع. وعليه يلجأ الفرد لحل هذه الصراعات إلى عدة وسائل منها ما هو سوي ومنها ما هو غير سوي على حد تعبير المرجع المعتمد.
- **التقييم**: ويرى الباحثون أن جوانب الاتجاه تكمن وتتركز في خاصيته التقييمية، حيث أن الشخص يكون "مع" أو "ضد" شيء ما بناء على فحص الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية وتتضح من خلال بحث هذه النواحي وفحص محتواها وبناءها.

ثانيا: أنواع الرأي العام واتجاهاته

يعد الرأي العام ظاهرة معقدة من حيث التحكم فيها ومن حيث حتى إمكانية التنبؤ بحركتها، حيرت الباحثين من مختلف العلوم السياسية، والإنسانية والاجتماعية، ما دفع بهم تشبيه الرأي العام بالزئبق الذي يصعب بل يستحيل تتبع حركته نظرا لحركته السريعة ولخطورة هذه المادة. وعليه يوجد عديد الاجتهادات الأجنبية والعربية لتصنيف الرأي العام عبر النسقين الواقعي والافتراضي، فهنالك من يصنف الرأي العام على أساس مدى استمراريته، أو وفقا لعنصر الزمن، أو حتى على أساس الظهور والعلانية، في حين هنالك من يعتمد على تصنيف يقوم على أساس النطاق الجغرافي، أو من حيث تأثيره وتأثره. ومن أهم هذه التصنيفات ما يلي:

أولا: أنواع الرأي العام وفقا لعمق التأثير والتأثر [1]

ويقسم الباحثين الرأي العام حسب عمق التأثير والتأثر إلى ثلاثة أنواع رئيسية كما يلي:

1. الرأي العام القائد أو المسيطر أو الرائد: يمكن ادراج تحت هذا النوع من الرأي العام صفوة المجتمع من القادة والمفكرين والمتعلمين والمثقفين والعلماء، وهم يمثلون نسبة قليلة من الشعب وظيفاهم في المجتمع قيادة

[1] انظر في ذلك:

- حياة قزادري، مرجع سبق ذكره، ص ص 65- 69
- عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد، **الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007، ص ص 12- 17.

وتثقيف وتوجيه وإرشاد الناس في مختلف النواحي السياسية والثقافية والاجتماعية، كما أنهم يحرصون على إقناع الناس بأهداف معينة ويوجهون الرأي العام المنقاد في مختلف النواحي لما يملكونه من قدرة الإقناع والتأثير. كما أن هذه الفئة لا تتأثر بوسائل الإعلام المختلفة وإنما هي من تؤثر فيها بأفكارها وآرائها، حيث أنهم يتباحثون الأمور ويدرسونها ولا يتقبلون الأمور ببساطتها وإنما بعد محاولة الإقناع والاقتناع.

2. الرأي العام القارئ أو المثقف (الرأي العام المستنير): يتكون من أواسط الناس ثقافة حيث أن ثقافته تقل عن النوع الأول ويختلف حجمه حسب درجة التعليم، كما أن هذا النوع يتأثر بوسائل الإعلام بنسب متفاوتة، من جهة أخرى يؤثر فيها بقدر محدود بما يصدر منهم من آراء ومناقشات، وعادة ما يكون هذا التأثير بالقدر الذي تحدده وترسمه النخبة السياسية الحاكمة، وحسب الباحثون هذا النوع من الرأي العام المستنير غالبا ما نجده في الدول الغربية حيث المستوى التعليمي والمعيشي مرتفع وراق.

3. الرأي العام المنقاد أو الرأي العام المنساق: يتكون الرأي العام المنقاد من رأي السواد الأعظم من الشعب وهو يضم الأفراد غير القادرين على مواصلة الاطلاع والبحث، ومن غير القادرين أيضا على متابعة الأحداث أو النظر في بواطن الأمور أو القراءة ما بين السطور، كما يضم أيضا الأميين، فهم لا يملكون القدرة على التحكم العقلي المنطقي، وانما كل ما يملكونه هو العواطف والانفعالات التي قد تتفجر في أي لحظة من اللحظات دون التمييز بين الصالح والطالح، يتأثر الرأي العام المنقاد بوسائل الإعلام وينفعلون بكل ما تنشر ويستجيبون له، ويسلكون في كثير من الأحيان سبل الهياج والثورة، ويملكون القدرة على مناقشة المسائل التي ثاروا من آجلها مادام قادة الرأي قد صوروا لهم أن هذه المسائل تمس مصلحتهم العامة. يشبههم الباحثون بالقطيع الذي يسوقه الرأي العام القائد أو القارئ لأنهم يطبقون كل ما يقال وينصاعون وراء قادة الرأي بدون تمحيص أو نقد.

ثانيا: أنواع الرأي العام وفقا لعنصر الزمن[1]

ويتعلق هذا التقسيم بأنواع الرأي العام حسب عنصر الزمن أو الديمومة، ويضم ثلاثة أنواع تظهر كما يلي:

[1] انظر في ذلك:

- حياة قزادري، نفس المرجع السابق، ص ص 65- 69
- عاطف عدلى العبد، نفس المرجع السابق، ص ص 12- 17.

1. الرأي العام الدائم:

هو الرأي العام الأكثر رسوخا، يضم فئة كبيرة من الناس، وهو مرتبط بثوابت الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد والمعتقدات، حيث أنه يرتكز على الأسس التاريخية والثقافية والدينية المشتركة بين غالبية أفراد الأمة، ويتميز هذا النوع بالثبات والاستقرار وبالعمق والقوة نتيجة ارتباطه بمقومات الجماعة، بالمقابل فإن الرأي العام الدائم طويل الأمد قد يستغرق تكوينه سنين ومن الصعب تغيير اتجاهاته، وتتكون أسس تكوينه في الأسرة، ثم المدرسة، والمجتمع.

2. الرأي العام المؤقت:

هو رأي عام يقوم وفقا للانتماء لجماعة أو منظمة ذات إيديولوجية أو مذهب واتجاه مسائل معينة وفي وقت محدد بحيث ينتهي بانتهاء المؤثر، وهو رأي عام تمثله الأحزاب السياسية أو الهيئات الخاصة ذات البرامج والأهداف المحددة، وينتهي هذا الرأي العام بمجرد انتهاء حياة تلك الأحزاب أو الهيئات بتحقيق هدفها.

3. الرأي العام المتقلب أو اليومي:

هو رأي عام يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره، وهو متقلب من يوم إلى آخر، وهو يتكون نتيجة الفكرة اليومية المعتنقة من طرف معظم أفراد الجماعة نتيجة حادث مفاجئ أو كارثة أو حدث سياسي معين.

ثالثا: وفقا لأنواع الرأي:

قسم الباحثون الرأي العام بالاعتماد على أنواع الرأي مثلما يلي:

1. **الرأي الشخصي**: هو رأي يكونه الفرد لنفسه طبقا لدرجة ثقافته وتعليمه وسنه وخبراته وتفاعله واتصاله بالمجتمع، وهو الرأي الذي يعبر عنه ويشارك به المجموعة دون خشية الجهر به.

2. **الرأي الخاص**: وهو الرأي الذي يفضل الفرد الاحتفاظ به لنفسه ولا يبوح به لأحد –خشية الضرر– ولا يظهر أثره في الرأي العام إلا في حالة التصويت السري.

رابعا: التقسيم الكمي للرأي العام [1]

قسم الباحثون الرأي العام وفق معيار الحجم إلى أربعة أنواع كما يلي:

1. **رأي الأغلبية:** وهو رأي ما يزيد عن نصف الجماعة

2. **رأي الأقلية:** وهو رأي ما يقل عن نصف الجماعة، وهو رأي لا يستهان به فقد يكون رأي يعض المتخصصين المؤثرين بعلمهم وكفاءتهم في القضية المثارة.

3. **رأي الائتلافي:** هو رأي مجموعة من الأقليات المختلفة في اتجاهاتها، تجمعت لتحقيق هدف معين وفي ظروف خاصة، لا يتولد بفعل المناقشة وإنما بفعل عوامل خارجية يزول الرأي بزوالها.

4. **الرأي الساحق:** هو رأي قريب من الإجماع وهو متصل بالعادات والعرف والتقاليد، وهو يعبر عن حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة.

خامسا: وفقا للتواجد

يقسم الرأي العام حسب التواجد إلى نوعين هما:

1. **رأي عام موجود بالفعل:** وهو رأي عام تظهر آثاره في التعليقات والمناقشات حول الأحداث.

2. **رأي عام متوقع وجوده:** هو رأي عام غير موجود لكن يتوقع وجوده نتيجة بعض الأحداث أو المشاكل، وهو رأي عام تتنبآ به مراكز بحوث الرأي العام.

سادسا: وفقا لمعيار الظهور والعلانية

يقسم الرأي العام حسب درجة ظهوره إلى نوعين[2]:

1. **رأي عام ظاهر:** وهو رأي عام معبر عنه، وهو يتكون ويظهر في المجتمعات التي يتمتع أفرادها بحرية التعبير عن آرائهم.

2. **رأي عام غير ظاهر أو كامن:** وهو رأي عام معبر عنه، ويكون في المجتمعات ذات الحكم الاستبدادي التسلطي الذي لا يسمح لأفراده بحرية التعبير عن آرائهم، لكم يمكنه أن يتحول إلى رأي عام ظاهر في حالات معينة حددها الباحثون فيما الحالتين التاليتين:

---

[1] انظر في ذلك:

- حياة قزادري، نفس المرجع السابق، ص ص 65- 69
- عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد، نفس المرجع السابق، ص ص 12- 17.

[2] عبد الغفار رشاد القصبي، **الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات**، مرجع سبق ذكره، ص 22.

– ازدياد شدة اتجاه الناس نحو المشكلة إلى الدرجة التي لا يستطيعون كتمانها، وهنا يظهر الرأي العام حسب الباحثون استجابة للعامل السيكولوجي وهو عدم الاحتمال لشدة الحاجة.

– الموانع الاجتماعية أو القانونية التي تحول دون التعبير عن زوال الرأي العام، كموافقة السلطة مثلا على أراء معينة لم يكن يسمح لها بالظهور من قبل وتشجيعها على الظهور.

سابعا: وفقا للنطاق الجغرافي

يقسم الرأي العام وفقا للنطاق الجغرافي للمستويات الأربع التالية:

1. **الرأي العام المحلي**: وهو الرأي العام السائد في منطقة معينة مثلا محافظة أو مدينة أو ولاية، أو قرية، أو مجموعة مناطق، أو محافظات أو ولايات.

2. **الرأي العام الوطني أو القومي National** : هو الرأي العام المرتبط بالوطن ويتميز بالتجانس وبإمكانية التنبؤ به، ومعالجته للمشكلات القومية أو الوطنية.

3. **الرأي العام الإقليمي**: هو الرأي العام السائد في مجموعة من الشعوب التي تمتاز بالتجاور الجغرافي في فترة معينة ونحو قضية معينة يشتد فيها النقاش وتمس مصالحها المشتركة أو القيم الإنسانية لهذه الشعوب بصفة مباشرة. مثلا الرأي العام الافريقي، الرأي العام الأوروبي، الرأي العام العربي، الرأي العام الإسلامي.

4. **الرأي العام العالمي**: وهو رأي الشعوب وليس الحكومات، ويقصد به التعبير التلقائي عن وجهة نظر معينة تتعدى الحدود للتعبير عن نوع من التوافق بين فئات والطبقات التي تنتمي لدول مختلفة، فهو رأي الشعوب بمختلف فئاتها وطبقاتها.

تتقارب تقسيمات الرأي العام الإلكتروني من تقسيمات وتصنيفات الرأي العام الواقعي، ولكن هنالك أنواع تقسيمات مستجدة وفقا لطبيعة البيئة الافتراضية وأبعاد تكنولوجيا الجيل الثاني للويب كما يلي:

أ. تقسيم وفقا للإطار الأخلاقي للتعبير عن الرأي[1]:

يقسم إلى نوعين:

1. **رأي عام إلكتروني أخلاقي Moral**: أي يلتزم فيه المستخدم بعرض رأيه بأسلوب راقي يبعد عن استخدام الكلمات غير الأخلاقية.

2. **رأي عام إلكتروني لا أخلاقي (همجي) Savag** : وهنا يقوم المستخدم بالسب والقذف واستخدام الإيحاءات الجنسية والكلمات النابية أو يعرض رأيه بشكل يسبب إرهاب فكري للطرف المعارض.

[1] محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص ص 130- 132.

ب. حسب التفاعلية:

ويقسم إلى نوعين:

1. **رأي عام إلكتروني ناشط:** وهو الرأي الذي يعبر عنه أشخاص ناشطين إلكترونيا ولهم تواجد مستمر ومكثف في الفضاء الإلكتروني، ودائنا ما يتابعهم الأخرين وينتظرون آرائهم وتحليلاتهم السياسية، ويتابعون مناقشاتهم للآخرين.

2. **رأي عام إلكتروني خامل:** وهو الرأي الذي يعبر عنه أشخاص غير ناشطين بصفة دورية ويكتبون آرائهم بشكل متقطع عبر فترات زمنية متباعدة، وعادة من يتأثر هذا الرأي العام الإلكتروني الخامل بمجريات الأحداث ومستجداتها، حيث يكون منفذا للخاملين للخروج من دائرة الصمت للتعليق على حدث ما أو قضية معينة.

ت. وفقا لصدقية التعبير[1]:

ويقسم إلى نوعين:

1. **رأي عام إلكتروني مضلل:** وهو رأي يعبر عنه صاحبه بكتاباته على الشبكات الاجتماعية ولكن يعكس موقفا لا يتفق مع ذاته أو رأيه الحقيقي، قد يكون تملقا لأصدقائه بالشبكة أو خوفا من نظام قمعي مستبد أو تتبع ورقابة.

2. **رأي عام إلكتروني صادق:** وهو الرأي الإلكتروني الظاهر المتسق مع موقف المستخدم وميوله السياسية ولا يتلون أو يتبدل.

ث. وفقا لدائرة النقد:

1. **رأي عام إلكتروني ناقد بناء (Positive Criticism):** يميل للموضوعية ورصد الإيجابيات والسلبيات ويحاول المستخدم فيه التخلي عن ميوله السياسية، وعادة ما يرتبط هذا النوع بالمثقفين والنخبة عبر المجتمعات الإلكترونية.

2. **رأي عام إلكتروني ساخر (Sarcastic):** وهو رأي يأخذ أسلوب التهكم والسخرية السياسية بصفة مستمرة.

ج. وفقا لاتجاه الرأي:

ويقسم حسب الاتجاهات إلى ثلاث أنواع كما يلي:

[1] محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص 131

1. رأي عام إلكتروني مؤيد:

يناصر اتجاه أو شخص أو منظمة أو موقف معين ويؤيده من خلال التعليقات والنقاشات المطروحة على الشبكات الاجتماعية.

2. رأي عام إلكتروني محايد: يلتزم الحياد والموضوعية في الطرح والمناقشة.

3. **رأي عام إلكتروني معارض:** يناهض اتجاه أو شخص أو منظمة أو موقف معين ويعارضه من خلال التعليقات والنقاشات المطروحة على الشبكات الاجتماعية وعبر الفضاء الإلكتروني بشكل عام.

أما فيما يتعلق بتصنيف الاتجاهات ليس بالأمر السهل من الناحية العملية تصنيف الاتجاهات إلى أنواع منفصلة عن بعضها البعض وذلك بحكم التداخل القائم بينها، ولقد توصل "البورت All port" 1935 إلى خمس تصنيفات يمكن عرضها فيما يلي:

1. الاتجاهات العامة والجزئية

-الاتجاهات العامة global trend: تتناول المواضيع أو الظواهر من جميع الجوانب بحيث يتم التعرض إليها بشكل كلي دون التعرض لجزئياتها أو البحث في مختلف التفاصيل وهذا النوع من الاتجاهات يتميز بالثبوت.

-الاتجاهات الجزئية: هي التي تتناول جزء واحد فقط من مجموع الجزئيات المشكلة للظاهرة أو الموضوع محل الاتجاه بحيث يتم التركيز على هذا الجزء فقط دون الكل وما يميز هذا النوع من الاتجاهات هو عدم الثبوت والاستقرار.

2. الاتجاهات الفردية والجماعية:

-الاتجاهات الفردية individualtrend: وهي ذات ارتباط واضح بذاتية الفرد، والذي يصبح متعلق به فقط دون أن يكون له أي تأثير على اتجاهات الآخرين نحو موضوع معين، وفي هذا الأساس فإن الاتجاه الفردي يتناول موضوع ما انطلاقا من الإطار المرجعي الذي يتضمن أسلوب حياته ونمط تفكيره الذي يميزه عن غيره[1].

[1] جنان سعيد الرحو، **علم النفس الاجتماعي، اساسيات في علم النفس**، ط1، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2005، ص 82.

-الاتجاهات الجماعية Collective trend: تكون مرتبطة بعدد الأفراد الذين تكون لهم اتجاهات مشتركة نحو موضوع معين، بحيث لا يكون هناك مجال للاختلاف حول ما يتم التفكير فيه أو الشعور به نحو هذا الموضوع أو الظاهرة من جميع جوانبها.

3. العلنية والسرية:

– **الاتجاهات العلنية Shared trend** : تربط لدى فرد بما يؤمن به عادة من نظام القيم السائدة في المجتمع، هذا الإيمان والاقتناع الذي يكون مقبولا من طرف الجميع ومتفوق عليه، ولعل هذا الأمر يجنب الفرد صاحب الاتجاه مواقف الضغط الحرج[1].

– **الاتجاهات السرية Secret trend** : وهي التي يعمل دائما الفرد على إخفائها على الآخرين والمتمثلة في مجموعة المشاعر والأحاسيس نحو موضوع أو ظاهرة معيشة وذلك لإحساسه بالخجل أو الحرج، لذلك يعمل دائما على الاحتفاظ بها وعدم الإعلان عنها إلا للأفراد الذين يشاركونه فيها". وبعض الأفراد يحمل في طياته اتجاها إما إيجابيا أو سلبيا اتجاه موضوع ما كالاحتفال برأس السنة الميلادية فيبدي رأيه فيه في أوساط المجتمعات إذ يعارض الناس ويدعوهم إلى مقاطعته، أو يحضر له ويحتفل به دون حرج.

4. القوية والضعيفة:

-الاتجاهات القوية strong trend: وهي الاتجاهات التي تكون مستندة على المعتقدات الدينية والعادات والقيم والمبادئ التي يتمسك بها الفرد ويعتز بها. كما أنه اتجاه يبدو فيه موقف الفرد من هدفه موقفا حادا لا رفق فيه ولا هداوة، فالذي يغضب ويثور عندما يرى منكرا ويحاول تحطيمه يفعل ذلك لأن اتجاها قويا حادا يسيطر على نفسه.

5. الاتجاهات الضعيفة weak trend: وهي الاتجاهات التي تتمثل في الموقف الضعيف والمتهاون الذي يلجأ إليه الفرد حول موقف معين، ويتصف هذا النوع من الاتجاهات بسهولة تعديله وتغييره. عندما يكون الفرد اتجاها قويا فإنه يتمسك بمكوناته ويعبر عنه ويمارس طقوسه ويفتخر به، ولكن في الأحيان يشعر الفرد بأن الاتجاه الذي يحمله إزاء موضوعا ما متناقض قد يسانده أو يعارضه لذلك نجده يغير ويعدل آراءه بصفة دائمة.

[1] جنان سعيد الرحو، المرجع نفسه، ص 82.

6. الايجابية والسلبية:

-الاتجاهات الإيجابية Positive trend: وهي التي تتجه بالفرد نحو موضوع الاتجاه، كالاتجاه الذي يعبر عن الحب والاتجاه الذي يعبر عن التأييد، وهذا ما ينعكس على سلوكياته فتعمل على حمايتها والدعوة لها.

-الاتجاهات السلبية Négative trend: وهي التي تتجه بالفرد بعيدا عن موضوع الاتجاه، كالاتجاه الذي يعبر عن الكره والاتجاه الذي يعبر عن المعارضة وتتميز بالرفض لكل ما يتعلق بالظاهرة موضوع الاتجاه، ونجد أن هذا الأمر ينعكس على سلوكيات هذا الفرد فيعمل على محاربة هذه الظاهرة والدعوة ضدها. فنلاحظ أن الاتجاهات الايجابية تكون متطابقة مع الموضوعات التي يؤيدها الفرد الذي يعبر عنها ويمارسها ولا يسمح بالمساس بها، أما الاتجاهات السلبية تكون في حالة معارضة الفرد لموضوع ما ورفضه التام له إذ يعبر عن كرهه ويدعو الناس لمقاطعته[1].

إذا يتبين مما سبق أن الاتجاه يختلف باختلاف طبيعة وجوده سري يحاول الشخص إخفاءه عن الأخرين ويفضل الاحتفاظ به في قرارة نفسه، وأخر علني لا يجد الشخص حرجا في اظهاره والتحدث عنه أمام الأخرين، فهو ميل معلن ومصرح به يعرفه الجميع، ويتأرجح بين ما هو ايجابي يميل الفرد من خلاله نحو أعمال محبذة، أو سلبي كميله نحو آفة غير محبذة داخل المجتمع، كالإدمان أو السرقة، أو نشر الكراهية. كما هنالك اتجاه قوي يبدو فيه موقف الفرد من هدفه موقفا حادا لا رفق فيه ولا هداوة، فالذي يغضب ويثور عندما يرى منكرا ويحاول تحطيمه، وأخر يشعر الفرد من خلاله بشدة أقل في الوقوف من هدف الاتجاه موقفا ضعيفا فالفرد يفعل ذلك لأنه لا يشعر بشدة الاتجاه كما يشعر بها الفرد في الاتجاه القوي.

وفيما يتعلق بأنواع الاتجاهات التي تناولناها سابقا وإمكانية تغييرها، تشير احدى الدراسات أن الاتجاهات الضعيفة تكون أكثر قابلية للتغيير من الاتجاهات القوية، فاتجاهات الجمهور الضعيفة تكون إما موجبة أو سالبة أما الاتجاهات الأضعف فهي عبارة عن شعور محايد، ولكن هذا لا يعني أن الاتجاهات القوية لا يمكن تغييرها بل إن التكرار قد يؤثر عليها المهم هو إعطاء سبب قوي للتغيير.

[1] ماهر محمود عمر، **سيكولوجية العلاقات الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 2001، ص 178- 180

5. وظائف اتجاهات الرأي العام ومراحل_ وأدوات التشكل

أولا: وظائف اتجاهات الرأي العام

1.وظائف الرأي العام

يقصد بمصطلح وظيفة في علم السياسة هدف أو برنامج معين يسعى رجل السياسة للوصول إليه، وفي دراسة الرأي العام واتجاهاته تستخدم كلمة الوظيفة بمعنى مجموعة الأنشطة المترتبة على علاقة الرأي العام بالنظام السياسي وتأثيرات الحركة السياسية على جوانب الحياة الاجتماعية العامة باختلاف ألوان النشاط التي يتمثل فيها المجتمع.

وعلى ضوء هذا يحدد الباحث "محمد منير حجاب" وظائف الرأي العام في إطار المجالين التاليين[1]: المجال السياسي، وكذا المجال الاجتماعي. وينطلق الباحث من حقيقة سياسية تثبت العلاقة الثلاثية بين السياسة والفرد والمجتمع، حيث أن السياسة تؤثر على جوانب الحياة العامة، مما ينعكس ويبرز على سلوك الأفراد والجماعات وعلى تصرفاتهم.

وتبرز **الوظائف الأساسية للرأي العام في المجال السياسي** في التأثير على القرار السياسي حيث تعتبر سلطة الشعب في الدول الديمقراطية أعلى السلطات، ولهذا فإنه من المفترض أن القرارات الهامة في الدولة تنبني على الرأي العام، التأثير على الانتخابات حيث تسمح عمليات الانتخابات والتصويت خاصة في الدول الديمقراطية باختيار القيادات السياسية وبتشكيل السياسة القومية في إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام، المتابعة السياسية فالرأي العام لا تقتصر مهمته على مجرد الانتخابات فقط وإنما تمتد لتشمل جوانب أخرى في الممارسة السياسية، كمناقشة الحاكم واستجوابه وتقديم النصيحة له إذا ما تعلق الأمر بالمصلحة العامة. إنجاح خطط الدولة إذ يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية الشاملة كما يقوم بدور إحباطها إذا لم تتمكن الدولة من إقناع الرأي العام بتوجهاته، ولهذا فإن نجاح الدول في تحقيق التنمية الشاملة يعتمد اعتمادا كبيرا على قدرتها على خلق رأي عام مساهم ومشارك. **تحديد ملامح السياسة الخارجية** حيث أنه يمارس بعض الضغوط فيها حتى في ظل الدول الدكتاتورية، فالاهتمام بالرأي العام لابد وأن يكون لدى جميع المسئولين عن

[1] محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 42.

وضع السياسة الخارجية في جميع الدول على السواء، والرأي العام لابد أن يساهم في تكوين السياسات الخارجية في المسائل المهمة والرئيسية، إلا فيما يتعلق بالمسائل التي تتعارض مع مصلحة الوطن العليا والمسائل العسكرية.[1]

كما للرأي العام أهمية بالغة في مساندة الأفكار الاجتماعية والسياسية. بل يمكن القول إن نجاح أي فكرة أو اتجاه سياسي أو اجتماعي يتوقف على مدى ميول الرأي العام لهذه الفكرة. والحفاظ على الروح المعنوية الروح المعنوية العالية ما هي إلا اهتمام أفراد الجماعة وحماستهم لهذا الرأي العام، فالرأي العام المحبب إلى النفوس الذي يعتنقه أفراد أية جماعة عن القيم السائدة هو الذي يخلق الروح المعنوية العالي، ولذلك فإن الجماعة التي ينقسم فيها المجتمع إلى طبقات متقارنة وتغلب فيها المصالح الخاصة على المصالح العامة تنخفض فيها الروح المعنوية. كما يساهم الرأي العام في **إصدار القوانين والمصادقة عليها حيث يعد هذا الأخير** النسيج الذي تصنع منه القوانين في المجتمعات الديمقراطية، فليست القوانين إلا تعبيرا عن رغبات الرأي العام، فعندما يصدر الرأي العام مشكلة معينة ويتم الوصول إلى حل يكون هذا الأخير بمثابة قرار يمكن أن يصاغ في شكل قانون، وكذلك عندما تصدر السلطات قانونا يشغل الجماعة ويتكون حوله رأي عام مؤيد أو معارض، وعندما لا يقبلها الرأي العام فإنها تصبح مجرد حبر على ورق ولا يكتب لها البقاء[2].

*فيما تتلخص **الوظائف الاجتماعية للرأي العام** في ثلاث نقاط رئيسية:*

– **وظيفة الرقابة الاجتماعية** والتي تتمثل هذه الوظيفة في المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة في المجتمع، وعليه فإن الرأي العام هنا يحرم القيام بأفعال تتنافى مع أوامر الشرع.

– **تطوير الحياة الاجتماعية:** إن تطور الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية للرأي العام، وهو ما يحدث عادة تحت ضغط الرأي العام، وهنا تبرز قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة أو تعديل ما يحتاج من عناصرها إلى حل.

[1] المرجع نفسه، ص42.

[2] المرجع نفسه، ص ص 43-48

– **التعبئة الاجتماعية:** يعمل الرأي العام على إنجاح خطط الدولة في التنمية السياسية والتنمية الاقتصادية، كما يقوم أيضا بدور إحباطها إذا لم تتمكن الدولة من إقناع الرأي العام بتوجهها، ولهذا تسعى الحكومات إلى توضيح خططها وبرامجها، وتوضيح دور هذه الخطط في خدمة المصلحة العامة[1].

بناء على ما تم عرضه يمكن التأكيد على أن للرأي العام وظائف محورية على الحياة السياسية وعلى نواحي الحياة الاجتماعية المختلفة، وعليه فإن للرأي العام قوة سياسية واجتماعية لا يستهان بها، وبناء عليها تزدهر الأمم أو تتخلف. وعليه بعد التعريف بوظائف الرأي العام وجب أيضا الوقوف عند وظائف الاتجاهات، حيث تختلف وظائف كل منهما في نقاط معينة ولكنها تلتقي في نقاط أخرى لاسيما إذا تعلق الأمر بالجانب النفسي.

حيث تختلف وظائف الاتجاهات عن الوظائف المنوطة بالرأي العام، فللاتجاهات وظائف عدة تعمل على إعطاء الفرد فرصة التفاعل مع مختلف المواقف في حياته اليومية ونجد في الأساس أن العالم "كاتز Catts 1960 " قد توصل إلى تحديد وظائف الاتجاهات فيما يلي[2]:

1. الوظيفة التكيفية (fonction adaptative): تكمن في محاولة الفرد الدائمة من خلال عملية التفاعل مع البيئة لتحقيق كل ما هو إيجابي وسار، والابتعاد عن كل ما هو سلبي ومحزن، لذلك فإن الفرد بطبعه يسعى إلى تنمية وتعزيز اتجاهاته الايجابية نحو كل ما يشعرهم بالارتياح، ويجنبهم كل ما يسبب لهم العقاب والحزن، فيعملون على تجنب الاتجاهات الفاشلة ويقبلون على الاتجاهات الناجمة.

إذن فالوظيفة التكيفية تعتمد أساسا على إدراك الفرد للفائدة التي يمكن أن يحصل عليها من الاتجاه الذي يتكون لديه كلما حقق موضوع الاتجاه للفرد مقدار من الرضا فإنه من السهل جدا تكوين اتجاهات إيجابية والعكس صحيح.

2. الوظيفة المعرفية (Fonction cognitive): يحتاج أي فرد في المجتمع إلى مجموعة من المعايير والأطر المعرفية المرجعية التي تمكنه من الفهم والتحليل لمختلف المواقف والظواهر الموجودة في هذا المجتمع. ونجده دائما يعمل للوصول لهذا العالم (المجتمع) والبحث عن المزيد من الوضوح، ولقد تبين أن عددا كبيرا من الاتجاهات تكون نتيجة عملية الاحتكاك بالعالم الخارجي والتي تكون قائمة أساسا على الفهم والتفسير الخاص

[1] محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص ص 51- 52.

[2] الهامي عبد العزيز امام، مرجع سبق ذكره، ص 75.

بالظواهر المحيط بالفرد لذلك فإن الاتجاهات تساعد الفرد على فهم الأمور وترتيب المعلومات بطريقة منتظمة في مختلف المواضيع". **وظيفة المنفعة (fonction d'utilité)** وتقوم على أن لدى الفرد اتجاهات محدودة نسبيا نحو أفكار وقرارات سياسية معينة، وذلك ما تقدمه تلك القرارات من منافع وفوائد تلبي حاجات ورغبات المواطنين.

3. وظيفة التعديل (fonction de réglage): تعتبر الاتجاهات من الأدوات التي تساعد الفرد على التأقلم والتكيف مع البيئة المحيطة به وذلك من خلال قبوله للاتجاهات التي تعتنقها الجماعة التي ينتمي إليها مباشرة، فعلى سبيل المثال تساعد هذه الوظيفة الفرد على التكيف الاجتماعي عن طريق قبوله للاتجاهات التي يتبناها أفراد الجماعة المرجعية نحو بعض الأفكار السياسية.

4. وظائف الدفاع عن الذات (emplois d'autodéfense): يواجه الفرد الكثير من المواقف والضغوطات من المحيط الذي يعيش فيه والتي تتعارض أحيانا مع مصالحه الشخصية، الأمر الذي يخلق لديه حالات القلق والتوتر، ويحاول الفرد أن يتخذ موقفا معينا وفقا لاتجاهاته حتى يخفض من حدة القلق والتوتر، وهذا يمثل نوعا من الدفاع عن الذات.

5. وظيفة التأقلم(fonction d'adaptation) إن الاتجاهات وهي وسيلة التكيف مع الحياة الواقعية ومتطلباتها سواء كان ذلك في مجال العمل أو التكيف الاجتماعي وذلك بقبوله للاتجاهات التي تعتنقها الجماعة التي ينتمي إليها[1].

6. وظيفة إشباع الحاجات (Besoin d'une fonction d'exécution): تعمل الاتجاهات على إشباع الكثير من حاجات الفرد النفسية والاجتماعية فالفرد يسعى إلى إشباع حاجات التقدير الاجتماعي، الحاجة إلى الانتماء الحاجة إلى المشاركة الوجدانية وغيرها فإلى جانب سعيه لإشباع حاجاته الطبيعية كالمأكل والمشرب فإنه يعمل على تحقيق حاجاته من الأمان والانتماء إلى الجماعة فضلا عن حاجة التفوق وتحقيق الطموح وهكذا بدافع إشباع الحاجات الدنيا وصولا إلى الحاجات الأعلى.

[1] الهامي عبد العزيز امام، مرجع سبق ذكره، ص 76

وقد أرجع العديد من علماء النفس بعض الظواهر مثل الإدراك وإصدار الأحكام والذاكرة والتعلم إلى عملية الاتجاهات، وفي الواقع أنه بدون الاتجاهات يصبح الفرد مرتبكا ومصابا بالحيرة، وهي تنظم عناصر البيئة المضطربة، وهي وسائلنا لشق طريقنا في عالم مليء بالغموض وحيث إن الاتجاهات تتكون كمحصلة ختامية لدوافع الفرد النفسية وطبيعة التنشئة الاجتماعية التي يعيش في كنفها الفرد، وما يحيط به من وسائل إعلامية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون ووسائط إعلام واتصال جديدة، وغير ذلك من وظائف الإعلام والإعلام الجديد التي تحاول أن تسوغ الرأي العام وتشكله كيفما يتفق مع توجهات النظام السياسي والعقيدة السائدة دينية كانت أو سياسية، أضف إلى ذلك مكونات الفرد بما تحتويه من انفعالات وإدراكات ومكونات معرفية تجعله يستجيب باستجابة معينة لاتجاهات معينة، ومن خلال هذه الاستجابات وما بينها من اتساق نستطيع أن نتنبأ بسلوكه المقبل، أي اتجاهاته المستقبلية.

6. العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام واتجاهاته وأليات تغييرها:

يهتم المربون والسياسيون وقادة الجماعات ورجال الأعمال بمعرفة كيفية تشكل الرأي العام واتجاهاته، وكيف يمكن تغييرها أو تعديلها، وسعى العلماء والباحثين في العلوم النفسية والاجتماعية والسياسية إلى تحديد العوامل التي تؤثر في نموها وتتحكم في تغييرها، ولعل من بين التحليلات المبسطة والدقيقة نجد طرح الباحث (فيليب دافيسون Davison) عن مرحلة تكوين الرأي العام، إذ يرى "دافيسون" أن عملية ومراحل تكوين الرأي العام تتم على النحو التالي[1]:

1. دور الجماعات الأولية: وهي الجماعات التي من شأنها من تضع البذرة الأولى من الأفكار الإنسانية والتي تعد النواة التي تظل تنمو حتى تغطي المساحة الكاملة للمجتمع. ومن بين هذه الجماعات الأولية الأسرة الكبيرة والعائلة الصغيرة التي تتحدد بالوالدين والإخوة.

2. ظهور الزعامة والقيادة: إذ حين تحوز الفكرة على اهتمام جماعات صغيرة يتبعها ظهور قيادات تعمل على تبسيط الفكرة الأصلية بطريقة يفهمها أكبر عدد ممكن من الناس ممن لهم اهتمام أو مصلحة، فالزعيم أو القائد هو الذي يستطيع صياغة هذه الأفكار وتقديمها للجمهور والتأثير على مواقف وسلوك الآخرين.

[1] كامل خورشيد مراد، **مدخل إلى الرأي العام**، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 115

3. اتساع دائرة الاتصالات: وهي المرحلة التي تتسع فيها دائرة النقاش ويشترك فيها عدد كبير من الناس لا يعرف بعضهم بعضاً، وخلال هذه المرحلة سنلاحظ فريقين من الناس فريق لا يهتم بهذه الأفكار وفريق يتخذ منها موقفاً رافضاً لأنها لا تتفق مع أفكارهم ومع معايير الجماعات التي ينتمون إليها، وفي مرحلة الانقسام لا تتضح ظاهرة الرأي العام لأن فرصة ظهوره يتطلب قبول الفكرة من عدد كافٍ من الأفراد يجعل من الفكرة وكأنها تحوز على رضاء الأغلبية.

ففي المجتمعات التي لم تتطور فيها وسائل الإعلام وإمكانياته، أو يخضع الإعلام فيها لرقابة صارمة لا تنتقل فيه هذه الأفكار بالسرعة المطلوبة بينما في المجتمعات المفتوحة تسهم وسائل الإعلام في نشر هذه الأفكار بسرعة كبيرة. [1]

4. موافقة الأخرين وسلوكياتهم: تأتي هذه المرحلة بعد مناقشات واسعة ومشاركة عامة مما يجعل عدد كبير من الناس يتقبلون هذه الأفكار ويتبنونها فتعمد الجماعات السلبية في المجتمع إلى السير في الركاب فتعبر عن تأييدها بالتصفيق أو المظاهرات وغير ذلك، ويجيد المعارضون لهذه الأفكار حرجاً في مخالفة الأغلبية فيميلون إلى الصمت مما يسهم في عزل الصوت المعارض، وحين يحدث هذا التوافق أو التعديل السلوكي للقوى السلبية والقوى المعارضة يكون الرأي قد تكون.

5. مرحلة التفكك والاختفاء: الرأي العام ظاهرة وقتية تختفي باختفاء القضية المثارة وقد يستبدل برأي عام آخر كما قد يتحول إلى رأي عام كامن حين يواجه بالقوة.

تأسيسا على ما سبق، يمكن التأكيد على أنه ينظر لظاهرة الرأي العام على أنها ظاهرة معقدة يصعب تحليل أجزائها تحليلا بسيطا بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة في تكوينها، مؤثرات سيكولوجية وسياسية وثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته، ورغم ذلك قدم الباحثون تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الرأي العام، حيث يتفقون في حصرها في النقاط التالية:

أولا. مرحلة الإحساس والإدراك

يتعرض الفرد لمجموعة من المنبهات والمثيرات عن طريق حواسه، التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية. ويبدأ الفرد في إدراك هذه المؤثرات إدراكاً حسياً، إلا أنها لا تتوقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الانسان ان يدركها كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة.

[1] المرجع نفسه، ص 115.

ومن هذا يظهر أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص في مجرد استقبال انطباعات حسية، بل يقوم العقل بفعاليات الإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية. والمعاني التي يقررها الفرد على ما يدركه من مؤثرات تتحدد استنادا إلى إطاره المعرفي والمرجعي ووفقا لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه.

وهذا يعني أن الإدراك عملية معقدة وهي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل في الأشكال الخارجية، ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة وفي حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة الثقافية والاجتماعية.[1]

كما أن عملية الادراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها الفرد عن طريق البصر أو السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمته وثقافته.

ثانيا: مرحلة الرأي الفردي

في هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع المثار، فإن الفرد يحدد لنفسه موقفا معين لهذا الموضوع مؤيدا أو معارضا له وموقف الفرد حول موضوع ما قد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون، وهو ما يؤكد ما ذهب إليه w.Lippman من أن تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي، بل في حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصور الذهنية الكافية في نفوس الناس.

ثالثا: مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة

وفي هذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين في نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن لديهم اهتمام بالموضوع وكل منهم يحاول الدفاع عن رأيه مستخدما في ذلك كل ما يتوافر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دوراً حيوياً في ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.

[1] المرجع نفسه، ص 116

رابعا: مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة

من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة في الاتجاه نحو التركيز حول رأي معين يميل إليه أغلب أعضاء الجماعة أو الجمهور ويصبح هذا الرأي رأيا عاما بغض النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها أقلية في الجماعة أو الجمهور، وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي أحيانا لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل في هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد في التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة.[1]

أما فيما يتعلق بالاتجاهات فإن عملية تكوينه، والعوامل التي تسهم في بلورته، أو بالأساس التي يمكن على ضوئها تفسير تباين هذه الاتجاهات، يختلف عن تشكيل الرأي العام، حيث تتكون الاتجاهات والعواطف من تكرار اتصال الفرد بموضوع الاتجاه في مواقف مختلفة ترضى فيه دوافع مختلفة، وتثير في نفسية الفرد مشاعر سارة، أو تحرك لديه بعض الدوافع وتثير في نفسه مشاعر منفرة ومؤلمة، وقد يتكون الاتجاه نتيجة صدمة انفعالية واحدة، وتسهم القابلية للاستهواء بدور كبير في تكوين اتجاهاتنا، ويقصد بالقابلية للاستهواء سرعة تصديق الفرد وتقبله للآراء و الأفكار دون نقد أو مناقشة أو تمحيص، خاصة وإن كانت صادرة من شخصيات بارزة أو ذات نفوذ، أو يعتنقها عدد كبير من الناس[2].

هناك مصادر عديدة تسهم في إكساب الفرد اتجاهات معينة وهي:

1. **البيئة:** فالآراء ووجهات النظر والتصرفات والمواقف والمعتقدات التي يتمسك بها الكبار ويبدونها حيال القضايا المختلفة تسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات الفرد بطريقة شعورية أو لا شعورية، فالاتجاه المضاد نحو التعصب أو الكذب والاتجاه نحو التسامح أو الصدق مثلا كلها اتجاهات يمكن للبيئة الاجتماعية ممثلة في الكبار المحيطين بالفرد والذين لهم قدرة التأثير عليه– أن تسهم في اكتسابه أو عدم اكتسابه لها.
2. **الخبرات الانفعالية الصادمة:** وهي الخبرات التي تهز وجدان الفرد وتشحنه بشحنة انفعالية قوية

[1] المرجع نفسه، ص 117

[2] مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، **انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي**، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2022، ص 43.

توجه سلوكه على نحو معين، فالفرد الذي تعود الاستحمام في مياه ملوثة ثم أصيب بالبلهارسيا وعاني ويلاتها ومضاعفاتها، يمكن أن يكتسب اتجاها مضادا نحو الاستحمام في مثل هذه المياه الملوثة.

3. **تكرار استجابات معينة:** فإذا ما تكررت استجابات الفرد إزاء شيء معين فإن هذا التكرار يعمق من استجاباته ويكامل بينها على نحو يكون لديه اتجاه معين إزاء ذلك الشيء.

ومن هنا تؤكد البحوث عند الحديث عن تكوين الاتجاهات على وجود عاملين يقومان بدورا مهما في تكوين اتجاهات الرأي العام وهما عامل داخلي متعلق بالفرد بحد ذاته كشخصيته، و.....، وعامل خارجي يرتبط ببيئته والمجتمع الذي يعيش فيه الفرد.

بناء مما سبق عرضه نستنتج أنه لا يختلف تكوين الرأي العام عن تكوين الاتجاه في نقاط كثيرة حيث تتدخل عديد العوامل مجتمعة في تكوين الرأي العام واتجاهاته، **كالعوامل الثقافية، والاجتماعية** حيث يؤكد علماء النفس الاجتماعي والمربون كثيرا على أهمية العوامل الثقافية في تحديد طبيعة المجال السيكولوجي للفرد، وفي نمو رأي الفرد واتجاهاته.

حيث إن محاولة تغيير الرأي العام ما هي إلا محاولة تغيير اتجاهات الأفراد، حيث يسعى رجال السياسة والتسويق، جاهدين إلى تغيير الاتجاهات الخاصة بالجمهور لتكون في صالح منتجاتهم ومنشآتهم، وأفكارهم السياسية. لكن تتحكم في هذه العملية عوامل تحدد قابلية تغيير اتجاهات الرأي العام، حيث تتوقف هذه الأخيرة على عدة عوامل في مقدمتها: [1]

1. **طبيعة الاتجاهات وخصائصها:** ويتحدد ذلك في الجوانب الآتية:

أ. **درجة تجانس الاتجاهات:** أي التناسق والتوافق بين الاتجاهات المراد تغييرها وبين قيم الفرد ومعتقداته واتجاهاته الأخرى، فكلما كانت اتجاهات الفرد غير متجانسة كلما كانت أكثر قابلية للتغيير.

ب. **مدى ارتباط اتجاهات الجمهور ببعض القيم:** حيث يلاحظ أن الاتجاهات التي تستند إلى قيم دينية يصعب تغييرها.

ح. **درجة رسوخ الاتجاهات:** كلما كانت اتجاهات الفرد راسخة ومعقدة كلما كان من الصعب تغييرها.

[1] مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، المرجع نفسه، ص 43.

خ. **شخصية الفرد:** تلعب شخصية الفرد دورا كبيرا في تحديد درجة قابلية الاتجاهات للتغيير، فالفرد ذو الشخصية المرنة المتكيفة مع الآخرين يكون أكثر استجابة وقابلية لتغيير اتجاهاته من الفرد ذو الشخصية الجامدة والانطوائية، فالفرد الذي يكون أكثر اعتمادا على الجماعة يكون أكثر قابلية لتغيير اتجاهاته إذا ما تغيرت اتجاهات الجماعة التي ينتمي إليها.

د. **طبيعة الموقف الذي يحدث فيه التغيير:** تتأثر درجة قابلية الاتجاهات للتغيير بطبيعة الموقف الذي يتم فيه هذا التغيير خاصة إذا ارتبط ذلك التغيير بعدم التعارض مع قيم الفرد الراسخة، وكذلك بمقدار المعلومات التي يحصل عليها الفرد عن طبيعة الموقف الجديد والمتعلق به الاتجاه ومصدر هذه المعلومات ودرجة ثقة الفرد في هذه المصادر.

وقد حدد المفكر الأمريكي " نعوم تشومسكي" في مقال له بعنوان" استراتيجيات التحكم والتوجيه العشر"، مجموعة من الاستراتيجيات المعتمدة من قبل وسائل الاعلام التقليدية للتأثير على الرأي العام الواقعي، ورغم ان هذه الاستراتيجيات تتعلق بوسائل الاعلام التقليدية إلا أنها يمكن ان تنطبق أيضا على الشبكات الاجتماعية، حيث يمكن تفعيلها للتأثير على الرأي العام الالكتروني وتوجيهه، وهي[1]:

1. استراتيجية الالهاء (the strategy of distraction):

هذه الاستراتيجية عنصر أساسي في التحكّم بالمجتمعات، وهي تتمثل في تحويل انتباه الرّأي العام عن المشاكل الهامّة والتغييرات التي تقرّرها النّخب السياسية والاقتصاديّة، ويتمّ ذلك عبر وابل متواصل من الإلهاءات والمعلومات التافهة. استراتيجية الإلهاء ضروريّة أيضا لمنع العامة من الاهتمام بالمعارف الضروريّة في ميادين مثل العلوم، الاقتصاد، علم النفس، بيولوجيا الأعصاب وعلم الحواسيب. "حافظ على تشتّت اهتمامات العامة، بعيدا عن المشاكل الاجتماعية الحقيقية، واجعل هذه الاهتمامات موجهة نحو مواضيع ليست ذات أهمية حقيقيّة. اجعل الشعب منشغلا، منشغلا، منشغلا، دون أن يكون له أي وقت للتفكير، وحتى يعود للضيعة مع بقيّة الحيوانات". (مقتطف من كتاب أسلحة صامتة لحروب هادئة).

[1] https://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf

2. استراتيجية افتعال المشاكل وتقديم الحلول (createproblemsthenoffer solution):

هذه الطريقة تسمّى أيضا "المشكل – ردّة الفعل – الحل". في الأول نبتكر مشكلا أو "موقفا" متوقعا لنثير ردّة فعل معيّنة من قبل الشعب، وحتى يطالب هذا الأخير بالإجراءات التي نريده أن يقبل بها. مثلا: ترك العنف الحضري يتنامى، أو تنظيم تفجيرات دامية، حتى يطالب الشعب بقوانين أمنية على حساب حرّيته، أو: ابتكار أزمة مالية حتى يتمّ تقبّل التراجع على مستوى الحقوق الاجتماعية وتردّي الخدمات العمومية كشرّ لا بدّ منه.

3. استراتيجية التدرج (the gradualstrategy):

لكي يتم قبول إجراء غير مقبول، يكفي أن يتمّ تطبيقه بصفة تدريجيّة، مثل أطياف اللون الواحد (من الفاتح إلى الغامق)، على فترة تدوم 10 سنوات. وقد تم اعتماد هذه الطريقة لفرض الظروف السوسيو–اقتصاديّة الجديدة بين الثمانينات والتسعينات من القرن السابق: بطالة شاملة، هشاشة، مرونة، تعاقد خارجي ورواتب لا تضمن العيش الكريم، وهي تغييرات كانت ستؤدي الى ثورة لو تم تطبيقها دفعة واحدة.

4. استراتيجية التأجيل (the strategy of deferring)

وهي طريقة أخرى يتم الالتجاء إليها من أجل إكساب القرارات المكروهة القبول وحتّى يتمّ تقديمها كدواء "مؤلم ولكنّه ضروري"، ويكون ذلك بكسب موافقة الشعب في الحاضر على تطبيق شيء ما في المستقبل. قبول تضحية مستقبلية يكون دائما أسهل من قبول تضحية حينيّة. أوّلا لأن المجهود لن يتم بذله في الحين، وثانيا لأن الشعب له دائما ميل لأن يأمل بسذاجة أن "كل شيء سيكون أفضل في الغد"، وأنّه سيكون بإمكانه تفادي التّضحية المطلوبة في المستقبل. وأخيرا، يترك كلّ هذا الوقت للشعب حتى يتعوّد على فكرة التغيير ويقبلها باستسلام عندما يحين أوانها[1].

[1] ttps://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf

5. مخاطبة الجمهور على انهم قصر أو أطفال في سن ما قبل البلوغ (go to the public as a littlechild)

تستعمل غالبية الإعلانات الموجّهة لعامّة الشعب خطابا وحججا وشخصيات ونبرة ذات طابع طفولي، وكثيرا ما تقترب من مستوى التخلّف الذهني، وكأن المشاهد طفل صغير أو معوّق ذهنيّا. كلّما حاولنا مغالطة المشاهد، كلما زاد اعتمادنا على تلك النبرة. لماذا؟ "إذا خاطبنا شخصا كما لو كان طفلا في سن الثانية عشر، فستكون لدى هذا الشخص إجابة أو ردّة فعل مجرّدة من الحسّ النقدي بنفس الدرجة التي ستكون عليها ردّة فعل أو إجابة الطفل ذي الإثني عشر عاما".

6. مخاطبة العاطفة بدل العقل (use the emotionalside more than the reflection)

استثارة العاطفة هي تقنية كلاسيكية تُستعمل لتعطيل التّحليل المنطقي، وبالتالي الحسّ النقدي للأشخاص. كما أنّ استعمال المفردات العاطفيّة يسمح بالمرور للاّوعي حتّى يتمّ زرعه بأفكار، رغبات، مخاوف، نزعات، أو سلوكيّات.

7. اغراق الجمهور في الجهل والغباء (keep the public in ignorance and mediocrity)

العمل بطريقة يكون خلالها الشعب غير قادر على استيعاب التكنولوجيات والطّرق المستعملة للتحكّم به واستعباده. "يجب أن تكون نوعيّة التّعليم المقدّم للطبقات السّفلى هي النوعيّة الأفقر، بطريقة تبقى إثرها الهوّة المعرفيّة التي تعزل الطّبقات السّفلى عن العليا غير مفهومة من قبل الطّبقات السّفلى".

8. تشجيع الجمهور على استحسان الرداءة (to encourage the public to becomplacentwithmediocrity)

تشجيع الشّعب على أن يجد أنّه من ''الرّائع'' أن يكون غبيّا، همجيّا وجاهلا.

9. تحويل مشاعر التمرد الى إحساس بالذنب (self_ blamestrenthen)

جعل الفرد يظنّ أنّه المسؤول الوحيد عن تعاسته، وأن سبب مسؤوليّته تلك هو نقص في ذكائه وقدراته أو مجهوداته. وهكذا، عوض أن يثور على النّظام الاقتصادي، يقوم بامتهان نفسه ويحس بالذنب، وهو ما يولّد دولة اكتئابيّة يكون أحد آثارها الانغلاق وتعطيل التحرّك. ودون تحرّك لا وجود للثورة!

10. معرفة الافراد أكثر من معرفتهم بذواتهم (getting to know the individualsbetterthanthey know themselves)

خلال الخمسين سنة الماضية، حفرت التطوّرات العلميّة المذهلة هوّة لا تزال تتّسع بين المعارف العامّة وتلك التي تحتكرها وتستعملها النّخب الحاكمة. فبفضل علوم الأحياء، بيولوجيا الأعصاب وعلم النّفس التّطبيقي، توصّل ''النّظام'' إلى معرفة متقدّمة للكائن البشري، على الصّعيدين الفيزيائي والنّفسي. أصبح هذا ''النّظام'' قادرا على معرفة الفرد المتوسّط أكثر ممّا يعرف نفسه، وهذا يعني أنّ النظام – في أغلب الحالات – يملك سلطة على الأفراد أكثر من تلك التي يملكونها على أنفسهم.

ويؤثر في تشكيل الرأي العام الإلكتروني عدة عوامل منها ما هو مشترك ضمن عوامل التأثير في الرأي العام الواقعي **كعامل الدين** والذي يشكل المصدر الأول للسلوك والآراء والمنطق، وكعامل تأثير الأوضاع السياسية والاقتصادية، وتأثير النشطاء السياسيين كعامل تأثير التجارب الشخصية والأحداث الهامة، أما العوامل المستجدة التي تؤثر في تشكيل الرأي العام الافتراضي يمكن إجمالها فيما يلي[1]:

1.الرقابة على الشبكات الاجتماعية والأنترنت

من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني، عامل الرقابة على الشبكات الاجتماعية والأنترنت، حيث تنتهج كل الحكومات بالعالم سياسات محكمة للرقابة على الشبكات الاجتماعية، ولاسيما بعد زيادة معدلات الإرهاب والعمليات التخريبية مع ظهور الجماعات الإرهابية، ومن أشهر برامج التجسس على الشبكات الاجتماعية برنامج (بريزم PRISM) للتجسس الإلكتروني الشامل (حيث يتيح الحصول على معلومات متعلقة بأهداف من خوادم الإنترنت في عدد من كبريات شركات التقنية الرقمية: مثل جوجل وآبل، ومايكروسوفت،

[1] محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص 195.

وفايسبوك، ويوتيوب، وياهو وتويتر وغيرها)، وقد استخدمته بريطانيا وأمريكا في التجسس على الشبكات الاجتماعية.

2.الشائعات في الفضاء الافتراضي

من العوامل المؤثر على الرأي العام الإلكتروني والتي تسهم بشكل كبير في تضليله عمليات صناعة الكذب عبر الشبكات الاجتماعية ونشر الصور المفبركة والفيديوهات المتجزئة التي تعتمد على أنصاف الحقائق وكذلك الشائعات المغرضة بهدف إثارة الرأي العام الإلكتروني وتغييبه. وتظهر الشائعات على الشبكات الاجتماعية في صور متعددة، كالتوقعات، والنكت، والثرثرة التفاعلية المتبادلة بين المستخدمين، والغمز، واللمز، والإسقاط، وادعاء الكوارث والأزمات الأمنية، وارتفاع الأسعار، والخوض في تدهور العلاقات السياسية أو الاقتصادية، كما تمس الشائعات أشخاص أو جماعات أو منظمات.

3.الحروب الافتراضية (الجيل الخامس للحروب):

تطورت الحروب من استخدام القوة الجسدية والأسلحة البدائية (الجيل الأول)، وقوة النيران والأسلحة الأكثر تطورا (الجيل الثاني)، والحروب الخداعية والنفسية بما فيها الحروب بالوكالة (الجيل الثالث)، ثم إلى حروب الجيل الرابع والتي تفترض اتخاذ أشكال غير تقليدية من فاعلين من غير الدول (منظمات وحركات إرهابية) لإحداث فوضى داخلية، حتى ظهر الجيل الخامس للحروب والذي تعدى الحروب البرية والحروب البحرية والحروب الجوية والحروب النفسية ليصبح نوعا جديدا من الحروب يعتمد على تكنيكات حرب اللاعنف Nonviolence war ويسمى بالحروب المعلوماتية الافتراضية عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية والمواقع المختلفة.

فمع الاعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات فتحت جبهة جديدة لمثل هذا النوع من لخطورة الحرب غير المرئية على أمنها القومي الحروب غير المرئية، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول التي تنبهت لخطورة الحرب غير المرئية على أمنها القومي. ويستهدف هذا الجيل الجديد من الحروب احتلال العقول لا احتلال

الأرض، لان احتلال العقل كفيل بتحقيق اهداف الخصم كلها، فالمستهدف فيها سيقوم بمحاربة نفسه وأبناء وطنه بالوكالة[1].

وهي حروب غير أخلاقية لا تعترف بالقيم ولا تخضع لقوانين وإنما تهدف إلى هدم وتخريب مقدرات الشعوب، وتقتحم عقول الشباب وأنصاف المتعلمين، وتهدم القيم والثوابت والمعتقدات، وتحدث الفوضى التي يتمناها الخصم، دون أن يطلق رصاصة، أو عطب له ترس من ترسانته الحربية أو يقتل لها جندي واحد. فلم يعد للدول والجماعات المعادية في حاجة إلى أسلحة ووسائل تدميرية مكلفة لغزو خصومها، بقدر ما تحتاج إلى محترفي الهجمات الإلكترونية) .

4. القرصنة السياسية الافتراضية:

تتكون كلمة النشاط القرصني السياسي "Hacktivism"من خليط بين الكلمتين (Hacking) (Activismأي (قرصنة)، و(نشاط أو عمل سياسي) وتشير إلى أعمال القرصنة الإلكترونية التي تأتي في إطار تحقيق هدف سياسي، أو لفت الأنظار إلى قضية اجتماعية أو اقتصادية معينة .ومن أشهر مجموعات القرصنة السياسية المعروفة أنونيموس Anonymous أو المجهولون، وهي مجموعة قرصنة دولية لها تواجد في معظم دول العالم وأساسها في أمريكا وأنجلترا. [2]

5. التسريبات الاعلامية الإلكترونية:

تعتبر التسريبات الإلكترونية المنشرة عبر مواقع الانترنت والشبكات الاجتماعية من العوامل المؤثرة على تشكيل الرأي العام الإلكتروني نظرا لارتباط هذه التسريبات بعنصر الغرابة والمفاجأة والسرية، وإذاعة ونشر هذه التسريبات يخلق حالة من الإثارة والبلبلة، وقد تصدق أو تخفق مثل هذه التسريبات، وغالبا ما تصنع التسريبات حالة من الجدل الواسع في الفضاءات الافتراضية ويثار حولها النقاش في التعليقات والآراء المنشورة، وهي صحتها ولمكذب لها.

[1] محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص 195.

[2] أحمد أبو طالب، **القرصنة السياسية عبر الفضاء الافتراضي**، مجلة السياسة الدولية، العدد 187، جانفي 2012، ص 108.

تعمل على زيادة حد الاستقطاب في الرأي وتقسيم وتفتيت الرأي لمؤيد ومعارض، لواثق في ومن أشهر المواقع في هذا الصدد موقع ويكيليكس، والذي نشر العديد من التسريبات عن مختلف الأنظمة السياسية بالعالم، ويهتم هذا الموقع بفضح الممارسات غير ديمقراطية سواء في النظم الفاشية او النظم الديمقراطية ايضا.[1]

7. اللجان الإلكترونية (جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية)

يرتبط ظهور مفهوم اللجان الإلكترونية أو جماعات الضغط بالشبكات الاجتماعية Lobbying via media social بالمجال التسويقي.

حيث تم استقاء المفهوم من دراسات التسويق وتحديدا من مفهوم Grassroots marketing التسويق القاعدي المتنامي، او ما يعرف بتسويق العصابات Guerilla marketing فهو يبدأ من قاعدة شعبية محدودة ثم يتنامى بمرور الوقت، وهو تكنيك تعتمد عليه الشركات الصغيرة أو ذات الميزانية المحدودة، حيث تلجأ الشركة الى صياغة رسائلها التسويقية وتوجيهها الى شريحة معينة من المهتمين والمستهدفين بعناية، ثم تقوم هذه الشريحة بنشر الرسالة الى غيرها من الشرائح الأخرى وهكذا يتصاعد التأثير التسويقي بمرور الوقت.

وقد تبنت بعض الشركات التجارية أسلوب اللجان الإلكترونية كوسيلة لترويج الشائعات ضد المنافسين، ولا سيما في مجال الأدوية، حيث استخدمت بعض شركات الأدوية في عام 2006 شبكة الانترنت والمنتديات في نشر الشائعات عن المنافسين بأن العقاقير تحتوي على مواد خطرة ومسرطنة .كما استخدمت الشركات التجارية اللجان الإلكترونية بهدف إيهام الناس بأن منتجاتها تحقق مبيعات كبيرة وأن الجمهور يطلبها بشكل مستمر بهدف الترويج للسلعة وزيادة حصتها التسويقية .وفي عام 2008 و2009 أنتقل مفهوم اللجان الإلكترونية الى المجال السياسي، وبعد ثورات الربيع العربي ظهر بقوة دور اللجان الإلكترونية* في الشبكات الاجتماعية، وهي تعتبر من العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام الإلكتروني.[2]

[1] المرجع نفسه، ص200

* ويمكن تعريف اللجان الإلكترونية بأنها تجنيد مجموعة من الأشخاص عبر شبكات التواصل الاجتماعي لتشكيل تنظيم يعمل بشكل منهجي لنقل الأفكار والمعلومات للآخرين بهدف التأثير على اعتقاداتهم وإيهامهم بأن الرأي العام الإلكتروني يدعم فكرة محددة أو يتجه في اتجاه معين، مستعينين بنظرية "القطيع" في توجيه أفكار الناس وتغييرها أو إرباك وجهة النظر المعارضة، وهي أيضا مجموعات تشكلها الفرق السياسية المختلفة لمتابعة ما ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي والقيام بالدعاية لقوى سياسية معينة وتشويه قوى وشخصيات أخرى على صفحات الشبكات الاجتماعية.

وقد طور بعض القراصنة برامج تساهم في تسهيل عمل اللجان الإلكترونية مثل بعض البرامج التي تستخدم لعمل شكاوى (report) متتالية لإغلاق صفحات الفيس بوك مثل برنامجFace Report ، كما يوجد برامج أخرى لنشر رسائل موجهة لعدد ضخم من الحسابات على الفيسبوك مثل برنامج.So social

ساهم الانتشار الحر للمعلومات من خلال الشبكات الاجتماعية الرقمية منذ بداية القرن الواحد والعشرين، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس معرفة واسعة بالأحداث السياسية والتأثير في تصور المواطن للسياسة، حيث تلعب فيه الشبكات الاجتماعية الرقمية دور الوسيط بين الرأي العام وصانعي القرار، والذي باتت تتدخل في هذه العملية عدة عناصر (مرسل، مستخدم للوسائط الالكترونية، الوسيلة، المضمون) مقارنة بما يحدث في وسائل الإعلام القديمة من صحافة مكتوبة وإذاعة وتلفزيون، لما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي من خاصية التفاعلية والأنية والسرعة في نقل الأخبار، ويشير أحد الباحثين الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الرأي العام الإلكتروني من زاويتين أو وجهتين:

الأول: ترتكز على تأثير هذه الشبكات على الراي العام الالكتروني الذي بدوره يؤثر على الراي العام الواقعي وصانعي القرار.

الثانية: ترتكز على تأثير هذه الشبكات بشكل مباشر على صانعي القرار، بتوفير المعلومات والأفكار والصور المختلفة التي تشكل رؤيتهم للعالم[1].

على النقيض من ذلك ووفقا لدراسة "jennifer marie young"[2]تم التوصل من زاوتين أخرى تتحكم في عملية التأثير على الرأي العام الالكتروني وهي:

الأولى: وجود رأي العام الكتروني مستقل ولا يمكن ان يتأثر بفعل عمليات التوجيه الإعلامي او سياسات التحكم فيه.

وتستخدم اللجان الإلكترونية الحسابات الوهمية والغير مفعلة والمكررة وذلك لزيادة عدد أرقام المعجبين ولنشر تعليقات في اتجاه معين ولتوجيه الرأي العام الإلكتروني نحو الاهتمام بحدث ما أو قضية معينة.

[1] نفس المرجع السابق، ص 152.

[2] Jennifer marie young, **political conversation on facebook**: **an exploration of practices**, **doctoral** Thesis at the faculty of the graduate school of arts and sciences of Georgetown university, 2013. p115.

الثانية: تؤكد ان الراي العام الالكتروني يمكن التأثير فيه من خلال الاستراتيجيات الممنهجة لتوجيهه والتحكم فيه مثل الرأي العام الواقعي.

وبما أن تغيير الرأي العام ما هو إلا محاولة **تغيير الاتجاهات وتعديلها**، نظراً للثبات النسبي للاتجاهات فإن تعديلها أو تغييرها ليس بالأمر السهل وربما يرجع ذلك إلى أن الاتجاهات ترتبط بشخصية الفرد وحاجاته ومفهومه عن ذاته ومعرفته بموضوع الاتجاه، ومن ثم فهي تنمو بمرور الزمن لتصبح إحدى مكونات شخصية الفرد الأساسية كما أن المعاني أو الارتباطات الموجبة أو السالبة لدى الفرد إزاء شيء معين قد تكون ذات جذور عميقة في فكره ووجدانه ومن ثم يصعب تغييرها. ومن أهم طرق تغيير الاتجاهات وتعديلها[1]:

1. تغيير الإطار المرجعي لدى الفرد أي ما لديه من معلومات وقيم ومعتقدات سابقة عن موضوع الاتجاه.
2. تغيير الجماعة المرجعية التي يتمثلها الفرد دائماً في سلوكه ويتصرف بناء على ما تقدمه من قيم ومعتقدات. ويحدث ذلك بنقل الفرد إلى جماعة جديدة تتبنى اتجاهاً جديداً.
3. تغيير موضوع الاتجاه؛ فكلما زادت ثقافة الفرد تغيرت موضوعات اتجاهاته، فزيادة كفاءة العامل الصناعي تغير موضوع الاتجاه من كفاءة العمل اليدوي إلى كفاءة العمل الآلي.
4. الاتصال المباشر بموضوع الاتجاه، لأن هذا يسمح للفرد بأن يتعرف على الموضوع من جوانب جديدة وتزيده.
5. تغيير المواقف كتغير اتجاهات طالب الطب عندما يصبح طبيباً.
6. التغيير القسري نتيجة لظروف اضطرارية كتغير الاتجاهات عند حدوث المجاعات.
7. استخدام وسائل الإعلام في تزويد الأفراد بمعلومات جديدة عن موضوع الاتجاه.

ثم يكون من السهل تغيير الاتجاهات إذا كان هناك عدم تجانس بين المكونات العاطفية والمعرفية.

فتشكيل الرأي العام والتأثير فيه ليس صنيع الصدفة، فهناك آليات وأدوات كثيرة معروفة لدى المتخصصين في هذا المجال، فعلى سبيل المثال من بين أهم الأدوات المشهورة ما يعرف بـ "استدراج الرأي العام"، وذلك من خلال النشر المكثف عن القضية محل الاهتمام وتناولها تحت شعارات براقة تخاطب المشاعر والانفعالات وليس العقول، من بينها شعارات حقوق الإنسان، أو الأزمات الإنسانية، والمظلومية وغيرها... وفي إطار الحالة الرمادية

[1] بطرس حلاق، مرجع سبق ذكره، ص 96.

التي أصبحنا نعيش فيها حيث تتماهى الحقائق ويصعب التمييز بوضوح بين المعتدي والمعتدى عليه، وبين النصر والهزيمة، وبين الغزو والدفاع عن الأرض، وغيرها من المتناقضات، فمن السهل التلاعب بالرأي العام والتأثير فيه، خاصة مع تعدد الأدوات والأساليب للوصول إليه .

تأسيسا على ما سبق عرضه "يصعب الفصل بين موضوع تغيير الاتجاهات وموضوع تكوينها، كما يصعب الفصل بين طرق تعديل الاتجاهات التي تركز على الشخصية الفردية. وتلك التي تركز على تأثير الجماعة، وكذلك يصعب فصل هذه الطرق كليا عن تأثير مختلف العوامل الحضارية والمواقف الجماعية ووسائل الاتصال الجمعي"[1].

5. تشكيل الرأي العام عبر الفضاء العمومي الافتراضي ومظاهر التحول

كانت البدايات الأولى لعملية تشكيل الرأي العام تخضع لمعايير مختلفة عما هي عليه اليوم، وظروفه وعوامل تشكيله ليست كما كانت في السابق، وانتقل تشكيل الرأي العام من جماعات الضغط ورجال الدين إلى الصحافة بعد اختراع الطابعة بواسطة العالم الألماني غوتنبرغ في أواسط القرن الخامس عشر الميلادي، وانتقل تأثيرها إلى الجمهور العام بعد صيرورتها إلى وسيلة اتصال جماهيرية، لاسيما بعد اختراع التلغراف في 1847 الذي أحدث طفرة كبيرة في نقل المعلومات بين بقاع المعمورة بشأن الحروب والتجارة، حتى تم اختراع الراديو الذي أحدث ضجة كبيرة وتحولا هائلا في العملية الاتصالية، وقد انبهر العالم بهذه التقنية التي أفضت إلى ظهور نظرية العالم الاميريكي ماكلوهان، التي افترضت تحول العالم إلى قرية صغيرة.

ولم تتوقف التطورات التكنلوجية عند الراديو، بل جلب لنا منتصف العقد الثالث من القرن المنصرم اختراعاً جديداً أفضى إلى نقل الحدث كما هو، صورة وصوت ومؤثرات طبيعية، ليبدأ معها عصر الأجهزة الإلكترونية، التي انتشرت لتشكل معها تأثيرات كبيرة جدا في الرأي العام، ليس على مستوى الدول التي تنتج هذا النوع من الأجهزة، بل وصل تأثيره في الجمهور إلى أرجاء المعمورة كافة، ثم جاءت الأقمار الصناعية التي مكنت الأجهزة الإلكترونية المتمثلة بالراديو والتلفزيون من نقل الحدث لحظة بلحظة من أقصى الأرض إلى أقصاها. ويوما بعد

[1] الهامي عبد العزيز إمام، مرجع سبق ذكره، ص 69.

يوم يزداد تأثير الإعلام في الجمهور بإعادة تشكيل الرأي إزاء القضايا التي لا ترتقي إلى مستوى العقائد لدى الجمهور، عن طريق وسائل متعددة[1]

وبرامج متنوعة، وحين جاءت البرامج التفاعلية أتاحت للجمهور التعبير عن نفسه والرد والحوار مع القائم بالاتصال. ومع هذه الطفرات التكنلوجية الهائلة في تكنلوجيا المعلومات، جاءت ثورة الإنترنت وما وفرته من إتاحة مجالات واسعة، وظهور تطبيقات كبيرة أسهمت بشكل كبير في التأثير في صناعة الرأي العام عالمياً إزاء القضايا التي تهم الجمهور، وربما كان تأثيرها كبيراً في الدول التي كانت تعيش تحت نير الدكتاتورية، لاسيما الدول العربية منها.

أصبح المجال الافتراضي يشكل مجتمعا موازيا للمجتمع الواقعي بل ويتداخل معه تداخلا كبيرا إذ شكلت شبكات التواصل الاجتماعي العامل الرئيس الذي تقوم عليه هذه المجتمعات. حيث تصاعدت نسبة المنخرطين في هذه المواقع ولا سيما في السنوات الأخيرة، فقد وجد المستخدمين في هذه الشبكات فرصة للتعارف والتواصل وفضاء للتعبير عن الذات بعيدا عن تلك القيود التي يفرضها الواقع وتمليها تحديات الحياة وقيود التكاليف المادية والاجتماعية.

وفي هذا الشأن يفصل الباحث "عزام أبو الحمام" بين ثلاثة نماذج **للرأي العام عبر الفضاء الافتراضي حددها فيما يلي**[2]:

- **النموذج الأول، نموذج الرأي العام التقليدي القائد**

يتصف هذا النموذج بأن الحوار والتعبير عن المواقف والاتجاهات ينطلق من أرض الواقع ثم ينتقل بعد وقت ما إلى الشبكات الإلكترونية. في هذا النموذج قد يبدأ الفعل من الواقع بتظاهرات أو اجتماعات، أو بيانات مكتوبة، أو تصريحات ومقالات في وسائل الإعلام المختلفة، ثم يتطور إلى حملات وسجّالات وحوارات عبر الشبكات التي تضم الهواتف والإنترنت، هذا من حيث الاتجاه. أما من حيث البناء structure المنتج

[1] غالب كاظم الدعمي، **صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الإنترنت، تقاليد موروثة وسلطة مطلقة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص147

[2] عزام أبو الحمام، **الرأي العام التقليدي والإلكتروني بين القطيعة والتشاركية**، مجلة علوم الإعلام والاتصال الإلكترونية، العدد الأول، جانفي 2018، ص24.

للرأي العام، فهو قد ينطلق من الأبنية التقليدية للرأي العام، وبالتحديد من النخب التي تمثلها، مثل الأحزاب وجماعات المصالح المختلفة؛ بما في ذلك المؤسسات الإعلامية الحكومية.

وقد أمكن ملاحظة أن بعض موجات الرأي العام في الواقع سرعان ما انتقلت إلى الواقع الشبكي الإلكتروني، والأمثلة فيما سمي "ثورات الربيع العربي" كثيرة جدا. والملاحظة الجوهرية في هذا النموذج، هيّ أنّ قيادية الرأي العام الواقعي عادة من تأتي في سياق المجموعة المنظمة التي تبادر إلى تعبئة الرأي العام وإعلامه بما يلزم من معلومات أو أخبار، حتى لو كانت تلك القوة المنظمة نخبوية، سرية أو علنية، قانونية أو غير قانونية. ويجدر الإشارة في هذا المضمار إلى أنّه ليس كل ما يجري التحضير له في الواقع يمكن أن ينتقل إلى الفضاء الإلكتروني.

- **النموذج الثاني، نموذج الرأي العام الإلكتروني القائد**

يتصف هذا النموذج بأن النشاط التعبوي والتعبير عن المواقف والاتجاهات ينطلق من الشبكات الإلكترونية ثم ينتقل إلى الواقع، إذ تكون الفضاءات الإلكترونية ساحات اللقاء الرئيسة، هنا تبدو الأبنية التي تنطلق منها هذه الاتجاهات غير محددة تماما، لكنها تعتمد بالضرورة على نشاط النخب كما في الشكل التقليدي، والفرق أن النخب الإلكترونية تستند إلى نشاطها ومهاراتها التواصلية أكثر مما تستند إلى مكانات اجتماعية أو وظيفية كما سبق الإشارة له.

على أنه يصعب الانطلاق في صناعة رأي عام إلكتروني دون الاستناد إلى قضية حقيقية تهم قطاعات واسعة من الرأي العام أو الجمهور. لكن يبدو أن ليس من المهم أن تكون القضية مهمة، أو حتى واقعية، وكما سبق لجوستاف لي بون تأكيده فليس المهم للجماهير أن تكون القضية واقعية/ حقيقية أو غير واقعية، بل المهم أنها تستحوذ اهتمام الجمهور. من خلال اكتساب التعاطف والتأييد عبر الفضاء الإلكتروني.

النموذج الثالث، نموذج تشابك التقليدي (الواقعي) بالإلكتروني[1]

وهو النموذج الذي يعبر عن التداخل الكبير الذي أصبح يميز بيئة الاتصال الحالية، إذ يتداخل الواقع في العالم الإلكتروني من إنترنت ووسائل إعلام إلكترونية أخرى، فينعكس الواقع في الإلكتروني، ويلقي الإلكتروني

[1] نفس المرجع السابق، ص 27

ظلاله على الواقع، وهنا تتحقق علاقة التشابك، وهي علاقة لا تمثل بعلاقة المرآة العاكسة، فنحن لا نعلم الصورة من الانعكاس، إذ في كثير من الحالات يصعب وضع حدود فاصلة للظاهرة إن من حيث تحديد منشئها والمصدر الذي بادر بإطلاقها، وعبر أي وسيط، وفي أي تاريخ.

حيث إننا في النتيجة إزاء بيئة اتصالية مختلفة، تمتاز بما تمتاز به الإنترنت من تشبيك اجتماعي وميدياتيكي، وسرعة، وسهولة، وتدفق هائل، وإتاحة لمختلف الفئات الاجتماعية، وأفقية في حركة الرسائل، وتفاعليه تتيح النقاش والحوار العقلاني والأيديولوجي والديماغوجي والإقصائي أيضا، وفي مرات عديدة، بمعنى عدم وجود قانون صالح للتعميم لكل هذه الحالات، وفي هذا الصدد يشير "كاستلز" إلى أنّ المجتمع الشبكي يتجلى في العديد من الأشكال المختلفة، وفقا لثقافة والمؤسسات، والمسار التاريخي لكل مجتمع إنها بيئة التنوع، وبيئة التجزئة والاندماج في الوقت نفسه، وكل تلك الخصائص تعكس نفسها على عملية الرأي العام، وفي آليات اشتغاله، وفي النخب النشطة فيه، وفي الآثار المتوقعة منه.

6. مساهمة اليوتيوب في تشكيل الرأي العام

مكنت مواقع التواصل الاجتماعي ومنها موقع اليوتيوب صناع المضامين من نشر فيديوهات ينقلون فيها الأخبار والمعلومات بطريقة سهلة وبسيطة وبأساليب مختلفة يتفنن "اليوتبوبرز" في صناعتها وتنسيقها لتقديمها للمتابعين لهم ولكل مرتادي اليوتيوب، ومن أهم المجالات التي ينشط فيها اليوتيوبرز هو المجال السياسي من خلال نقل الأخبار والمعلومات حول ما يقع من قضايا في المحيط الداخلي الذي يعيشون فيه أو حول ما يقع في مختلف أنحاء العالم، وابداء رأيهم حول الأحداث السياسية والأزمات الوطنية والعالمية ونشر حقائق كانت مخفية، ومحاولة التأثير في المتابعين بمختلف الطرق لتبني أفكار وآراء جديدة ومختلفة.

حيث أن اليوتيوب بات يساهم بطريقة مباشرة في اكتساب الأفراد والجماعات للوعي السياسي، فصناع المحتوى وجدوا في موقع اليوتيوب متنفسا لهم يعبرون فيه بحرية عن قناعاتهم ومبادئهم وينقلون من خلاله تحليلهم لما يجري من وقائع وأحداث سياسية وبذلك يسهمون في توعية الجماهير سياسيا ورفع مستواهم الادراكي في مختلف جوانبه (المعرفية، العاطفية، السلوكية)، كما يسعون من خلال ما يقدمونه إلى فتح نقاشات عامة بين مختلف مكونات المجتمع، من سلطة وأحزاب ونشطاء سياسيين ونشطاء المجتمع المدني ومع عموم الشعب[1].

[1] نزار عبد الغفار السامرائي، **الافتراضي والواقعي وتشكل الإعلام البديل في التظاهرات الاحتجاجية، ساحة التحرير في بغداد أنموذجا**، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي، العدد 13، برلين، نوفمبر 2020، ص18.

كما يعمل صناع المحتوى عبر اليوتيوب على جذب انتباه المتابعين بمختلف الأساليب المباشرة أو الفنية أو الاخراجية ويقدمون المعلومات والأفكار والمبادئ التي يسعون للتأثير في المتابعين بهدف فهمها وإدراكها وتبنيها وكل هذه المضامين المقدمة وما تحتويه هدفها أيضا تعديل السلوكات السياسية، وتغييرها أو غرس أخرى جديدة، ويرمي صناع هذه المضامين إلى خلق جو من التفاعل بين كل أطياف المجتمع وتنبيه السلطة لبعض الأحداث والأزمات، وحث الأفراد إلى المشاركة في العمل السياسي أو مقاطعة الشأن السياسي.

خلاصة

كما يتضح مما سبق عرضه أن ثمة تداخلا وتشابها كبيرين بين أشكال الرأي العام واتجاهاته من النسق التقليدي إلى الشكل الرقمي من حيث أنه يشمل الجمهور والقضايا وخصائصها وأهداف التعبير وآليات اشتغاله والنتائج المتوقعة منه، واتضح كذلك أن ثمة بعض التمايز بين الشكلين، التقليدي والإلكتروني، ولعل مثل هذا التمايز والتباين يميز الكثير من الظاهرات الاجتماعية، والحقيقة أن ذلك لم يكن بظاهرة جديدة في مستوى وسائل الاتصال والإعلام منذ نشأتها في التاريخ، وفي ضوء تكنولوجيا الاتصال الشبكية الحديثة فإن ظاهرة التأثير المتبادل باتت أكثر حضوراً إلى درجة الاندماج التام أحياناً، وتظهر تجارب أخرى فجوة كبيرة أو قطيعة في بعض الممارسات الاتصالية القديمة والحديثة. حيث قد يصعب التفريق بين رأي عام واقعي وآخر / إلكتروني، بل إن الرأي العام هو نفسه، والإنسان وقضاياه ودوافعه ومراميه هي نفسها أيضا، فإن اختلاف الوسيط لا يجعل من الرأي شيئاً آخر، بل هو رأي واقعي لكنه قد يتمايز عن التقليدي في بعض آليات اشتغاله، وفي خصائص النخب القائمة عليه، وما يميزهم أنهم يحسنون استخدام وسائل الاتصال والإعلام في التأثير في اتجاهات الناس وآرائهم.

III. القضايا السياسية في الجزائر...

العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا

تمهيد

تُعد العلاقات الجزائرية المغربية من أهم العلاقات الثنائية في المنطقة العربية والإفريقية، إذ تربط بين الجارتين اللتين تشـــتركان في تاريخ عريق وجذور مشـــتركة. وعلى الرغم من أن الجزائر والمغرب تقاسمان حدودًا ومصالح اقتصادية وثقافية وسياسية، إلا أن العلاقات بينهما شهدت توترات متكررة وصلت إلى درجة الانعدام بين الفترة والأخرى. وتتسـم العلاقات الجزائرية المغربية بقدر كبير من التعقيد، نظرًا لتعدد القضـايا التي تشـكل تحديًا للعلاقات بين البلدين، مثل القضايا الحدودية والأمنية والثقافية والاقتصادية.

وعليه سـنركز من خلال هذا الفصـل على الفترة الراهنة للعلاقات بين البلدين نظرا لبروز مسـتجدات مهمة تضـاف لملف العلاقات الجزائرية المغربية، بعد تقديم نبذة تاريخية حول مراحل العلاقات الجزائرية المغربية بداية من 1962 أي تاريخ استقرار كلا البلدين- حيث أن فترة الاستعمار الفرنسي تميزت بالتلاحم والتعاون بين الشـعبين، لكن بعد اسـتقلال الجزائر مباشـرة عرف مسـار العلاقات مرحلة جديدة: سـيادة كلا الدولتين وسلطة القرار بالمقابل قضايا خلافية تتطلب التسوية.

حيث سـنركز على الفترة الراهنة للعلاقات بين البلدين من خلال الخوض في خلفيات قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسـية مع المغرب2021، وقوفا عند تداعيات قطع العلاقات بين البلدين، وصـولا إلى السيناريوهات المحتملة لحل الأزمة الدبلوماسية الجزائرية المغربية.

1. لمحة تاريخية عن تطور العلاقات الجزائرية المغربية بعد الاستقلال (1963 –2023)

إن تناول خلفية تاريخية حول العلاقات بين الجزائر والمغرب ليس مجرد سـرد لأحداث وقعت، بقدر ما يهمنا في تقديم خلفية لفهم الوقائع والتطورات* التي يوردها موقع اليوتيوب.

يتبين من مراجعة عديد المراجع أن العلاقات الجزائرية المغربية تعود إلى قرون مضت، حيث كانت شعوب المغرب العربي ككل تشكل كتلة واحدة، ففي مرحلة العصر الحجري القديم، حيث كانت الشعوب الصحراوية تنتمي إلى الحضارة نفسها[1].

حيث تعود العلاقات الجزائرية المغربية تاريخيا إلى فترة ما قبل الاسـتعمار، وقد شـهدت هذه العلاقات عدة مراحل من التعاون والتوتر. وعليه يمكن تقسـيم تطور العلاقات بين الجزائر والمغرب على مدى الفترة من عام 1963 إلى 2021 إلى مراحل مختلفة، تتأثر فيها هذه الدول بعدد من القضـايا السـياسـية والاقتصـادية والثقافية.

1.1.العلاقات الجزائرية المغربية في الفترة الممتدة ما بين 1962–1988

العلاقات الجزائرية الغربية من 1963– 1965 م:

تبدأ العلاقات الجزائرية المغربية بعد استقلال الجزائر عن فرنسـا في عام 1962، وبعد اسـتقلال المغرب عن فرنسـا وإسـبانيا في عام 1956. وفي بداية هذه العلاقات، كانت العلاقات بين الجانبين إيجابية، وقد تم توقيع اتفاقية بين البلدين في عام 1963 لتعزيز التعاون الثنائي في مجالات مثل التجارة والسياحة والاتصالات. ومع ذلك، تطورت العلاقات بين البلدين إلى الأسـوأ في السـنوات التالية. ففي عام 1963، تدخل المغرب في النزاع الحدودي مع الجزائر حول إقليم تندوف، الذي يشـترك فيه البلدين. ومنذ ذلك الحين، شـهدت العلاقات بين البلدين فترات من التوتر والصراعات المسلحة، بما في ذلك الحرب الصحراوية في الثمانينيات[2].

* وقد أوجزنا أهم الأحداث التي شهدتها العلاقات الثنائية في الملحق رقم 2 المتعلق بكرونولوجيا العلاقات بين البلدين.

[1] سعاد سراي، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة "الخبر"، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة بين 2000و 2005**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2007، ص 25.

[2] المرجع نفسه، ص 45.

بعد صعود أحمد بن بلة إلى سدة الحكم في الجزائر، شهدت العلاقات بين الجزائر والمغرب تطورات معقدة وتصاعد الصراع بينهما، مما أدى إلى توسيع الهوة بين البلدين. اتخذ الصراع عدة أشكال، وأصبح له تأثير كبير على الساحة الإقليمية[1].

وعلى الرغم من أن انضمام الجزائر إلى منظمة الوحدة الإفريقية قاد إلى تعزيز العلاقات مع قادة إفريقيا السوداء وتحقيق تنمية في هذا السياق، إلا أن العلاقات مع المغرب لم تشهد تحسناً يُذكر. في هذا السياق، أعلن أحمد بن بلة انتماء الجزائر إلى القومية العربية وعروبتها، ونشأ تحالف تضامني بين الجزائر ومصر الناصرية.

مع ذلك، فإن تحقيق وحدة المغرب العربي الكبير، الذي كان يُسعى إليه من قبل القادة الجزائريين والمغاربة والتوانسة في مؤتمر طنجة، أصبح أمراً بعيد المنال. استمرت الخلافات والتباعد بين البلدين، مما أدى إلى عدم تحقيق التكامل الإقليمي المرجو في ذلك السياق.

يُعزى بن بلة سوء العلاقات مع حكام مراكش في فترة حكمه إلى اختلاف نمط الحكم في كل دولة،[2] ويُشير في الدرجة الأولى إلى تباين في الفهم والتقدير. بالنسبة للحسن الثاني، نشأ في بيئة تُعتبره شريفًا وحاملًا للبركة، ويتسم بالقداسة الشخصية. يُعتبر اسمه الحسن خليفةً لذكرى جده الأول الذي حكم بين 1873 و1894، والذي ينتمي إلى العلويين من سلالة الرسول صلى الله عليه وسلم عبر ابنته فاطمة. وبناءً على ذلك، يُعتبر حاملًا لمجد أجداده ووريثًا لقداسة دينه[3].

تُبرز حملته لاسم الحسن تكريمًا لجدّه، وتُظهر تخليده لتاريخ العائلة العلوية. تمثل خلافته لوالده محمد الخامس تواصلًا لمجد أبيه، وأي اعتداء عليه يُعتبر اعتداء على هذه الرموز. من وجهة نظر المغرب، يعتبرون أن الجزائريين يهدفون إلى نهاية الأسرة العلوية بهدف تحقيق هيمنة على المنطقة[4].

---

[1] يحي أبو زكريا، **الجزائر من أحمد بن بلة إلى عبد العزيز بوتفليقة** د. طه د.م، ناشري، 2003م ص 30.

[2] أحمد منصور، **شاهد على العصر الرئيس أحمد بن بلة يكشف أسرار ثورة الجزائر**، ط2، الجزائر: دار الأصالة للنشر والتوزيع، 2009م، ص 256.

[3] بوزرب رياض، **النزاع في العلاقات الجزائرية المغربية 1963-1988**، رسالة ماجيستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية قسم العلوم السياسية، التخصص العلاقات الدولية، جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008م، ص 71.

[4] عبد الحميد العربي، **"الجزائر تستهدف الأسرة العلوية الحاكمة في المغرب من أجل الهيمنة الاقليمية"**، موقع أنا الخبر، نشر 14/02/2017، http://www.ana alkhabar.com

أحمد بن بلة، الذي كان يمتلك روحًا ثورية ويتمسك بأفكار تحررية، يُعد رائدًا للنظم التقدمية الثورية في المغرب العربي. يُعتبر أي اعتداء عليه اعتداء على هذا التراث النضالي والتاريخ المجاهد الذي يمنح للمنطقة دورًا رياديًا. كان لأحمد بن بلة رغبة قوية في تحقيق مشروع الوحدة المغاربية، حيث رأى في الجزائر دولة محورية. يعتبر الجزائر حلقة وصل بين الحركات الثورية في تونس والمغرب[1].

تجسدت رؤية بن بلة في استقلال الجزائر والتوجه نحو تطبيق الاشتراكية في بلاده كمحفز للتصاعد في التصعيد وتعميق الصراع بين العناصر المغربية والجزائر. يظهر الاختلاف في طبيعة الأنظمة بشكل رئيسي كتباين إيديولوجي، وتنعكس هذه الرؤية في خطاب الملك الحسن الثاني في 25 أكتوبر 1963، حيث أشار إلى ضرورة التصدي للتحديات الإيديولوجية والاقتصادية التي تعترض سبيل تحقيق.

تُشير صحيفة "الهيرالد" تربيون إلى أن الدستور الذي وضعه الملك الحسن في عام 1962 لم يؤدي سوى إلى تعزيز سلطاته الاقتصادية المطلقة، ما أدى في الواقع إلى تصاعد الصراع بين دولة ذات طابع ثوري اشتراكي وبين مملكة تعيش على أسس تشبه المجتمعات الإقطاعية في العصور الوسطى.[2] يُظهر هذا النظام الملكي كعقبة أمام مشروع بن بلة الذي يستند إلى فكرة توحيد المغرب حول دولة محورية، والتي من المتوقع أن تكون الجزائر هي هذه الدولة، تمامًا كما هو الحال في مصر بالنسبة للشرق الأوسط، نظرًا لتشبع بن بلة بالفكر الناصري.

يُعتبر المغرب أن هذا النهج يمثل انتهاكًا لأسس النظام الملكي المغربي.[3] كما يُفهم التقارب بين الجزائر ومصر من قبل المغاربة على أنه محاولة لتحييد المغرب وتقييد تأثيره، خاصةً أن المعارضة في المغرب تعتبر نفسها امتدادًا لحزب الاتحاد الاشتراكي العربي الذي أسسه عبد الناصر.

يُؤكد فتحي الديب أن زيارة جمال عبد الناصر إلى الجزائر في عام 1963 أظهرت أحمد بن بلة كرجل دولة وقائد قادر على تحقيق انتصارات جديدة بدعم من قوى التحرر. هذا الدعم أثر بشكل مباشر على نظامي مراكش وتونس، حيث أصبحت تهديدهما واردًا مع احتمالية انتشار الفكر الاشتراكي.[4] لعب التوجه

[1] بوزرب رياض، مرجع سبق ذكره، ص 72.

[2] محمود عبد الرحيم، **أسرار العدوان المغربي على الجزائر**، د.ط، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ت ص- ص 28-29.

[3] بوزرب رياض، نفس المرجع السابق، ص 74.

[4] فتحي الديب، **جمال عبد الناصر والثورة الجزائرية**، ط 2، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1990، ص - ص 610-611

الإيديولوجي لكل من الدولتين دورًا في تصاعد الصراع، حيث كان المغرب يسعى إلى تعزيز روابطه مع الولايات المتحدة الأمريكية، مما جعل الاختلاف مع الجزائر ضرورة، نظرًا لكونها الحليف الغربي في المنطقة.

أما بالنسبة للجزائر، فكانت مصلحتها في تعزيز روابطها مع الأنظمة الاشتراكية وخاصة مع مصر والمعارضة المغربية. [1]تعززت التوترات بين الدولتين بسبب الاتجاهات الإيديولوجية المختلفة والصراعات الجيوسياسية في المنطقة، وأدت إلى تصاعد التوترات بين النظامين في مراكش والجزائر.

قام بإيواء كل المعارضة المراكشية بعد مطاردة الملك الحسن الثاني لهم، وكان ذلك يشمل شخصيات بارزة مثل "عبد الرحمان اليوسفي"، و"سعيد بن عيلات"، وحسن الأعرج، والبصري.[2] بعد الفشل السياسي للملك في الانتخابات التشريعية في 17 مايو 1963، حيث فازت المعارضة بالأغلبية، توجهت المعارضة نحو التحالف مع الجزائر ومصر، وذلك في إطار ما أصبح يُعرف بالمحور الثوري الاشتراكي. وكانت الخطابات المغربية خلال تلك الفترة تركز بشكل كبير على تسليط الضوء على العدو الخارجي وفكرة وجود مؤامرة ضد المغرب. بعد محاولة اغتيال الملك، تم توقيف أكثر من 130 شخصًا من أعضاء الاتحاد الوطني للقوى الشعبية بتهمة التآمر على الملك. في 15 أغسطس 1963، اتهم وزير العدل المغربي قوى خارجية بالوقوف وراء هذه المؤامرة، والتي أُطلق عليها في المغرب "قضية العدوان الجزائري" أو "الاعتداء الجزائري".[3] ردًا على ذلك، قام المغرب بإيواء المعارضة الجزائرية، مما أثار توترًا إضافيًا ووضع عراقيل أمام مشروع بن بلة[4].

حتى بعد الانقلاب الذي قاده بومدين في جوان 1965، أدلى الملك الحسن الثاني بتصريح قال فيه: "تسرني رئاسة الجزائر شخصًا آخر يمكنني محاورته ومصافحته." هذه التصريحات تشير إلى عمق الهوة والانحراف عن مسار التكامل المغاربي، وتظهر الابتعاد عن القيم الرمزية والتاريخ المشترك الذي يجمع البلدين.[5] يعكس

[1] بوزرب رياض، المرجع السابق، ص 78.

[2] أحمد منصور، المصدر السابق، ص 261.

[3] بوزرب رياض، المرجع السابق، ص 81

[4] فتحي الديب، المصدر السابق، ص 611، ينظر: محمود عبد الرحيم، المرجع السابق، ص 28

[5] بوزرب رياض، المرجع السابق، ص 72

انخراط البلدين في حرب باردة تبعاتها السلبية، مما أدى إلى انقطاع التواصل الفكري المنتظم بين مفكري البلدين.[1] مفكري البلدين.[2]

2.1.العلاقات الجزائرية المغربية من 1965– 1975:

بعد نجاح انقلابه، سعى الرئيس بومدين جاهدًا لتحقيق وحدة مغرب العربي على مرتكزات عدة من دين ولغة وتاريخ وجغرافيا. ورغم أن علاقة الجزائر في هذه الفترة كانت حسنة مع معظم الدول، خصوصًا دول المحور الاشتراكي، إلا أن هناك استمرارًا في الجفاء في العلاقات مع فرنسا والجار المغربي.

أثار اعتماد بومدين للجبهة البوليساريو وتحالفه مع عبد الناصر استياءًا في المغرب، حيث رأى المغرب أن الجزائر، نظرًا لطبيعتها الإيديولوجية الثورية وتحالفها مع عبد الناصر، تشكل تهديدًا على مصالحه. كما قامت الجزائر بدعم المعارضة المغربية، مما أدى إلى تصاعد التوتر وتهديد للاستقرار العرش العلوي. وبهذا السياق، كانت العلاقات بين الجزائر والمغرب في عهد بومدين كما يقول الحسن الثاني[3]، "في واد والمغرب في واد".

تطغى قضية الحدود على كل القضايا الأخرى في هذه المرحلة[4]، حيث شهدت تحديات وتوترات في تحديد العلاقات بين المغرب والجزائر. وقد تجلى ذلك بشكل خاص في النزاع المسلح في عهد بن بلة عام 1963[5]. وتفاقمت أزمة العلاقات عندما قامت الجزائر بتأميم مناجم غار حبيلات، الواقعة جنوب تندوف والتي تحتوي على خام الحديد، في عام 1966.

أدى هذا القرار إلى تصاعد الأزمة، وفي بداية جوان 1966، طلبت الحكومة المغربية عقد اجتماع لجنة التحكيم.[6] وفي هذا السياق، بدأت بوادر انفراج تظهر في الأفق خاصة ابتداءً من عام 1968، حيث بادر الطرف الجزائري إلى محاولة تحسين الجوار مع المغرب على أرض الواقع. قدم الرئيس بومدين عرضًا للملك الحسن

[1] عكاشة برحاب، **المغرب والجزائر تاريخ جوار صعب**، د.ط، مطابع الرباط، 2015، ص 35.

[2] المرجع نفسه، ص 35.

[3] يحي ابو زكريا، مرجع سابق، ص 32

[4] عكاشة برحاب، مرجع سبق ذكره، ص 55

[5] عمر سعد الله، **الحدود الدولية – النظرية والتطبيق**، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 118.

[6] أمينة شعبوني، **العلاقات الجزائرية المغربية في استراتيجية السياسة الخارجية لفرنسا (1962–1978م)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، التاريخ المعاصر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2012، ص 76.

الثاني لعقد اجتماع لتجاوز مشكلة الحدود وحلها بطريقة عقلانية وبتعاون اقتصادي يجعل من قضية الحدود مسألة تم تجاوزها[1].

وفي 7 مارس، تم تزكية هذه المبادرة على أرض الواقع، حيث قامت الشركة الجزائرية لاستغلال المناجم بالتوقيع على اتفاق في الرباط مع الشركة المغربية للاستغلال المشترك للمناجم الواقعة على الحدود[2].

تجدر الإشارة إلى أن الجزائر لم تُنظر في استرجاع المغرب لصحرائه كتهديد لوحدتها فقط، بل كوسيلة لتطويقها ومقدمة لإجهاض ثورتها، حسب ما أكده الرئيس بومدين في خطاب ألقاه في 24 نوفمبر 1976. وبالتالي، قررت الجزائر مواجهة اتفاقية مدريد التي تم توقيعها في 14 نوفمبر 1975، والدخول في حرب سياسية وعسكرية طويلة الأمد[3].

تتجلى وجهة نظر الجزائر في قضية الصحراء الغربية بأن تشبثها بحق الشعب الصحراوي في تقرير مصيره يتعلق بالمبدأ والمصلحة. وبالتالي، يمكن فهم الموقف الجزائري في هذه القضية على أنه يندرج ضمن مسار الكفاح المسلح من أجل استقلال الجزائر، وذلك دون أن يعني ذلك عدم وجود أهداف تتجاوز هذا الموقف. يأتي ذلك من منطلق أن المصلحة الجزائرية ترتبط بشكل مباشر بمبادئها، حيث تُعَدُّ قاعدة لحركات التحرر في مختلف أنحاء العالم.

تفاقم هذا الوضع النزاعي بين المغرب والجزائر وتطور إلى مواجهة عسكرية في منطقة امغالا في 27 يناير 1976. في هذا اليوم، قامت وحدة من الجيش المغربي بمهاجمة فرقة تابعة للجيش الوطني الشعبي الجزائري في منطقة امغالا الحدودية. كانت هذه الفرقة مكلفة بتوفير المواد الغذائية والأدوية للسكان واللاجئين الصحراويين في المنطقة.

استمرت المواجهة لثلاثة أيام، وخلال هذه الفترة، استخدمت الحكومة المغربية أسلحة ثقيلة، مما يعكس الحقد العميق والكراهية تجاه الثورة الجزائرية. هذا النزاع المسلح يظهر التوترات الشديدة بين البلدين والتأثير

[1] عكاشة برحاب، مرجع سابق، ص 61.

[2] أمينة شعبوني، مرجع سبق ذكره، ص 76

[3] مصطفى الخلفي، **أزمة العلاقات المغربية الجزائرية ومشكلة الصحراء الغربية**، موقع www.aljazeera.net، 2023/11/13.

السلبي على العلاقات الثنائية، حيث انعكس هذا النزاع على مستوى الحدود الحساسة وأثّر بشكل كبير على المنطقة بأسرها.

بدأت العلاقات الجزائرية المغربية تشـــهد فترة من الانقطاع منذ عام 1975 حتى عُقد مؤتمر طارئ لرؤساء الدول العربية في الجزائر، وذلك لمناقشة القضية الفلسطينية بعد اندلاع انتفاضة في 9 ديسمبر 1987. في هذا الســـياق، اســـتجاب الجانبان، الجزائر والمغرب، لدواعي الرحمة وروح الجوار، واســـتأنفت العلاقات الدبلوماسية يوم 16 مايو 1988[1].

3.1.العلاقات الجزائرية المغربية ما بين 1988– 1994

شـــهدت العلاقات الجزائرية المغربية في المرحلة ما بين (1988–1994) العديد من التغيرات الجهوية والدولية، فعلى الصـعيد الثنائي سـعي البلدين في اعتماد مقاربة جديدة حيال التحولات الدولية وانعكاسـاتها المحتملة على دول المنطقة، لعل ابرز عناوينها استبدال سياسة المحاور كما جسدتها معاهدة الأخوة بين كل من "الجزائـــر وتـــونس وموريتانيا"، والاتحاد العربي الإفريقي بين المغرب وليبيا، بتفكير جديد يعيد الاعتبار إلى فكرة المغرب العربي، ويدفع في اتجاه خلق فضـاء قادر على تجاوز سـلبيات المرحلة السـابقة، ويجذر الإشـارة هنا إلى الدور العربي الواضح في المساعدة على توفير شروط ميلاد هذا الوعي الجديد. فقد سمحت قنوات العمل العربي المشـترك بإمكانية خلق جسـور للتواصـل بين المغرب والجزائر، أبرزها اللقاءات التي تمت بين مسـؤولي البلدين على هامش اللجنة الثلاثية المكلفة من لدى جامعة الدول العربية بالمسألة اللبنانية.

إضـافة إلى وسـاطة المملكة العربية السـعودية التي وفقت في عقد لقاء بين أسـاسـيين توج الأول بلقاء الحسن الثاني والرئيس الشاذلي بن جديد في قرية "العقيد لطفي" على الحدود المغربية الجزائرية عام1988.[2]

وهـــذا التقارب ساعد على دعم عملية التفاهم على تسوية نزاع الصحراء الغربية عبر استفتاء بإشراف أممي وهي خطة جرى التفاوض عليها طيلة 1988- 1990من جهة ثانية.

[1] عكاشة برحاب، **المغرب والجزائر تاريخ حوار صعب**، المرجع السابق، ص 77.

[2] نعمان كريمة، **الخطاب السياسي وأزمة العلاقات الجزائرية المغربية من خلال الصحافة المكتوبة من 2005إلى 2008، "الخبر" و"الشعب" نموذجا، دراسة تحليلية مقارنة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2011، ص 63.

حيث أن هذا اللقاء بين الطرفين أدى إلى استئناف حياتهما الدبلوماسية بعد عدة سنوات من القطيعة، في حين كان للقاء الثاني بعد مغاربي تجلى في مشـــاركة العاهل الســـعودي الملك فهد في لقاء زرالدة الجزائرية بتاريخ 10 جوان 1988 والذي جمع رؤســـاء الدول الخمس: المغرب، الجزائر، تونس، ليبيا وموريتانيا، والذي دشن انطلاقه تأسيس اتحاد المغرب العربي في 17 فيفري 1989 إلا أن فترة الازدهار في العلاقات المغاربية عموما والمغربية الجزائرية خصوصا لم تدم طويلا، حيث عاد الاحتراب المغربي الجزائري الذي جاء محصلة طبيعية للتطورات التي عرفها النظام السياسي الجزائري وصعود التيـــار المناهض للمغرب داخله لاسيما انهيار الوضع الأمني، واستفحال أزمة الاستفتاء بالصحراء الغربية، وقد ظهرت إرهاصات تجدد النزاع "البارد" بين البلدين وانعكاســه على مســيرة الاتحاد المغاربي في ربيع 1993 وذلك عندما دعا وزير الخارجية المغربي عبد اللطيف الفيلالي آنذاك، إلى وقفة مراجعة للاتحاد المغاربي بسبب موقف الجزائر المستفزة للمغرب في قضية الصحراء[1].

و بالتالي فقد شهدت فترة الثمانينات إفراجا نسبيا في العلاقات بين البلدين، وأثر ذلك بالإيجاب على تنقل الأفراد والســلع بين البلدين، وكانت تلك المرحلة الهادئة مناخا ملائما لتكثيف العمل الوحدوي، في إطار الاتحاد المغرب العربي وتفعيل هيئاته المختلفة، لكن تلك المرحلة توقفت في منتصف التسعينيات، بسبب حادثة إرهابية وقعت في مراكش، اتهمت المغرب إثرها الأجهزة الأمنية الجزائرية بالتورط في العملية، مما حدا بها إلى إغلاق حدودها مع الجزائر، وفرض تأشيرة الدخول على الجزائريين، وما لبثت أن ردت الحكومة الجزائرية بالمثل.

ففي أوت 1994، شهد فندق مراكش اعتداءات مسلحة، وجهت أصابع الاتهام فيها إلى الجزائر، و كان من نتائجها فرض المغرب تأشـــيرات الدخول على رعايا الجزائر ثم إغلاق الجزائر حدودها البرية لاحقا، والحقيقة أن بداية هذه الحقبة الموسمية بعودة العلاقات الجزائرية المغربية إلى منطق القطيعة لا يرتبط بحوادث العام 1994 بقدر ما يرجع إلى سنتين قبل هذا التاريخ فمن المعروف أن خريف غضب العام 1988 حدا بالجزائر مضطرة إلى اعتماد قدر كبير من الانفتاح السياسي، ربما لم تكن مستعدة من الناحيتين السياسية و الثقافيـــة لإدارته وتدبير نتائجه، وإلا بماذا يمكن تفسير نوعية التطورات المتسارعة التي طالت الجزائر دولة ومجتمعا من قبيـــل إيقاف العمليـــة الديمقراطية، بإلغاء الدورة الثانية من الانتخابات التشريعية في مستهل العام 1992، بعدما فازت "جبهة الإنقاذ الإسلامية" في الدورة الأولى بـ 47.5% ليستقيل الرئيس الشاذلي بن جديد بعدها مباشرة في 11 جانفي 1992، و يتم تعطيل مؤسستي الرئاسة و البرلمـــان ليتولى الجيش قيادة البلاد عبر

[1] نعمان كريمة، نفس المرجع السابق، ص 63.

"المجلس الأعلى للأمن" بناء على الفصل رقم 162 من دستور 1989، فعلى الرغم من دقة هذه التغييرات في مسار الحياة الدستورية و السياسية الجزائرية فان تزامن معطيين متكاملين سمح بإمكانية تصور أفق ايجابي في العلاقات المغربية الجزائرية، يتعلق الأول بوصول الراحل محمد بوضياف إلى رأس المجلس الأعلى للدولة، مما ساعد على استمرار خيوط التواصل بين قيادتي البلدين و المحافظة على مكاسب حقبة الانفتاح التي دامت ما بين الأعوام 1988- 1992 و باغتيال هذا الأخير في 29 جوان 1994 دخلت العلاقة بين الطرفين دائرة الانغلاق أما المعطى الثاني، فيخص مسلسل الاستفتاء الذي ارتهن نجاحه من عدم نجاحه بنوعية العلاقة بين الجزائر و المغرب، حيث سيتضح موقف الجزائر أكثر من سعي بعض مراكز السلطة فيها في تشجيع الحركة الانفصالية على عرقلة تحقيق توافق حول معايير تحديد هوية من لهم حق المشاركة في التصويت في استفتاء سكان الصحراء[1].

يمكن القول أن ملف الحدود و الصحراء، الذي تلمس طريقة إلى الحل ما بين الأعوام1992 -1988 سرعان ما استعدت في إدارة خيوطه المؤسسات الوازنة في دوائر القرار السياسي الجزائري، لذلك لم يتردد المغرب في مطالبة بـــ إيقاف نشاطات مؤسسات الاتحاد مؤقتا" معربا في الرسالة التي بادر وزير الخارجية بتقديمها يوم 21 ديسمبر 1995 عن أمله بان يكون الإيقاف المؤقت للمؤسسات المغاربية أقصر ما يكون إلى أن يتم الانفتاح على افق يطبعه الصفاء والهدوء..." فمنذ هذا التاريخ وحتى نهاية 2002 لم تتمكن العلاقات المغربية الجزائرية من تجاوز دائرة التباعد والتنابذ[2].

ومما زاد الأمر تعقيدا الإعلان الصريح عن رفض الجزائر "الحل الثالث" كما صاغه المغرب وقبله مجلس الأمن، والتمليح إلى اقتسام الصحراء بشكل يضمن للجزائر منفذا على البحر. حيث كانت قد تجددت أمال تجاوز العلاقات المغربية الجزائرية لازمتها مع مجيء عبد العزيز بوتفليقة للحكم في ربيع 1999، إلا أن وفاة العاهل المغربي الراحل الحسن الثاني أدت إلى أرجاء اللقاء ليقع بعده انهيار مفاجئ في هذا المسار بعد اتهام الجزائر للمغرب بإيواء الجماعات المسلحة الجزائرية في سبتمبر 1999 وتستأنف العلاقات مسارها الإنحداري

[1] سعاد سراي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

[2] نعمان كريمة، نفس المرجع السابق، ص 65

والذي اشتد بعد عزم الأمم المتحدة على طرح مشروع حل سياسي لقضية الصحراء يرتكز على منح حكم ذاتي موسع للصحراء في إطار السيادة المغربية[1].

في سنة 2005 ألغت المغرب نظام التأشيرة الذي فرضته سنة 1994، ثم تلاه قرار أخر من النوع نفسه اتخذته السلطات الجزائرية، غير أن ذلك لم ينه المشكل الأصلي الذي تولدت عنه مشاكل ومؤاخذات أكبر.

وكانت المغرب قد طالبت عدة مرات بفتح الحدود من جديد غير أن الجزائر وحسب ما تذكره جريدة الخبر(22مارس 2008) تعتبر أن مسألة فتح الحدود أعقد من مجرد قرار إداري، و تضع مجموعة من الشروط لقاء التعاطي ايجابيا مع الدعوة المغربية، أبرزها أن يتعهد الرباط بالتعاون الجاد في مراقبة الحدود خاصة ما تعلق بتسلل الإرهابيين إلى الأراضي الجزائرية و الذي تأكد بظهور مغاربة في أشرطة مصورة بمعاقل تنظيم القاعدة، هددوا سلطات بلدهم بشن اعتداءات و ما يتعلق أيضا بتهريب السلاح و المخدرات و الجلوس في طاولة المحادثات لحل مشاكل قنصلية، ونزاعات تتعلق بأملاك جزائريين في المغرب والعكس.

2. قطع العلاقات الجزائرية المغربية 24أوت 2021

قامت السلطات الجزائرية بإعلان قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية عن لسان وزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج "رمطان لعمامرة"، بتاريخ 24 أوت 2021، بعد أن استنكر عمليات التجسس الكثيفة التي تعرض لها مواطنون ومسؤولون جزائريون من قبل الأجهزة الاستخباراتية المغربية، باستعمال تكنولوجيا إسرائيلية" وقال السيد لعمامرة – في التصريح الذي أعلن خلاله عن قطع الجزائر لعلاقاتها الدبلوماسية مع المغرب – إن "الفضيحة المتعلقة ببرنامج "بيغاسوس" قد كشفت بما لا يدع مجالاً للشك، عمليات التجسس الكثيفة التي تعرض لها مواطنون ومسؤولون جزائريون من قبل الأجهزة الاستخباراتية المغربية، مستعملة في ذلك هذه التكنولوجيا الإسرائيلية." وأدلى رئيس الدبلوماسية الجزائرية بالتصريح التالي – وثيقة–: "تبعاً لإعلان المجلس الأعلى للأمن عن قراره بشأن العلاقات الجزائرية المغربية، اسمحولي أن أتلو على

[1] المرجع نفسه، ص66.

مسامعكم البيان الرسمي التالي، باسم السيد رئيس الجمهورية، القائد الأعلى للقوات المسلحة، وزير الدفاع الوطني، وباسم الحكومة الجزائرية[1]:

1. لقد ثبت تاريخياً وبكل موضوعية أن المملكة المغربية لم تتوقف يوماً عن القيام بأعمال غير ودية وأعمال عدائية ودنيئة ضد بلدنا، وذلك منذ استقلال الجزائر. هذا العداء الموثق بطبيعته الممنهجة والمبيتة، تعود بداياته إلى الحرب العدوانية المفتوحة عام 1963 التي شنتها القوات المسلحة الملكية المغربية ضد الجزائر حديثة الاستقلال.

هذه الحرب التي عرفت استعمال المغرب لأسلحة ومعدات عسكرية ثقيلة وفتاكة خلفت ما لا يقل عن 850 شهيداً جزائريا ضحوا بحياتهم من أجل الحفاظ على السلامة الترابية لوطنهم الذي أسهموا قبل ذلك في تحريره.

2. على الرغم من الجراح الكبيرة التي خلفتها هذه المواجهة المسلحة فقد عملت الجزائر جاهدة على اقامة علاقات عادية مع الجار المغربي.

من هذا المنطلق جاءت معاهدة الأخوة وحسن الجوار والتعاون، وكذا اتفاقية ترسيم الحدود بين البلدين الموقعتين في إفران عام 1969، والرباط عام 1972لتكريس مبدأ حرمة الحدود الموروثة غداة الاستقلال.

3. وفي عام 1976 قرر المغرب بشكل فجائي قطع العلاقات الدبلوماسية مع الجزائر، التي قامت حينها إلى جانب عدد من الدول الشقيقة الأخرى باتخاذ القرار السياسي بالاعتراف بالجمهورية العربية الصحراوية الديمقراطية.

وبعد اثنتي عشر عاماً من قطع العلاقات الدبلوماسية قرر البلدان سنة 1988 تطبيع العلاقات الثنائية وإدراجها ضمن منظور تاريخي يأخذ بعين الاعتبار الشر بين البلدين المصير المشترك للشعبين الجزائري والمغربي وضرورة تعزيز التعاون جاء هذا التطبيع بعد الجهود الحميدة والجديرة بالتقدير التي بذلها رؤساء

عدد من البلدان الشقيقة والصديقة نذكر من بينهم: خادم الحرمين الشريفين الملك فهد بن عبد العزيز الذي مكن التزامه الشخصي بالوساطة الفعالة، من خلق مناخ سياسي ملائم، سمح بتطوير الوضع بطريقة

[1] لعمامرة يستنكر تجسس المغرب على مواطنين ومسؤولين جزائريين، وكالة الأنباء الجزائرية، 24أوت 2021.

إيجابية في هذا الإطار يجدر التذكير أن البيان المشـترك، "الجزائري المغربي"الصـادر في 16 ماي عام 1988م، والذي يمثل الأساس والأرضية لاستئناف العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، قد تمت صياغته ضمن أفق طموح ومسـؤول، حيث تضـمن 4 معايير هامة جعلت من تطبيع العلاقات بين البلدين أمراً ممكناً، وهذه الالتزامات الأربعة المنبثقة عن البيان المشترك الجزائري المغربي تتلخص فيما يلي:

- الرغبة في تعزيز علاقات دائمة قوامها السـلم وحسـن الجوار والتعاون بين الشـعبين الجزائري والمغربي، وإعادة التأكيد على الصلاحية الكاملة للمعاهدات والاتفاقيات المبرمة بين البلدين.

- المساهمة الفعالة في تسريع بناء المغرب العربي الكبير.

- المساهمة في تعزيز الصف العربي حول القضية الفلسطينية المقدسة بما يكرس الحقوق الوطنية للشعب الفلسطيني وحقه في إقامة دولته.

بناء على هذا، وكنتيجـة حتميـة للوضـع القـائم، ارتأت الجزائـر إلى قطع العلاقـات الدبلوماسية مع المغرب في 24 أوت 2021، بناء على قرار تم اتخاذه في اجتماع المجلس الأعلى للأمن، والذي تضـمن عدة حقائق دفعـت بـالجزائر إلى قرار قطع العلاقات، والتي فصل فيها نص البيان الرسمي لوزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج الجزائري، والذي اشـار إلى انه "ثبت تاريخيا، وبكل موضـوعية، أن المملكة المغربية لم تتوقف يوما عن القيام بأعمال غير ودية وأعمال عدائية ودنيئة ضد الجزائر"[1].

وعليه، دخلت العلاقات الجزائرية المغربية بتاريخ 24 أوت 2021 في منعرج آخر، حيث تعد هذه القطيعة الثانية في العلاقات بين البلدين، لكن ما يميز هذه القطيعة الجزائرية المغربية هذه المرة أنها وصـلت إلى نقطة "اللاعودة" بالنسـبة للطرف الجزائري، حيث جاء في تصـريح الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون في مارس 2023.

[1] لعمامرة يستنكر تجسس المغرب على مواطنين ومسؤولين جزائريين، وكالة الأنباء الجزائرية، 24أوت 2021.

3. الموقف الرسمي الجزائري تجاه قضية الصحراء الغربية:

بعد انسحاب القوات الإسبانية من الإقليم الصحراوي في عام 1975 وتوقيع موريتانيا معاهدة السلام مع جبهة البوليساريو، أصبح النزاع ثنائيًا بين المغرب والجمهورية الصحراوية.

لطالما كانت الجزائر طرفًا مهتمًا بالنزاع حول الصحراء الغربية، وليست طرفًا مباشرًا فيه. يظهر ذلك من خلال التفاعلات والمواقف التي اتخذتها في المحافل الدولية. على سبيل المثال، قد اعتبرتها منظمة الأمم المتحدة ومنظمة الوحدة الإفريقية طرفًا مهتمًا بالنزاع[1].

إنّ الموقف الجزائري يتميز بالبعد الإيديولوجي الحقيقي نتيجة لتجربتها التاريخية في الكفاح من أجل تحقيق تقرير المصير والاستقلال. يعكس هذا التزاما إيديولوجيًا يشكل إحدى دعائم السياسة الخارجية الجزائرية. وعلى هذا الأساس، فإن موقف الجزائر ينطلق من مبادئ ثابتة، يمكن تلخيصها في الآتي[2] :

-الحرب الدائرة في الصحراء الغربية تشكل تهديداً للأمن والسلم الدوليين، خاصة في منطقة المغرب العربي، وتأثيرها يمتد إلى الجزائر كونها جزءًا من هذه المنطقة، مع الاعتبار أن الصراع يندلع بالقرب من حدودها.

-القضية الصحراوية تعتبر قضية تحريرية، حيث ترتبط بتحقيق تصفية للوضع الاستعماري في المنطقة المعنية.

-مبادئ القانون الدولي وأخلاقياته تؤكد على مشروعية مساندة حركات التحرير الوطنية وتلزم الدول بتقديم كل الدعم لها لاستكمال عمليات تصفية الاستعمار، وفقًا لنصوص مواثيق وقرارات المنظمات الدولية.

-إن الجزائر تؤيد وتطالب بتطبيق مبدأ تقرير المصير، الذي أصبح قاعدة قانونية إلزامية في القانون الدولي، والتي تشمل جميع أفراد المجتمع الدولي.

[1] عمر صدوق، **قضية الصحراء الغربية في إطار القانون الدولي والعلاقات الدولية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986، ص 198

[2] المرجع نفسه، ص 127

وتضمنت مساهمة الجزائر في إيجاد حل سلمي وعادل للقضية في إطار المنظمات الدولية تقديم العديد من المذكرات إلى منظمة الأمم المتحدة ومنظمة الوحدة الإفريقية.

4. تبعات قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب:

تبع قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب جملة من الإجراءات السابقة لعهدها والمتمثلة في:

غلق المجال الجوي الجزائري أمام الطيران المغربي:

بعد شهر تقريباً من قطع علاقاتها مع المغرب قررت الجزائر "الغلق الفوري" لمجالها الجوي على كل الطائرات المدنية والعسكرية المغربية وحتى تلك التي تحمل رقم تسجيل مغربي وقال بيان لرئاسة الجمهورية أن اجتماع المجلس الأعلى للأمن الذي عقد بتاريخ 22 سبتمبر عام 2021م درس التطورات على الحدود مع المملكة المغربية وتابع البيان "وبالنظر إلى استمرار الاستفزازات والممارسات العدائية من

الجانب المغربي قرر المجلس الغلق الفوري للمجال الجوي الجزائري على كل الطائرات المدنية والعسكرية المغربية وكذا الطائرات التي تحمل رقم تسجيل مغربي" [1] .

وحاول المغرب أن يقلل من أهمية هذا القرار من خلال ما نقلته وكالة رويترز عن مصدر في شركة الخطوط الملكية المغربية الذي أكد أن "هذا القرار لن يؤثر إلا على 15 رحلة أسبوعياً تربط المغرب بتونس وتركيا ومصر ووصف المصدر أثر القرار على الشركة بأنه غير كبير، وقال: إن الرحلات المعنية قد تغير مسارها لتمر فوق البحر المتوسط.

إنهاء عقد أنبوب الغاز الأوروبي المغاربي (31 أكتوبر 2021):

وما كان مجرد أنباء تتداولها الجرائد والمواقع الالكترونية أصبح واقعاً في 31 أكتوبر عام 2021م عندما أمر رئيس الجمهورية "عبد المجيد تبون" عشية عيد الثورة المجيدة، بوقف العلاقة التجارية التي تربط سوناطراك بالديوان المغربي للكهرباء والماء، وعدم تجديد العقد الذي ينتهي في منتصف ليل ذلك اليوم

[1] منصور قدور بن عطية، **مملكة التجسس**، ط1، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2023، ص 108

وينهي هذا القرار عقد أنبوب الغاز "الأورو مغاربي" الذي كان يزود إسبانيا عبر المغرب مع الحفاظ على التزامات الجزائر الدولية في هذا المجال من خلال أنبوب الغاز "ميد غاز"، وباستعمال البواخر التي تنقل هذا العنصر الطاقوي إلى الضفة الأخرى من المتوسط.

وأرجع بيان رئاسة الجمهورية هذا القرار إلى الممارسات ذات الطابع العدواني للمملكة المغربية تجاه الجزائر، والتي تمس بالوحدة الوطنية والسلامة الترابية[1]، وذكرت وكالة الأنباء الجزائرية أن وقف استغلال أنبوب الغاز "الأورو الغاز المنتج السنة من مغاربي" الذي يوصل حوالي 10 مليار متر مكعب في في حاسي الرمل نحو إسبانيا لن يؤثر على الأحجام الموجهة لشبه الجزيرة الايبيرية بفضل رفع قدرات الإنتاج بأنبوب الغاز "ميدغاز"، والذي يربط بني صاف –عين تموشنت– بألميريا –إسبانيا–، وهي القدرات التي سترتفع من 8 إلى 10,5 مليار متر مكعب في السنة قبل نهاية السنة الجارية.

مع ممثلي بعض وسائل الإعلام الوطنية أنه وكان رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون قد صرح خلال لقائه الدوري تم االاتفاق الأصدقاء الإسبان على تموينهم بالغاز الطبيعي عن طريق الأنبوب المباشر (ميدغاز)"، موضحا أنه "في حال حدوث أي خلل سيتم إيصال الغاز الجزائري لإسبانيا عن طريق البواخر الجزائرية".

وأعرب الشريك الإسباني عن ارتياحه حيال القرار، ولاسيما بعد تلقيه"ضمانات "من السلطات الجزائرية بخصوص إمداد اسبانيا بالغاز الطبيعي".

وحاول الطرف المغربي التقليل من مغبة هذا القرار على النظام الكهربائي في المملكة قائلاً إن "عدم تجديد الاتفاق بشأن خط أنبوب الغاز المغاربي الأوروبي لن يكون له حالياً سوى تأثير ضئيل على أداء النظام الكهربائي الوطني".

وأوضح المكتب الوطني للهيدروكاربورات والمعادن، والمكتب الوطني للكهرباء والماء الصالح للشرب المغربيان في بلاغ مشترك لهما، أنه نظراً لطبيعة جوار المغرب، وتحسباً لهذا القرار، فقد تم اتخاذ الترتيبات اللازمة لضمان استمرارية إمداد البلاد بالكهرباء.

[1] رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يأمر بوقف العلاقة التجارية مع المغرب، ويأمر سوناطراك بعدم تجديد العقد مع الشركة المغربية، وكالة الأنباء الجزائرية، 31أكتوبر 2021.

ولـم يـخـف المغرب أنـه يقـوم حالياً بدراسـة خيارات أخـرى لـبـدائل مستدامة، على المدى المتوسط والطويل.[1]

5. خلفيات قرار الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب2021 وأسبابها

تعد هذه المرة الثانية التي تقطع فيها العلاقات الدبلوماسـية بين البلدين منذ اسـتقلالهما (المغرب عام 1956، والجزائر عام 1962). وكانت العلاقات قطعت بين البلدين في المرة الأولى بقرار مغربي عام 1976.

وسوغت الجزائر قرارها قطع العلاقات الدبلوماسية باستمرار المغرب في تبني سياسات عدائية تجاهها، في إشارة إلى جملة من القضايا والتطورات أهمها[2]:

1. تصويت البرلمان المغربي، في جانفي 2020، على قانونين، يهدف أحدهما إلى إنشاء آثار الاختصاص القضائي للمغرب على مجاله البحري، وينص الآخر على إحداث منطقة اقتصادية خالصة على مسافة 200 ميل بحري عرض الشواطئ المغربية. وقد أثار ذلك استياء الجزائر وجبهة البوليساريو؛ فقد أدانت هذه الأخيرة ضـم مياه الصـحراء المتنازع عليها إلى المياه الإقليمية المغربية، في حين اعتبر المغرب أن ترسيم الحدود البحرية قرار سيادي، فالمياه الإقليمية تشكل امتدادا طبيعيا لمبدأ وحدة التراب المغربي بالنسبة إليها.

2. تدخل المغرب عسـكريا في نوفمبر من عام 2020 في الكركرات (وهي منطقة عازلة بين الصحراء الغربية وموريتانيا)، ردا على توغل عناصر مسلحة تابعة لجبهة البوليساريو؛ وهو عمل اعتبرته الجبهة، ومن خلفها الجزائر، انتهاكا لوقف إطلاق النار الموقع عام 1991 برعاية الأمم المتحدة بعد ستة عشر عاما من الصراع المسلح بين المغرب والبوليساريو.

3. استدعاء الجزائر سفيرها في الرباط، ردا على دعوة السفير المغربي في الأمم المتحدة، خلال اجتماع دول مجموعة عدم الانحياز في 13 و14 تموز/ يوليو 2021، إلى (اسـتقلال منطقة القبائل) الجزائرية، إثر إعلان وزير خارجية الجزائر مجددا دعم بلاده حق الصـحراء الغربية في تقرير مصـيرها.

[1] الجزائر تنهي عقد أنبوب الغاز الأورو- مغاربي، وتزويد اسبانيا حصريا "بميدغار"، وكالة الأنباء الجزائرية، 31 أكتوبر 2021.

[2] المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، **خلفيات قرار الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب وتداعياته**، قطر،2021، ص 2

وكانت تلك المرة الثانية التي يعلن فيها المغرب رسميا دعمه المطالب الانفصـــالية التي تنادي بها حركة استقلال منطقة القبائل MAKالتي تصنفها الجزائر تنظيما إرهابيا"، والتي تتهم الجزائر كلا من المغرب وإسرائيل بدعمها.

4. اتهام الجزائر للمغرب باستخدام برنامج «بيغاسوس» الإسرائيلي للتجسس على مسؤولين جزائريين. فقد أصـدرت وزارة الخارجية الجزائرية بيانا تبدي فيه «قلق الجزائر العميق بعد الكشـف عن قيام سلطات بعض الدول، وعلى وجه الخصوص المغرب، باستخدام واسع النطاق لبرنامج التجسس المسـمى بيغاسـوس ضـد مسـؤولين ومواطنين جزائريين». وكانت وسـائل إعلام فرنسـية نشـرت اتهاما فرنسيا للمغرب باستخدامه في التجسس على مسؤولين فرنسيين. ونفى المغرب التهم على نحو قاطع.

5. امتناع المغرب عن دعم الجهود الدبلوماســـية الجزائرية لمنع انضـــمام إســـرائيل إلى الاتحاد الأفريقي بصـفة عضـو مراقب، فضـلا عن زيارة وزير خارجية إسـرائيل، "يائير لبيد"، للرباط، في 11 أوت 2021، حيث أدلى بتصريحات استفزت الجزائر، مفادها أن إسرائيل والمغرب يتقاسمان القلق إزاء الدور الذي تؤديه الجزائر في المنطقة وتقاربها مع إيران والحملة التي تشـنها ضـد قبول إسـرائيل عضـوا مراقبا في الاتحاد الأفريقي.

6. اتهام الجزائر للمغرب بالتورط في الحرائق التي اجتاحت شمالي البلاد منتصف أوت 2021، إذ ذكرت أن تلك الحرائق، خاصـــة في منطقة القبائل، من تدبير جماعات وصـــفتها بأنها إرهابية، يدعم المغرب إحـداهـا، وكـان المجلس الأعلى للأمن الجزائري قـد قرر إثرهـا "تكثيف المراقبـة الأمنيـة على الحـدود الغربية". [1]

7. التطبيع المغربي – الإسرائيلي تمثل الخطوة التي أقدمت عليها المغرب بتطبيع علاقاتها مع اسرائيل، منعرج آخر في مسـار النزاع القائم في الصـحراء الغربية، حين قامت بمسـاومة الاعتراف بسـيادتها على هذه الأخيرة، مقابل تطبيع علاقاتها مع اسرائيل، وهذا برعاية وضمان أمريكي[2].

[1] المرجع نفسه، ص2.

[2] ناصر بوعلام، **التطبيع المغربي الإسرائيلي وتداعياته على قضية الصحراء الغربية والتوازنات الإقليمية في المنطقة المغاربية**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 9، العدد1 ،2022، ص 36.

بناء مما سبق يتضح أن قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب ما هو إلا خطوة سياسية دبلوماسية تعكس توتراً طويل الأمد بين البلدين، وتبين الجذور التاريخية الطويلة والتوترات الحدودية المعقدة.

أعلنت الجزائر في 24 أوت 2021 قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب مع الإبقاء على العلاقات القنصلية. وتأتي هذه الخطوة في سياق تزايد التوتر على نحو واضح في الشهور الأخيرة، نتيجة تضافر جملة من العوامل والتطورات البينية، بعضها مستند إلى خلافات تاريخية وحدودية، وبعضها الآخر مرتبط بمستجدات إقليمية ودولية.

إعلان الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب في أوت 2021 جاء في سياق تاريخي وتحت ظروف معقدة. يعود جذور التوتر بين البلدين إلى الفترة التي تلت استقلال الدولتين، حيث طرأت خلافات تاريخية وحدودية بشأن الصحراء الغربية.

تأثرت العلاقات أيضًا بالأحداث الإقليمية والدولية، مع وجود نزاع متواصل حول الصحراء الغربية وتدخلات خارجية. إضافة إلى ذلك، فقد شهدت المنطقة تحولات داخلية وإقليمية، ما أثر على ديناميات العلاقات بين الجزائر والمغرب.

في عام 2020، أبرمت المغرب اتفاقيات إبراهيم مع إسرائيل وبعض الدول العربية، وهو ما أثار استياء الجزائر وزاد من التوتر بين البلدين. هذه الاتفاقيات جاءت في إطار تطبيع العلاقات بين المغرب وإسرائيل، وتمثلت في الاعتراف بسيادة المغرب على الصحراء الغربية من قبل الولايات المتحدة.

إلى جانب ذلك، ظهرت قضية "بيغاسوس"، التي تشير إلى احتمال تجسس إسرائيل على هواتف مسؤولين جزائريين باستخدام برنامج معلوماتي. هذا الاتهام زاد من حدة التوتر بين البلدين، خاصةً مع رفض المغرب للتسوية الفورية وتقديم توضيحات بشأن هذا الاتهام.

تجمع هذه العوامل والأحداث في سياق معقد، وتعكس التحديات التي تواجه العلاقات بين الجزائر والمغرب، والتي قد تتطلب جهودًا دبلوماسية شاملة لاستعادة الثقة وتحسين العلاقات بين البلدين.

قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب في أوت 2021 يعكس توتراً طويل الأمد، وهو الأمر الذي لم يحدث بشكل ثابت منذ فترة طويلة. حيث تعود جذور هذا التوتر إلى مشاكل تاريخية وحدودية معقدة سالفة الذكر في هذا الفصل، خاصةً حول قضية الصحراء الغربية، أهمها:

7. تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب

تعتبر قرارات قطع العلاقات الدبلوماسية بين الدول خطوات جذرية يمكن أن تؤثر بشكل كبير على العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية بين الدول المعنية. في عام 2021، أعلنت الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب، وهي خطوة أثارت اهتمامًا دوليًا نظرًا للتأثير المحتمل على الديناميات الإقليمية والدولية.

تتجلى تداعيات هذا القرار في عدة جوانب، بدءًا من العلاقات السياسية والدبلوماسية بين البلدين وانعكاساتها على المستوى الإقليمي. كما يمكن أن يؤثر قطع العلاقات على مجموعة واسعة من القضايا، بما في ذلك الأمن الإقليمي والاستقرار، والتعاون الاقتصادي، والتنسيق في المسائل الإنسانية والثقافية.

فضلا عن إسهام قطع العلاقات بين البلدين في تفاقم حالة التوتر والانقسام بين أكبر بلدين عربيين في المنطقة، يعاني كلاهما تحديات اقتصادية واجتماعية عديدة، يتوقع أن يؤدي إلى جملة من التداعيات، أبرزها[1]:

1. تزايد حدة التنافس الإقليمي بين البلدين، بما في ذلك سباق التسلح المستعر أصلا بينهما. وما سيغذي هذا التنافس ليس القرار في حد ذاته، وإنما السياقات التي أدت إليه. ويأتي التطبيع المغربي – الإسرائيلي في صدارتها؛ فتصريحات وزير الخارجية الإسرائيلي المشار إليها آنفا تؤكد أنه لا يمكن أن يكون للوجود الإسرائيلي في المنطقة أثر إيجابي في العلاقات بين البلدين، وبين الدول العربية عموما.

2. استمرار استعصاء مسألة الصحراء الغربية على الحل، والتي يصر المغرب (قيادة وشعبا) على أنها جزء لا يتجزأ من ترابه الوطني، بينما تتعامل معها الجزائر بوصفها خاضعة لمبادئ سياستها الخارجية وقضية دولية مطروحة على جدول أعمال الأمم المتحدة. ومن شأن هذا الاستعصاء أن يغذي التنافس بين البلدين لتحقيق مكاسب داخل الإقليم، لكن عبر سياسة التحالفات مع قوى من خارجه.

[1] المرجع نفسه، ص3.

3. تقويض مشـــاريع التعاون الاقتصـــادي المشـــتركة بين البلدين؛ وقد بدأ هذا توا إثر إعلان الجزائر في أفريل2021عن تراجعها عن اتفاقية التعاون مع المغرب الموقعة عام 1972 من أجل اســـتثمار غاز منطقة جبيلات، الواقعة جنوب غرب الجزائر، وتوقيع مذكرة تفاهم مع ائتلاف شـــركات صـــينية، في مارس 2021، بدلا من ذلك.

2. عدم تجديد الجزائر عقد استغلال أنبوب الغاز الأوروبي – المغاربي، الممتد من الجزائر نحو أوروبا مرورا بالمغرب، والذي يزود أوروبا بالغاز الجزائري؛ ما يعني حرمان المغرب من امتياز تحصـيل رسـوم العبور في شـكل غاز طبيعي. وقد أكدت وزارة الطاقة والمناجم الجزائرية، بعد يومين من إعلان قطع العلاقات الدبلوماســية، أن جميع إمدادات الغاز الطبيعي نحو إسـبانيا سـتتم عبر أنبوب "ميدغاز"، الذي يربط الجزائر بإسـبانيا مباشـرة عبر البحر المتوسط. ورغم عدم صدور بيانات رسمية بشأن خسائر الاقتصاد المغربي جراء هذا القرار، فإن ذلك من شأنه الإضرار بإمدادات المغرب من الغاز الطبيعي.

8. ردود الفعل الدولية على قرار قطع الجزائر علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب

أثار القرار الجزائري ردود فعل قوية وكثيرة نظرا لقوة الإجراء في العلاقات الدولية، إلا أن أهمها يبقى رد الفعل المغربي، والذي يمكن الحكم عليه بأنه كان هادئا جدا، وهو ما يتوافق ودعوات الملك بتطبيع العلاقات وفتح الحدود، خلال خطابه بمناسبة الذكرى 22 لعيد العرش المجيد في 31 جويلية 2021.

وفي 25 أوت 2021 قدم وزير الخارجية المغربي تصـريحا جاء فيه أن القرار الجزائري كان "متوقعا بالنظر إلى منطق التصـعيد الذي تم رصـده خلال الأسـابيع الأخيرة، كما أعرب فيه عن أسـفه، وأكد على أن سـيظل شريكا للشعب الجزائري، وكذا مواصلة العمل معه بكل حكمة ومسؤولية"، إلا أنه تجدر الإشارة إلى عدم تقديم المغرب لأي ردود على الاتهامات الجزائرية، والاكتفاء باعتبارها غير صحيحة جملة وتفصيلا[1].

أما في الأوسـاط الإعلامية المغربية فتم التعبير أن حرائق الغابات في هذه الفترة من السـنة عادية جدا في جل دول العالم، وأن الجزائر تحاول تمويه فشـلها في مواجهة تحدياتها الداخلية، بتحويل الرأي العام الجزائري لعدو

[1] مريم لوكال، **تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية في 24 أوت 2021 في ضوء القانون الدولي الدبلوماسي**، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة تيزي وزو، المجلد 17، العدد 01، 2022، ص980.

خارجي وهمي، خاصة أن المغرب عرض طائرتين لمكافحة الحرائق وفريق إغاثة مجانا، ومع ذلك رفضت الجزائر العرض وفضلت طلب المساعدة المدفوعة الثمن من فرنسا وإسبانيا.

أما ردود الأفعال الدولية فقد كانت كثيرة، تصب كلها في التعبير عن الأسف على قطع العلاقات بين الدولتين وضرورة تغليب لغة الحوار، وهو ما عبرت عنه الإمارات والسعودية وجامعة الدول العربية وغيرها.

انتقل الاستقطاب إلى المستوى الشعبي داخل البلدين حيث يؤيد كل حكومته. أما المواقف العربية والدولية، فاكتفت بالإعراب عن الأسف لصدور القرار والدعوة للحوار بين الطرفين، باستثناء إيران التي اعتبرت، عبر سفيرها في الجزائر عبر ما تداولته وسائل إعلامية، أن «الأسباب التي أدت بالجزائر إلى قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب، هي التي يجب أن تحظى بالاهتمام وليس القرار في حد ذاته»، في إشارة إلى التطبيع المغربي – الإسرائيلي. أما الاتحاد الأوروبي الذي له مصالح كبيرة في المنطقة، وتعتمد بعض دوله على إمدادات الغاز الجزائرية المارة بأراضي المغرب، فلم يتخذ مواقف واضحة من التدهور الحاصل في العلاقات بين البلدين، أو خطوات ملموسة للحد من تداعياته، في مؤشر على الاعتياد والتأقلم مع هذا النوع من الخلافات المزمنة بين البلدين الجارين[1].

9. السناريوهات المحتملة لحل الأزمة الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب.

إن تاريخ العلاقات الدولية أبان أن العلاقات الودية هي القاعدة بين الدول، وأن التوترات عادة ما تكون نتاج معطيات آنية يتم تجاوزها أو غض الطرف عنها خاصة بين الدول المتجاورة فإن استتباب العلاقات الودية يكون ضرورة تتعلق بمصالح حيوية للدولتين الجارتين، وإذا أردنا استشراف مستقبل العلاقات بين الجزائر والمغرب، في ضوء القانون الدولي الدبلوماسي فإنه يمكن توقع السيناريوين التاليين: إما تدخل طرف ثالث للوساطة بين الجزائر والمغرب، أو مبادرة المغرب لتقديم الاعتذار للجزائر.

1.9. تدخل طرف ثالث للوساطة بين الجزائر والمغرب.

تنص المادة 33 من ميثاق الأمم المتحدة في فقرتها الأولى على أنه: "يجب على أطراف أي نزاع من شأن استمراره أن يعرض حفظ السلم والأمن الدولي للخطر أن يلتمسوا حله بادئ ذي بدء بطريق المفاوضة

[1] المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، مرجع سبق ذكره، ص ص2-3

والتحقيق والوساطة والتوفيق والتحكيم والتسوية القضائية، أو أن يلجؤوا إلى الوكالات والتنظيمات الإقليمية أو غيرها من الوسائل السلمية التي يقع عليها اختيارها.[1]"

تعتبر الوساطة من بين أهم وسائل حل النزاعات الدولية بالطرق السلمية، وان كانت الجزائر هي من قطعت العلاقات الدبلوماسية مع المغرب بإرادتها المنفردة، فإنه يقع عليها تسوية الخلاف مع جارتها بأحد وسائل حل النزاعات المبينة أعلاه.

ويرجح عدم لجوء الطرفين إلى القضاء والتحكيم الدوليين، إلا إذا انجر عن القطع أضرار لأحد الطرفين فيكون اللجوء لنظر المسألة الثانوية المترتبة على القطع وليس القطع في حد ذاته، باعتباره من القرارات السيادية التي لا يمكن مساءلة الدولة قضائيا عليها في حال اتخاذها.

وتستشرف الباحثة في القانون الدولي **"مريم لوكال"** تدخل طرف ثالث غالبا سيكون الاتحاد الإفريقي، على اعتبار أنها المنظمة الإقليمية التي تضم الطرفين بعد عودة المغرب لها عقب انسحاب دام ثلاثة عقود. كما تضيف "أما إذا كانت الوسيط دولة فغالبا ما ستكون دول الخليج التي تربطها علاقات طيبة مع الجزائر والمغرب، وهنا يمكن تصور تدخل قطري أو من جانب الإمارات لكن على المدى البعيد"[2].

2.9. تقديم المغرب الاعتذار للجزائر

تشير الدراسات القانونية إلى ممارسة الاعتذار في العلاقات الدولية كوسيلة للتعويض في العلاقات الدولية عن أفعال الدولة غير المشروعة، "ورغم أنه على ضوء التصريحات المغربية الحالية فإنه يبدو ذلك بعيد المنال، إلا أنه بالنظر إلى أهمية تحديد الاتفاق حول أنبوب الغاز بالنسبة للمغرب واقتصادها وأمنها الطاقوي، وربما يكون هذا السبب وراء الخطاب المغربي الهادئ. كما لا يجب أن يكون الاعتذار مباشرا أو علنيا، إذ يرجع للدولتين تحديد طريقة الترضية التي تناسب تطلعاتها"[3].

[1] Cour International de Justice, Application de la convention internationale sur l'élimination de toutes les formes de discrimination raciale (Qatar c. Émirats arabes unis), disponible a : https://www.icj-cij.org/fr/affaire/172

[2] مريم لوكال، مرجع سبق ذكره، ص 981.

[3] المرجع نفسه ، ص ص992-993.

خلاصة

بناء على ما تقدم عرضه في هذا الفصل، واستنادا على مختلف المراجع المعتمد عليها يتضح أن قضية العلاقات الجزائرية المغربية من القضايا الإقليمية المعقدة من حيث أبعادها، فمن المنظور التاريخي يتبين جليا أن العلاقات بينهما شهدت توترات متكررة وصلت إلى درجة الانعدام بين الفترة والأخرى لعدة أسباب وعوامل، أبرزها قضية الصحراء الغربية، الخلافات التاريخية والحدودية، وبعضها الآخر مرتبط بمستجدات إقليمية ودولية تضاف إلى ملف العلاقات بين البلدين.

من الناحية الدبلوماسية يبرز قرار الجزائر قطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب في ظل تزايد التوتر وتضافر جملة من العوامل والتطورات البينية، بالإضافة إلى عدم تقديم المغرب لأي ردود على الأسباب التي اتخذت منها الجزائر سبب لقطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب، واكتفاء الطرف المغربي باعتبارها غير صحيحة جملة وتفصيلا، يأتي قرار قطع الجزائر علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب لأسباب أمنية بالدرجة الأولى، وهو ما يحد من محاولات المغرب المساس بأمن واستقرار الجزائر، وحدودها، إضافة إلى الحد من تهريب البضائع، والسلع التموينية وكذلك المخدرات عبر حدود أي من البلدين إلى الأخرى.

كما يتبين أن السمة الرئيسية التي تميز العلاقات بين الطرفين الجزائري والمغربي منذ استقلال الجزائر في عام 1962 هي التوتر. نظرا لتعقيد الملفات المطروحة بينهما، وكذا الاتجاهات الإيديولوجية المختلفة والصراعات الجيوسياسية في المنطقة، وأدت إلى تصاعد التوترات بين النظامين.

الإطار التطبيقي للدراسة

I.العلاقات الجزائرية المغربية
من خلال مضمون قنوات اليوتيوب محل الدراسة

تمهيد:

يعتبر الإطار التحليلي خطوة هامة في الدراسات من أجل الإجابة عن تساؤلاتها والوصول إلى نتائج نهائية، حيث يتناول هذا الفصل الجانب التحليلي لكيفية تناول قنوات اليوتيوب محل الدراسة لقضية العلاقات الجزائرية المغربية في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من خلال عينة الدراسة المتمثلة في 5 فيديوهات من خمس قنوات يوتيوب محل الدراسة، من خلال الاعتماد على تحليل الخطاب بالاستعانة ببرنامج **تحليل البيانات النوعي MAXQDA**، وعليه نعرج في بداية الفصل لتعريف قنوات اليوتيوب محل الدراسة، ومن ثم نقدم لمحة عن برنامج **MAXQDA**، كيفية الاستعانة به في موضوع الدراسة، ثم نخلص إلى تحليل الفيديوهات تباعا.

قبل الشروع في تحليل الفيديوهات محل الدراسة تحليلا كميا وكيفيا وجب علينا عرض تشخيص القناة المعنية بالدراسة:

1. بطاقات تقنية لقنوات اليوتيوب محل الدراسة

لا يمكن فهم ظاهرة رقمية كظاهرة تأثير قنوات اليوتيوب على متابعيهم حول موضوع مثل موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، وتحليلها، دون وصفها بشكل كاف ومستفيض، والكشف عن المضامين الخفية منها، دون الإجابة عن أسئلة: متى بدأت؟ ومن يقودها؟ ومن أين؟ وكيف؟ وما استراتيجيات القائمين عليها وأهدافهم؟

حيث في مستهل هذا العمل وجب الإشارة إلى أن الباحثة قامت بدراسة خمس قنوات يوتيوب تشمل قنوات إعلامية مؤسساتية وأخرى شخصية تشمل شخصيات ناشطة، وقد قامت الباحثة باختيار هذه القنوات لعديد المبررات العلمية التي نحددها في النقاط التالية:

1. رغبة الباحثة العلمية في دراسة عدة أشكال وأنماط قنوات اليوتيوب، والحاجة لدراسة تمسح القنوات الموجودة عبر موقع اليوتيوب لتقديم صورة أوضح عن النشاط عبر هذه البوابة السمعية البصرية.

2. تم اختيار هذه القنوات بناء على أرقام متابعة.

3. تم اختيار القنوات محل الدراسة بناء على تنوع اتجاهات الرأي العام اتجاه قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية.

1.1. بطاقة تقنية لقناة "الجزائرية الدولية AL24 news "

اقتصرت الباحثة على عينة من قنوات اليوتيوب الرسمية وهي قناة **الجزائرية الدولية AL24 news** وقد تم اختيارها دون غيرها، لأنها القناة تعتبر أول قناة جزائرية إخبارية دولية مغاربية تبث الأخبار الدولية والمحلية وقت حدوثها 24 ساعة على 24 وعلى مدار الأسبوع مع إعطاء الأولوية للمعلومة الدولية. ونظرا أيضا لتمثيلها الموقف الجزائري نحو مختلف القضايا الدولية والإقليمية على غرار قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث تبث قناة الجزائر الدولية من الجزائر على القمر الصناعي نايلسات بثلاث لغات هي العربية، الفرنسية والإنجليزية، موجهة لكل فئات المشاهدين.

كما تبث القناة للمشاهد عدة محتويات من مختلف أنماط العمل الصحفي منها نشرات إخبارية، برامج حوارية، تحقيقات ميدانية، برامج ثقافية، حوارات وأيضا تغطيات للأحداث الدولية. أما فيما يتعلق بالخط الافتتاحي للقناة فهو داعم للمشهد الإعلامي الجزائري، كما تمثل القناة صوتا للجزائر في الخارج1. رابط القناة: https://www.youtube.com/@AL24newschannel

وقد تم اختيار قناة الجزائرية الدولية AL24 news لأن القناة دولية مغاربية، تمثل توجه الدولة نحو القضية محل الدراسة، ونظرا لاهتمام القناة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

2.1. بطاقة تقنية لقناة النهار(Ennahar TV)

تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث انتقلت إلى البث الفضائي بعد أن ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات لينطلق بثها التجريبي، يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية مدشنة بذلك مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة المؤسسة وفقا لقوانين المدينة الإعلامية الأردنية، التي تعد أول منطقة إعلامية حرة، في الشرق الأوسط والتي تأسست في العام 2011 كشركة خاصة تم إقامتها بالتعاون بين حكومة المملكة الأردنية وشركة دلتا للإنتاج، لتشكل محورا رئيسي ا لشبكات البث الفضائي حيث أن معظم القنوات التي تبث من المدينة الإعلامية غير أردنية، والتي تتكون من121قناة فضائية.

ووفقا لهذا التكييف فإن النهار تعمل كقناة أجنبية تتخذ مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان وتبث برامجها على قمر نايلسات. وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها تبدو مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية، انطلق البث التجريبي يوم 06 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية2.

وللقناة موقع إلكتروني وكذا صفحة على الفايسبوك وكذا قناة عبر اليوتيوب، فلقناة النهار عبر اليوتيوب 9.94 مليون متابع عبر اليوتيوب، تم تأسيسها منذ الفاتح جانفي 2015، للقناة3273 894 659 مشاهدة.

---

1 تقرير صحفي بعنوان: إطلاق "AL24News"أول قناة تلفزيونية دولية جزائرية، الإذاعة الجزائرية، تم الاطلاع عليه عبر الرابط التالي: https://news.radioalgerie.dz/ar/node/601?fbclid=IwAR3yUkRslBW0qYiGCAwtfL236B7OGu_HLS9FmWn-JFP1sGZvqP3UpzaDMuY

2 سوفي شهرزاد، **الأداء الإعلامي في الفضائيات الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية لأداء الخدمة الإخبارية بقناة النهار الجزائرية**، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، المجلد 06، العدد 02، ديسمبر 2015، ص 102

https://www.youtube.com/EnnaharTvlive

وقد تم اختيار قناة النهار عبر اليوتيوب لمعرفة كيف تناول الإعلام السمعي البصري الخاص عبر اليوتيوب موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، وأيضا لكون هذه القناة تحظى بأرقام متابعة أعلى عبر اليوتيوب مقارنة بالقنوات الخاصة الأخرى. بالإضافة إلى اهتمام القناة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية في مختلف مراحلها.

3.1. بطاقة تقنية لقناة "فرانس 24 الناطقة باللغة العربية

فرانس24 (France 24) هي الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية التي شهدتها المنطقة العربية عام 2006، وهي قناة دولية إخبارية ناطقة باللغة العربية، تعالج القضايا والأحداث بنظرة فرنسية، تبث على مدار الساعة، وهي تنتمي إلى الشركة الأم التي تشتمل على 3 قنوات إخبارية دولية يصل بثها إلى 250مليون بيت في القارات الخمس باللغة الفرنسية، والعربية، والانجليزية. وتجذب 41.7مليون مشاهد أسبوعيا. وتبث فرانس24 الناطقة باللغة العربية أخبارها وبرامجها من العاصمة الفرنسية باريس.1

وقد واكبت قناة فرانس24 التطور التكنولوجي الذي بدأ بدخولها مثلها مثل مثيلاتها من القنوات الفضائية الناطقة بالعربية إلى الاتصال عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي بدورها جذبت عددا هائلا من المستخدمين لها.

قناة "فرانس 24" التابعة لمجمع "فرانس ميديا موند" العمومي الذي يشرف على وسائل الإعلام السمعية البصرية الخارجية لفرنسا والقناة العمومية "تي في 5"، كما أنها قناة إعلامية دولية تبث برامجها على الهواء مباشرة وعلى الإنترنت بأربع لغات، الفرنسية، والإنجليزية والعربية والإسبانية، فرانس 24 تتناول الأخبار الدولية برؤية فرنسية. وهي موجودة عبر اليوتيوب منذ 4أفريل 2014، وهي متوفرة عبر الرابط:

https://www.youtube.com/@France24_ar/about

وقد تم اختيار قناة فرانس 24 لعدة أسباب نحددها في النقاط التالية:

1. تعتبر هذه القناة من القنوات الأكثر شعبية في الوطن العربي، فحسب احصائيات معهد نايمار للإعلام وكذا أول قناة إخبارية في العالم حسب المسابقة التي أجريت في إيطاليا حسب يوتلسات tv.
2. اهتمام القناة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث نشرت ..... عبر اليوتيوب يتناول الموضوع.

1 فتيحة لمام، **الإعلام الدولي الموجه للعالم العربي، نموذج فرانس 24**، مجلة الحوار الثقافي، المجلد3، العدد 2، العربية، الحرة، 2017، ص 91

3. للقناة 3.71مليون متابع شهر جانفي 2024.

4. تم تحليل فيديو لقناة فرانس 24 يتناول: ما الخلفيات الاقتصادية والسياسية لقرار الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب؟، والذي تم نشـــره من قبل قناة اليوتيوب بتاريخ: 25 أوت 2021، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا من جهة، وكون تم نشره مباشرة بعد بيان قرار قطع العلاقات الدبلوماسية من طرف وزير الخارجية الجزائري رمطان العمامرة.

أما قنوات اليوتيوب ذات الطابع الشخصي فقد اختارت الباحثة ثلاث قنوات يوتيوب لثلاث شخصيات مختلفة مهتمين بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بأبعاد واتجاهات مختلفة، ويتعلق الأمر بقناة محمد دومير، سعيد بن سديرة، نعرفها فيما يلي.

4.1. بطاقة تقنية لقناة "محمد دومير"

تأسست قناة اليوتيوب بتاريخ 29مارس 2008، وللقناة 464 ألف متابع (507 ألف) متابع شهر جانفي 2024، تعنى قناة دومير التي تحمل اسم صاحبها محمد دومير**1** تعنى بالتاريخ الجزائري ذات محتوى معرفي أكثر فيديوهاته تتحدث عن تاريخ الجزائر وثقافتها وجغرافيتها، وقد تم اختيار هذه القناة نظرا لاهتمام صاحبها بالمواضيع المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية، تاريخيا، سياسيا، اجتماعيا، ومختلف مجالاته.

5.1. بطاقة تقنية لقناة (Fateherdream)

قناة يوتيوب تحت اسم**Fateherdream** ، **وهو اسم مستعار لقناة احتياطية للناشط سعيد بن سديرة2**، الذي يملك أربع قنوات يوتيوب بما فيها هذه القناة محل الدراسة، للقناة1253507 مشاهدة، و24.6 ألف متابعة، شهر جانفي من عام 2024، كما لديه أربع قنوات يوتيوب، تم تأسيس هذه القناة

1 محمد دومير هو باحث مهتم بالعلم والتطوير، ومهتم بالشعر والتاريخ القديم، كما فاز بلقب نجوم العلوم كأفضل مخترع عربي، جزائري الأصل ينتمي لولاية المسيلة، كما يشغل منصب طبيب بيطري. فيما يلي رابط قناته عبر اليوتيوب: https://www.youtube.com/@Doumir

2 إعلامي وناشط سياسي مقيم بالمملكة البريطانية المتحدة، وهو ناقد سياسي مهتم بالقضايا السياسية العربية خاصة ملف الساحل والصحراء الكبرى، وبالخصوص الشأن السياسي الجزائري اسمه الكامل السعيد بن سديرة وهو إعلامي وناشط سياسي جزائري مقيم في الولايات المتحدة البريطانية، ناقد سياسي مهتم بالقضايا السياسية العربية خاصة ملف الساحل والصحراء الكبرى وبالخصوص الشأن السياسي الجزائري، رابط قناته عبر اليوتيوب كالتالي: https://www.youtube.com/@BensediraFlashNewsLimited

الاحتياطية بتاريخ 15 جانفي من عام 2018، حيث جاء في واجهة القناة بأن هذه قناة احتياطية بعد أن تم غلق القناة الرئيسية.

وهي قناة يوتيوب إخبارية تنشر كل ما هو جديد من الأخبار السياسية الاقتصادية الرياضية والاجتماعية الجزائرية العربية العالمية، كما كتب في واجهة القناة بأن القناة حرة تعبر عما يراه صاحبها مناسبا ولا يتم الترويج لأي قناة فضائية، أو شخص، أو عمل.

رابط القناة كما يلي:https://www.youtube.com/@fateherdream8132

2. لمحة عن برنامج تحليل البيانات النوعي MAXQDA

1.2. تعريف برنامجMAXQDA

برنامج احترافي لتحليل البيانات النوعية والكمية المختلطة يعمل على نظامي WindowsوMac، تحليل المقابلات والتقارير والجداول والاستطلاعات عبر الانترنت والمجموعة الهدف ومقاطع الفيديو والملفات الصوتية والأدب والصور وغير ذلك الكثير، تم إصداره في عام 1989، ولديه تاريخ طويل في تزويد الباحثين بأدوات تحليلية قوية ومبتكرة وسهلة الاستخدام تساعد على نجاح المشاريع البحثية.[1]

تم تطوير النسخة الأولى من MAXQDA عام 1989، ما يجعلها واحدة من البرمجيات الرائدة في مجال تحليل البيانات النوعية كما سلفنا الإشارة في الإطار المنهجي للدراسة[9].

تستند MAXQDA على طرق التحليل التقليدية، مثل تحليل المحتوى النوعي، نظرية التجذير، وتحليل الخطاب... إلخ. عناصر MAXQDA الرئيسة هي التخصيص المنهجي (الترميز) للقطاعات النصية إلى موضوعات (رموز) وإمكانية صنع ملاحظات الأفكار والعلاقات (المذكرات). ويعني ذلك أنه يمكن القيام في MAXQDA بتفسير البيانات وتقييمها عن طريق فرز المواد إلى مجموعات، وذلك باستخدام نظام ترميز هرمي، وتحديد المتغيرات، وتوفير لمحات عامة مجدولة وإعطاء الألوان والأوزان إلى أجزاء النص.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن تتبع كل خطوة من خطوات العملية بسهولة، ويمكن الوصول إلى النتائج بعدة نقرات فقط. MAXQDA .لديه عدة إصدارات مختلفة، ما يسمح للمستخدمين باختيار المنتج الذي يناسب احتياجاتهم على أفضل وجه.

وأهم خدمة يقدمها البرنامج هي أنه يعمل لتقديم رؤى حول مجموعات البيانات النوعية دون اقتراح التفسيرات، استنادا إلى تحليل المحتوى. أي أنه برنامج التحليل النوعي للمضامين والنصوص مادام أنه يمكن الباحثين من استخلاص استنتاجات حول موضوع البحث المعني ويسهل فرز كميات كبيرة من النصوص أو غيرها من البيانات وتنظيمها وتحليلها وييسر إدارة التفسيرات والنتائج[2].

[1] برنامج تحليل البيانات النوعية https://www.maxqda.com/arabic ، تم تصفحه بتاريخ: 2020/11/11، على الساعة 16:00

[2] المرجع نفسه.

وأكثر من ذلك، يوفر هذا البرنامج سبلا مبتكرة ومطورة وميسرة لتحليل التسجيلات الصوتية والمرئية. إذ يسمح برنامج تحليل البيانات المتطور باستيراد هذه التسجيلات ومعالجتها مباشرة في البرنامج.

أيضـــا، يدعم البرنامج العملية التحليلية بالكامل من خلال تصـــوير العلاقات وتوفير نظرة عامة. كما يسمح أيضا بإضافة ملاحظات (تسمى المذكرات)، تساعد الباحثين الآخرين على فهم الخطوات التحليلية المختلفة، باستخدام عمليات تلقائية لتصوير مواد البيانات. كما يدعم البرنامج خطوات الباحث نحو الحصول على رؤية نقدية.

يعتمد تحليل البيانات النوعية دائما على نهج تحليلي محدد. وأياً كان النهج الذي يختاره الباحث، فإن البرنامج يدعم عملية فرز البيانات وتنظيمها وتحليلها ويسهلها.

2.1. فوائد استخدام برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA

يعرض	يحلل	ينظم
تصدير البيانات (جزئي)	التصنيف والربط	مرونة البيانات (pdf المستندات
تصورات	التلخيص وإضافة التعليقات	النصية، التدوينات، الجداول،
التقارير الآنية	التوضيحية	الصور، الصوت والفيديو،
شفافية النتائج	استرداد وتصفية	التغريدات، الاستطلاعات، مواقع
يمكن استخدام البيانات للتحليل	البحث في النص	الويب) الدراسات السابقة وإدارة
الثانوي	الرؤية	المعرفة والتدوين
	استكشاف المجموعات والعلاقات	

3.1. مزايا برنامج MAXQDA

يمكن ذكر أهم مزايا MAXQDA في النقاط التالية[1]:

1- أ) يساعد على تحليل البيانات النوعية مثل المقابلات، الاستطلاعات والاستبيانات عبر الإنترنت وصفحات الويب، النصوص، التقارير، مجموعات التركيز، مقاطع الفيديو، الملفات الصوتية، مراجعات الأدب، الصور، التغريدات، جداول البيانات والبيانات الببليوغرافية وغير ذلك. فهو يعالج مجموعة واسعة من أنواع البيانات.

ب) يقدم مجموعة واسعة من أدوات التصوير: سحابة الكلمات، الرسوم البيانية، الجداول، الخرائط الذهنية وغير ذلك.

ج) يقدم أساليب مختلطة، إحصائية، وأدوات تحليل المحتوى الكمي.

د) سهل الاستخدام بفضل واجهة المستخدم الميسرة.

هـ) متطابق بشكل كامل مع نظامي تشغيل Windows وMac

[1] إسماعيل مرازقة، **تحليل الشبكات الاجتماعية: برنامجا NodeXL وMAXQDA أنموذجا**، مقال منشور في مجلة رقمنة العدد الثاني ديسمبر 2021، ص 258- 259

2- و). **قدرة فائقة على الترميز والاسترجاع:** أي تعزيز القدرة على وضع علامة على المعلومات المهمة في البيانات باستخدام رموز مختلفة (ألوان أو رموز)، وعلى تحليل الرموز بسرعة عبر السحب والإفلات أو باستخدام الترميز التلقائي لكلمات البحث وتنظيم أفكار الباحث ونظرياته في المذكرات، التي يمكن ربطها بأي عنصر من عناصر البحث. ومن ثمة استرجاع الشرائح المشفرة بسرعة وكفاءة بنقرة واحدة فقط، أو الاستفادة من أدوات البحث الفعالة لاختبار نظريات جديدة وتطويرها.

3- ز). **تحليل الوسائط المرئية والمسموعة وترميزها:** أي أن استخدام MAXQDA يسمح بترميز ملفات الصوت والفيديو. كما يسمح بنسخ الوسائط الخاصة بالباحث لتحليل النص المكتوب، دون فقدان مسار مقاطع الوسائط الأصلية. MAXQDA لديه وظائف نسخ واسعة النطاق من شأنها أن تمكن الباحث من تعديل سرعة الصوت أو حجم ملفات الصوت والفيديو واستخدام دواسات القدم لتسريع النسخ[1].

4- ويتم التعامل مع مقاطع الوسائط مثل أي نوع من المعطيات في MAXQDA. إذ يمكن ترميز هذه الأجزاء واسترجاعها والتعليق عليها وتعيين وزنها بالطريقة نفسها المستخدمة مع المعطيات الأخر.

5- ر). المذكرات: غالبًا ما تظهر الأفكار العظيمة عندما يقرأ الباحث ويحلل بياناته. المذكرات هي المكان المثالي للحفاظ عليها. ويختار الباحث عادة من بين 11 رمزًا مختلفًا لتمييز مذكراته. ويضمن مدير مذكرات MAXQDA وظيفة البحث اللغوية والوصول الفوري إلى كل مذكرة في أي وقت.

6- ي) يتضمن الإصدار المتقدم MAXQDA Plus، بالإضافة إلى كل ما سبق، الوحدة الإضافية MAXDictio، والتي تضيف وظيفة تحليل النص الكمي إلى MAXQDA، بحيث يمكنك بسهولة تحليل محتوى المفردة أو النص.

[1] المرجع نفسه، ص 259.

4.1. شرح طريقة التحليل باستخدام برنامج MAXQDA:

يقوم برنامجMAXQDA على أساس تحليل النصوص (النصية-المرئية- السمعية)، على أساس الترميز الذي يعتبر عملية وضع العلامات وتنظيم البيانات النوعية الخاصة لتحديد= الموضوعات والمحاور المختلفة والعلاقات فيما بينها، وينقسم الترميز في هذه الحالة باستخدام برنامج MAXQDA إلى عدة أنواع:

- الترميز المنظم Structured coding
- الترميز الوصفي Descriptive coding
- الترميز المفتوح Open coding
- In vivouy coding
- ترميز المشاعرEmotion coding . [1]

في دراستنا هذه المتعلقة بتحليل بيانات الفيديوهات المرتبطة بقطع العلاقات المغربية الجزائرية، سنعتمد من خلال استخدام برنامج MAXQDA في تحليل البيانات المتعلقة بالفيديوهات محل الدراسة على نوعين من الترميز (Codage)، الترميز المفتوح Open coding- ترميز المشاعرEmotion coding .

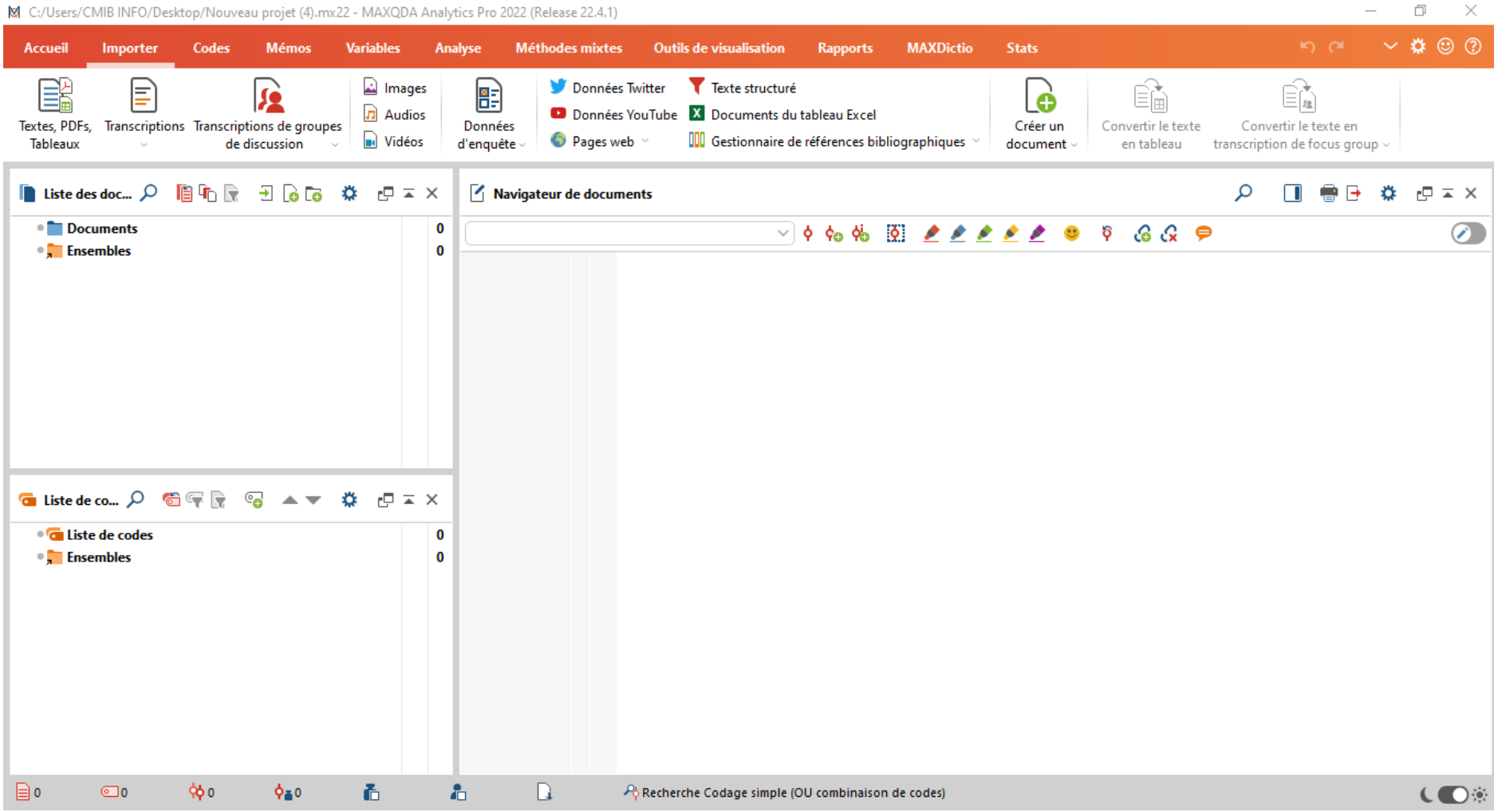
وتعتبر عملية الترميز مهمة جدا في تحليل أي دراسة نوعية فهي تساعد الباحثين على تنظيم البيانات المتحصل عليها ضمن محاور، وعناصر يتم إحصائها عدديا وبنسب مئوية لجعل التحليل أكثر دقة وموضوعية، إذ لا يخرج التحليل في هذه الحالة عن إطار النص الذي يود الباحث تحليله، وبالتالي يتحرى الباحث من خلال استخدامه لبرنامج MAXQDA صفة الموضوعية والشفافية التي تعتبر من بين أهم الجوانب التي يتسم بها الحث العلمي عموما.

والظاهر كذلك أن برنامج MAXQDA هو البرنامج الوحيد الذي يقوم بتحليل البيانات الخاصة بالنصوص سواء المكتوبة أو المرئية أو السمعية باللغة العربية إضافة إلى اعتماده كذلك على اللغات الأخرى، ويمكن استخدام هذا البرنامج ضمن العمل البحثي للفرق البحثية في إطار جمع ورصد وتحليل البيانات الضخمة Big Data.

[1] johnny Saldana ,**The coding manual for Qualitative Ressearch** , los angeles-london, SAGE, 2013،p 67.

وتظهر واجهة البرنامج موزعة إلى أربعة أقسام:

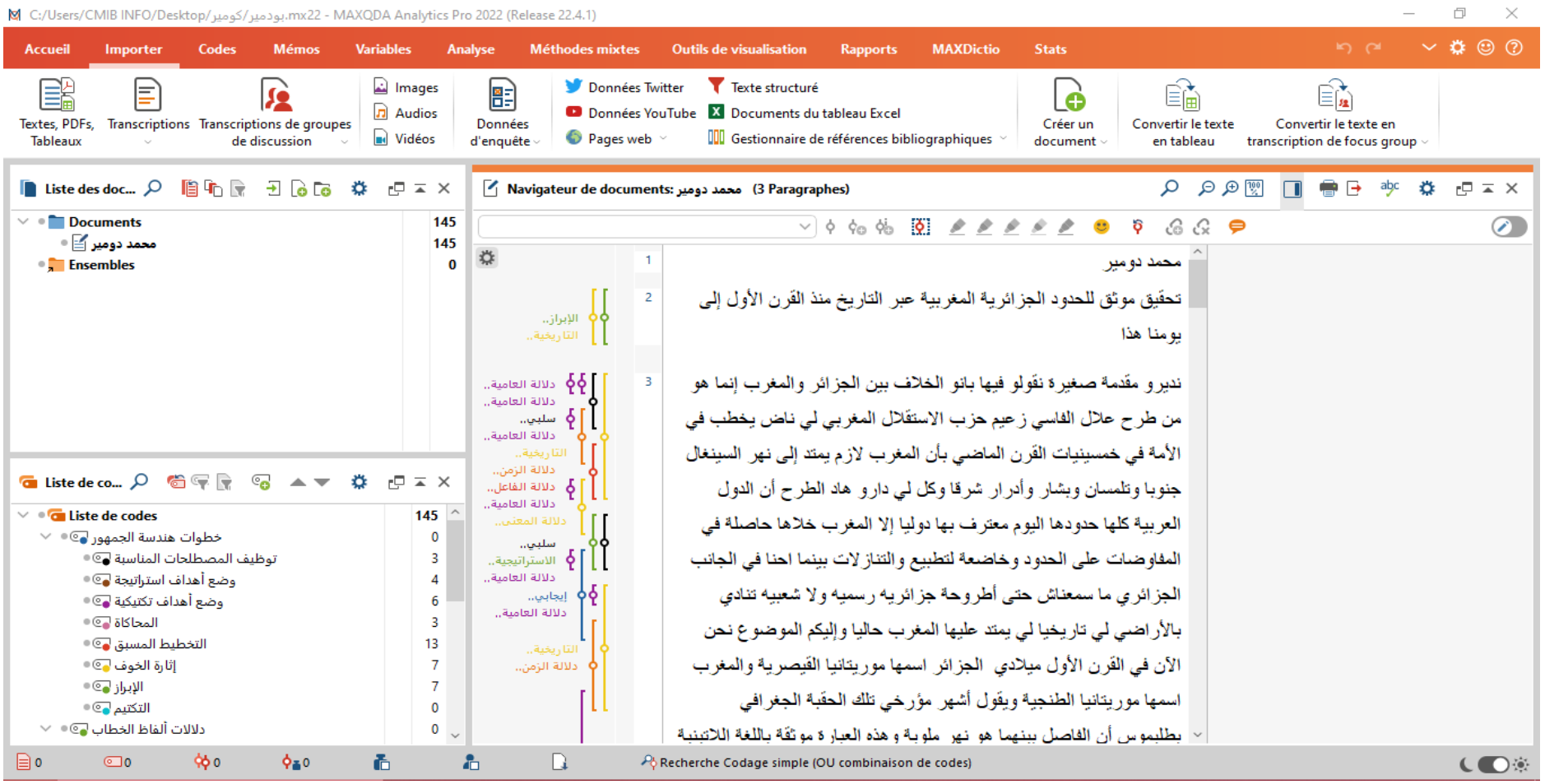
- القسم الأول يتعلق بإدراج وتحميل النص المراد تحليله في البرنامج
- القسم الثاني خاص بالنص المراد تحليله إذ تظهر في هذا القسم كل تفاصيل النص
- القسم الثالث يتعلق بقائمة الترميز، وتظهر المحاور والعناصر ضمن هذا القسم والتي تم سحبها من النص المراد تحليله .



صورة رقم (01) توضح واجهة برنامج MAXQDA

ويمكن تقديم مثالا توضيحيا من خلال واجهة برنامج MAXQDA لإحدى نصوص الفيديوهات التي تم تحليلها.

ترميز الخطاب الرقمي لفيديو قناة اليوتيوب محمد دومير: أصل الحدود الجزائرية المغربية وتوثيقها من القرن الأول إلى اليوم وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA



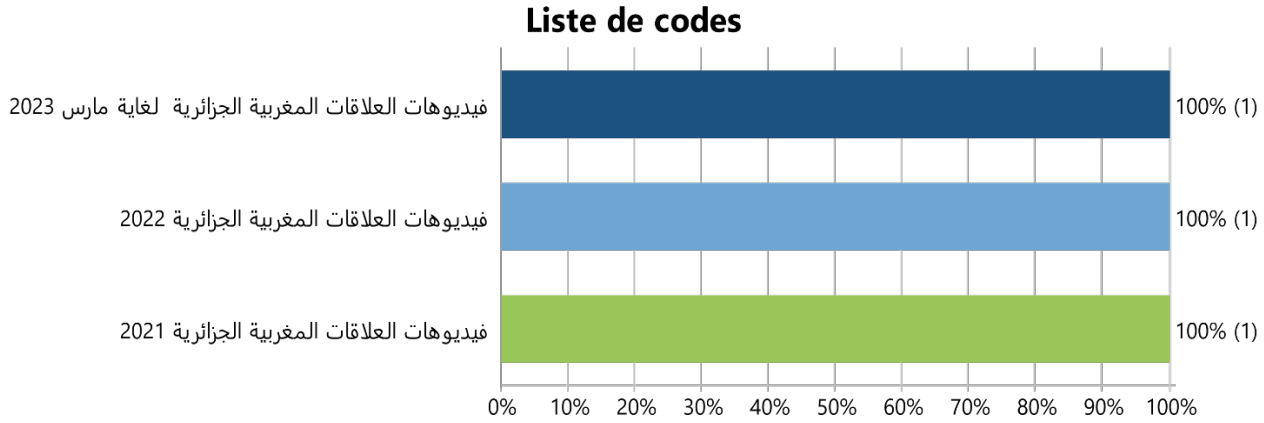
صورة رقم (02) توضح مثال توضيحي لتحليل نص فيديو من بين الفيديوهات محل الدراسة

2. إحصـاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الدبلوماسـية الجزائرية المغربية على اليوتيوب باسـتخدام برنامج MAXQDA:

لقد قامت الباحثة بإحصاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب، وذلك منذ إعلان وزير الخارجية الجزائري رمطان العمامرة عن ذلك في أوت 2021، والتي تم نشرها عبر اليوتيوب، تم تقسيمها عبر ثلاثة مراحل، وذلك لإجراء مقارنة بينها من حيث تكثيف النشر، الذي يؤثر بشكل مباشر على اتجاهات الجمهور حول الأزمة، وقد تم تقسيمها على الشكل التالي:

- فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية لسنة 2021.
- فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية لسنة 2022.
- فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية لسنة 2023.

وقد اعتمدت الباحثة على برنامج MAXQDA، في البحث وإحصـــاء الفيديوهات المذكورة، حيث قام هذا الأخير بالبحث الآلي على الفيديوهات وتنظيمها، وإحصائها ضمن الجدول الزمني لنشرها.

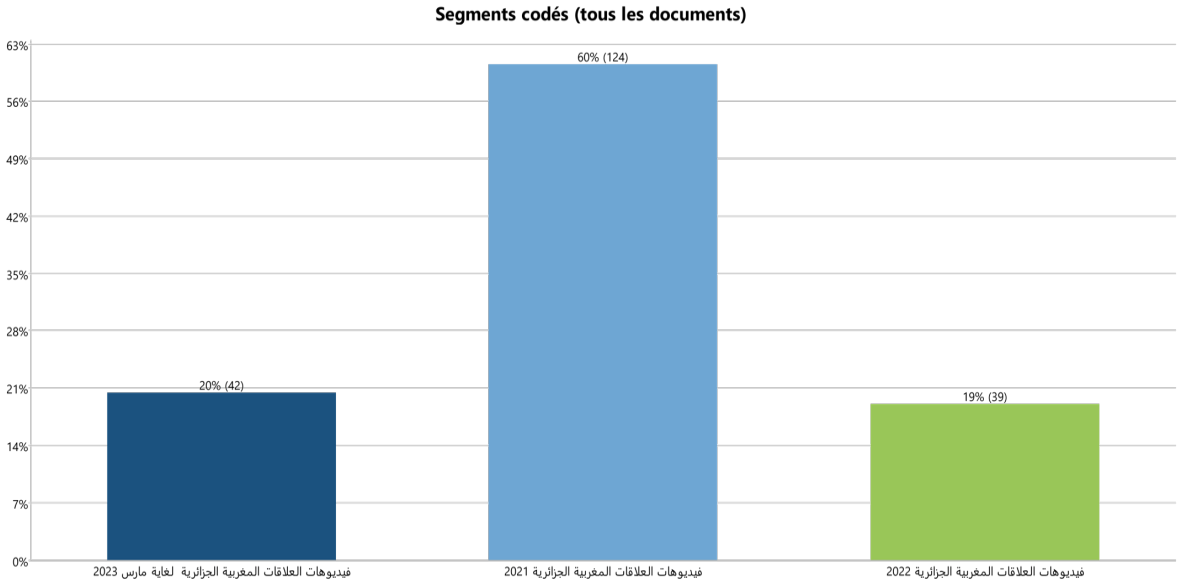


مخطط رقم (4): من إنجاز برنامج MAXQDA يبين قائمة ترميز سنوات نشر الفيديوهات على اليوتيوب

الجدول رقم (1): من انجاز برنامج MAXQDA يبين عدد ونسب ترميز الفيديوهات

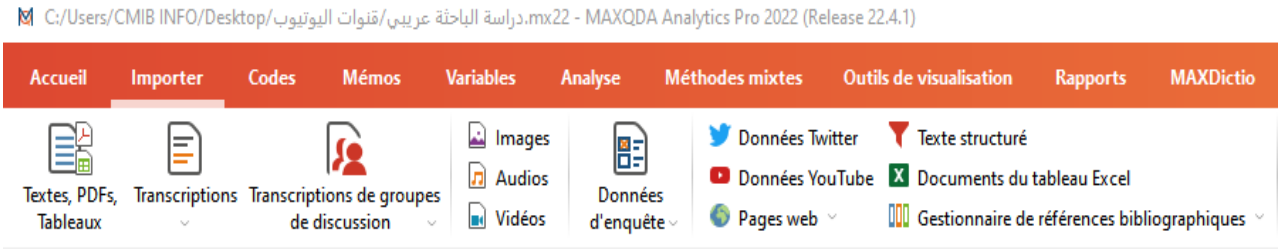
Couleur	Code	% segments codés (tous les documents	Segments codés (tous les documents)
●	فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية لغاية مارس2023	20.49	42
●	فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية 2022	19.02	39
●	فيديوهات العلاقات المغربية الجزائرية 2021	60.49	124
	المجموع	%100	205

كما هو موضح في الجدول أعلاه، قام برنامج MAXQDA بإحصاء عدد الفيديوهات المقدرة بـ 205 فيديو التي تم نشرها عبر اليوتيوب على مدار السنوات الثلاثة: 2021-2022-2023 إلى غاية شهر مارس، حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، إذ تم إحصاء 124 فيديو تم نشره على اليوتيوب سنة 2021، و 39 فيديو سنة 2022، حيث تمثل سنة 2021 أعلى مرحلة من حيث النشر بنسبة 60.49% ، وهذا طبيعي لأنها السنة التي شهدت بداية أزمة قطع العلاقات بين الجارتين، وشهدت سنة 2022 نشر نسبة تقدر بـ 19.02%، وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالسنة التي سبقتها، في حين تقدر نسبة نشر الفيديوهات الخاصة بالقضية 20.49% سنة 2023 لغاية شهر مارس.



مخطط رقم (5): من إنجاز برنامج MAXQDA يبين نسب نشر فيديوهات اليوتيوب

وقد تم إحصـاء عدد الفيديوهات الخاصـة بقضـية قطع العلاقات الدبلوماسـية بين الجزائر والمغرب من خلال خاصـية تتوفر في برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وتعتبر خاصـية مهمة لجمع البيانات من يوتيوب، إضـافة إلى جمع البيانات من موقع تويتر، ومواقع الويب، وكذلك الصـور، والفيديوهات والتسـجيلات الصوتية كما هو مبين في الصورة أدناه.



1- أهم المصطلحات البارزة في الفيديوهات من خلال برنامج MAXQDA

من خلال تحليل البيانات الخاصـة بالفيديوهات التي تعالج قضـية العلاقات الجزائرية المغربية عبر اليوتيوب، قام برنامج MAXQDA بتحليل واسـتنتاج أهم المصـطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشـكل أدناه (سـحابة الكلمات) المصـطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسـب درجة تداولها، فهناك مصـطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.



مخطط رقم (6): يوضح أهم المصطلحات المتداولة في الفيديوهات من خلال برنامج MAXQDA

1.2. إحصـاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الدبلوماسـية الجزائرية المغربية على قنوات اليوتيوب محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

لقد قامت الباحثة بإحصـاء فيديوهات أزمة قطع العلاقات الدبلوماسـية بين الجزائر والمغرب، عبر قنوات اليوتيوب محل الدراسة (قنوات إعلامية- قنوات شخصية)، التي سلفنا تعريفها والمتمثلة في:

- **قناة فرانس 24**
- **قناة الجزائرية الدولية ALG24**
- **قناة النهار ENNAHAR TV**
- **قناة محمد دومير**
- **قناة fateherdream بن سديرة سعيد**

التي تم اختيارها بطريقة عمدية من طرف الباحثة، وذلك لمعالجتها وطرحها لقضـــية العلاقات المغربية الجزائرية، وتفاعل الجمهور مع هذا الطرح، مما يتيح لنا دراســة الجوانب الخاصــة باتجاهات الجمهور حول هذه القضية المهمة التي أثارت الرأي العام الدولي والعربي، وحتى المحلي.

1. إحصاء القنوات وعدد الفيديوهات باستخدام برنامج MAXQDA:

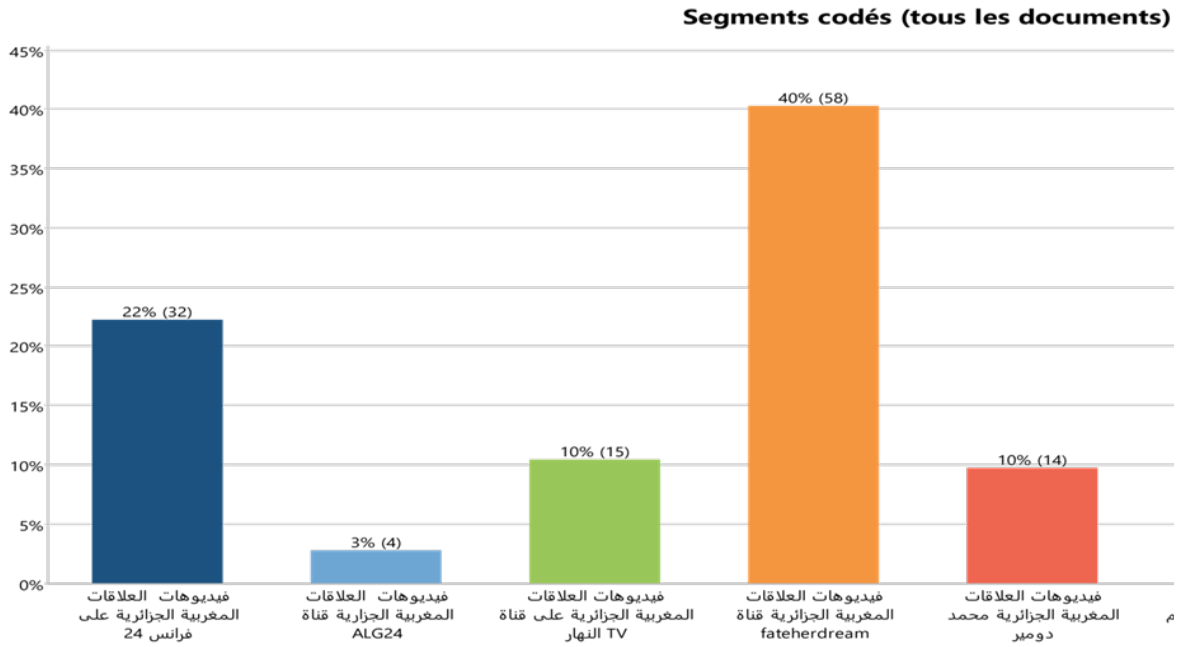
الجدول رقم (2): يوضح ترميز إحصاء عدد الفيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA

couleur	Code	Segments codés (tous les documents)	% segments codés (tous les documents)	% segments codés (tous les documents)
●	**قناة فرانس 24**	32	22.22	22.22
●	**قناة النهار ENNAHAR TV**	15	10.42	10.42
●	**قناة fateherdream**	58	40.28	40.28
●	**قناة محمد دومير**	14	9.72	9.72
●	**قناة الجزائرية الدولية ALG24**	4	2.78	2.78

يتضح لنا من خلال الجدول توزيع عدد الفيديوهات بالاعتماد على برنامج MAXQDA ، الذي قام بطريقة آلية بإحصاء عدد فيديوهات اليوتيوب لكل قناة، سواء لروابط فيديوهات القنوات الإعلامية على اليوتيوب، أو روابط فيديوهات القنوات الشخصية، فجاء عدد روابط الفيديوهات في قناة fateherdream، لبن سديرة بـ 58 رابط فيديو بنسبة 40.28% وهو ما يكشف اهتمام صاحب القناة المسمى بن سديرة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية وتفاعله أكثر من القنوات الأخرى بالمواضيع ذات الصلة بالعلاقات بين

البلدين، ثم تليها قناة فرانس24 بـ 32 رابط فيديو بنسبة 22.22%، ثم تليها قناة النهار TV بـ 15 فيديو بنسبة 10.42%، في حين جاء عدد روابط الفيديوهات في قناة محمد دومير بـ 14 بنسبة 9.72%، ثم تليها قناة الجزائرية الدولية ALG24 بـ 4 روابط فيديوهات التي عالجت قضية العلاقات الغربية الجزائرية بشكل مباشر بنسبة 2.78%.

وقد تم تمثيل نسب نشر روابط الفيديوهات على اليوتيوب باستخدام برنامج MAXQDA على الشكل التالي:



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

مخطط رقم (7): عدد ونسب ترميز روابط فيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA

2. إحصاء القنوات وعدد الفيديوهات باستخدام برنامج MAXQDA:

الجدول رقم (3): يوضح ترميز إحصاء عدد الفيديوهات في القنوات محل الدراسة باستخدام MAXQDA

	Code supérieur	Code	Segments codés (tous les documents)	Segments codés (tous les documents)	% segments codés (tous les documents)	% segments codés (tous les documents)	Documents	Dernière modification	Modifié	Créé par	Date de création
●		محمد دومير	14	0	9,72	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 13 :38	CMIB INFO	07/03/2023 22 :35
●		فرانس24	32	0	22,22	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 13 :37	CMIB INFO	07/03/2023 00 :41
●		TV النهار	15	0	10,42	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 13 :37	CMIB INFO	07/03/2023 10 :46
●		ALG24	4	0	2,78	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 13 :38	CMIB INFO	09/03/2023 11 :43
●		قناة fateherdream	58	0	40,28	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 13 :39	CMIB INFO	09/03/2023 10 :18

يتضح لنا من خلال الجدول توزيع عدد الفيديوهات بالاعتماد على برنامج MAXQDA ، الذي قام بطريقة آلية بإحصاء عدد فيديوهات اليوتيوب لكل قناة، سواء لروابط فيديوهات القنوات الإعلامية على اليوتيوب، أو روابط فيديوهات القنوات الشخصية، فجاء عدد روابط الفيديوهات في قناة fateherdream، لبن سديرة بـ 58 رابط فيديو بنسبة 40.28%، ثم تليها قناة فرانس24 بـ 32 رابط فيديو بنسبة 22.22%، ثم تليها قناة هشام عبود بـ 21 رابط فيديو، ثم قناة النهار TV بـ 15 فيديو بنسبة 10.42%، في حين جاء عدد روابط الفيديوهات في قناة محمد دومير بـ 14 بنسبة 9.72%، ثم تليها قناة الجزائرية الدولية ALG24 بـ 4 روابط فيديوهات لتي عالجت قضية العلاقات الغربية الجزائرية بشكل مباشر بنسبة 2.78%.

3. العلاقات الجزائرية المغربية من خلال مضمون قنوات اليوتيوب محل الدراسة:

1- تحليل فيديوهات القنوات محل الدراسة:

قامت الباحثة باختيار فيديو من كل قناة محل الدراســـة، بغرض تحليل المحتوى الرقمي الخاص بها باستخدام برنامج تحليل البيانات النوعية **MAXQDA**، على ثلاثة (03) مراحل:

المرحلة الأولى: قامت الباحثة بتحويل الفيديوهات محل الدراسة إلى نصوص مكتوبة باستخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي **Sonix**، المستخدم في تحليل البيانات الضخمة **Big Data**

المرحلة الثانية: قامت الباحثة بتحليل الخطاب الرقمي لكل فيديو، والغرض من هذا التحليل هو استخلاص أهم الجوانب التي أثرت بشكل مباشر في اتجاهات الجمهور، وسيظهر ذلك في المرحلة الثانية.

المرحلة الثالثة: تحليل اتجاهات الجمهور بالاعتماد على تفاعل الجمهور الرقمي من خلال تحليل تعليقاتهم، وقد تم جمع التعليقات الأكثر أهمية على الفيديوهات باســتخدام برنامج **MAXQDA**، الذي يحتوي على خاصية جمع وتحديد التعليقات من خلال روابط الفيديوهات على اليوتيوب.

1.3. العلاقات الجزائرية المغربية من منظور قناة فرانس 24 على اليوتيوب:

1.1. تحليل الفيديو الأول والتعليقات المرتبطة به على قناة فرانس 24 على اليوتيوب:

1- بيانات الفيديو من خلال برنامج MAXQDA:

عنوان الفيديو	**ما الخلفيات الاقتصادية والسياسية لقرار الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب؟**
تاريخ وتوقيت مشاهدة وتحميل الفيديو	YouTube (00:52 25/02/2023)
قناة اليوتيوب	FRANCE 24 Arabic / فرانس 24 **Auteur**
تاريخ نشر الفيديو على اليوتيوب	**Publié** mercredi 25 août 2021 07:52:40

مجال الفيديو	**Catégorie** News & Politics
عدد المشاهدات	**Vues** 70 292
عدد الإعجابات	"**J'aime**" 805
عدد التعليقات	1013 **comentaires**
رابط الفيديو	https://www.youtube.com/watch?v=MKD_FOiZCwU
مدة الفيديو	08:29

2- تحويل الفيديو إلى نص مكتوب:

في الخطوة الأولى من تحليل الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب الخلفيات الاقتصادية والسياسية لقرار الجزائر قطع العلاقات، قامت الباحثة بتحويل الفيديو إلى نص مكتوب باستخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي **Sonix**، الخاص بتحويل الفيديوهات مهما كانت لغتها إلى نصوص قابلة للتحليل النوعي، ويتم الاعتماد على هذا التطبيق لإجراء دراسات الجمهور وتحليل الخطابات السياسية، ويمكن عرض نص الفيديو محل الدراسة، وهو عبارة عن حوار أجرته قناة فرانس 24 مع أستاذ العلوم السياسية والعلاقات الدولية رضوان بجامعة الجزائر "بوهيدل" جاء فيه:

"إن الجزائر طالبت المملكة المغربية بتوضيحات والتفسيرات لما قام به سفير المملكة في الأمم المتحدة قبل أكثر من شهر الجزائر في بيانها يوم 16 جويلية الماضي طلبت بتوضيحات ولم تتلقى أي رد من المملكة المغربية بل بالعكس كانت هناك استفزازات وما زاد الطين بله هو ثبوت ضلوع المملكة في دعم الحركتين الإرهابيتين بالنسبة للجزائر وهي حركه الماك وحركه رشاد وهو الذي يعني أفاض القطرة من الكأس اعتقد انه القرار لم يكن البتة مفاجئا المملكة اليوم خاسرة وستخسر الكثير من خلال قطع العلاقات على عكس الجزائر التي اتخذت موقفا سياسيا يحفظ لها سيادتها الدولية والإقليمية وكذلك الوطنية لذلك اعتقد انه القرار لم يكن مفاجئا بل منتظر المغرب لم يعلق بعد طبعا على هذا القرار كما ينفي هذه الاتهامات أيضا التي توجهها الجزائر له السؤال يبقى عمليا ما الذي سيتغير بالنسبة للمواطنين البلدين نعلم أن القنصليتين ستبقيان مفتوحتان مفتوحتين بالتالي ما التغيير بالنسبة للجزائر والمغرب بعيدا طبعا عن هذا الواقع السياسي القومي لقطع العلاقات. العلاقات

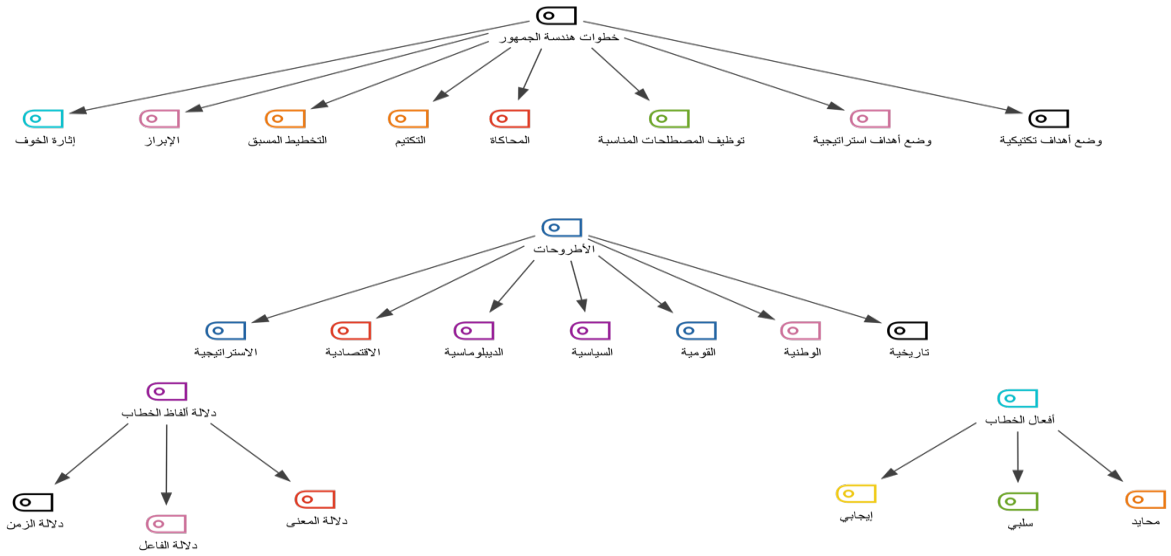
كانت متوترة يعني مند 1963 مند أن حاول المغرب احتلال الجزائر مباشرة بعد الاستقلال لكن اعتقد انه لا شيء سيتغير بالنسبة إلى الشعبين على الأقل من ناحية المعنوية لكن من ناحية التجارية هناك الكثير من الأمور ستتغير وأهمها أنبوب الغاز الذي يمر عبر الأراضي المغربية نحو اسبانيا وربما نحو أوروبا أيضا هذه الأمور سيتم مراجعتها والاتفاقيات التجارية مع المملكة ووقفه الطيران ما بين البلدين وأمننت الحدود يعني الجزائر بقطعها العلاقات ردا اليوم على دعوه المغرب المتكررة لفتح الحدود المملكة كرست كل المشاكل ما بين البلدين إلى فتح حدود وغلقها اعتقد أن هذا القرار في الوقت المناسب لحفظ ماء الوجه بالنسبة إلى الجزائر التي اليوم تتعامل بمنطق رابح رابح وليس رابح خاسر عانينا الكثير سواء الإرهاب سواء جريمة منظمه تهريب المخدرات من الحدود الغربية بالإضافة إلى استفزازات إعلاميه والدبلوماسية ومؤخرا أيضا ثبوت تجسس المملكة على مسؤولين جزائريين ومواطنين مثل ما حدث مع فرنسا كذلك لذلك اعتقد انه إن لم يتغير شيء ما بين مواطني البلدين إلا انه من ناحية السياسية والتجارية اقتصاديا أيضا سيكون هناك تغيير كبير جدا الغاز الجزائري إلى اسبانيا هل من تبعات على الجزائر اقتصاديه لهذا القرار ما يمكن ربما أن يتوقع أن يصدر عنه قرارات من جانب المغرب أم تعتقد بالفعل فقط أن الخاسر اقتصاديا وتجاريا فقط هو المملكة المغربية فيما يخص أنبوب الغاز استدعى الأمر بتدشين أنبوب غاز الذي يمر عبر مدينه الغزوات في غرب الجزائر عبر البحر مباشره إلى اسبانيا يعني من ناحية التقنية واعتقد انه سيكون هناك مشكله في المغرب هو الذي سيخسر لأنه كان يستفيد من حوالي 800,000 متر مكعب من الغاز الجزائري بالإضافة إلى رسوم مرور هذا الأنبوب على أراضها اعتقد انه ستخسر لما تخسر هذه هي ستخسر حتى المادة في حد ذاتها ماده الغاز الطبيعي الجزائري يجب أن تعوض الشعب المغربي من خلال جهة أخرى هي راهنت على ربما التطبيع مع الكيان الصهيوني هذا شان خاص بالمملكة لكن رهانها ربما سقط في الماء اليوم بعد إن بدأت تخسر خسرت الجار التقليدي حتى وان كنا الإخوة الأعداء إلا أن خسرته بطريقه مشينة المغرب مؤخرا هي تصريحات تحاول احتواء هذا التوتر يعني حتى الرباط عندما أكدت يوم الجمعة عن تأييدها للحفاظ على خط أنابيب الغاز على الرغم من هذا التوتر وعلى رغم من قرب انتهاء الاتفاق بين البلدين الذي يؤطر مرور الغاز في تشرين الأول أكتوبر المقبل يعني نستمع إلى نبره هادئة من جانب المغرب بالتالي كيف نفهم إن صح التعبير هذا التصعيد من جانب الجزائر هذا تصعيد المقابل استفزاز لأنه لما تتحدث عن كل شيء وتترك الأهم وهو أن يطالب السفير المغرب في الأمم المتحدة باستقلال ولا بانفصال منطقه من مناطق الجزائر إن يطالب السفير المغرب في الأمم المتحدة باستقلال ولا بانفصال منطقه من مناطق الجزائر وهي تعتبر قلب الجزائر فهذا يضرب الوحدة الوطنية سواء الشعبية والترابية والجزائر لم تذهب مباشره إلى قطع

العلاقات على يعني كل ما يوجد في اتفاقيات فيما يخص الأعراف الدبلوماسية والقنصلية هي استدعت سفيرها في الرباط في الجزائر لكن السلطات المغربية التي لم ترد تعمل على استفزاز الجزائر من خلال الضرب في وحداتها وكأنها تؤيد ذلك القرار لأنه لم يكن مجرد تصـــريح حتى نقول انه زلت لســـان ولكن كان مذكره وزعت على أعضـــاء حركه عدم الانحياز بالأمم المتحدة إذن اعتقد إن المملكة أو النظام لمخزني تحديدا كان يبحث عن مبررات لقطعه هذه العلاقات مع الجزائر وهذا مؤخرا شـــهدنا هذا التصـــعيد لم يأتي إلا بعد التطبيع مع الكيان الصهيوني يعني هذه لو شفنا هذا التصعيد سنربطها من خلال هذه الاتفاقيات مع هذا الكيان والدعم المتبادل من وزير خارجية هذا الكيان الذي اســـتفز الجزائر من الأراضـــي المغربية وتحدثت عن الدور والتقارب الجزائري الإيراني وكأنه التدخل في شؤون الجزائرية من الأراضي المغربية التي من المفترض إننا إخوة وأشقاء."

3- تحليل الخطاب الرقمي لفيديو (قناة فرانس 24) عبر اليوتيوب الذي تناول موضوع قطع العلاقات الجزائرية المغربية وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

1-1 ترميز الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب الخلفيات الاقتصـــادية والســـياســـية لقرار الجزائر قطع العلاقات وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

تعتبر عملية الترميز من بين أهم العمليات التي يقوم بها برنامج MAXQDA، إذ تساعد هده العملية الباحث على تنظيم وتحليل النص (المكتوب- المرئي- السمعي)، بمساعدة البرنامج وفق آليات تحليل البيانات التي يتيحها البرنامج، ومن خلال تحليل الفيديوهات الخاصة لقطع العلاقات الجزائرية المغربية يمكننا تبيان أهم الجوانب الخاصة بتحليل الخطاب الرقمي التي تم تحليلها من خلال المخطط أدناه. وستشمل العملية كل الفيديوهات عينة البحث:



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

مخطط رقم (8): من إنجاز برنامج MAXQDA يبين عملية ترميز العناصر المهمة لتحليل الخطاب الرقمي للفيديو محل الدراسة

من خلال المخطط يظهر لنا أهم المحاور التي تم ترميزها من طرف الباحثة، الخاصة بتحليل الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب الخلفيات الاقتصادية والسياسية لقرار الجزائر قطع العلاقات والتعليقات المصاحبة له، وفق برنامج تحليل البياناتMAXQDA ، حيث نلاحظ بروز المحاور التالية:

1- محور خطوات هندسة الجمهور:

من خلال اعتماد برنامج MAXQDA، برزت في الفيديو عينة الدراسة ثمانية عناصر خاصة بخطوات هندسة الجمهور: المحاكاة- توظيف المصطلحات المناسبة- التخطيط المسبق- الإبراز- إثارة الخوف – وضع أهداف إستراتيجية – وضع أهداف تكتيكية- التكتيم، وسيتم تحليلها وتبيان جوانبها باستخدام برنامج MAXQDA من خلال نص الفيديو.

2- محور الأطروحات:

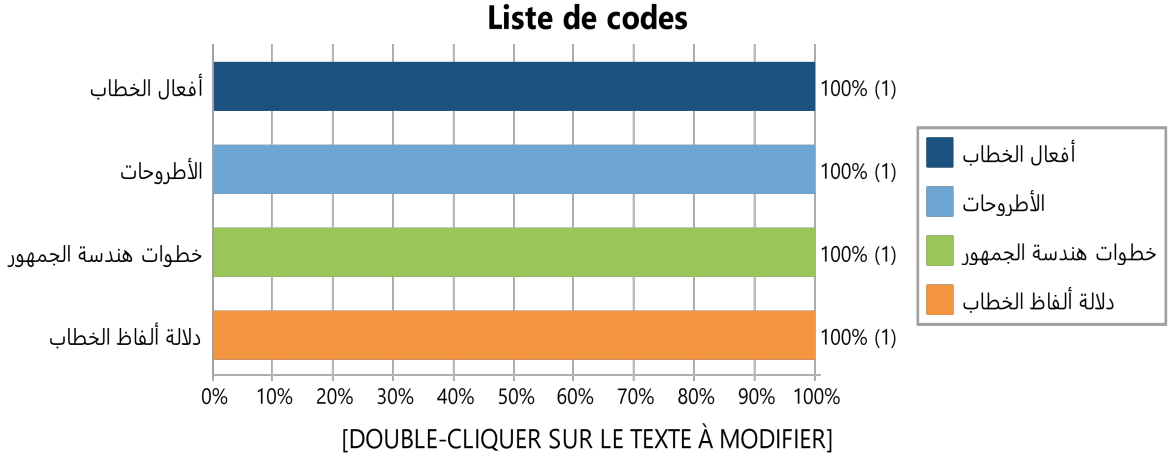
من خلال اعتماد برنامج MAXQDA، برزت في الفيديو عينة الدراسة سبعة عناصر خاصة بالأطروحات المتعلقة بقطع العلاقات الجزائرية المغربية: السياسية- الاقتصادية- القومية- الوطنية تاريخية- الإستراتيجية- الدبلوماسية، وسيتم تحليلها وتبيان جوانبها باستخدام برنامج MAXQDA من خلال نص الفيديو.

3- محور دلالات ألفاظ الخطاب:

من خلال اعتماد برنامج MAXQDA، برزت في الفيديو عينة الدراسة ثلاثة عناصر خاصة بدلالات ألفاظ الخطاب المتعلقة بقطع العلاقات الجزائرية المغربية: دلالة المعنى- دلالة الفاعل- دلالة الزمن، وسيتم تحليلها وتبيان جوانبها باستخدام برنامج MAXQDA من خلال نص الفيديو.

4- محور أفعال الخطاب:

من خلال اعتماد برنامج MAXQDA، برزت في الفيديو عينة الدراسة ثلاثة عناصر خاصة بأفعال الخطاب المتعلقة بقطع العلاقات الجزائرية المغربية: سلبي- إيجابي- محايد، وسيتم تحليلها وتبيان جوانبها باستخدام برنامج MAXQDA من خلال نص الفيديو.



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

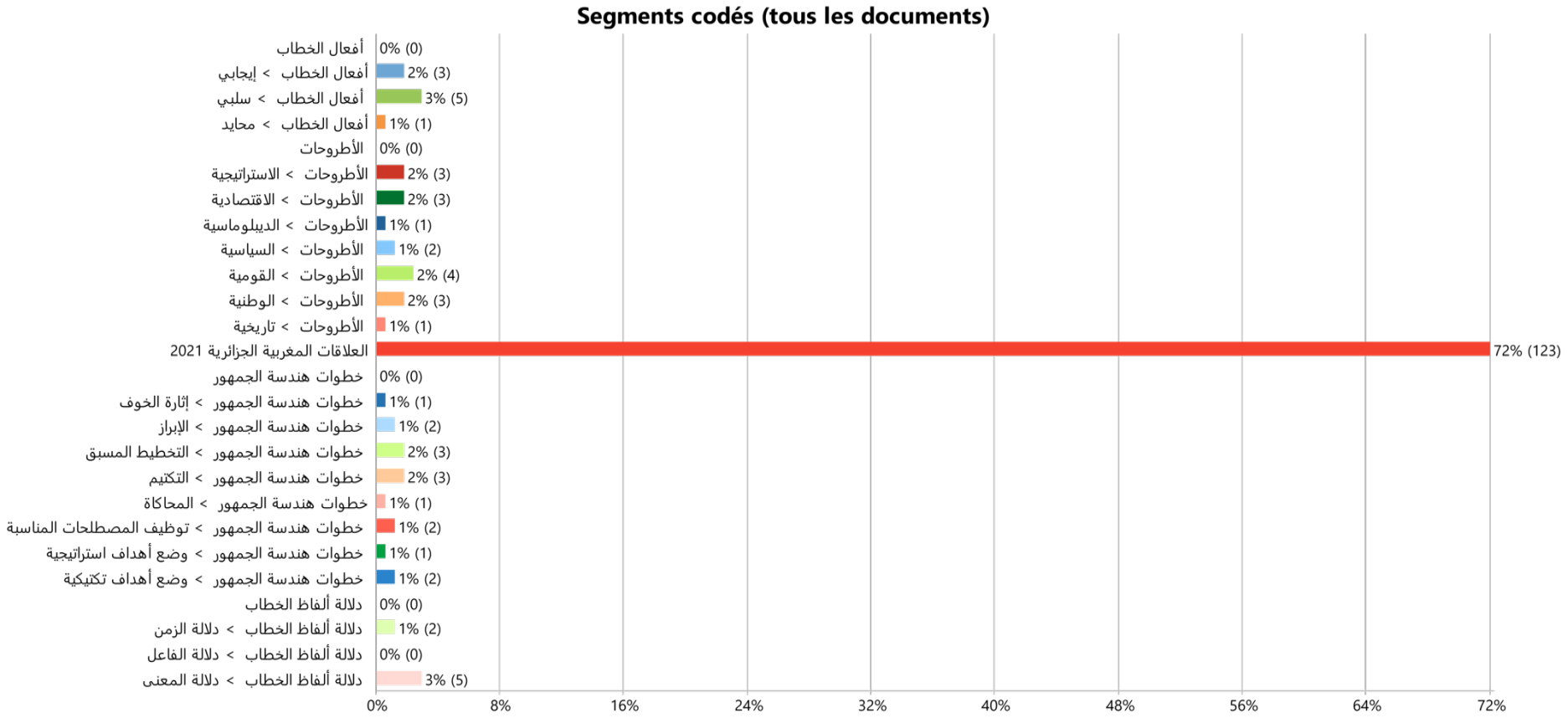
مخطط رقم (9): يوضح قائمة المحاور من خلال برنامج MAXQDA

الجدول رقم (4): عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة

Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
توظيف المصط...	2	0	1,17	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:25
أفعال الخطاب	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/02/2023 22:16
تاريخية	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 23:19
الديبلوماسية	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 23:55
المحاكاة	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:25
السياسية	2	0	1,17	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:30
الأطروحات	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/02/2023 21:56
التكتيم	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 23:08
الوطنية	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:31
وضع أهداف تكت..	2	0	1,17	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:28
التخطيط المسبق	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:26
إيجابي	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:17
الاقتصادية	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:30
وضع أهداف اس...	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:28
الإبراز	2	0	1,17	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:26
محايد	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:17
دلالة الفاعل	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/02/2023 22:20
الاستراتيجية	3	0	1,75	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 23:29
خطوات هندسة ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/02/2023 22:24
إثارة الخوف	1	0	0,58	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:27
دلالة الزمن	2	0	1,17	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:20
العلاقات المغربي..	123	0	71,93	0,00	1	CMIB INFO	04/03/2023 13:16
سلبي	5	0	2,92	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:16
دلالة المعنى	5	0	2,92	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:20
دلالة ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/02/2023 22:19
القومية	4	0	2,34	0,00	1	CMIB INFO	24/02/2023 22:31

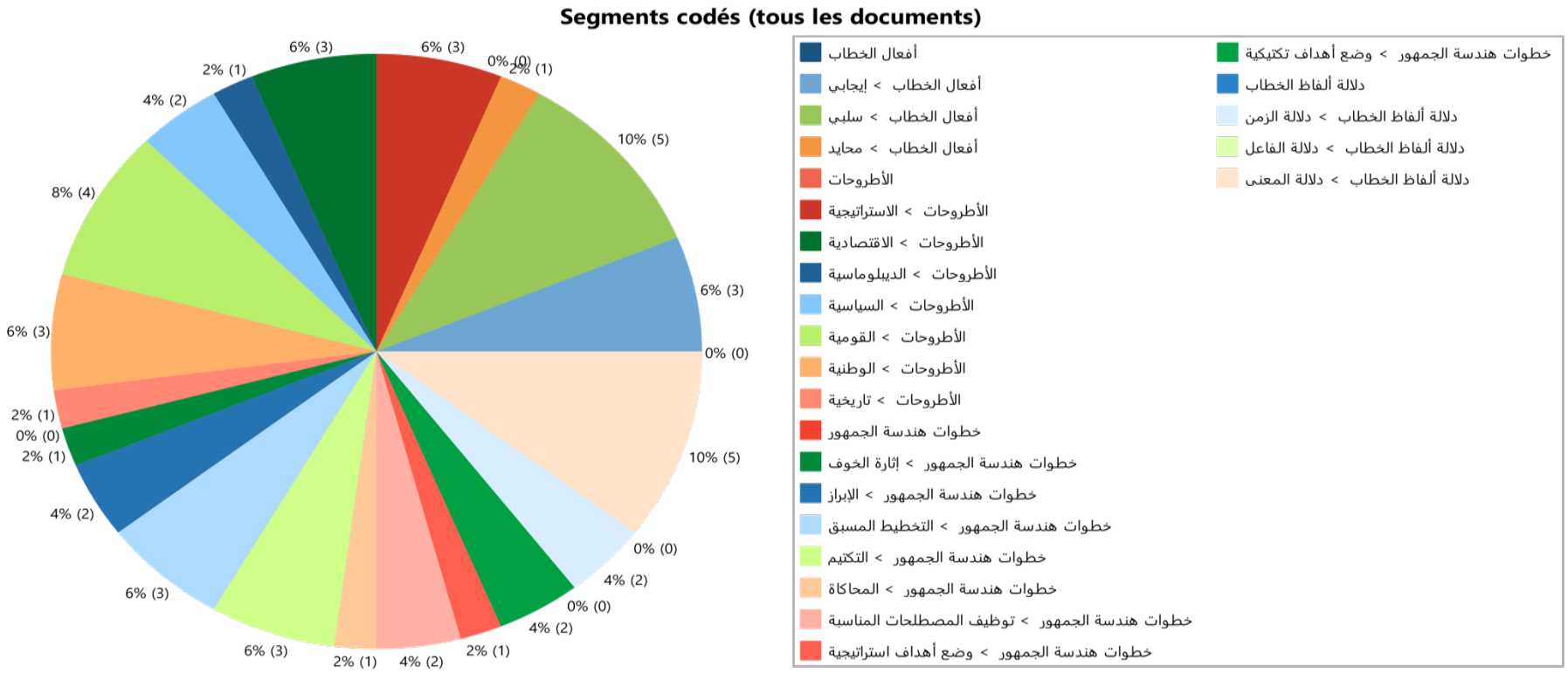
من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية الترميز التي يعتمدها برنامج MAXQDA، أن محور الأطروحات الخاصة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مجتمعة يمثل ما نسبته 34% من نص الفيديو، في حين يمثل محور خطوات هندسة الجمهور مجتمعة ما نسبته 30%، ثم يليه محور أفعال الخطاب مجتمعة بنسبة 18%، ثم يليه محور دلالة ألفاظ الخطاب 14%.



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

مخطط رقم (10): يوضح محاور ترميز الفيديو محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

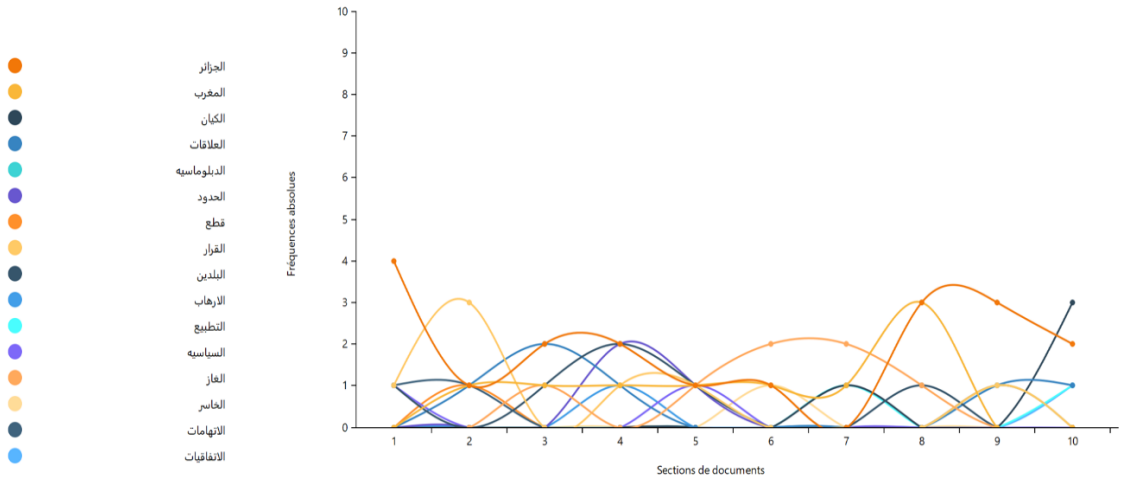
مخطط رقم (11): يوضح الدائرة النسبية لمحاور ترميز الفيديو محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA

1- تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة فرانس 24) باستخدام برنامج MAXQDA

من بين أساسيات برنامج MAXQDA إبراز الألفاظ الأكثر تداولا في تحليل أي نص سواء أكان (مكتوب-سمعي-مرئي)، أما بالنسبة لنص الخطاب الرقمي الخاص بالفيديو محل الدراسة، فمن المهم جدا تحديد أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتواه، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، إذ يظهر من خلال المخطط أدناه درجات توظيفها في الفيديو، وذلك للدلالة على أهم الجوانب وتداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب).

إن هذا المخطط هو امتداد لسحابة الكلمات، إلا أنه بالمقارنة معها، يبرز أهم الألفاظ التي تم تداولها في الفيديوهات محل الدراسة وترددها في النص المكتوب (الملف الذي تم تحليله من خلال برنامج MAXQDA)، حيث وصل تردد الألفاظ الظاهرة في المخطط إلى أقصى درجاته أفقيا 10، أما عموديا فتظهر الألفاظ باللون البرتقالي (الجزائر، قطع، الغاز) الأكثر تداولا، حيث وصل تداولها إلى درجة 4، مقارنة بالألفاظ الأخرى التي احتلت درجات متفاوتة.

إن تحليل الألفاظ من خلال استخدام MAXQDA ، يساعد في تحديد أهم المحاور التي تسعى الباحثة إلى تحليلها من خلال دراسة تداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب).



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

مخطط رقم (12): يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو من إنجاز برنامج MAXQDA

كما يتبين من المخطط أعلاه أنه من خلال مضمون (قناة فرانس 24)، تتكرر الألفاظ والكلمات الستة عشر الظاهرة أعلاه، منها ما ينتمي للمصطلحات السياسية، على غرار الاتفاقيات، الاتهامات، الخاسر، الغاز، السياسية، التطبيع، الإرهاب، البلدين، القرار، قطع، الحدود، الدبلوماسية، العلاقات، الكيان، المغرب، الجزائر. قرار السلطات الجزائرية القاضي بغلق مكاتب هذه القناة التي لا يبدو أنها ستعود قريبا إلى الجزائر.

تحليل الخطاب الرقمي لفيديو قناة فرانس 24 وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، ودلك بغرض تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة فرانس 24، وتم هدا التحليل انطلاقا من النص.

1- خطوات هندسة الجمهور:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى تسعة عناصر نذكرها: إثارة الخوف-التكتيم[1]- الإبراز- التخطيط المسبق- المحاكاة- توظيف المصطلحات المناسبة- وضع أهداف إستراتيجية- وضع أهداف تكتيكية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناء على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا على الأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، وتداعياتها السياسية والاقتصادية، إذ احتل عنصر إثارة الخوف نسبة 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في محاولة المملكة المغربية لنشر الإرهاب سواء جريمة منظمه تهريب المخدرات من الحدود الغربية بالإضافة إلى استفزازات إعلاميه والدبلوماسية إضافة إلى ثبوت تجسس المملكة على مسؤولين جزائريين ومواطنين مثل ما حدث مع فرنسا.

كما يمثل عنصر التكتيم نسبة 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في عدم تلقي السلطات الجزائرية أي رد من المملكة المغربية بخصوص طلب توضيحات والتفسيرات لما قام به سفير المملكة في الأمم المتحدة، إضافة إلى عدم تعليق المغرب بعد على هذا القرار، وبالتالي فإن السلطات المغربية التي لم ترد تعمل على استفزاز الجزائر من خلال الضرب في وحدتها وكأنها تؤيد ذلك القرار. وكله يمثل نوع من التزام الصمت والتكتيم من الطرف المغربي وكأنه راضي بتصرف السفير.

[1] يعرف مصطلح التكتيم في القواميس العربية على أنه المبالغة في الكتمان، كما يحمل معنى الإخفاء، والمقصود به في الدراسة أنه مجموعة الرسائل الضمنية الخفية المقصودة من خلال فيديوهات اليوتيوب التي تناولت قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

أما مصطلح المحاكاة simulation فهو مصطلح لاتيني يعني نسخة أو صورة انعكاسية مصغرة للواقع، وبالتالي يشير المصطلح في الدراسة إلى مجموعة الرسائل الصريحة والضمنية التي تتناولها قنوات اليوتيوب محل الدراسة، من أجل محاكاة وتمثيل واقع العلاقات الجزائرية المغربية.

في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 4% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا الجزائر مطالبة الجزائر المملكة المغربية بتوضيحات والتفسيرات لما قام به سفير المملكة في الأمم المتحدة قبل أكثر من شهر، وهذا يمثل محاولة الجزائر تدارك الأزمة من خلال إبراز المغرب لترف سفيرها بالأمم المتحدة، كما ظهر عنصر الإبراز في تقديم المغرب توضيحات لشعبه بسبب خسارة أنبوب الغاز الجزائري الذي يمر على ترابها بسبب قطع العلاقات.

كما يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب لم يكن مفاجئا بل كان له تداعيات جعلت الأمور تتأزم بين البلدين خصوصا من الطرف المغربي، إضافة إلى أن سفير المغرب في الأمم المتحدة باستقلال ولا بانفصال منطقة من مناطق الجزائر أن يطالب السفير المغرب في الأمم المتحدة باستقلال ولا بانفصال منطقه من مناطق الجزائر (القبائل) وهي تعتبر قلب الجزائر فهذا يضرب الوحدة الوطنية سواء الشعبية والترابية، إذ أن ما قام به لم يكن مجرد تصريح حتى يعتبر انه زلت لسان ولكن كان مذكره وزعت على أعضاء حركه عدم الانحياز بالأمم المتحدة، بل كان مخطط له مسبقا.

وتمثل المحاكاة نسبة 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في وصف الأستاذ "رضوان بوهيدل" بالعلاقات بين الجزائر والمغرب أنها علاقات الإخوة الأعداء، وكأنه يعطي تصور مسبق للعلاقات بين البلدين المبنية عن عدم الوصول إلى اتفاق، وبالتالي فهو يحاكي وضع الأزمة على أنها أزمة بين الأعداء.

في حين يمثل توظيف المصطلحات المناسبة نسبة 4% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن المملكة اليوم خاسرة وستخسر الكثير من خلال قطع العلاقات، وهو توظيف مناسب للمصطلح الذي يلخص تداعيات الأزمة على المغرب خصوصا، إضافة إلى أن قرار قطع العلاقات الدبلوماسية جاء في الوقت المناسب لحفظ ماء الوجه بالنسبة إلى الجزائر، وهو الآخر توظيف مناسب للمصطلح وذلك بناء على عدم تجاوب الطرف المغربي مع طلب الجزائر بتقديم توضيحات حول ما قام به السفير المغربي في الأمم المتحدة.

كما يمثل وضع أهداف إستراتيجية نسبة 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويظهر دلك في أن الجزائر قامت بتدشين أنبوب غاز الذي يمر عبر مدينه الغزوات في غرب الجزائر عبر البحر مباشره إلى اسبانيا، وهي خطوة إستراتيجية لتنشيط البعد التجاري لنقل الغاز إلى اسبانيا بعيدا عن الأراضي المغربية.

في حين يمثل وضع الأهداف التكتيكية نسبة 4% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز دلك في أن الجزائر ســـتقوم بمراجعة الاتفاقيات التجارية مع المملكة المغربية ووقف الرحلات الجوية ما بين البلدين وتأمين الحدود، إضافة إلى أن النظام المخزني تحديدا كان يبحث عن مبررات لقطعه هذه العلاقات مع الجزائر.

2- الأطروحات:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناء على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا على الأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، إضافة إلى ما تقتضيه ضرورة تحليل الخطاب الرقمي لهذا الفيديو، فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن توتر العلاقات بين المغرب والجزائر ليس جديدا بل له خلفية تاريخية مند 1963، ومحاولة المغرب احتلال الجزائر مباشرة بعد الاستقلال

في حين تمثل الأطروحات السياسية نسبة: 4% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن الجزائر اتخذت موقفا سياسيا يحفظ لها سيادتها الدولية والإقليمية وكذلك الوطنية، وأنه سيكون هنالك تغير كبير في العلاقات من الناحية السياسية بين البلدين.

كما تمثل الأطروحات الاقتصادية نسبة:6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أنه من الناحية التجارية هناك الكثير من الأمور ستتغير وأهمها أنبوب الغاز الذي يمر عبر الأراضي المغربية نحو اسبانيا، وهو جزء من تغير العلاقات الاقتصادية بين البلدين، إضافة إلى هناك مشكله في المغرب هو الذي سيخسر لأنه كان يستفيد من حوالي 800,000 متر مكعب من الغاز الجزائري بالإضافة إلى رسوم مرور هذا الأنبوب على أراضيها اعتقد انه ستخسر لما تخسر هذه هي ستخسر حتى المادة في حد ذاتها ماده الغاز الطبيعي الجزائري.

في حين تمثل الأطروحات القومية نسبة: 8% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في الواقع السياسي القومي لقطع العلاقات ليس جديد بل أن هده العلاقات كانت متوترة بين الجارتين مند سنة 1963، كما أنه انطلاقا من البعد القومي أن لا شيء سيتغير بين الشعبين، ولكن المغرب خسرت جارتها التقليدية، التي من المفترض أن شعبيها إخوة وأشقاء.

كما أن الأطروحات الوطنية تمثل نسبة: 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أنه من خلال قرار قطع العلاقات سيحفظ للجزائر سيادتها الوطنية، إضافة إلى تدخل المغرب في الشؤون الداخلية للجزائر في أن يطالب السفير المغرب في الأمم المتحدة باستقلال ولا بانفصال منطقه من مناطق الجزائر وهي تعتبر قلب الجزائر فهذا يضرب الوحدة الوطنية سواء الشعبية والترابية، وتحدث وزير خارجية الكيان الصهيوني الذي استفز الجزائر من الأراضي المغربية وتحدثت عن الدور والتقارب الجزائري الإيراني، وكأنه التدخل في شؤون الجزائرية من الأراضي المغربية.

وتمثل الأطروحات الإستراتيجية نسبة: 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في أن المغرب كانت له رؤية إستراتيجية من خلال إعادة فتح الحدود بينها وبين الجزائر، وتظهر الأطروحات الإستراتيجية كذلك في تدشين لأنبوب غاز الذي يمر عبر مدينه الغزوات في غرب الجزائر عبر البحر مباشرة إلى اسبانيا، وهي خطوة إستراتيجية لقطع العلاقات الاقتصادية مع المغرب، إضافة إلى أن المملكة المغربية بدأت تخسر جارتها الإستراتيجية التي كانت تعطيها دفعة في كل المجالات.

في حين تمثل الأطروحات الدبلوماسية نسبة: 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن الجزائر لم تذهب مباشره إلى قطع العلاقات على يعني كل ما يوجد في اتفاقيات فيما يخص الأعراف الدبلوماسية والقنصلية هي استدعت سفيرها في الرباط في الجزائر.

3- أفعال الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: سلبي إيجابي ومحايد، ويرجع اختيار الباحثة لهدا المحور وذلك لبروز عناصره في نص الفيديو، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 10% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في أن الجزائر في بيانها يوم 16 جويلية الماضي طلبت بتوضيحات ولم تتلقى أي رد من المملكة المغربية بل بالعكس كانت هناك استفزازات وما زاد الطين بلة هو ثبوت ضلوع المملكة في دعم الحركتين الإرهابيتين بالنسبة للجزائر وهي حركه الماك وحركه رشاد، وهي تمثل تصرفات سلبية من الجانب المغربي، إضافة إلى أن المملكة اليوم خاسرة وستخسر الكثير من خلال قطع العلاقات على عكس الجزائر، ويمثل تأثير سلبي على المغرب، كما أن السلطات المغربية التي لم ترد تعمل على استفزاز الجزائر من خلال الضرب في وحداتها وكأنها تؤيد ذلك القرار، في حين أن وزير خارجية الكيان الصهيوني استفز الجزائر من الأراضي المغربية وتحدثت عن الدور والتقارب الجزائري الإيراني

وكأنه التدخل في شؤون الجزائرية من الأراضي المغربية، وكل ما ذكر أثر بشكل سلبي على العلاقات ما بين البلدين.

في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في لا شيء سيتغير بالنسبة إلى الشعبين على الأقل من الناحية المعنوية، ويتجسد كذلك في أن الجزائر اليوم تتعامل بمنطق الرابح وليس رابح خاسر.

ويشكل عنصر الحياد نسبة: 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن المغرب راهن على التطبيع مع الكيان الصهيوني هذا شأن خاص بالمملكة.

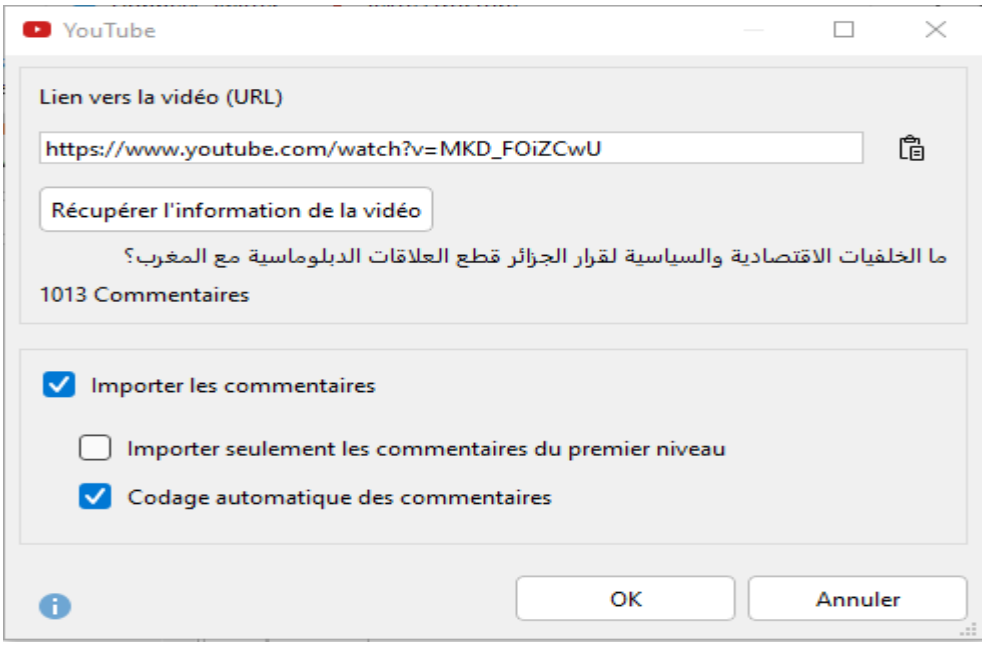
4- دلالة ألفاظ الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى دلالة الزمن، دلالة الفاعل، دلالة المعنى، ويرجع اختيار الباحثة لهدا المحور ودلك لبروز عناصره هو الآخر في نص الفيديو، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 4%، ويظهر أساسا في الجزائر في بيانها يوم 16 جويلية الماضي طلبت بتوضيحات ولم تتلقى أي رد من المملكة المغربية، وهو تحديد للزمن الذي صدر فيه البيان، كما يظهر هدا العنصر في لعلاقات كانت متوترة يعني منذ 1963 منذ أن حاول المغرب احتلال الجزائر مباشرة بعد الاستقلال، وفيه إشارة لزمن بداية توتر العلاقات بين البلدين، في حين أن عنصر دلالة الفاعل لم يكن بارزا في نص الفيديو.

كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 10% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في مملكه اليوم خاسرة وستخسر الكثير من خلال قطع العلاقات على عكس الجزائر وله معنى قوي عن خسارة البعد القومي بين الجارتين، ويظهر كذلك في أن العلاقات كانت متوترة يعني منذ 1963 منذ أن حاول المغرب احتلال الجزائر مباشرة بعد الاستقلال وله معنى على الخيانة والغدر من الجانب المغربي، ويظهر كذلك في انه لم يتغير شيء ما بين مواطني البلدين، وله معنى عن الروابط الأخوية التي تجمع بين الشعبين، ويظهر هدا العنصر في وزير خارجية الكيان الصهيوني الذي استفز الجزائر من الأراضي المغربية وتحدثت عن الدور والتقارب الجزائري الإيراني وكأنه التدخل في شؤون الجزائرية من الأراضي المغربية، وله معنى قوي عن وقوف المغرب إلى جانب عدو الأمة العربية والإسلامية، والتطبيع معه.

تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على فيديو قناة فرانس 24 على اليوتيوب محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

قامت الباحثة بتحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو محل الدراســـة، إذ يمثل العدد الإجمالي للتعليقات المقدر بـــ: 1013، وهو عدد لا بأس به من مجموع مشاهدات الجمهور للفيديو عبر قناة فرانس 24 على اليوتيوب، والمقدرة بـ: 29 70 ، وقد قام برنامج التحليل النوعي MAXQDA باختيار أهم التعليقات في المستوى الأول، حول محتوى الفيديو بطريقة آلية كما هو مبين في الصورة أدناه، وتم حصرها من طرفه في: 370 تعليق.



صورة رقم (03): توضح جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب للفيديو محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA

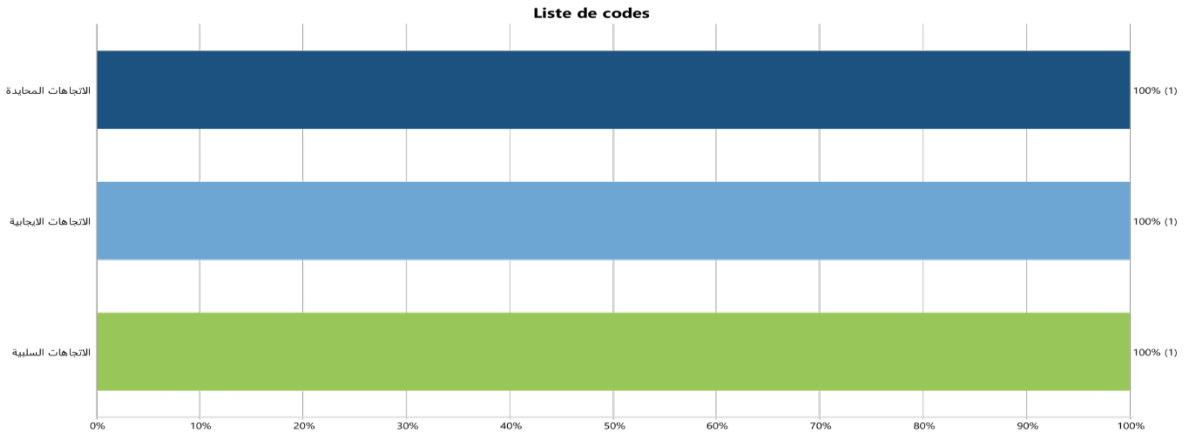
ومن خلال خاصية جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب التي يوفرها MAXQDA، وحصر عدد التعليقات المهمة حول الفيديو الذي تم اختياره بطريقة عمدية من طرف الباحثة بعنوان: **ما الخلفيات الاقتصادية والسياسية لقرار الجزائر قطع العلاقات البلوماسية مع المغرب؟**، والذي تم نشره في قناة فرانس 24 عبر اليوتيوب بتاريخ: 25 أوت 2021، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا من جهة، وكون تم نشـــره مباشـــرة بعد بيان قرار قطع العلاقات الدبلوماســـية من طرف وزير الخارجية الجزائري "رمطان العمامرة".

وكخطوة أولى قامت الباحثة بالاعتماد على برنامج MAXQDA بتقسيم اتجاهات الجمهور إلى ثلاثة (03) أقسام مهمة هي:

- الاتجاهات المحايدة
- اتجاهات الإيجابية: وتم تقسيمها بدورها إلى: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة – مشاعر التقبل.
- الاتجاهات السلبية: وتم تقسيمها هي الأخرى إلى: مشاعر الكراهية- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم – مشاعر الاستياء – مشاعر الخوف والقلق –مشاعر التعصب.

وجاءت هذه التقسيمات بناء على محاولة فهم تأثير الفيديو محل الدراسة على اتجاهات الجمهور، وما إذا كان هناك ارتباط بين محتواه وردة فعل الجمهور اتجاه القضية المطروحة فيه.

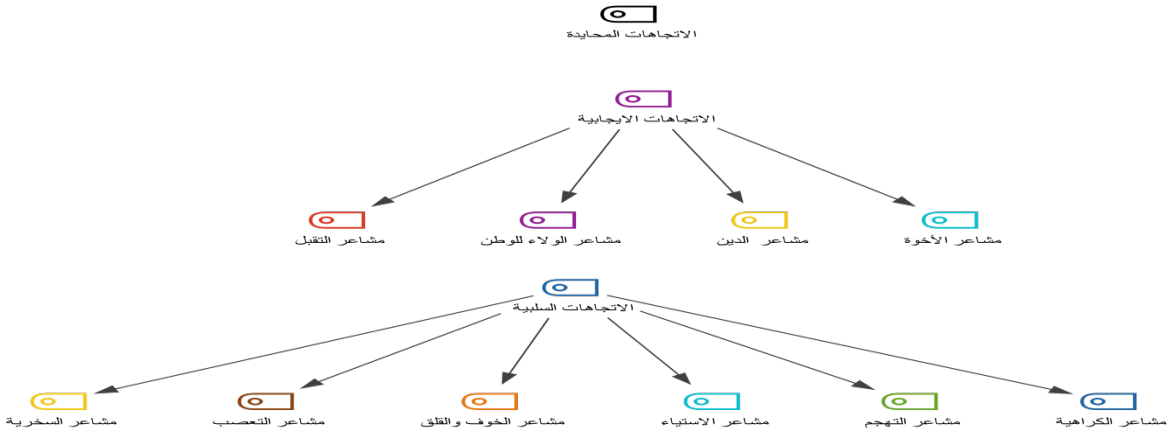
وتم تمثيل هذه الاتجاهات في المخطط البياني من إنجاز برنامج MAXQDA التالي:



من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

مخطط رقم (13): يبين أهم اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على فيديو (قناة فرانس 24) من انجاز MAXQDA

كما قام البرنامج بإنجاز المخطط العام لهذه الاتجاهات والعناصر المرتبطة بها على الشكل التالي:

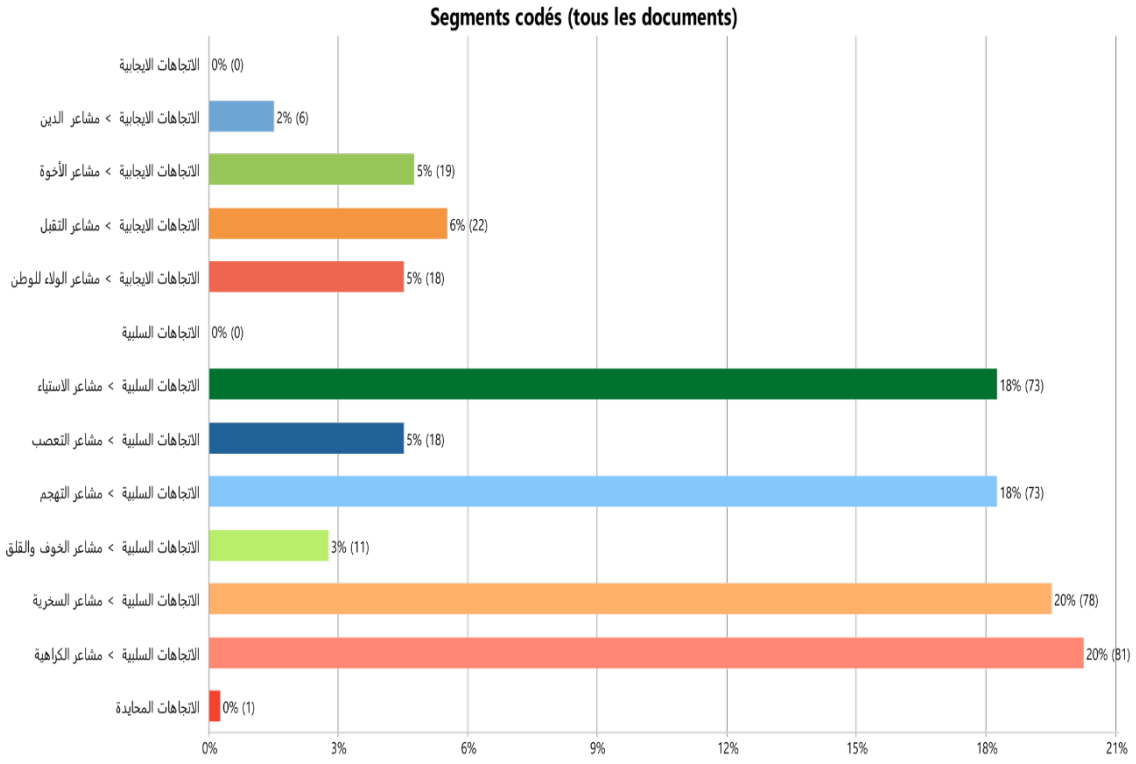


من تصميم الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA

2- تحديد عدد ونسب العناصر المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال التعليقات باستخدام MAXQDA:

من خلال خاصية الترميز التي يتيحها برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تم تحديد نسب المحاور الأساسية لاتجاهات الجمهور والعناصر المرتبطة بها في الجدول والمخطط الموجودين أدناه:

	Code supérieur	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Dernière modifi...	Modifié	Créé par :	Date de création
		الاتجاهات الايجاب..	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 01:03
		الاتجاهات المحاي...	1	0	0,25	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 01:03
	الاتجاهات الايجاب..	مشاعر الأخوة	19	0	4,75	0,00	1	CMIB INFO	12/03/2023 23:09	CMIB INFO	10/03/2023 00:58
	الاتجاهات الايجاب..	مشاعر الولاء للو...	18	0	4,50	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:10
	الاتجاهات السلبية	مشاعر التهجم	73	0	18,25	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:06
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الخوف و...	11	0	2,75	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:15
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الاستياء	73	0	18,25	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:07
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الكراهية	81	0	20,25	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 01:03
	الاتجاهات السلبية	مشاعر التعصب	18	0	4,50	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:19
	الاتجاهات السلبية	مشاعر السخرية	78	0	19,50	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:24
	الاتجاهات الايجاب..	مشاعر التقبل	22	0	5,50	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:16
		الاتجاهات السلبية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 01:03
	الاتجاهات الايجاب..	مشاعر الدين	6	0	1,50	0,00	1	CMIB INFO	11/03/2023 13:28	CMIB INFO	10/03/2023 23:05



مخطط رقم (14): من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات

يمكن ملاحظة التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

1- أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم باستخدام برنامج MAXQDA:

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

إن تحديد المصطلحات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، من خلال خاصية سحابة الكلمات التي يحللها برنامج MAXQDA، تحيلنا إلى ارتباط هذه المصـــطلحات باتجاهات الجمهور، وتفاعله مع الفيديو، والتأثير الذي خلفه في نفسية الجمهور، نظرا لحساسية القضية التي تمثل تعميق لبخلاف والقطيعة بين البلدين (المغرب والجزائر).

وتبرز سحابة الكلمات الموضحة في المخطط الظاهر فيما يلي تعدد مجالات المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة فرانس 24)، حيث يوجد مجموعة من المصـــطلحات ذات مضـــامين ســـياســـية بالدرجة الأولى، فقد ورد الحديث فيها عن وزير الخارجية الجزائري (لعمامرة)، والجانب العســكري الذي يبرز من خلال مصــطلح العســكر، العســكري، كما أن هنالك حديث عن الدولة والنظام والكيان، وحتى الشـــعب، كما هنالك تأكيد على القطيعة بحيث يبرز مصـــطلحي قطيعة ومقطوعة كفعل ومفعول، كما يبرز أيضا مصطلح الحدود.

كما تبرز مصطلحات ذات بعد اقتصادي وديني، وتظهر المصطلحات ذات العلاقة بالمجال الاقتصادي في كل من مصطلح الغاز، أما المصطلحات الدينية تبرز في الله، الحمد. كما يظهر من سحابة الكلمات أيضا على اتجاهات وآراء ومواقف مشاهدي الفيديو محل الدراسة والبارزة في كلمة لا، مع، ضد.



مخطط رقم (15): يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة فرانس24) محل الدراسة

2- تحليل اتجاهات الجمهور باستخدام برنامج MAXQDA

قامت الباحثة بالاســـتعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة فرانس 24.

1-الاتجاهات المحايدة:

تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو، إذ علق أحدهم بخصوص تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني قائلا بأن من حق كل دولة تعمل ما تشاء.

2-الاتجاهات الإيجابية:

من بين المحاور الأساسية في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، محور الاتجاهات الإيجابية الذي قامت الباحثة بتقسيمه إلى أربعة عناصر مهمة: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة- مشاعر التقبل، إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 2% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الدعوة إلى إخماد نار الفتنة بين الجارتين، والدعاء لهما بالخير والصلاح، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 5% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في التذكير بأواصر الأخوة بين الشعبين الجزائري والمغربي، التي تجمعهما علاقات النسب والمحبة.

كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن نسبة: 5%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن، وكلها هتافات لها علاقة بالولاء للوطن.

في حين تمثل مشاعر التقبل نسبة:6% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والترحيب بقطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، وهو يمثل حسب رأيهم قرار إيجابي يحفظ للبلدين سيادتهما.

3-الاتجاهات السلبية:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية،وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وقد تم تصنيفها من طرف الباحثة

إلى سبعة عناصر نذكرها: مشاعر التعصب- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم- مشاعر الكراهية – مشاعر الاستياء- مشاعر الخوف والقلق.

تمثل مشاعر التعصب نسبة:5% من الاتجاهات السلبية، وتبرز أساسا في تعصب المغاربة المتابعين للفيديو على اليوتيوب من خلال تعليقاتهم، لفكرة انفصال منطقة القبائل في الجزائر، وتأسيس الجمهورية الأمازيغية، وهذا المؤشر يعد سلبي ويؤثر بدوره على العلاقات الدبلوماسية بين الجارتين.

في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 20% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين وتشبيهه بمسألة الطلاق بين الرجل والمرأة، كما تتجسد في اعتبار القرار مهزلة، وكذلك السخرية من طريقة معالجة الأزمة من خلال الفيديو والحوار الجاري فيه...

كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:18% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، وكذلك التهجم على خطاب وزير الخارجية الجزائري ووصفه بالكذب، وغيرها من الجوانب الأخرى...

كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 20%، وتبرز أساسا في التراكمات التاريخية التي خلفتها العلاقات المتوترة بين البلدين، التي وصلت إلى حد غلق الحدود بينهما، وكذلك مشاعر الكراهية اتجاه الطرف الفرنسي، والطرف الصهيوني الذي عمق من الخلافات والتوتر بين الجارتين، لدرجة قطع العلاقات الدبلوماسية بينهما، وغلق المجال الجوي الجزائري أمام الطائرات المغربية.

في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 18% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، وتجرأ هذا الكيان بتهديد الجزائر من داخل الأراضي المغربية الشقيقة، وكذلك الاستياء من تصرف السفير المغربي لدى الأمم المتحدة ودعوته في البيان الذي وزعه إلى استقلال منطقة القبائل وانفصالها.

أما مشاعر الخوف والقلق مثلت نسبة: 3% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا من الخوف والقلق من تبعات هذا القرار خصوصا على المغاربة، وكذلك الخوف والقلق من احتدام التوتر بين البلدين.

4. العلاقات الجزائرية المغربية من منظور قناة النهار على اليوتيوب

1- تحليل الفيديو الثاني والتعليقات المرتبطة به على قناة النهار tv على اليوتيوب:

4- بيانات الفيديو من خلال برنامج MAXQDA:

عنوان الفيديو	عبد العزيز رحابي.."هكذا سيكون مستقبل العلاقات الجزائرية المـغربية في ظل " الظروف الراهنة
تاريخ وتوقيت مشاهدة وتحميل الفيديو	YouTube (22:33 2023/03/18)
قناة اليوتيوب	**Auteur** Ennahar TV
تاريخ نشر الفيديو على اليوتيوب	**Publié** mardi 24 mai 2022 13:00:02
مجال الفيديو	**Catégorie** News & Politics
عدد المشاهدات	**Vues** 198 779
عدد الإعجابات	"**J'aime**" 2 176
عدد التعليقات	2259 **comentaires**
رابط الفيديو	https://www.youtube.com/watch?v=HGi7rWkepN0
مدة الفيديو	08:29

1- تحويل الفيديو إلى نص مكتوب:

في نفس الخطوة مع الفيديو الأول، وتحليل الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب: عبد العزيز رحابي.."هكذا سيكون مستقبل العلاقات الجزائرية المـــغربية في ظل الظروف الراهنة، قامت الباحثة بتحويل الفيديو إلى نص مكتوب باستخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي **Sonix**، ويمكن عرض نص الفيديو محل الدراسة،

لقاء مع الأستاذ "عبد العزيز رحابي":

"من تصـــريح الشـــؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج بها الأمس أو قبل أمس التي تحدث عن مســـالة قطع العلاقات الدبلوماسـية مع المغرب قال أن هذا الأمر لا يحتمل وسـاطة احد ربما الظروف اللي بيننا وبين المغرب نحن أعلم بها قراءتنا في مســـتقبل هذه العلاقة المتعثرة ما بين الجارين لا يجب أن نهرب بعيدا عنه تربطنا حدود مشـتركه مع المغرب ربما حتى فيه مصـالح اسـتراتيجيه هل ربما فيه أمكانية لان تحل هذه الأزمة مسـتقبلا وفق تغيرات معينه وإذا ما طالت هذه الأزمة هل نتوقع أن يكون لها تأثير اكبر على الجزائر في ظل التصـــعيد المغربي الحالي الأســـباب التي أدت إلى قطر العلاقات نعم وزاره الموجودة حملات الإعلامية والخطاب الرسمي العدواني وتدفق المخدرات وتشـويش على الوجود الجزائري في دول هو تصـريح سـفيرها بالأمم المتحدة يوم 14 جويلية اعتقد السـنة الماضـية حول الوحدة الوطنية غير مقبول مسـتفز يمس مباشـره بالوحدة الوطنية ويطلب من منطقه عزيزة الجزائريين أنها تنفصـل على الجزائر أنا كنت أتوقع شـخصـيا انه ملك المغرب أو سـلطه فوق سـلطه السـفير تعتذر او تسـحب هذا الخطاب أولا أن هذا لم يحصـل ثانيا قبل أسـبوعين وثلث أسـابيع في نيويورك إعادة نفس الخطاب نفس السـفير وفي آن واحد أكيد أن هناك حسـاسية عن إخواننا في دول الخليج ما يحسـن فيما يخص المغرب هذه راجعه لطبيعة الأنظمة العلاقات الموجودة بنا عائليه عن علاقات مميزه مع الســـعودية منذ ثوره التحرير السـعودية من الأوائل والعائلة الحاكمة في السـعودية هم أصـدقاء الثورة الجزائرية منذ 50 ولا أتصـور انه يكون أي وساطة لا اعتقد بحكم بمعرفه هذا الملف ولان هذه المذكر هذا منذ 20 - 30 سنه ونسمع في نفس الحكي كل مره يجي أخ من دول الخليج إلى الجزائر تخرج في وسـائل الإعلام فكره أنه جاي يتوسـط بين المغرب والجزائر كانت أنداك كانت فرنسـا كانت كل مرة زيارة بيننا وبين فرنسـا يقولو أنهم يتوسـطوا بين الجزائر والمغرب شـيء الأسباب التي أدت إلى قطع نعم طيب ماذا عن مستقبل هذه العلاقة هل ستبقى مقطوعة هل سيكون لها تأثيرات مباشرة على الجزائر في ظل هذا التصعيد المغربي لما تتحالف مع عدو وتخليه يصلح ضد بلد جار لما تتبنى سياسة غير واقعيه وغير منطقيه تجاه ملفات نتقاسم المسؤولية على غرار القضية الفلسطينية شوف اعتقد

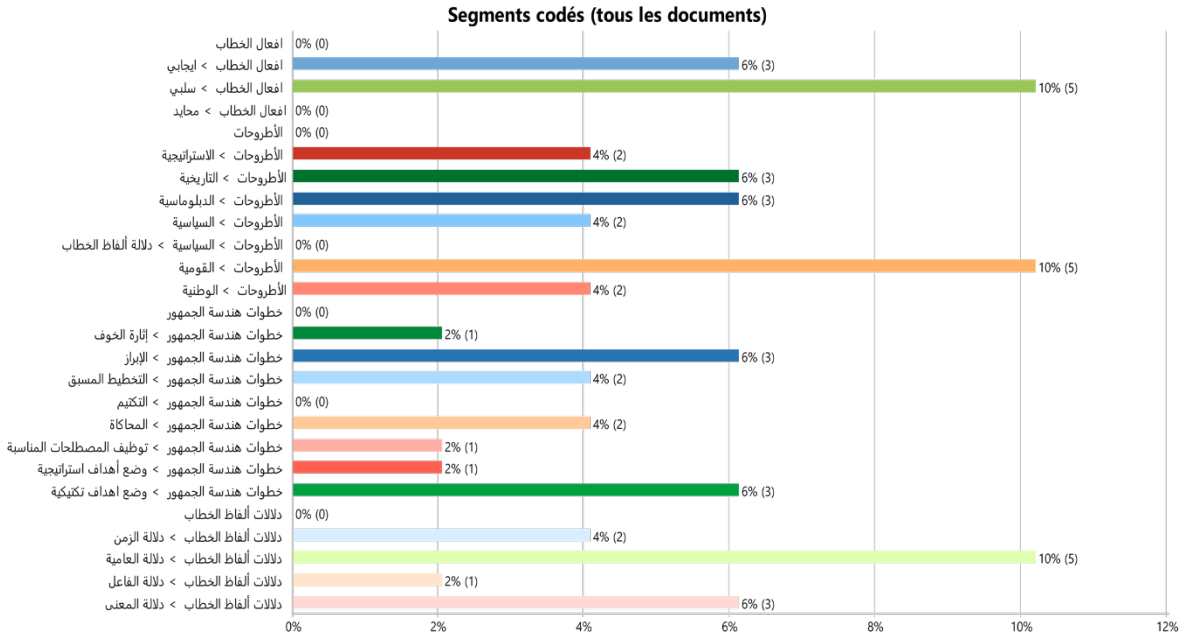
أن هناك في الإعلام وجود بعض التشـويش حول القمة اللي راح تكون في الجزائر إن شـاء الله في نوفمبر القمة اللي راح تكون في الجزائر إن شـــاء الله في نوفمبر وهذا أول نوفمبر عزيز علينا كثير هناك تجاوب كبير للدول العربية بما في ذلك الخليج مع هذه القمة والعلاقات احنا عندنا علاقات مميزه مع السعودية منذ زمن طويل ثانيا احنا أنا لا انتمي إلى الفئة هذيك تاع الناس لتتأثر بما يكتب او يقال عن الجزائر شعوبيه يعني انا يقال ويكتب الكثير الجزائر تقوم بالاتصالات مع كل الدول العربية القمة مفتوحة أنت تعرف يعني في حد ذاتها القمم العربية أساس تتناول ملف أساسي ومركزي وهو القضية الفلسطينية. "

ترميز الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب .."هكذا سيكون مستقبل العلاقات الجزائرية المـــــــغربية في ظل الظروف الراهنة وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
	وضع أهداف اس...	1	0	2,04	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:17
	ايجابي	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:58
	دلالات ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:12
	الأطروحات	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:06
	التخطيط المسبق	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:16
	دلالة الزمن	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:12
	دلالة الفاعل	1	0	2,04	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:13
	دلالة المعنى	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:12
	الدبلوماسية	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:29
	افعال الخطاب	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:58
	التاريخية	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:07
	دلالة ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:10
	محايد	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:58
	خطوات هندسة ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:15
	الإبراز	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:16
	إثارة الخوف	1	0	2,04	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:16
	دلالة العامية	5	0	10,20	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:13
	وضع اهداف تكت..	3	0	6,12	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:18
	سلبي	5	0	10,20	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:58
	توظيف المصط...	1	0	2,04	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:17
	التكتيم	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	18/03/2023 23:16
	الاستراتيجية	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:09
	السياسية	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:06
	القومية	5	0	10,20	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:08
	المحاكاة	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:20
	الوطنية	2	0	4,08	0,00	1	CMIB INFO	18/03/2023 23:07

الجدول رقم (5): يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي لفيديو (قناة النهار) محل الدراسة

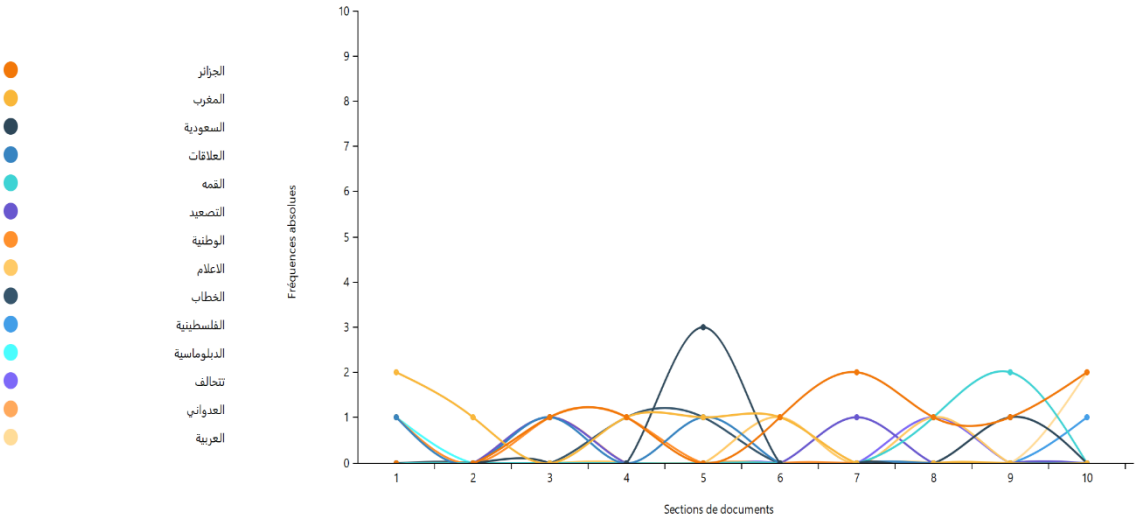
الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية الترميز التي يعتمدها برنامج MAXQDA، أن محور الأطروحات الخاصة بمستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة مجتمعة يمثل ما نسبته 34.6% من نص الفيديو، في حين يمثل محور خطوات هندسة الجمهور مجتمعة ما نسبته 26.52%، ثم يليه ثم يليه محور دلالة ألفاظ الخطاب 24.41%. ثم يليه محور أفعال الخطاب مجتمعة بنسبة 16.32%.



مخطط رقم (16): يوضح محاور ترميز فيديو (قناة النهار) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA

1- تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو باستخدام برنامج MAXQDA

كما رأينا مع نص الفيديو السابق، أن من بين أساسيات برنامج MAXQDA إبراز الألفاظ الأكثر تداولا في تحليل أي نص سواء أكان (مكتوب-سمعي-مرئي)، أما بالنسبة لنص الخطاب الرقمي الخاص بالفيديو محل الدراسة، فمن المهم جدا تحديد أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتواه والمتمثلة في أربعة عشر كلمة وهي: الجزائر، المغرب، السعودية، العلاقات، القمة، التصعيد، الوطنية، الإعلام، الخطاب، الفلسطينية، الدبلوماسية، تتحالف، العدواني، العربية، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، إذ يظهر من خلال المخطط أدناه درجات توظيفها في الفيديو، وذلك للدلالة على أهم الجوانب وتداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب).



مخطط رقم (17): يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة النهار) من إنجاز برنامج MAXQDA

تحليل الخطاب الرقمي للفيديو وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة النهارtv، وتم هذا التحليل انطلاقا من النص.

1- خطوات هندسة الجمهور:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة في تحليل خطاب هذا الفيديو إلى تسعة عناصر نذكرها: إثارة الخوف-التكتيم- الإبراز- التخطيط المسبق- المحاكاة- توظيف المصطلحات المناسبة- وضع أهداف إستراتيجية- وضع أهداف تكتيكية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا على الأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، وتداعياتها السياسية والاقتصادية، إذ احتل عنصر إثارة الخوف نسبة 2.04% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في محاولة الإعلام التشويش على القمة العربية التي انعقدت في الجزائر، وذلك لتشكيل صورة ذهنية تتجسد في الخوف من عدم نجاحها، وبالتالي فشلها.

في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توضيح سبب الحوار على قناة الحوار، والذي يتمثل في شرح وتحليل تصريح وزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج

الذي تحدث عن مسالة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب، وكذلك في إبراز الأسباب الحقيقية في قطع هذه العلاقات المتمثلة أساسا في الحملات الإعلامية والتصعيد الرسمي العدواني المغربي، وتدفق المخدرات.

كما يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 4.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تصريح سفير المغرب بالأمم المتحدة يوم 14 جويلية السنة الماضية حول الوحدة الوطنية المستفز الذي يمس مباشره بالوحدة الوطنية للجزائر ويطلب من منطقه بالانفصال على الجزائر وتكرر الأمر في نيويورك بإعادة نفس الخطاب من السفير، وبالتالي هناك تخطيط مسبق لهذا الموقف من طرف النظام المغربي، كذلك يتجسد التخطيط المسبق في التصعيد المغربي من خلال التحالف مع الكيان الصهيوني، وهذا الأمر أثر بشكل مباشر على العلاقات الجزائرية المغربية.

وتمثل المحاكاة نسبة 4.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في وصف الأستاذ عبد العزيز رحابي لقطع العلاقات بين المغرب والجزائر انه لا يحتمل وساطة أحد في قوله: " الظروف بيننا وبين المغرب نحن أعلم بها"، وكأنه يحاكي الموقف الدبلوماسي والسياسي للسلطة في الجزائر اتجاه قطع العلاقات بأنه لا يحتمل التفاوض عليه.

في حين يمثل توظيف المصطلحات المناسبة نسبة 2.04% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن السعودية دولة صديقة للجزائر وذلك منذ خمسينات القرن الماضي، وذلك التوظيف جاء مناسبا لتوضيح أن رغم رفض الجزائر لوساطة السعودية لحل أزمة قطع العلاقات بين الجارتين إلا أن العلاقة بينها وبين الجزائر تبقى قوية.

كما يمثل وضع أهداف إستراتيجية نسبة 2.04% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويظهر ذلك في أن رغم العلاقات المتعثرة بين الجارتين، لا يجب الهروب من أن هناك حدود مشتركة بين البلدين ومصالح استراتيجية.

في حين يمثل وضع الأهداف التكتيكية نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك في موقف السفير المغربي في الأمم المتحدة الذي تكرر في نيويورك، مما يدل على وجود أهداف تكتيكية لخلق الفوضى داخل الجزائر، وتكريسها، كما تبرز هذه الأهداف في سعي وسائل الإعلام إلى التشويش على القمة العربية المقامة بالجزائر، بغرض التأثير على إنجاحها.

الأطروحات:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناء على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، إضافة إلى ما تقتضيه ضرورة تحليل الخطاب الرقمي لهذا الفيديو، فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن الدور الداعم للسعودية اتجاه الجزائر منذ الثورة التحريرية، والصداقة التي تجمع البلدين منذ الخمسينيات، كما يتجسد في تاريخ القمة العربية الذي يصادف الفاتح من نوفمبر، الذي يعني الكثير للجزائريين باعتباره تايرخ انطلاق الثورة الجزائرية المجيدة.

في حين تمثل الأطروحات السياسية نسبة: 4.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في موقف دول الخليج من المغرب الذي ذكر في نص الفيديو راجع إلى طبيعة الأنظمة، وكذلك في الاتصالات التي أجرتها الجزائر مع الدول العربية بغرض الحضور والمشاركة في القمة العربية المقامة على أراضيها.

في حين تمثل الأطروحات القومية نسبة: 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في الحدود المشتركة التي تربط الجارتين، وكذلك في علاقات الصداقة التي تجمع الجزائر بالسعودية، وأهم جانب في هذه الأطروحات هو القضية الفلسطينية التي تعتبر قضية قومية تولي لها الجزائر أهمية كبيرة، وهي ممن بين أولويات القمة العربية.

كما أن الأطروحات الوطنية تمثل نسبة: 4.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في موقف السفير المغربي الذي يمس الوحدة الوطنية الجزائرية، بالدعوة إلى انفصال منطقة القبائل، كما تبرز في الفاتح من نوفمبر الذي يمثل رمز من الرموز الوطنية لدى الجزائريين.

وتمثل الأطروحات الإستراتيجية نسبة: 4.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في تضرر المصالح الإستراتيجية بين المغرب والجزائر بسبب قطع العلاقات، وكذلك في التحالف الاستراتيجي بين المغرب والكيان الصهيوني.

في حين تمثل الأطروحات الدبلوماسية نسبة: 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في العلاقات الدبلوماسية التي تجمع الجزائر بالسعودية والتي تمتد جذورها للثورة التحريرية، كما تظهر في تجاوب الدول العربية بما فيها دول الخليج مع القمة العربية.

2- أفعال الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: سلبي إيجابي ومحايد، ويرجع اختيار الباحثة لهدا المحور وذلك لبروز عناصره في نص الفيديو، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في أن الجزائر في الحملات الإعلامية والخطاب الرسمي العدواني المغربين وتدفق المخدرات والتشويش على الجزائر، إذ تشكل كلها جوانب سلبية ساهمت في قطع العلاقات بين البلدين، كما ظهر هذا العنصر في الموقف المستفز للسفير المغربي بالأمم المتحدة الذي يمثل هو التدخر جانب سلبي أثر على العلاقات بين الجارتين، ناهيك عن التحالف المغربي الصهيوني.

في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه يمكن أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات مستقبلا، وفي أن القمة العربية ستتناول القضية الفلسطينية كملف أساسي ومركزي.

3- دلالة ألفاظ الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى دلالة الزمن، دلالة الفاعل، دلالة المعنى، إضافة إلى دلالة العامية، ويرجع اختيار الباحثة لهذا المحور (كما رأينا في تحليل نص الفيديو السابق أعلاه)، وذلك لبروز عناصره هو الآخر في نص الفيديو، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 4.08%، ويظهر أساسا في تصريح السفير المغربي بالأمم المتحدة في 14 جويلية، حيث تم تحديد تاريخ ذلك التصريح، إضافة إلى الإشارة إلى تكرار التصريح من السفير في نيويورك قبل أسبوعين أو ثلاثة أسابيع، وهنا تم التركيز على هذه الفترات الزمنية التي تمثل النقطة الجوهرية في تغير العلاقات المغربية الجزائرية، وتعميق القطيعة بينهما.

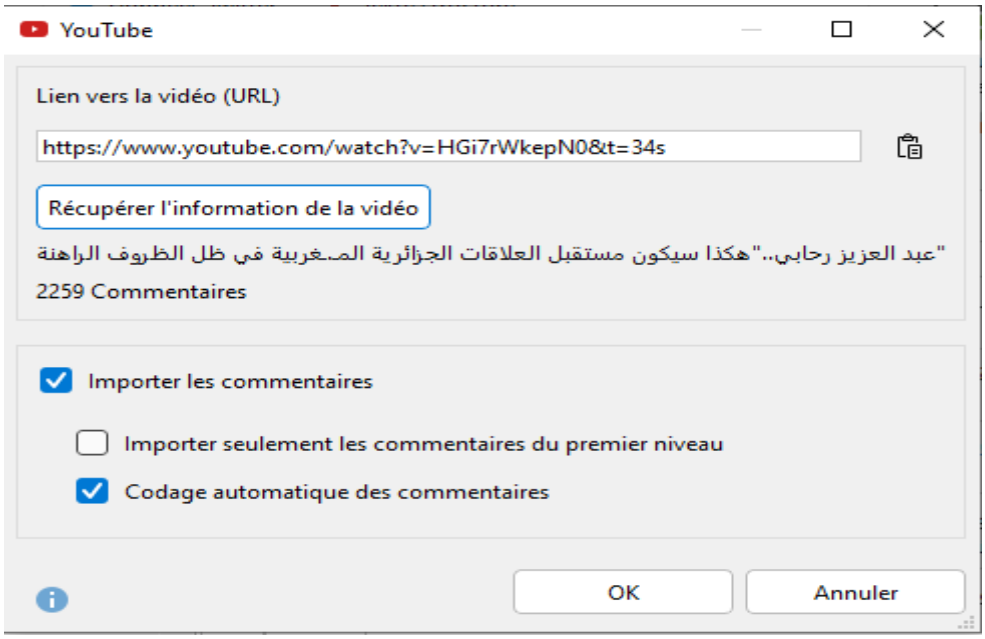
كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن أمر قطع العلاقات بين المغرب والجزائر لا يحتمل الوساطة، مما يدل على أن الأمر أصعب من ذلك، ولا وجود لحل للأزمة، كما يبرز هذا العنصر في أن شهر نوفمبر له معنى عميق تاريخيا لدى الجزائريين إذ يمثل الشهر الذي اندلعت فيه الثورة التحريرية الجزائرية ضد الاستعمار الفرنسي الغاشم.

في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل هو الآخر نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الحملات الإعلامية والخطاب الرسمي العدواني وتدفق المخدرات وتشويش على الوجود الجزائري، التي توضح بشكل مباشر بأن المغرب هو الفاعل الرئيسي في لجوء الجزائر إلى قطع العلاقات معه، إضافة إلى التحالف مع الكيان الصهيوني، وتصريح السفير المغربي بالأمم المتحدة.

في حين يمثل عنصر دلالة العامية نسبة: 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في استخدام الكلمات العامية في الحوار، ضمن الدارجة الجزائرية، والتي تظهر بشكل واضح في كلام الأستاذ عبد العزيز رحابي.

تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على الفيديو محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

قامت الباحثة بتحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو محل الدراسة، إذ يمثل العدد الإجمالي للتعليقات المقدر بـ: 2259، وهو عدد لا بأس به من مجموع مشاهدات الجمهور للفيديو عبر قناة النهارtv على اليوتيوب، والمقدرة بـ: 198 784، وقد قام برنامج التحليل النوعي MAXQDA باختيار أهم التعليقات التي هي من المستوى الأول حول محتوى الفيديو بطريقة آلية كما هو مبين في الصورة أدناه، وتم حصرها من طرف البرنامج في: 206 تعليق.



صورة رقم (9): توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو (قناة النهار) محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA

ومن خلال خاصية جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب التي يوفرها MAXQDA، وحصر عدد التعليقات المهمة حول الفيديو الذي تم اختياره بطريقة عمدية من طرف الباحثة بعنوان: هكذا سيكون مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة، والذي تم نشره في قناة النهار TV عبر اليوتيوب بتاريخ: 24 ماي 2022، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا من جهة، وكون تم نشره قبل انعقاد القمة العربية بالجزائر

وكخطوة أولى قامت الباحثة بالاعتماد على برنامج MAXQDA بتقسيم اتجاهات الجمهور إلى ثلاثة (03) أقسام مهمة هي:

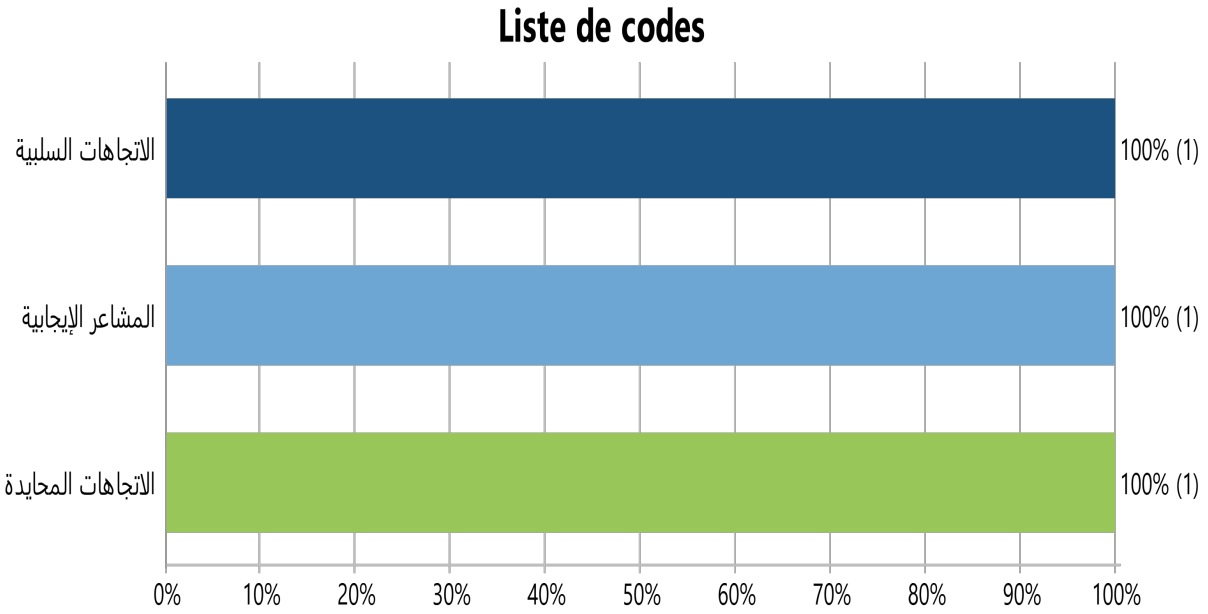
- الاتجاهات المحايدة

- اتجاهات الإيجابية: وتم تقسيمها بدورها إلى: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة – مشاعر التقبل.

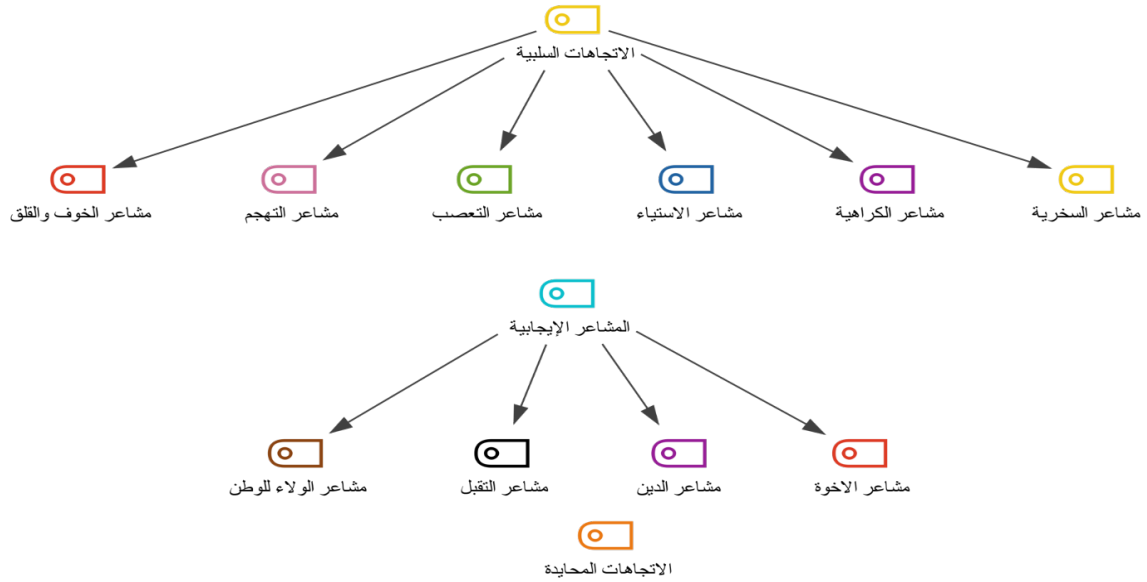
- الاتجاهات السلبية: وتم تقسيمها هي الأخرى إلى: مشاعر الكراهية- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم – مشاعر الاستياء – مشاعر الخوف والقلق –مشاعر التعصب.

وجاءت هذه التقسيمات بناء على محاولة فهم تأثير الفيديو محل الدراسة على اتجاهات الجمهور، وما إذا كان هناك ارتباط بين محتواه وردة فعل الجمهور اتجاه القضية المطروحة فيه.

وتم تمثيل هذه الاتجاهات في المخطط البياني من إنجاز برنامج MAXQDA التالي:



كما قام البرنامج بإنجاز المخطط العام لهذه الاتجاهات والعناصـــر المرتبطة بها كما في تحليل نص الفيديو الأول على الشكل التالي:



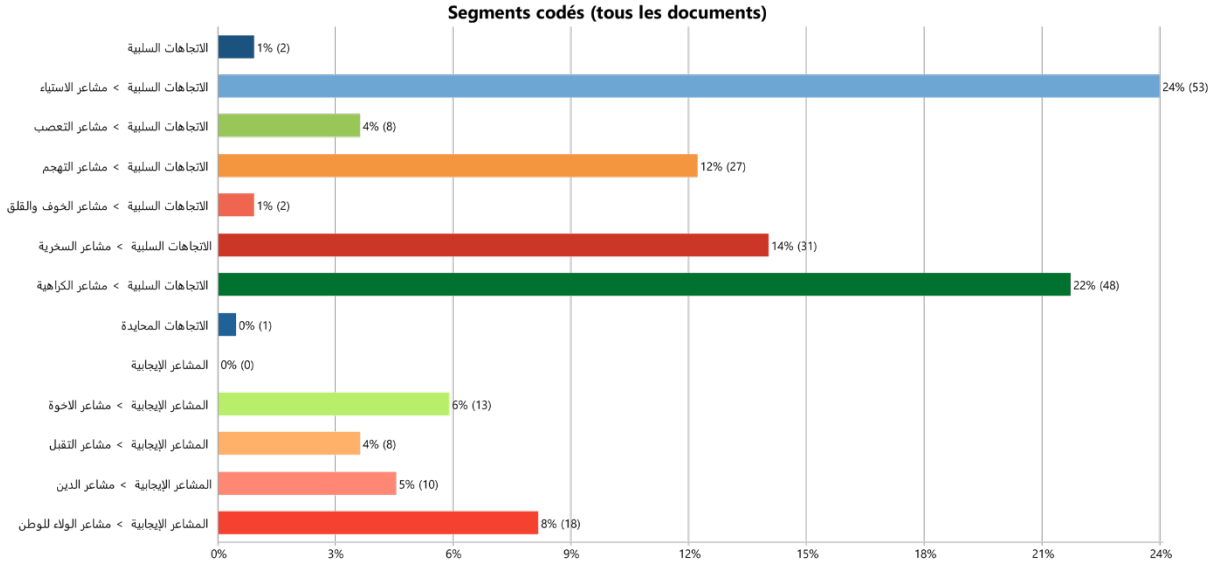
مخطط رقم (18): المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بها في تحليل نص فيديو (قناة النهار TV)

2. تحديد عدد ونسب العناصر المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال التعليقات باستخدام MAXQDA:

من خلال خاصية الترميز التي يتيحها برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تم تحديد نسب المحاور الأساسية لاتجاهات الجمهور والعناصر المرتبطة بها في الجدول والمخطط الموجودين أدناه:

الجدول رقم (6): يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة النهار) محل الدراسة باستخدام برنامج MAWQDA

	Code supérieur	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Dernière modifi...	Modifié	Créé par :	Date de création
	الاتجاهات السلبية	مشاعر التعصب	8	0	3,62	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:32
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الاستياء	53	0	23,98	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:31
	المشاعر الإيجابية	مشاعر الدين	10	0	4,52	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:30
	الاتجاهات السلبية	مشاعر السخرية	31	0	14,03	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:31
	المشاعر الإيجابية	مشاعر الولاء للو...	18	0	8,14	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:30
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الكراهية	48	0	21,72	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:31
	الاتجاهات السلبية	مشاعر التهجم	27	0	12,22	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:32
		الاتجاهات السلبية	2	0	0,90	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:31
		الاتجاهات المحاي...	1	0	0,45	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:28
	المشاعر الإيجابية	مشاعر الاخوة	13	0	5,88	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:29
		المشاعر الإيجابية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:29
	الاتجاهات السلبية	مشاعر الخوف و...	2	0	0,90	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:33
	المشاعر الإيجابية	مشاعر التقبل	8	0	3,62	0,00	1	CMIB INFO	20/03/2023 12:16	CMIB INFO	20/03/2023 10:30



مخطط رقم (19): من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو (قناة النهار) محل الدراسة من خلال التعليقات

يمكن ملاحظة التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على

آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

3- أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم باستخدام برنامج MAXQDA:

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة ، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

إن تحديد المصطلحات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، من خلال خاصية سحابة الكلمات التي يحللها برنامج MAXQDA، تحيلنا إلى ارتباط هذه المصطلحات باتجاهات الجمهور، وتفاعله مع الفيديو، والتأثير الذي خلفه في نفسية الجمهور، نظرا لحساسية القضية التي تمثل تعميق للخلاف والقطيعة بين البلدين (المغرب والجزائر).

حيث تشير سحابة الكلمات في المخطط الموضح فيما يلي إلى بروز المحتوى السياسي فقد ورد فيها الحديث عن الجمهورية، الملك، الحدود، العلاقات، دولة، كما تضمنت مواضيع سياسية تحدث من خلالها جمهور الفيديو محل الدراسة عن العلاقات بين البلدين، والجزائر، والمغرب، وفرنسا، والمخزن، كما تشير سحابة الكلمات إلى بروز الجانب الديني الذي يبرز في كلمة الله، كما يتضح أيضا مصطلحات تبرز اتجاهات وأراء ومواقف كمصطلح،مع، لا، تقسيم، قطع. وحتى باللغة الأجنبية(Avec, yes) التي تعد مصطلحات تعبر عن اتجاهات ومواقف مستخدمي اليوتيوب نحو القضايا المطروحة للنقاش.



مخطط رقم (20): يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة النهار) محل الدراسة

4- تحليل اتجاهات الجمهور باستخدام برنامج MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة النهار tv .

1-الاتجاهات المحايدة:

تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 0.40%، إذ علق أحدهم بخصوص فيروس كورونا وتداعياته وهو اتجاه محايد لا يرتبط بالقضية محل الدراسة.

2-الاتجاهات الإيجابية:

من بين المحاور الأساسية في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، محور الاتجاهات الإيجابية الذي قامت الباحثة بتقسيمه إلى أربعة عناصر مهمة: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة- مشاعر التقبل، إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 4.52% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الدعوة إلى الصلح بين الجارتين تارة، وفي الرد بالمثل "السن بالسن والعين بالعين والبادئ أظلم" تارة أخرى، إضافة إلى نبذ التعصب والتفرقة، والدعوة إلى الأخوة الإسلامية، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة:

5.88% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في الأخوة بين الشعبين ويجب إيجاد الحلول المناسبة للإصلاح بين الدولتين، وكذلك تمني كل الخير للأشقاء المغاربة.

كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن نسبة: 8.14%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن، وكلها هتافات لها علاقة بالولاء للوطن.

في حين تمثل مشاعر التقبل نسبة:3.62% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والترحيب بقطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، والدعوة إلى بقاء الحدود مغلقة وبناء سور بين الجارتين، وهو يمثل حسب رأيهم قرار إيجابي.

3-الاتجاهات السلبية:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية، وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وقد تم تصنيفها من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: مشاعر التعصب- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم- مشاعر الكراهية – مشاعر الاستياء- مشاعر الخوف والقلق.

تمثل مشاعر التعصب نسبة:3.62% من الاتجاهات السلبية، وتبرز أساسا في تعصب المغاربة المتابعين للفيديو على اليوتيوب من خلال تعليقاتهم، لفكرة انفصال منطقة القبائل في الجزائر، وتأسيس دولة أمازيغية مستقلة، وكذلك التعصب لفكرة ربط علاقات وطيدة مع الكيان الصهيوني، وهذا المؤشر يعد سلبي ويؤثر بدوره على العلاقات الدبلوماسية بين الجارتين.

في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 14.03% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين، وتبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، ووصف القرار بالسليم بطريقة ساخرة.

كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:12.22% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، والتهجم كذلك على انعقاد القمة العربية على الأراضي الجزائرية، وكذلك التهجم على موقف الجزائر من حق الصحراء الغربية في تقرير مصيرها.

كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 21.72%، وتبرز أساسا في التراكمات التاريخية التي خلفتها العلاقات المتوترة بين البلدين، التي وصلت إلى حد غلق الحدود بينهما، وكذلك مشاعر الكراهية اتجاه الطرف الصهيوني الذي عمق من الخلافات والتوتر بين الجارتين، لدرجة قطع العلاقات الدبلوماسية بينهما، وكذلك مشاعر الكراهية اتجاه المغاربة المقيمين بطريقة غير شرعية على الأراضي الجزائرية والمطالبة بضرورة طردهم.

في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 23.98% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، وتجرأ هذا الكيان بتهديد الجزائر من داخل الأراضي المغربية الشقيقة، وكذلك الاستياء دعوة المغاربة إلى انفصال منطقة القبائل عن الأراضي الجزائرية

أما مشاعر الخوف والقلق تتمثل بنسبة: 0.90% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا من الخوف والقلق من تداعيات قرار قطع العلاقات بين الدولتين على مصالح الشعبين، التي يمكن أن تظهر آثارها في المستقبل القريب.

5. تحليل الفيديو الثالث والتعليقات المرتبطة به على قناة الجزائر الدولية (AL24news) على اليوتيوب:

1.5. بيانات الفيديو من خلال برنامج MAXQDA:

عنوان الفيديو	**المشهد المغاربي | صحفي فرنسي يفضح النظام المغربي**
تاريخ وتوقيت مشاهدة وتحميل الفيديو	YouTube (09:53 2023/03/21)
قناة اليوتيوب	**Auteur** AL24news – قناة الجزائر الدولية
تاريخ نشر الفيديو على اليوتيوب	**Publié** vendredi 3 juin 2022 16:49:39

مجال الفيديو	**Catégorie** News & Politics
عدد المشاهدات	**Vues** 36 198
عدد الإعجابات	"**J'aime**" 1 392
عدد التعليقات	**425 comentaires –7**
رابط الفيديو	https://www.youtube.com/watch?v=gjtFg1LfDOk
مدة الفيديو	24:55

1– تحويل الفيديو إلى نص مكتوب:

في نفس الخطوة مع الفيديو الأول والثاني، وتحليل الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب: المشهد المغاربي | صحفي فرنسي يفضح النظام المغربي، قامت الباحثة بتحويل الفيديو إلى نص مكتوب باستخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي **Sonix**، ويمكن عرض نص الفيديو محل الدراسة:

حوار مع الصحفي والمحلل السياسي الدكتور حكيم بوغرارة وعبر خدمه سكايب من فينا ممثل جبهة بوليساريو سفير محمد ألسلامه بادي أهلا وسهلا بك سيد أهلا بك الكرام وبمشاهدين طيب لو أبدا معك النقاش دكتور بوغرارة هل برايك بات التقارب الملحوظ بين الرباط وتل أبيب يزعج أو يقلق باريس خاصة في ظل ربما سلسله فضائح صح التعبير كما يسميها البعض في غرف ما يتعلق بقضية فضيحة التجسس بيجاسوس وأخرها هذه الفضيحة التي خاض فيها الصحفي الفرنسي فيما يتعلق بتجميد مغاربه يعملون للموساد الإسرائيلي في فرنسا هو حقيقة نشاط نظام المخزن مع الجوسسة هو نظام نشاط موسع جدا فمنذ 2020 منظمة العفو الدولية حذرت المغرب ورفعت شكوى وحذرت العالم بان نظام المخزن يتجسس على الصحفيين وعلى الكثير من النشطاء وبرزت آنذاك قضيه عمر الراضي الصحفي المغربي الذي تم التجسس عليه بفضل نظام بيجاسوس الذي تنتجه الشركة الصهيونية أس ان أو حتى الولايات المتحدة الأمريكية وكبار المستثمرين في الرقمنة والتكنولوجيا الحديثة حذروا هذه المؤسسة الصهيونية لان هي تابعه لوزارة الدفاع الإسرائيلية ومنتجاتها من المفترض أن تذهب إلى الدول بصفه خاصة لمحاربه الجماعات الإرهابية وترصدها لكن اقتناء المغرب هذا النظام جعله يوسعه لتجسس على الكثير من الدول وخاصة الجزائر واسبانيا وفرنسا وحدث في صيف 2021 بعد ان

ضبط بان حتى هواتف الرئيس الفرنسي ايمانيول ماكرون كانت مستهدفه من هذا النظام الصهيوني بيجاسوس توالت الفضائح فيما بعد مع قضيه ما يسمى فوربيجان ستوريز هذه المجموعة المشكلة من 17 المؤسسة من كبرى المؤسسات الإعلام في العالم أين تم الحديث في تحقيق استقصائي بان المغرب كيان الصهيوني يتجسس على أكثر من 60 ألف شخصيه في العالم منهم رؤساء دول وقامت الدنيا وتم رفع دعا وقضائية حتى المغرب حاول التخفيف من وضع الصدمة ورفع دعوى تصير في المحاكم الفرنسية لكنها رفضتها جمله وتفصيله وهو معتبر ضربه موجعه للمخزن اشتكت اسبانيا كذلك أو اكتشفت اعتبر ضربه موجعه للمخزن اشتكت اسبانيا كذلك أو اكتشفت هذا النظام الذي اخترق الكثير من الدوائر الاسبانية ولعل رصد الرئيس الصحراوي عندما ذهب إلى اسبانيا لتلقي العلاج هنا تم التساؤل في اسبانيا عن من سرب هذه المعلومات لتخرج صحيفة ولا يخفى على احد أن جريده لوفيجارو هي تابعه لمجموعه الأسلحة وبالتالي لديها مصادر دقيقه جدا واعتقد بان القضية ستأخذ أبعاد خطيرة طيب أعود إليك السيد سلامه على اثر ما كشفه وصحفي الفرنسي في جريده لوفيجارو كما كان يتحدث الآن دكتور فيما يتعلق بتجنيد المخابرات المغربية لمهاجرين المغاربة في فرنسا للعمل لصالح الموساد الصهيوني ما هي غاية الرباط بهذا الفعل برأيك القول إذا سمحتم لي بالعودة قليلا إلى الوراء ووضع الحادث في سياق في سياق تاريخي لا بد من تسليط الضوء على العلاقات الإسرائيلية المغربية منذ استقلال المغرب 1956 منذ ذلك التاريخ انخرط المغرب حديث الاستقلال بين قوسين في علاقة مشبوهة مع الكيان الصهيوني ومن خلالها الضوء على هذا الأمر الكاتب اليهودي المغربي جاكو كوهي وكذا في كتابه ربيع السيانرمين وكذلك أنسي مون في كتابها الحسن الثاني واليهود فمنذ ذلك التاريخ تحول المغرب في الواقع إلى في الواقع إلى أداء الدولة الوظيفية بمعنى يوكل لها ادوار محدده للقيام بها في خدمه في خدمته إسرائيل الأمر كان سرا حتى الإعلان الأخير عن تطبيع العلاقات والذي كانت ثمنه هو اعتراف ترامب المزعوم بمغربيه الصحراء ومن جهة أخرى كذلك توطيد العلاقة مع الكيان الصهيوني إذا الأمر إذا وضعناه في هذا السياق سيكون من نافذة القول أن التعاون الإسرائيلي المغربي على كامل الأصعدة ليس فقط مخابراتيا في مجال الجوسسة لكن كذلك امنيا واقتصاديا وتجاريه أمر مفروغ منه مغربي تحول إلى أداء دور وظيفي لصالح الكيان الصهيوني وبذلك تحول إلى ذراع يهدد المنطقة برمتها يهدد استقرارها ويهدد أمنها وكذلك قاعدة خلفيه لإهلاك الجزائر من جهة وتهدد كذلك الصحراويين الذين يناضلون منذ خمس عقود تقريبا أعود إليك دكتور السيد سلامه تحدث وسرد الجانب التاريخي فيما يتعلق بالتعاون الصهيوني المغربي طيب برأيك أنت لماذا يعتمد الكيان الصهيوني اليوم على الرباط أكثر في صنع العملاء صح التعبير خاصة وأنهم من جنسيه مغربيه ولماذا أيضا يرتبط في كل مره اسم المغرب

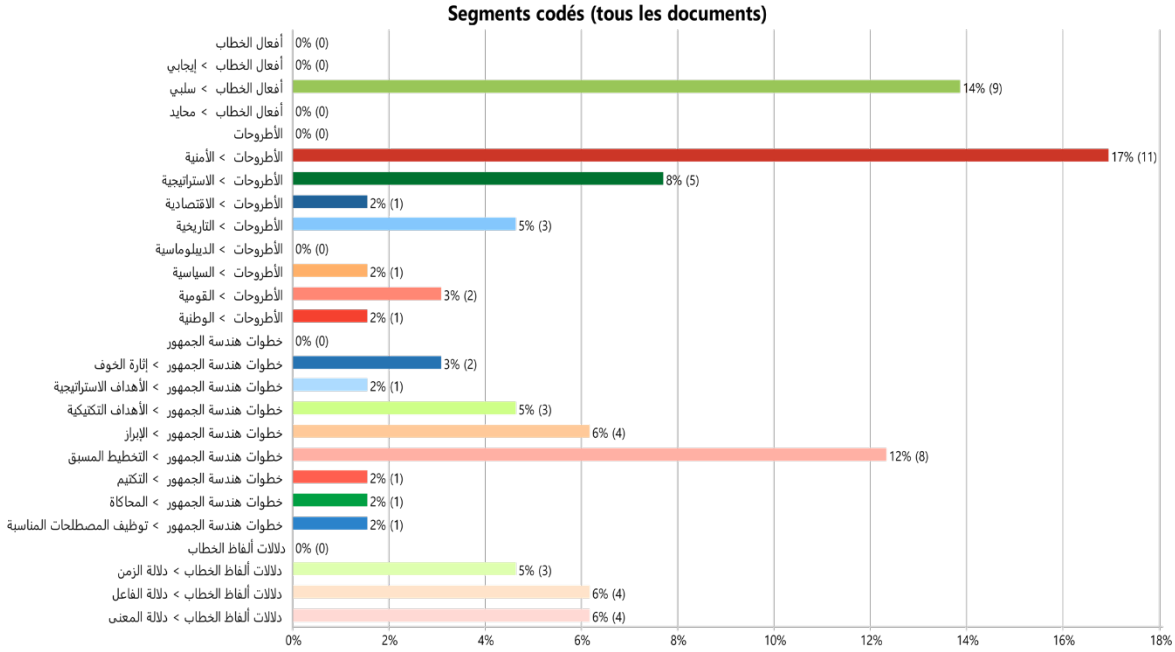
فيما يتعلق بقضايا التجسس هو حقيقة الأنظمة عندما تكون شهوة استبداديه دائما تبحث عن عملاء وعن جواسيس حتى تقوي نفسها إقليميا ودوليا وتسوق نفسها بأنها دوله قادر على قلب الموازين وعلى الاختراقات هو تواجد جالية تاريخيه في مغربيه في فرنسا جعل الكثير من الإطارات المغربية تصل إلى أعلى المناصب في فرنسا ونظام المغسل يحاول دائما تجنيد هؤلاء وكشفت صحيفة في مجلس الديانة الإسلامي وتم تجنيده وتم ضبطه وهو يقوم برشاوى الكثير من الموظفين الفرنسيين حتى يوجهون هذه المجالس والجمعية الدينية نحو المغرب ويستغلها في التأثير وفي صناعه لوبيات تكون داعمة للكيان الصهيوني لان لا يخفى على احد بان الكيان الصهيوني لديه لوبيات ضغط كبيره في فرنسا وبالتالي تحالف هذه الجمعيات أو الإطارات أو العملاء المغاربة مع المصاب هو أمر يعني مطروح بقوه من اجل تأثير وتوجيه الرأي العام وصناعه القرار الفرنسية نحو خدمه مواقف المغرب تجاه الكثير من القضايا لكن اعتقد بان هذه المرة فرنسا أدركت هذا الاختراق الخطير من نظام المخزن الذي بات يشكل تهديدا للأمن القومي الفرنسي وهو محرك الكثير من الدوائر الفرنسية للضغط على ماكرون من اجل التحرك ووضع الفطور فيما يتعلق بالعلاقات الفرنسية المغربية في العلاقات الفرنسية حتى مع اسبانيا لان ما يقوم به رئيس الحكومة الاسباني هو أمر شخصي يخص فقط لان التحرك البرلمان المغربي الدوائر بالحديث عن اسبانيا دكتور أعود إليك سيد سلامه مدريد صنفت أيضا الرباط كثاني بلد لأعمال تجسس في اسبانيا أضافه إلى ما كشفت عنه عده صحف اسبانية في تقارير لها بحر هذا الأسبوع بان اسبانيا هي البلد الذي يوجد فيه اكبر عدد من العملاء الجواسيس التابعين أيضا للمملكة المغربية كيف تفسر كل هذا السيد سلامه يلعب دور القدر في محاولة اختراق الدول الجوار خاصة باستخدام جواسيسه المنتشرين في كل مجالات الحياة.

ترميز الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب المشـهد المغاربي | صـحفي فرنسـي يفضـح النظام المغربي وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

الجدول رقم (7): يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة

	Code supérieur	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Dernière modifi...	Modifié	Créé par :	Date de création
	الأطروحات	الاستراتيجية	5	0	7,69	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:38	CMIB INFO	21/03/2023 21:55
	دلالات ألفاظ الخ...	دلالة الفاعل	4	0	6,15	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:40	CMIB INFO	21/03/2023 22:31
	الأطروحات	التاريخية	3	0	4,62	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:37	CMIB INFO	21/03/2023 21:55
	دلالات ألفاظ الخ...	دلالة الزمن	3	0	4,62	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:39	CMIB INFO	21/03/2023 22:32
	الأطروحات	الاقتصادية	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:19	CMIB INFO	21/03/2023 21:54
	أفعال الخطاب	إيجابي	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:27	CMIB INFO	21/03/2023 22:27
	خطوات هندسة ...	الأهداف التكتيكية	3	0	4,62	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:27	CMIB INFO	21/03/2023 21:59
	أفعال الخطاب	محايد	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:27	CMIB INFO	21/03/2023 22:27
		أفعال الخطاب	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:30	CMIB INFO	21/03/2023 22:27
	الأطروحات	الأمنية	11	0	16,92	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:40	CMIB INFO	21/03/2023 21:57
	خطوات هندسة ...	إثارة الخوف	2	0	3,08	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:24	CMIB INFO	21/03/2023 22:03
		دلالات ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:30	CMIB INFO	21/03/2023 22:30
	خطوات هندسة ...	المحاكاة	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:26	CMIB INFO	21/03/2023 22:02
	أفعال الخطاب	سلبي	9	0	13,85	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:40	CMIB INFO	21/03/2023 22:27
		خطوات هندسة ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:30	CMIB INFO	21/03/2023 21:58
	خطوات هندسة ...	التخطيط المسبق	8	0	12,31	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:39	CMIB INFO	21/03/2023 22:01
	الأطروحات	السياسية	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:18	CMIB INFO	21/03/2023 21:53
	الأطروحات	الديبلوماسية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 21:57	CMIB INFO	21/03/2023 21:55
	خطوات هندسة ...	التكتيم	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:37	CMIB INFO	21/03/2023 22:00
	خطوات هندسة ...	الأهداف الاسترات..	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 22:26	CMIB INFO	21/03/2023 21:59
	الأطروحات	الوطنية	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:24	CMIB INFO	21/03/2023 21:56
	خطوات هندسة ...	توظيف المصط...	1	0	1,54	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:26	CMIB INFO	21/03/2023 22:00
	دلالات ألفاظ الخ...	دلالة المعنى	4	0	6,15	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:26	CMIB INFO	21/03/2023 22:31
	الأطروحات	القومية	2	0	3,08	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:24	CMIB INFO	21/03/2023 21:56
		الأطروحات	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 22:30	CMIB INFO	21/03/2023 21:53
	خطوات هندسة ...	الإبراز	4	0	6,15	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 23:40	CMIB INFO	21/03/2023 22:01

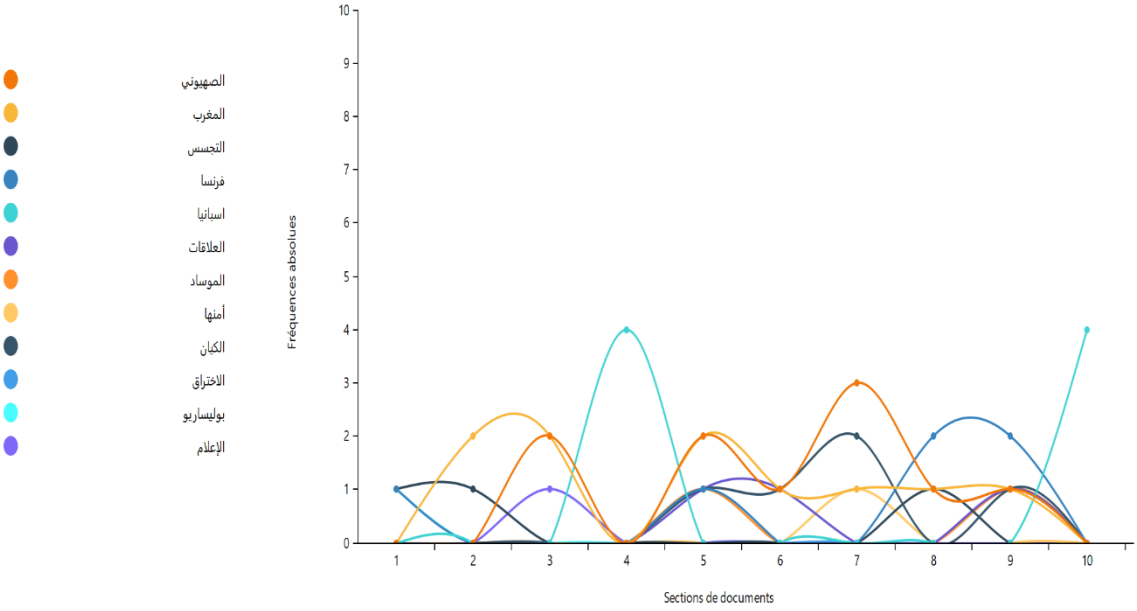
الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية الترميز التي يعتمدها برنامج MAXQDA، أن محور الأطروحات الخاصة بمستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة مجتمعة يمثل ما نسبته 35.39% من نص الفيديو، في حين يمثل محور خطوات هندسة الجمهور مجتمعة ما نسبته 30.78%، ثم يليه ثم يليه محور دلالة ألفاظ الخطاب 16.92%. ثم يليه محور أفعال الخطاب مجتمعة بنسبة 13.85%.



مخطط رقم (21): يوضح محاور ترميز فيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA

2- تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو باستخدام برنامج MAXQDA

كما رأينا مع نص الفيديوهات السابقة، أن من بين أساسيات برنامج MAXQDA إبراز الألفاظ الأكثر تداولا في تحليل أي نص سواء أكان (مكتوب-سمعي-مرئي)، أما بالنسبة لنص الخطاب الرقمي الخاص بالفيديو محل الدراسة، فمن المهم جدا تحديد أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتواه، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، إذ يظهر من خلال المخطط أدناه درجات توظيفها في الفيديو، وذلك للدلالة على أهم الجوانب وتداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب). حيث يتضح من المخطط أن هنالك إثني عشر لفظ تم تداوله في الفيديو وهي: الصهيوني، المغرب، التجسس، فرنسا، أسبانيا، العلاقات، الموصاد، أمنها، الكيان، الاختراق، بوليساريو، الإعلام.



مخطط رقم (22): يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة الجزائر الدولية (AL24news) عبر اليوتيوب) من إنجاز برنامج MAXQDA

تحليل الخطاب الرقمي للفيديو وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة AL24news – قناة الجزائر الدولية، وتم هذا التحليل انطلاقا من النص.

4– خطوات هندسة الجمهور:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة في تحليل خطاب هذا الفيديو إلى تسعة عناصر نذكرها: إثارة الخوف–التكتيم– الإبراز– التخطيط المسبق– المحاكاة– توظيف المصطلحات المناسبة– وضع أهداف إستراتيجية– وضع أهداف تكتيكية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، وتداعياتها السياسية والاقتصادية، إذ احتل عنصر إثارة الخوف نسبة 3.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا الدور الوظيفي للنظام المغربي لصالح الكيان الصهيوني وبذلك تحول إلى ذراع يهدد المنطقة برمتها ويهدد استقرارها وأمنها،وكذلك قاعدة خلفية لإهلاك الجزائر، ويتمثل كذلك في أن فرنسا أدركت الاختراق الخطير من نظام المخزن الذي بات يهدد أمنها القومي.

في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توضيح سلسلة الفضائح في غرفة الأخبار فيما يتعلق بقضية التجسس بيجاسوس، ويتضح كذلك في إبراز أن منظمة العفو الدولية حذرت المغرب ورفعت شكوى وحذرت العالم بان نظام المخزن يتجسس على الصحفيين وعلى الكثير من النشطاء، وإبراز كذلك أن صنفت أيضا الرباط كثاني بلد لأعمال تجسس في اسبانيا.

كما يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 12.31% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن اسبانيا اشتكت كذلك أو اكتشفت أن نظام بيجاسوس الذي اخترق الكثير من الدوائر الاسبانية ولعل رصد الرئيس الصحراوي عندما ذهب إلى اسبانيا لتلقي العلاج، وكذلك يبرز التخطيط المسبق في نظام المخزن يحاول دائما تجنيد الجواسيس، وكشفت صحيفة في مجلس الديانة الإسلامي وتم تجنيده وتم ضبطه وهو يقدم برشاوى الكثير من الموظفين الفرنسيين حتى يوجهون هذه المجالس والجمعية الدينية نحو المغرب ويستغلها في التأثير وفي صناعه لوبيات تكون داعمة للكيان الصهيوني، وكذلك يبرز في استخدام المغرب لجواسيسه المنتشرين في كل مجالات الحياة.

وتمثل المحاكاة نسبة 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في سرد الجانب التاريخي فيما يتعلق بالتعاون الصهيوني المغربي، وهو بذلك يمثل محاكاة لسيناريو التعاون المغربي الصهيوني في مجال الجوسسة لحد الآن.

في حين يمثل توظيف المصطلحات المناسبة نسبة 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن الكيان الصهيوني يعتمد اليوم على الرباط أكثر في صنع العملاء صح التعبير خاصة وأنهم من جنسيه مغربيه، وهو توظيف مناسب للمصطلحات الذي يجسد قضية الجوسسة وتداعياتها على المناطق المجاورة للمغرب ككل.

كما يمثل وضع أهداف إستراتيجية نسبة 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويظهر ذلك في أن بات التقارب الملحوظ بين الرباط وتل أبيب يزعج أو يقلق باريس.

في حين يمثل وضع الأهداف التكتيكية نسبة 4.62% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك في يعتمد الكيان الصهيوني اليوم على الرباط أكثر في صنع العملاء صح التعبير خاصة وأنهم من جنسيه مغربيه، وانتشار هؤلاء في جميع الدول المجاورة للمغرب.

الأطروحات:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية- الأمنية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، إضافة إلى ما تقتضيه ضرورة تحليل الخطاب الرقمي لهذا الفيديو، فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن وضع التجسس في سياق تاريخي لا بد من تسليط الضوء على العلاقات الإسرائيلية المغربية منذ استقلال المغرب 1956 منذ ذلك التاريخ انخرط المغرب حديث الاستقلال بين قوسين في علاقة مشبوهة مع الكيان الصهيوني ومن خلالها الضوء على هذا الأمر الكاتب اليهودي المغربي جاكو كوهي وكذا في كتابه ربيع السيانرمين وكذلك أنسي مون في كتابها الحسن الثاني واليهود فمنذ ذلك التاريخ تحول المغرب في الواقع إلى أداء الدولة الوظيفية بمعنى يوكل لها ادوار محدده للقيام بها في خدمه في خدمته إسرائيل الأمر كان سرا حتى الإعلان الأخير عن تطبيع العلاقات والذي كانت ثمنه هو اعتراف ترامب المزعوم بمغربيه الصحراء ومن جهة أخرى كذلك توطيد العلاقة مع الكيان الصهيوني، وكذلك في الجانب التاريخي فيما يتعلق بالتعاون الصهيوني المغربي، وكذلك في تواجد جالية تاريخيه مغربيه في فرنسا.

في حين تمثل الأطروحات السياسية نسبة: 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في الكيان الصهيوني لديه لوبيات ضغط كبيره في فرنسا.

في حين تمثل الأطروحات القومية نسبة: 3.08% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في النظام المغربي تحول إلى أداء دور وظيفي لصالح الكيان الصهيوني وبذلك تحول إلى ذراع يهدد المنطقة برمتها يهدد استقرارها ويهدد أمنها.

كما أن الأطروحات الوطنية تمثل نسبة: 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن هناك قاعدة خلفيه لإهلاك الجزائر ووحدتها الوطنية.

وتمثل الأطروحات الإستراتيجية نسبة: 7.69% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في التقارب الاستراتيجي الملحوظ بين الرباط وتل أبيب يزعج أو يقلق باريس، وكذلك يبرز في أن تطبيع العلاقات

والذي كانت ثمنه هو اعتراف ترامب المزعوم بمغربيه الصحراء ومن جهة أخرى كذلك توطيد العلاقة مع الكيان الصهيوني، إضافة إلى أنه يبرز في حقيقة الأنظمة عندما تكون شهوة استبداديه دائما تبحث عن عملاء وعن جواسيس حتى تقوي نفسها إقليميا ودوليا وتسوق نفسها بأنها دوله قادرة على قلب الموازين.

في حين تمثل الأطروحات الأمنية نسبة: 16.92% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في فضيحة التجسس بيجاسوس، وكذلك في تجميد مغاربه يعملون للموساد الإسرائيلي في فرنسا هو حقيقة نشاط نظام المخزن مع الجوسسة هو نظام نشاط موسع جدا، ويظهر كذلك في أن منظمة العفو الدولية حذرت المغرب ورفعت شكوى وحذرت العالم بان نظام المخزن يتجسس على الصحفيين وعلى الكثير من النشطاء، إضافة إلى أنه يظهر في نظام بيجاسوس الذي تنتجه الشركة الصهيونية أس أن أو حتى الولايات المتحدة الأمريكية وكبار المستثمرين في الرقمنة والتكنولوجيا الحديثة حذروا هذه المؤسسة الصهيونية لان هي تابعه لوزارة الدفاع الإسرائيلية ومنتجاتها من المفترض أن تذهب إلى الدول بصفه خاصة لمحاربه الجماعات الإرهابية وترصدها لكن اقتناء المغرب هذا النظام جعله يوسعه لتجسس على الكثير من الدول وخاصة الجزائر واسبانيا وفرنسا وحدث في صيف 2021 بعد أن ضبط بان حتى هواتف الرئيس الفرنسي "ايمانيول" ماكرون كانت مستهدفه من هذا النظام الصهيوني بيجاسوس.

وتمثل الأطروحات الاقتصادية نسبة: 1.54% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في أن التعاون الإسرائيلي المغربي على كامل الأصعدة ليس فقط مخابراتيا في مجال الجوسسة لكن حتى تجاريا واقتصاديا.

أفعال الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، التي تجسدت في نص هذا الفيديو في عنصر واحد ألا وهو العنصر السلبي، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 13.85% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في أن التعاون المغربي الإسرائيلي في مجال الجوسسة، وما ترتب عنه من آثار سلبية على دول الجوار خصوصا الجزائر وإسبانيا وفرنسا، مما أثر هو الآخر بشكل سلبي على علاقات هذه الدول مع النظام المخزني.

5- دلالة ألفاظ الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى دلالة الزمن، دلالة الفاعل، دلالة المعنى، إضافة إلى دلالة العامية، ويرجع اختيار الباحثة لهذا المحور (كما رأينا في تحليل نص الفيديوهات السابقة أعلاه)، وذلك لبروز عناصره هو الآخر في نص الفيديو، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 4.62%، ويظهر أساسا في نشاط نظام المخزن مع الجوسسة هو نظام نشاط موسع جدا منذ 2020، وكذلك يظهر في أن هذا نظام بيجاسوس جعل المغرب يوسعه للتجسس على الكثير من الدول وخاصة الجزائر واسبانيا وفرنسا وحدث في صيف 2021 بعد أن ضبط بان حتى هواتف الرئيس الفرنسي ايمانيول ماكرون كانت مستهدفه من هذا النظام الصهيوني بيجاسوس

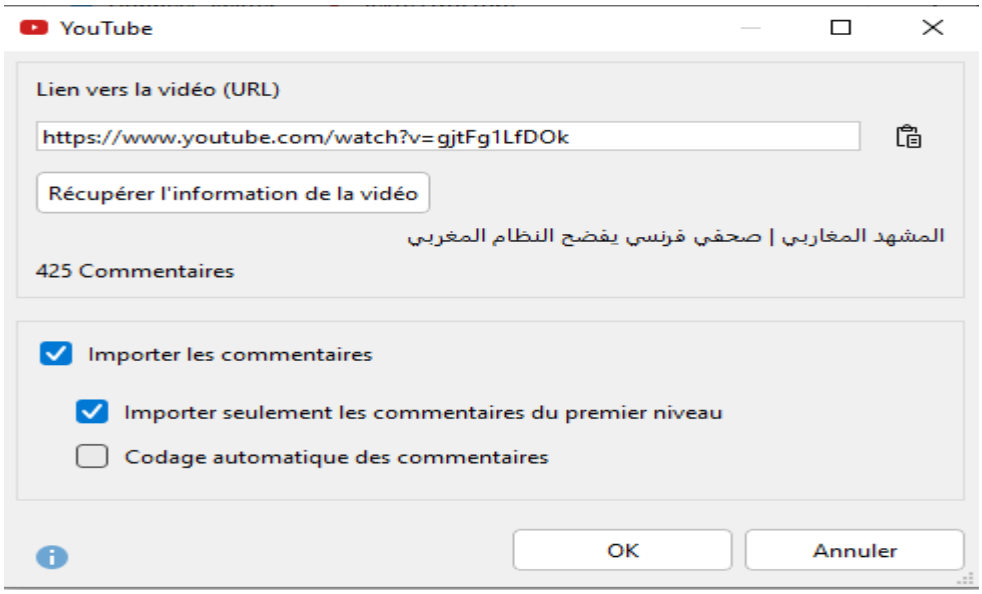
كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه تم الحديث في تحقيق استقصائي بان المغرب والكيان الصهيوني يتجسس على أكثر من 60 ألف شخصيه في العالم منهم رؤساء دول وقامت الدنيا وتم رفع دعاوى قضائية حتى المغرب حاول التخفيف من وضع الصدمة، وهذا الفعل له معنى قوي عن النشاط التجسسي الذي يقوم به المغرب مع الكيان الصهيوني لتهديد أمن الدول المجاورة. وبالتالي يعتمد الكيان الصهيوني اليوم على الرباط أكثر في صنع العملاء صح التعبير خاصة وأنهم من جنسيه مغربيه.

في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل هو الآخر نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تجنيد المخابرات المغربية لمهاجرين المغاربة في فرنسا للعمل لصالح الموساد الصهيوني وبالتالي فالمغرب هو الفاعل الرئيسي في عمليات التجسس، ويظهر كذلك في أن المغرب صنفت كثاني بلد لأعمال تجسس في اسبانيا وبالتالي هي كذلك الفاعل الرئيسي في التجسس على الهيئات والشخصيات في اسبانيا.

تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على الفيديو محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

قامت الباحثة بتحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو محل الدراسة، إذ يمثل العدد الإجمالي للتعليقات المقدر بـ:425، وهو عدد لا بأس به من مجموع مشاهدات الجمهور للفيديو عبر قناة AL24newsقناة الجزائر الدولية على اليوتيوب، والمقدرة بـ: 198 36 ، وقد قام برنامج التحليل النوعي

MAXQDA باختيار أهم التعليقات التي هي من المستوى الأول حول محتوى الفيديو بطريقة آلية كما هو مبين في الصورة أدناه، وتم حصرها من طرف البرنامج في: 245 تعليق.



صورة رقم (10): توضح خاصية جمع تعليقات متابعي اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA

ومن خلال خاصية جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب التي يوفرها MAXQDA، وحصر عدد التعليقات المهمة حول الفيديو الذي تم اختياره بطريقة عمدية من طرف الباحثة بعنوان: المشهد المغاربي | صحفي فرنسي يفضح النظام المغربي، والذي تم نشره في قناة AL24news – قناة الجزائر الدولية عبر اليوتيوب بتاريخ: 23 جوان 2022، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا من جهة، وكون تم نشره قبل انعقاد القمة العربية بالجزائر، وهو الحدث الذي من شأنه أن يفصل في قضية العلاقات الجزائرية المغربية، سواء تعلق الأمر بإمكانية تدخل الدول العربية المشاركة في القمة العربية، أو حتى إمكانية تحاور البلدين فيما بينهما.

وكخطوة أولى قامت الباحثة بالاعتماد على برنامج MAXQDA بتقسيم اتجاهات الجمهور إلى ثلاثة (03) أقسام مهمة هي:

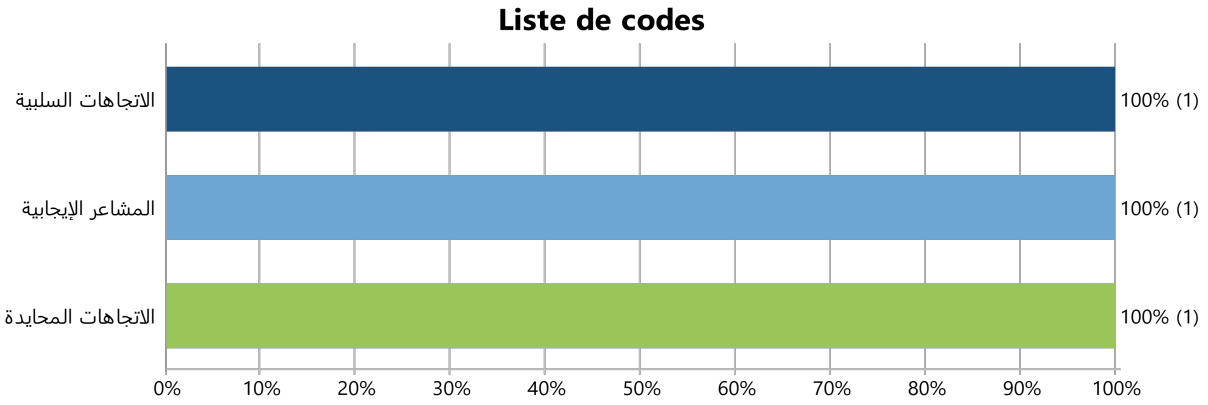
- الاتجاهات المحايدة

– اتجاهات الإيجابية: وتم تقسيمها بدورها إلى: مشاعر الدين– مشاعر الولاء للوطن– مشاعر الأخوة – مشاعر التقبل.

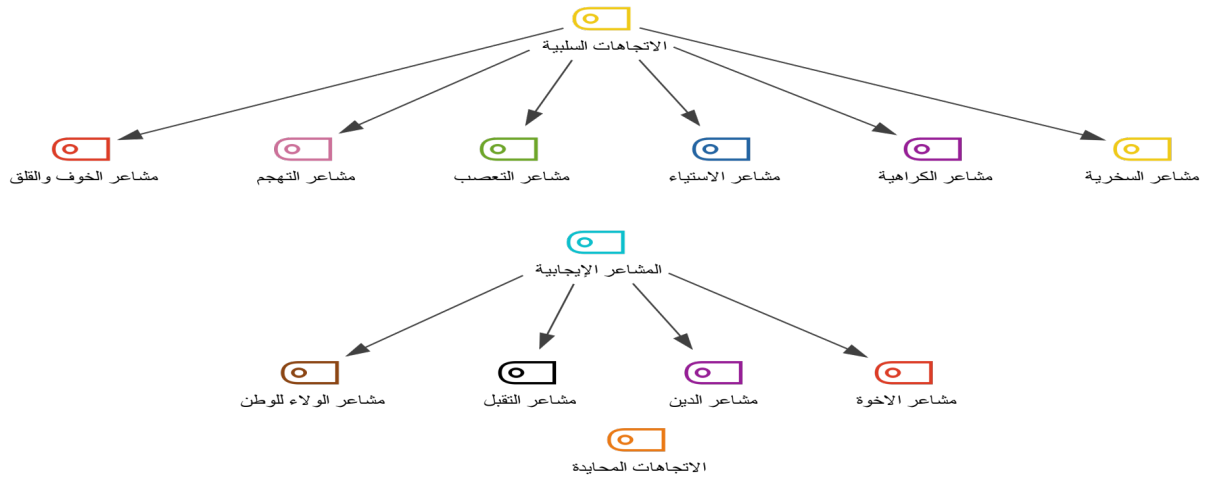
– الاتجاهات السلبية: وتم تقسيمها هي الأخرى إلى: مشاعر الكراهية– مشاعر السخرية– مشاعر التهجم – مشاعر الاستياء – مشاعر الخوف والقلق –مشاعر التعصب.

وجاءت هذه التقسيمات بناءا على محاولة فهم تأثير الفيديو محل الدراسة على اتجاهات الجمهور، وما إذا كان هناك ارتباط بين محتواه وردة فعل الجمهور اتجاه القضية المطروحة فيه.

وتم تمثيل هذه الاتجاهات في المخطط البياني من إنجاز برنامج MAXQDA التالي:



كما قام البرنامج بإنجاز المخطط العام لهذه الاتجاهات والعناصـــر المرتبطة بها كما في تحليل نص الفيديو الأول على الشكل التالي:



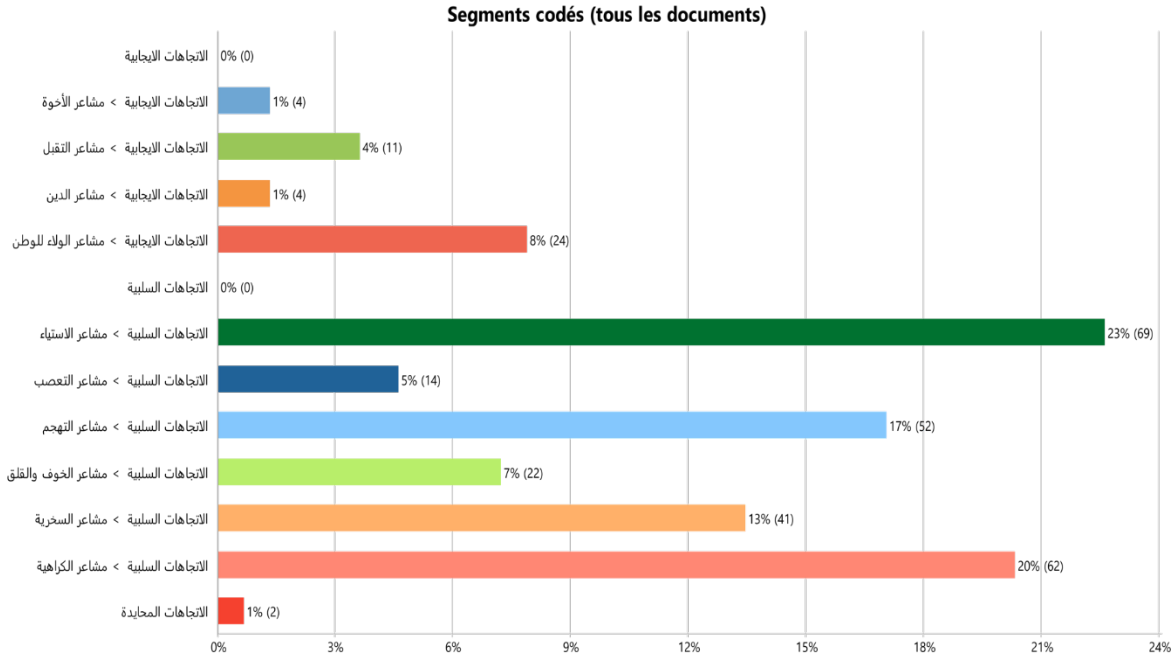
مخطط رقم (23):المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بتحليل نص فيديو قناة الجزائر الدولية

3. تحديد عدد ونسب العناصر المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال التعليقات باستخدام MAXQDA:

من خلال خاصية الترميز التي يتيحها برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تم تحديد نسب المحاور الأساسية لاتجاهات الجمهور والعناصر المرتبطة بها في الجدول والمخطط الموجودين أدناه:

Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
مشاعر الولاء للو...	24	0	7,87	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:57
الاتجاهات الايجاب..	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 09:56
مشاعر الخوف و...	22	0	7,21	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 10:00
مشاعر الأخوة	4	0	1,31	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:57
مشاعر التقبل	11	0	3,61	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:58
الاتجاهات السلبية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	21/03/2023 09:58
الاتجاهات المحاي...	2	0	0,66	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:55
مشاعر الدين	4	0	1,31	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:56
مشاعر التعصب	14	0	4,59	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:59
مشاعر التهجم	52	0	17,05	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:59
مشاعر الاستياء	69	0	22,62	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:58
مشاعر السخرية	41	0	13,44	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:58
مشاعر الكراهية	62	0	20,33	0,00	1	CMIB INFO	21/03/2023 09:59

الجدول رقم (8): يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة الجزائر الدولية) باستخدام برنامج MAWQDA



مخطط رقم (23): من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو قناة الجزائر الدولية محل الدراسة من خلال التعليقات

يمكن ملاحظة التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية التجسس التي كانت سبب مباشر في قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

5- أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم باستخدام برنامج MAXQDA:

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة ، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

إن تحديد المصطلحات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، من خلال خاصية سحابة الكلمات التي يحللها برنامج MAXQDA، تحيلنا إلى ارتباط هذه المصطلحات باتجاهات الجمهور، وتفاعله مع الفيديو، والتأثير الذي خلفه في نفسية الجمهور، نظرا لحساسية القضية التي تمثل تعميق للخلاف والقطيعة بين البلدين (المغرب والجزائر).

حيث تبرز سحابة الكلمات أن المجموعة الأولى ذات مضامين سياسية، على غرار النظام، دولة، التجسس، المخزن، تليها مصطلحات مرتبطة بالولاء للوطن حيث وردت باللغتين العربية، والفرنسية على غرار، تحيا و (Vive) ، ومصطلح الملك، كما تبرز مجموعة من المصطلحات تتضمن اتجاهات وآراء ومواقف مشاهدي الفيديو محل الدراسة تبرز باللغتين العربية وحتى بلغات أجنبية، على شاكلة: مع، لا، yes، حيث تبرز هذه المصطلحات تعليقات الجمهور على الفيديو محل الدراسة كما سبق الإشارة.



مخطط رقم (24): يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات جمهور قناة الجزائر الدولية من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة

6- تحليل اتجاهات الجمهور باستخدام برنامج MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة AL24news - قناة الجزائر الدولية.

4-الاتجاهات المحايدة:

تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 0.66%، إذ علق أحدهم بخصوص الإعلامي أنه أثناء الحوار بأن لا ينبغي له مقاطعة الضيوف أثناء الحديث.

5-الاتجاهات الإيجابية:

من بين المحاور الأساسية في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، محور الاتجاهات الإيجابية الذي قامت الباحثة بتقسيمه إلى أربعة عناصر مهمة: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة- مشاعر التقبل، إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 1.31% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الأدعية والآيات القرآنية البارزة في بعض التعليقات، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 1.31% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في الدعوة إلى التآخي بين الشعبين المغربي والجزائري.

كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن نسبة: 7.87%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر تحيا الجيش الجزائري من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن، وكلها هتافات لها علاقة بالولاء للوطن.

في حين تمثل مشاعر التقبل نسبة:3.61% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والترحيب بقطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، والدعوة إلى بقاء الحدود مغلقة وبناء سور بين الجارتين، وهو يمثل حسب رأيهم قرار إيجابي، كما تجسد كذلك في تقبل الطرح الخاص بقضية التجسس الذي قدمه البرنامج الإعلامي من خلال الفيديو.

6-الاتجاهات السلبية:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية،وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وقد تم تصنيفها من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: مشاعر التعصب- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم- مشاعر الكراهية – مشاعر الاستياء- مشاعر الخوف والقلق.

تمثل مشاعر التعصب نسبة:4.59% من الاتجاهات السلبية، وتبرز أساسا في تعصب المغاربة المتابعين للفيديو على اليوتيوب من خلال تعليقاتهم، لفكرة انفصال منطقة القبائل في الجزائر، وتأسيس دولة أمازيغية مستقلة، وكذلك التعصب لصالح اليهود والإشادة بهم في تعليقات بعض المغاربة، وهذا المؤشر يعد سلبي ويؤثر بدوره على العلاقات الدبلوماسية بين الجارتين.

في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 14.03% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين، وتبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، ووصف القرار بالسليم بطريقة ساخرة.

كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:17.05% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، والتهجم كذلك البرنامج الإعلامي وعلى الحاضرين فيه من طرف المتابعين المغاربة، وكذلك التهجم على تطبيع المغرب مع إسرائيل واعتباره خيانة من طرف المتابعين الجزائريين.

كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 20.33%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التطبيعية مع الكيان الصهيوني، وكذلك كراهية عملية التجسس المغربية التي أصبحت تشكل تهديدا مباشرا على أمن وسلامة الدول المجاورة، وكذلك مشاعر الكراهية اتجاه المغاربة المقيمين بطريقة غير شرعية على الأراضي الجزائرية والمطالبة بضرورة طردهم، لأنهم قد يمثلون خطر على أمن الجزائر باعتمادهم كجواسيس.

في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 22.62% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، والاستياء من أعمال التجسس من طرف المغرب، وكذلك الاستياء من قطع العلاقات من جانب المغاربة المتابعين للفيديو.

أما مشاعر الخوف والقلق تتمثل بنسبة: 7.21% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا من الخوف والقلق من تواجد المغاربة بطريقة غير شرعية على الأراضي الجزائرية، والذي قد يمثل خطر بسبب عمليات التجسس التي قد يقومون بها.

6. تحليل الفيديو الرابع والتعليقات المرتبطة به على قناة fateherdream على اليوتيوب:

1.6. بيانات الفيديو من خلال برنامج MAXQDA:

عنوان الفيديو	**بن سديرة : هل ستعود العلاقات مع المروك بعد كلّ ما يفعلونه عنادًا في الجزائر ؟**
تاريخ وتوقيت مشاهدة وتحميل الفيديو	YouTube (23:41 2023/03/22)
قناة اليوتيوب	**Auteur** fateherdream
تاريخ نشر الفيديو على اليوتيوب	**Publié** jeudi 15 septembre 2022 21:02:49

مجال الفيديو	**Catégorie** News & Politics
عدد المشاهدات	**Vues** 39 046
عدد الإعجابات	"**J'aime**" 1 192
عدد التعليقات	**comentaires328 –8**
رابط الفيديو	https://www.youtube.com/watch?v=5A3td0MGJm8
مدة الفيديو	17:24

2.6. تحويل الفيديو إلى نص مكتوب:

في نفس الخطوة مع الفيديو الأول والثاني، وتحليل الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب: بن سديرة : **هل ستعود العلاقات مع المروك بعد كلّ ما يفعلونه عنادًا في الجزائر؟** ، قامت الباحثة بتحويل الفيديو إلى نص مكتوب باستخدام تطبيق الذكاء الاصطناعي **Sonix**، ويمكن عرض نص الفيديو محل الدراسة:

"اليوم اقتنعت اقتناع تام واعتقد انه الملايين من الجزائريين مقتنعين بهذا القناعه اللي عندي انه العلاقات الجزائرية المغربية من المستحيل من المستحيل أن تعود إلى سابق عهدها سواء في فتره حكم المرحوم هواري بومدين او المرحوم الشاذلي أو بعده مستحيل العلاقات الجزائريه المغربيه لن تعود الى سابقي عهدها مهما كانت الظروف وأنا واضح وصريح وأقول ما أنا مقتنع به انا ما نقولش بلي العلاقات لن تعود قد تعود العلاقات الجزائريه المغربية بعد سنوات مش بعد اشهر ولا بعد أسابيع مستحيل اعتقد انه في ظل حكم تبون العلاقة الجزائرية المغربية لن تعود لأنه تبون راسه خشين ونستعرف بيه وفحل عنده عقليه وعنده خصال وعنده ثقافة الدولة اللي عند هواري بومدين ولن يتراجع قيد الملا ولم يتنازل ولن يركع ولن يهرول مثل ما حاول المرحوم بوتفليقه مرحوم بوتفليقه رحمه الله يعني كان شاد العصا الوسط تبون ما عندوش العصا من الوسط هاك نستعرف بيه وهذا أكثر شيء يجعلني احترمه واقدر شخصيه تبون في العلاقات الخارجية في السياسة الخارجية السياسة الخارجية والمواقف الرجوليه افحل

راجل فحل عند كلمته ويشرف الدولة الجزائرية ونعتز ونفتخر انه عندنا راجل اللي قرر قطع العلاقات مع المغرب وقرر قطع العلاقات مع اسبانيا ولي يحل فمو نقطعو معاه العلاقات هذا الموقف يحسب لتبون ولو بعد 100 سنه سيسجل في التاريخ ان الرئيس تبون اتخذ قرارات رجوليه فحولية صنديد اركاز هذه هي الهدرة قد تعود العلاقات يعني ممكن المغربي اللي قال أودي سمحو لنا والوساطة وكدا وكدا ممكن يعود السفر الجزائري الى الرباط والسفر المغربي الى الجزائر وتبقى يعني علاقات محتشمة أقول قد تعود العلاقات بشكل سبربوح لكن ان تعود العلاقات مثل ما كان في السابق قبل سنوات او قبل اشهر قليله مستحيل اليوم انا اتاكد انه مستحيل لانه الطلاق ما بين الجزائر والمغرب اصبح طلاق بالثلاث طلقناهم بالثلاث راكم طالق طالق طالق بالثلاث يعني كي نقولو طالق بالثلاث معناتها لازم لها محلل لازم المغرب يتزوج بها كشما واحد صهيوني باش تولي قادر نعاودوا نرجعوها وإذا تزوج معاها واحد صهيوني يعني خلاص تولي ريحتها منتنة فايحة تولي فيها النجاسه تولي يعني ما تسالش اللي راح وولا واش من بنا خلا اذن العلاقات الجزائريه المغربيه راهي بالطلاق الطلاق بالثلاث طالق طالق طالق يعني اذا كان رجعت العلاقات لازم المروك يعاود يتزوج أو المغرب تعاود تتزوج مع واحد صهيوني أي واحد صهيوني يلصق فيهم نزوجوه ومن بعد يمكن نفكرو في حل لانه الامور تعدات يعني راحت خلونا نشوفو علاش انا قلت الكلام هذايا وشوفوا شوفوا تابعوا معي هذا الفيديو لي شفتوه كامل ومن بعد نرجع للتعليق(اهلا وسهلا مرحبا بكم أهلا وسهلا ومرحبا بكم شالوم...) السؤال المطروح عندما كان يتكلم يرحبو بيه بالعبرية هل كان قائد الجيش المروكي الفاروق كان يفهم واش كان يقولولو بالمروكية ولا لا هذا هو السؤال المطروح لأنو ما سمعناش ترجمة من المفروض يكون الترحيب يكون بالعبرية وواحد مكبر صوت يترجم بالعربية ممكن قراوه العبرية في المروك قبل ما يروح لم يحدث في تاريخ العلاقات العربية الصهيونية الإسرائيلية لأنو الدول لي عندها علاقات رسمية وعلاقات مفروضة أنا قلت لكم انه كاين فرق ما بين علاقات سلام فرضت على الأردن ومصر وعلاقات استسلام لانه المروك ما عنده حتى سبب لا يوجد أي مبرر يدفعه للاستسلام والانبطاح والركوع للكيان الصهيوني الإسرائيلي ما عندهم حتى مشكل الأردن عندها مشكل مصر عندها مشكل هادو واه عندهم أسباب وعندهم مبررات لربط علاقات أو ربط اتفاقيات سلام لأنو بصراحة مصر والأردن وصلوا لنتيجه انه صراعهم ليس مع الكيان الصهيوني ما يسمى بإسرائيل بل صراعهم مع أمريكا لي هي اقوى دولة في العالم وصلوا لقناعه أنهم راهم يحاربوا في أمريكا إذن قال لك يا ودي خلاص نديروا علاقات اتفاقيات سلام ونخطوا المشاكل بالرغم من انه الجزائر كانت وما زالت وستبقى ضد اي تطبيع أو أي اتفاقيات سلام مع الكيان الصهيوني بالرغم من اننا رفضنا 77 ونرفض إلى غاية الآن اتفاقيه كامب ديفيد وغيرها لكن هذا يا شان داخلي مصري وشان داخلي أردني

اتفاقيه العقبه وكذا اتفاقيات تخصهم لكن احنا مش موافقين ومش عاجبني الحال بالرغم من أننا نقدر الظروف انه كاين ظروف فرضه هذا الاتفاقيات اللي هي اتفاقيات عار لكنها مفروضه على مصر الأردن ما عدا مصر والاردن كاين علاقات شكليه يعني هكذا من الإمارات سلطنه عمان البحرين كذا يعني اتفاقيه ليست يعني ما وصلتش لدرجه بالرغم من انه العلاقات الخليجية سواء مثلا سلطنه انا لما كنت في سلطنة عمان في 2008 مثلا كان يوجد مكتب اسرائيلي في مسقط نعم كان يوجد ممثليه دبلوماسيه ما يسمى ب: يعني سفير أو ممثل او يعني سميها ممثل مكتب يعني إسرائيلي في سلطنه عمان نعم ولكن عمري ما سمعت انه راح وفد رسمي من سلطنه عمان وزير او قائد جيش او كذا إلى إسرائيل ما سمعتش الامارات نفس الشيء توجد ممثلية في ابو ظبي مثل الكنائس ودايرين حتى معابد للبوذيه وداري عن الاعتبار في ابو ظبي غير معلن عليها والآن أصبحت موجودة ومعلن عليها وعندهم حتى كنيسة إسرائيلي او ما يسمى بالمعبد يعني في أبو ظبي مثل الكنائس ودايرين حتى معابد للبوذيه يهوديه في الإمارات ولكن لم نسمع انه فيه هذا البهرجة في العلاقات الإسرائيلية الإماراتية او القطرية او العمانية او اي دوله من دول الخليج ولا حتى مع الأردن ومصر هل سمعتم انه راح الوزير الأول الإسرائيلي إلى مصر ثم راح بعده وزير الخارجية ثم راح بعد وزير الداخلية ثم راح بعده قاعدة أركان ثم راح بعده مدير المخابرات الموساد ثم راح بعده قائد القوات البرية عمرها ما صرات الدوله العربية الوحيدة حتى لا أقول الدولة الوحيدة في العالم لانه هذا الزيارات المكثفه من قبل الوفود الاسرائيليه الى المغرب لم تحدث حتى مع امريكا امريكا ما صراتش بريطانيا التي انشات الكيان الصهيوني لانه بريطانيه هي اللي خلقت الكيان الصهيوني لكن انا عمري ما سمعت انه وزير الأول او رئيس الحكومة الإسرائيلية زار بريطانيا ورحبوا به ودارو هيلولة وكذا وكذا ومن بعد جا وزير الخارجية وجا وزير الداخلية عمري ما سمعتها حتى ولو تكون زيارات تكون زيارات في السرية يستقبلو يعني لأي واحد مسؤول وخلاص للعلم الملكة إليزابيت زارت أكثر من 120 دوله في العالم زيارات رسميه بما فيها الدول العربية بما فيها الجزائر زارت الجزائر وزارت كثير من الدول العربية نقدروا نقولوا تقريبا معظم الدول العربية زارتها الملكة اليزابيث لكنها ولا مره ولا مره زارت الأراضي الفلسطينية المحتلة عمرها ما راحت ما يسمى بإسرائيل هذا عندها سر عظيم هو أنهم لا يعترفون بهذا الكيان بصفه رسميه بل فرضته الصهيونية العالمية اللي كان مقرها في لندن بريطانيا وهذا موضوع آخر يمكن أن نرجع ليه في أي فرصه أخرى لكن هذه ملاحظه مهمة انه ملكه المملكة المتحدة بريطانيا لم تزر في حياتها 70 سنه وهي ملكه عمرها ما زارت ما يسمى بالكيان الصهيوني الإسرائيلي الآن نوجد أن الدولة الوحيدة في العالم الدولة الو حيده في العالم التي أولت اهتمام بالغ لاتفاقيات

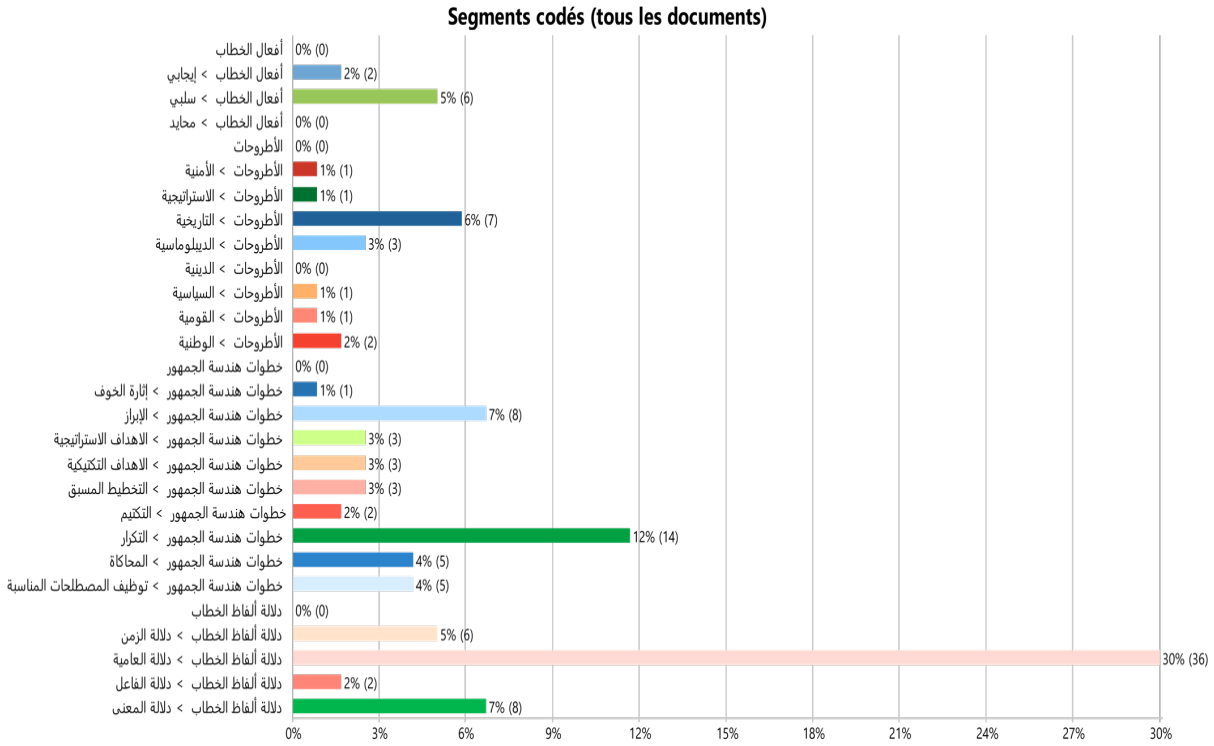
العار ومعاهدات الدفاع المشترك والزيارات لدرجه انه القائم بأعمال أو ممثل الكيان الصهيوني إسرائيل في المغرب يعتبر المغرب يعني ملهى .

ترميز الخطاب الرقمي لفيديو اليوتيوب بن سديرة : هل ستعود العلاقات مع المروك بعد كلّ ما يفعلونه عنادًا في الجزائر ؟ وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
●	المحاكاة	5	0	4,17	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:03
●	سلبي	6	0	5,00	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:07
●	دلالة ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 01:04
●	توظيف المصط...	5	0	4,17	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:02
●	التخطيط المسبق	3	0	2,50	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:02
●	الاهداف الاسترات..	3	0	2,50	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:02
●	محايد	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 01:07
●	دلالة العامية	36	0	30,00	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:05
●	التكتيم	2	0	1,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:01
●	دلالة الفاعل	2	0	1,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:05
●	خطوات هندسة ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 01:01
●	الأطروحات	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 00:59
●	الاستراتيجية	1	0	0,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 00:59
●	دلالة المعنى	8	0	6,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:04
●	الإبراز	8	0	6,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:03
●	أفعال الخطاب	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 01:06
●	القومية	1	0	0,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:00
●	الاهداف التكتيكية	3	0	2,50	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:02
●	إثارة الخوف	1	0	0,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:04
●	الوطنية	2	0	1,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:00
●	التاريخية	7	0	5,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:00
●	الدينية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 01:01
●	دلالة الزمن	6	0	5,00	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:05
●	إيجابي	2	0	1,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:07
●	الأمنية	1	0	0,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:00
●	الديبلوماسية	3	0	2,50	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 01:00
●	التكرار	14	0	11,67	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 17:43
●	السياسية	1	0	0,83	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 00:59

الجدول رقم (9): يوضح عدد ونسب الترميز الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو قناة بن سديرةfateherdream محل الدراسة

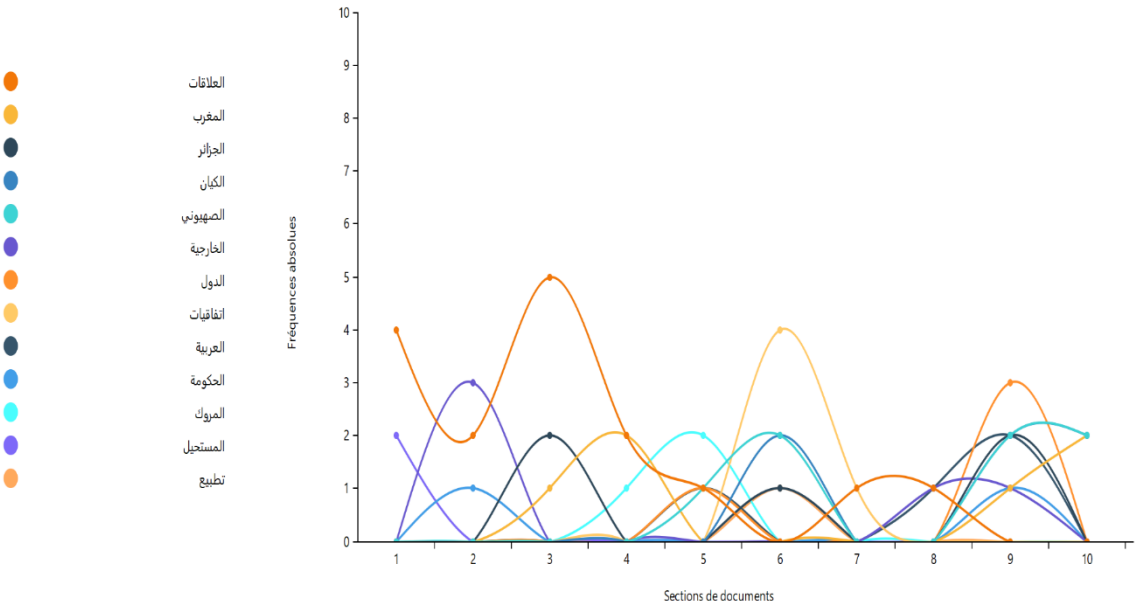
الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية الترميز التي يعتمدها برنامج MAXQDA، أن محور الأطروحات الخاصة بمستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة مجتمعة يمثل ما نسبته 13.32% من نص الفيديو، في حين يمثل محور خطوات هندسة الجمهور مجتمعة ما نسبته 50%، ثم يليه ثم يليه محور دلالة ألفاظ الخطاب 43.34%. ثم يليه محور أفعال الخطاب مجتمعة بنسبة 6.67%.



مخطط رقم (25): يوضح محاور ترميز فيديو (قناة بن سديرة_ fateherdream) محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA

3.6. تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو باستخدام برنامج MAXQDA

كما رأينا مع نص الفيديوهات السابقة، أن من بين أساسيات برنامج MAXQDA إبراز الألفاظ الأكثر تداولا في تحليل أي نص سواء أكان (مكتوب-سمعي-مرئي)، أما بالنسبة لنص الخطاب الرقمي الخاص بالفيديو محل الدراسة، فمن المهم جدا تحديد أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتواه، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية وخصوصا ب، إذ يظهر من خلال المخطط أدناه درجات توظيفها في الفيديو، وذلك للدلالة على أهم الجوانب وتداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب). والمتمثلة في ثلاثة عشر كلمة وهي: تطبيع، المستحيل، المروك، الحكومة، العربية، اتفاقيات، الدول، الخارجية، الصهيوني،الكيان، الجزائر، المغرب، العلاقات.



مخطط رقم (26): يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) من إنجاز برنامج MAXQDA

تحليل الخطاب الرقمي للفيديو وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

قامت الباحثة بالاســـتعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة fateherdream ، وتم هذا التحليل انطلاقا من النص.

6- خطوات هندسة الجمهور:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة في تحليل خطاب هذا الفيديو إلى تســـعة عناصـــر نذكرها: إثارة الخوف-التكتيم- الإبراز- التخطيط المسبق- المحاكاة- توظيف المصطلحات المناسبة- وضع أهداف إستراتيجية- وضع أهداف تكتيكية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، وتداعياتها السياسية والاقتصادية، إذ احتل عنصر إثارة الخوف نسبة 0.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن مصر والأردن عقدت اتفاقيات مع الكيان الصهيوني في ظل مخاوفها من أمريكا التي تشكل قوة عالمية.

في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر، وذلك بسبب تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني لدرجة أنه تم تبادل الزيارات بين المغاربة واليهود، وكذلك إبراز العلاقة التي تجمع مصر والأردن في إطار اتفاقيات مع إسرائيل من جهة، وكذلك إبراز العلاقات الموجودة بين الإمارات وعمان وقطر بالكيان الصهيوني من جهة أخرى.

كما يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 2.50% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في استقبال الكيان الصهيوني لوزير الخارجية المغربي والتكلم أمامه بالعبرية، فكان هناك تخطيط مسبق لزيارة الوزير لتل أبيب وأنه كان على دراية باللغة العبرية في غياب أي وسيلة للترجمة إلى العربي، إضافة إلى وجود تخطيط مسبق من طرف مصر والأردن لعقد اتفاقيات سلام مع الكيان الصهيوني وذلك بغرض تجنب المشاكل.

وتمثل المحاكاة نسبة 4.17% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في قول بن سديرة بأن له قناعة أنه من المستحيل عودة العلاقات مع المغرب وجعل قناعته تحاكي قناعة عامة الشعب الجزائري وذلك بسبب تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني، وذلك بغرض التأثير على اتجاهات الجمهور بخلق قناعتهم باستحالة إعادة ربط العلاقات مع الغرب من قناعته هو نفسه، كما أنه أقر بأن كل من يفتح فمه بخصوص الجزائر نقطع العلاقات معه، فهو يحاكي موقف السلطة الجزائرية في ذلك فكلمة نقطع التي تدل على نحن تشمل السلطة الجزائرية وعامة الشعب الجزائري، وهو بدوره أسلوب يستعمل بغرض التأثير على اتجاهات الجمهور.

في حين يمثل توظيف المصطلحات المناسبة نسبة 4.17% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توظيف المصطلحات المناسبة في مسألة تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني الذي يمكن وصفه على حسب بن سديرة بالاستسلام والانبطاح لهذا الكيان.، دون أية شروط تذكر.

كما يمثل وضع أهداف إستراتيجية نسبة 2.50% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويظهر ذلك في أن الأردن ومصر عندها أهداف إستراتيجية من خلال عقد اتفاقيات سلام مع إسرائيل وذلك بغرض تجنب المشاكل خصوصا مع أمريكا.

في حين يمثل وضـع الأهداف التكتيكية نسـبة 2.50% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك في أن الدولة الوحيدة في العالم التي أولت اهتمام بالغ لاتفاقيات العار ومعاهدات الدفاع المشـترك والزيارات هي المغرب.

في حين يمثل التكرار نسـبة 11.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك مواضـع كثيرة في نص الفيديو، وهذا التكرار جاء لترسـيخ الرسـالة التي يود الأسـتاذ بن سـديرة نقلها إلى الجمهور بغرض التأثير على اتجاهاته اتجاه قضية قطع العلاقات بين الجارتين.

في حين يمثل التكتيم نسـبة 1.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك أن تطبيع الإمارات مع إسـرائيل لم يكن معلن عنه من قبل، أنه لم يتم سماع أن وزير الأول أو رئيس الحكومة الإسـرائيلية زار بريطانيا ورحبوا به وبعدها جاء وزير الخارجية وجاء وزير الداخلية حتى ولو تكون زيارات تكون زيارات في السرية.

الأطروحات:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسـة، محور خطوات هندسـة الجمهور، وقد تم تصـنيفه من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية- الأمنية، وقد تم اختيار العناصـر الخاصـة بهذا المحور بناءا على حسـاسـية موضـوع نص الفيديو محل الدراسـة، المرتبط أسـاسـا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، إضـافة إلى ما تقتضـيه ضـرورة تحليل الخطاب الرقمي لهذا الفيديو، فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 5.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أسـاسـا في أنه من الناحية التاريخية العلاقات بين المغرب والجزائر لن تعود إلى سـابق عهدها سـواء في فترة حكم الرئيس هواري بومدين أو الرئيس الشـادلي، كما تتجسـد في أن الرئيس تبون اتخذ قرارات رجولية تاريخية تحسب له ولو بعد 100 سنة، كما تبرز في أن الجزائر كانت وما زالت وستبقى ضد أي تطبيع أو أي اتفاقيات سـلام مع الكيان الصـهيوني بالرغم من اننا رفضـنا 77 ونرفض إلى غاية الآن اتفاقيه كامب ديفيد وغيره، كما تظهر الأطروحات التاريخية في أن بريطانيا هي التي صنعت الكيان الصهيوني.

في حين تمثل الأطروحات السياسية نسبة: 0.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن اتفاقيات السلام بين مصر والأردن والكيان الصهيوني تبقى شأن داخلي يخصهم.

في حين تمثل الأطروحات القومية نسبة: 0.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن الجزائر كانت وما زالت وستبقى ضد أي تطبيع أو أي اتفاقيات سلام مع الكيان الصهيوني وذلك خدمة للتوجهات القومية خصوصا تلك الداعمة للقضية الفلسطينية.

كما أن الأطروحات الوطنية تمثل نسبة: 1.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في السياسة الوطنية الداخلية المنتهجة في الجزائر للنظام الجديد.

وتمثل الأطروحات الإستراتيجية نسبة: 2.50% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في زيارة قائد الجيش المغربي لإسرائيل والتي كانت تأخذ أبعاد استراتيجية محضة.

في حين تمثل الأطروحات الأمنية نسبة: 0.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في كذلك في زيارة قائد الجيش المغربي لإسرائيل والأبعاد الأمنية الخطيرة التي تحملها هذه الزيارة، وكذلك تتمثل في أن محاولة مصر والأردن ومصر عقد اتفاقيات سلام مع إسرائيل جاءت للحفاظ على أمنها.

وتمثل الأطروحات الديبلوماسية نسبة: 2.50% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في الدور المهم الذي لعبه الرئيس تبون في العلاقات الخارجية والذي يشرف الدولة الجزائرية.

أفعال الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى ثلاثة عناصر نذكرها: سلبي إيجابي ومحايد، ويرجع اختيار الباحثة لهدا المحور وذلك لبروز عناصره في نص الفيديو، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 5.00% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في الجوانب السلبية للسياسة الداخلية في الجزائر، وتبرز كذلك في أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر لأنها أصبحت تشبه الطلاق بالثلاث، وتبرز كذلك في أن الدولة الوحيدة التي هرولت للتطبيع مع الكيان الصهيوني على شكل استسلام هي المغرب.

في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 1.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الدور الإيجابي الذي يلعبه الرئيس تبون في السياسة الخارجية.

7- دلالة ألفاظ الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى دلالة الزمن، دلالة الفاعل، دلالة المعنى، إضافة إلى دلالة العامية، ويرجع اختيار الباحثة لهذا المحور (كما رأينا في تحليل نص الفيديوهات السابقة أعلاه)، وذلك لبروز عناصره هو الآخر في نص الفيديو، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 5.00%، ويظهر أساسا في الفترات الزمنية المذكورة في نص الفيديو، فترة حكم المرحوم هواري بومدين أو المرحوم الشاذلي، وتبرز كذلك في أن العلاقات لن تعود قد تعود العلاقات الجزائرية المغربية بعد سنوات مش بعد أشهر ولا بعد أسابيع مستحيل، كما تبرز كذلك في أن ملكة المملكة المتحدة بريطانيا لم تزر في حياتها 70 سنه وهي ملكه عمرها ما زارت ما يسمى بالكيان الصهيوني الإسرائيلي.

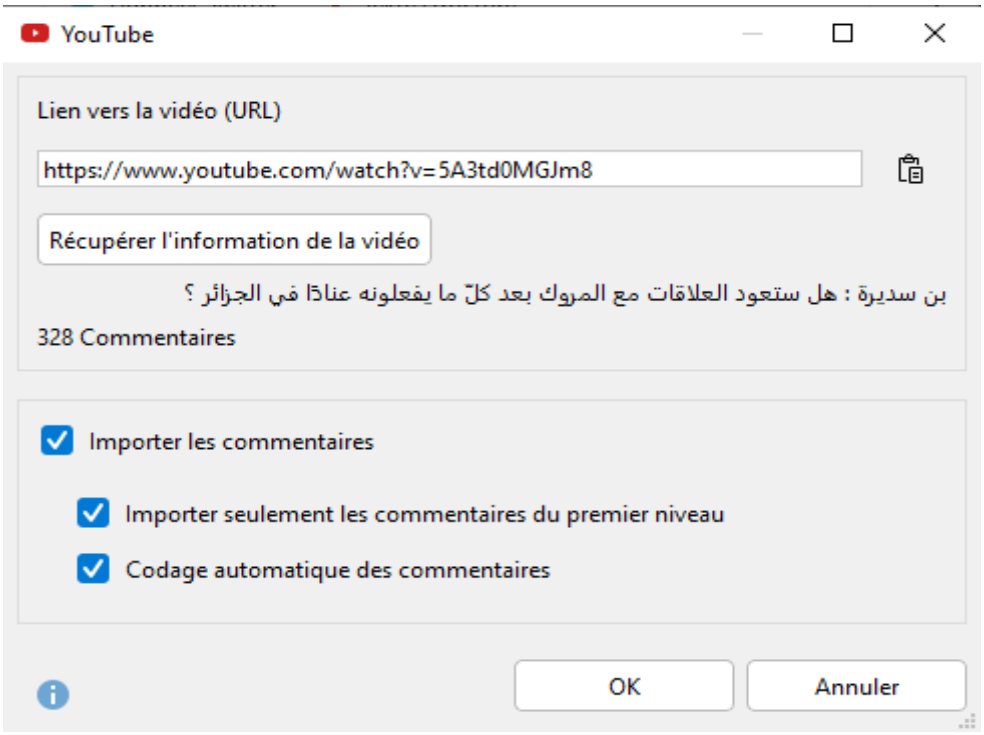
كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 6.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في مستحيل العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى سابق عهدها مهما كانت الظروف، وهذا الأمر له معنى قوي عن أن هذه الأزمة أعمق من أن يتصورها أي أحد، كما يبرز في أن الرئيس تبون لن يهرول مثل ما حاول الرئيس الراحل عبدالعزيز بوتفليقة، وهذا له معنى بأن الرئيس تبون له مواقف قوية لن يتراجع عنها، ويظهر كذلك في أن علاقات تطبيع المنتهجة من بعض الدول كالإمارات أصبحت موجودة ومعلن عنها، ويبرز كذلك في أن الزيارات المكثفة من قبل الوفود الإسرائيلية إلى المغرب لم تحدث حتى مع أمريكا و بريطانيا التي أنشأت الكيان الصهيوني، وهذا له معنى قوي بأن المغرب استسلم إلى الكيان الصهيوني. كما يظهر في أن ملكة بريطانيا لم تزر إسرائيل طيلة فترة حكمها، وهذا له معنى بأن الكيان الصهيوني لا يحمل أي مصداقية أو تاريخية.

في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل نسبة 1.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن الملايين من الجزائريين مقتنعين بأن العلاقات المغربية الجزائرية من المستحيل أن تعود إلى سابق عهدها، كما تبرز دلالة الفاعل في أن السياسة الداخلية في الجزائر لا تبشر بخير مقارنة بسياستها المنتهجة على المستوى الخارجي.

في حين يمثل عنصر دلالة العامية نسبة 30.00% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توظيف الأستاذ بن سديرة لألفاظ ومصطلحات بالعامية والتي احتلت أغلبية نص الفيديو، وهذا التوظيف جاء لتبسيط الخطاب بغرض توصيل الرسالة لجمهور المتابعين خاصة الجزائريين بغرض التأثير على اتجاهاتهم بخصوص قضية قطع العلاقات.

تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على الفيديو محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

قامت الباحثة بتحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو محل الدراسة، إذ يمثل العدد الإجمالي للتعليقات المقدر بـ: 328، وهو عدد لا بأس به من مجموع مشاهدات الجمهور للفيديو عبر قناة fateherdream على اليوتيوب، والمقدرة بـ: 39 046 ، وقد قام برنامج التحليل النوعي MAXQDA باختيار أهم التعليقات حول محتوى الفيديو بطريقة آلية كما هو مبين في الصورة أدناه، وتم حصرها من طرف البرنامج في: 328 تعليق.



صورة رقم (11): توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة بن سديرةfateherdream التي يوفرها MAXQDA

ومن خلال خاصية جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب التي يوفرها MAXQDA، وحصر عدد التعليقات المهمة حول الفيديو الذي تم اختياره بطريقة عمدية من طرف الباحثة بعنوان: بن سديرة : هل ستعود العلاقات مع المروك بعد كلّ ما يفعلونه عنادًا في الجزائر ، والذي تم نشره في قناة fateherdream عبر اليوتيوب بتاريخ: 15 سبتمبر 2022، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا

من جهة، وكون تم نشره لمعالجة مسألة التطبيع المغربي الإسرائيلي التي كانت من بين الأسباب المباشرة لقطع العلاقات الجزائرية المغربية.

وكخطوة أولى قامت الباحثة بالاعتماد على برنامج MAXQDA بتقسيم اتجاهات الجمهور إلى ثلاثة (03) أقسام مهمة هي:

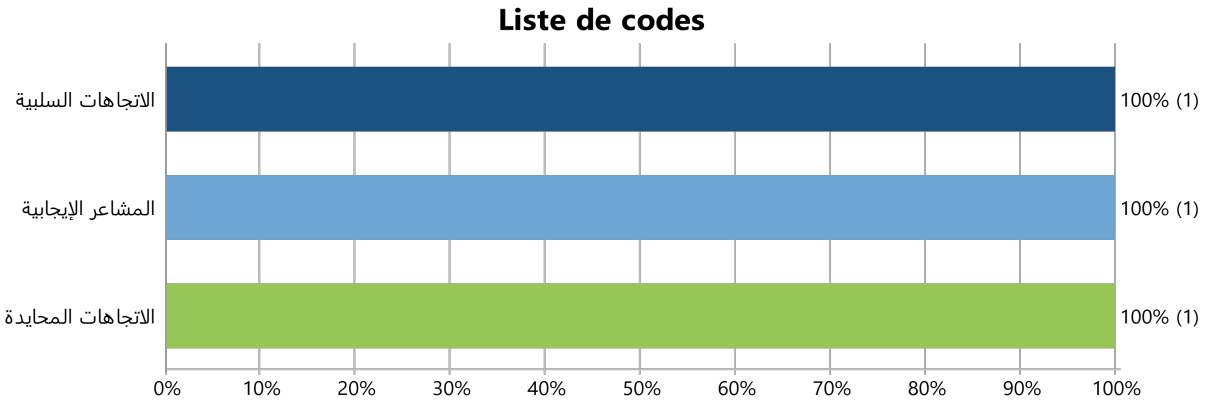
- الاتجاهات المحايدة

- اتجاهات الإيجابية: وتم تقسيمها بدورها إلى: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة – مشاعر التقبل.

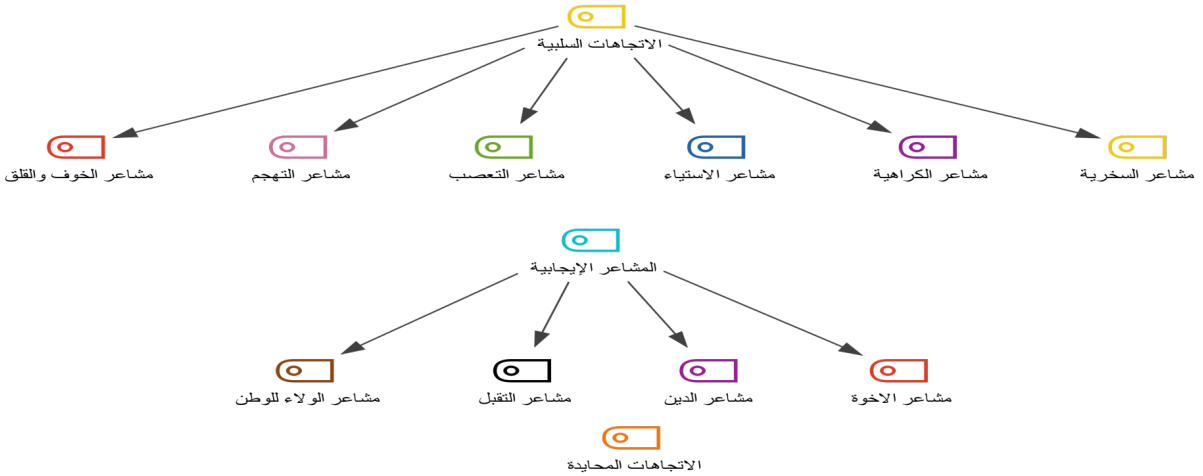
- الاتجاهات السلبية: وتم تقسيمها هي الأخرى إلى: مشاعر الكراهية- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم – مشاعر الاستياء – مشاعر الخوف والقلق –مشاعر التعصب.

وجاءت هذه التقسيمات بناء على محاولة فهم تأثير الفيديو محل الدراسة على اتجاهات الجمهور، وما إذا كان هناك ارتباط بين محتواه وردة فعل الجمهور اتجاه القضية المطروحة فيه.

وتم تمثيل هذه الاتجاهات في المخطط البياني من إنجاز برنامج MAXQDA التالي:



كما قام البرنامج بإنجاز المخطط العام لهذه الاتجاهات والعناصر المرتبطة بها كما في تحليل نص فيديو **قناة بن سديرةfateherdream** على الشكل التالي:



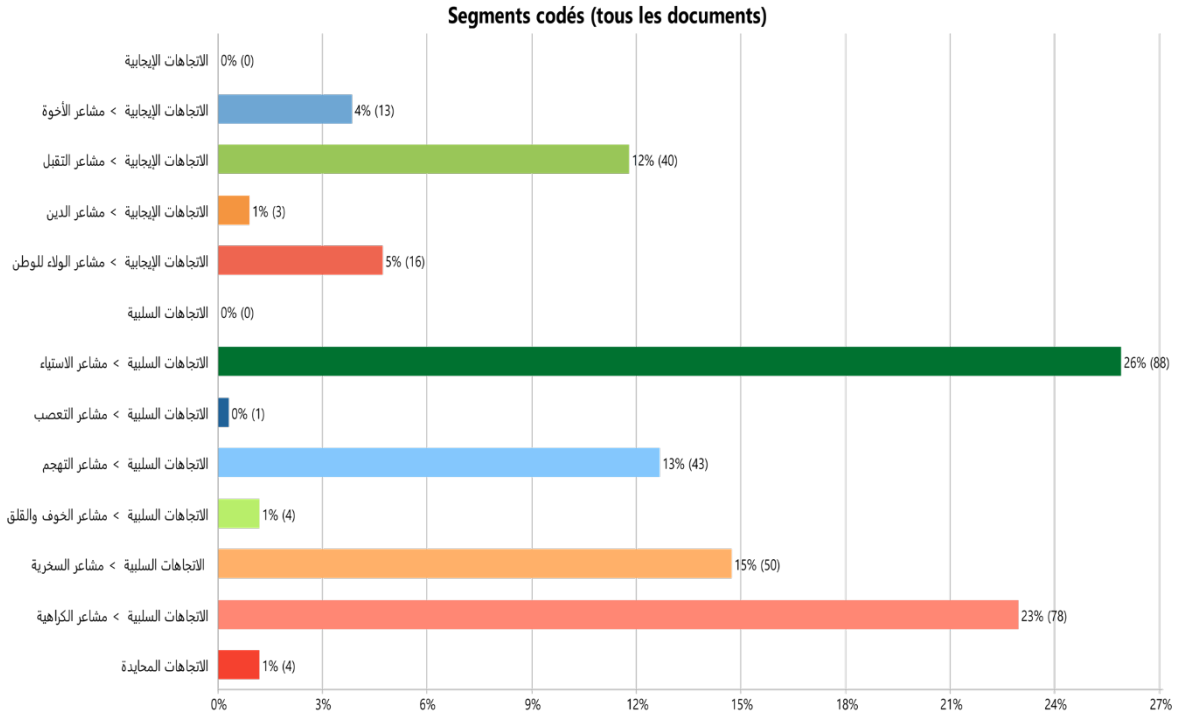
مخطط رقم (27): المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بها كما في تحليل نص فيديو (قناة بن سديرةfateherdream)

4. تحديد عدد ونسب العناصر المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال التعليقات باستخدام MAXQDA:

من خلال خاصية الترميز التي يتيحها برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تم تحديد نسب المحاور الأساسية لاتجاهات الجمهور والعناصر المرتبطة بها في الجدول والمخطط الموجودين أدناه:

الجدول رقم (10): يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) باستخدام برنامج MAWQDA

Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
الاتجاهات السلبية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 11:27
مشاعر التعصب	1	0	0,29	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:28
مشاعر الخوف و...	4	0	1,18	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:32
مشاعر الكراهية	78	0	22,94	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:27
مشاعر التقبل	40	0	11,76	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:27
الاتجاهات المحاي...	4	0	1,18	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:25
مشاعر الولاء للو...	16	0	4,71	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:26
مشاعر الدين	3	0	0,88	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:26
الاتجاهات الإيجاب..	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	24/03/2023 11:26
مشاعر الأخوة	13	0	3,82	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:27
مشاعر التهجم	43	0	12,65	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:30
مشاعر الاستياء	88	0	25,88	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:28
مشاعر السخرية	50	0	14,71	0,00	1	CMIB INFO	24/03/2023 11:28



مخطط رقم (28): من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) من خلال التعليقات

يمكن ملاحظة التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية التطبيع التي كانت سبب مباشر في قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

7- أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم باستخدام برنامج MAXQDA:

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

إن تحديد المصطلحات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، من خلال خاصية سحابة الكلمات التي يحللها برنامج MAXQDA، تحيلنا إلى ارتباط هذه المصطلحات باتجاهات الجمهور، وتفاعله مع الفيديو، والتأثير الذي خلفه في نفسية الجمهور، نظرا لحساسية القضية التي تمثل تعميق للخلاف والقطيعة بين البلدين (المغرب والجزائر).

وتبرز سحابة الكلمات تنوع المصطلحات الواردة وتعدد ميادينها، حيث تظهر المجموعة الأولى ذات البعد السياسي، فقد ورد الحديث عن تبون، الملك، الجزائر، الشعب، الصهاينة، كما تبرز مصطلحات ذات علاقة باتجاهات وآراء ومواقف سياسية نحو الموضوع المطروح في الفيديو، تظهر باللغتين العربية واللغات الأجنبية، والمتمثلة في pour, yes, ولا، مع باللغة العربية، كما تبرز مصطلحات توحي بالولاء على غرار مصطلح عاش، الملك.



مخطط رقم (29): يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديو (قناة بن سديرةfateherdream) محل الدراسة

8- تحليل اتجاهات الجمهور باستخدام برنامج MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على الفيديو محل الدراسة المنشور لقناة fateherdream على اليوتيوب

1-الاتجاهات المحايدة:

تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 1.18%، إذ علق أحدهم بإلقاء التحية، في حين طلب متابع آخر من خلال تعليقه من الأستاذ بن سديرة لأزمة السكن ورواتب عمال الشركات التي لم يتقاضوها منذ عدة أشهر.

2-الاتجاهات الإيجابية:

من بين المحاور الأساسية في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، محور الاتجاهات الإيجابية الذي قامت الباحثة بتقسيمه إلى أربعة عناصر مهمة: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة- مشاعر التقبل، إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 0.88% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الأدعية نسأل الله أن ترجع لأننا مسلمين وربي ينتقم من أهل الفتن ويجعل كيدهم في نحورهم

ير للشعبين المغربي والجزائري ودرء الفتنة بينهما، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 3.82% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في الدعوة إلى التآخي بين الشعبين المغربي والجزائري من جهة، وروح الأخوة كذلك من طرف بعض المتابعين من الصحراء الغربية التي يكنونها للجزائر، والأخوة التي كنها بعض المتابعين لفلسطين.

كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن نسبة: 4.71%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر تحيا الجيش الجزائري من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن، وكلها هتافات لها علاقة بالولاء للوطن.

في حين تمثل مشاعر التقبل نسبة:11.76% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والترحيب بقطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين، والدعوة إلى بقاء الحدود مغلقة وبناء سور بين الجارتين، وهو يمثل حسب رأيهم قرار إيجابي، كما تجسد كذلك في تقبل الطرح الخاص بقضية التطبيع واستحالة عودة العلاقات بين البلدين بسببه من خلال الفيديو.

3-الاتجاهات السلبية:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية،وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وقد تم تصنيفها من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: مشاعر التعصب- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم- مشاعر الكراهية – مشاعر الاستياء- مشاعر الخوف والقلق.

تمثل مشاعر التعصب نسبة:0.29% من الاتجاهات السلبية، وتبرز أساسا في لفكرة ضم الصحراء الغربية للمغرب.

في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 14.71% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين، وتبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، والسخرية من الفيديو وطريقة تقديم الأستاذ بن سديرة لحيثياته..

كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:12.65% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، والتهجم كذلك على الأستاذ بن سديرة وحيثيات قضية التطبيع التي قام بالتطرق لها في الفيديو.

كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 22.94%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التطبيعية مع الكيان الصهيوني، وكذلك مشاعر الكراهية للنظام المغربي من طرف المتابعين الجزائريين، ومشاعر الكراهية للنظام الجزائري من طرف المتابعين المغاربة.

في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 25.88% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، والاستياء من أعمال التجسس من طرف المغرب، وكذلك الاستياء من قطع العلاقات من جانب المغاربة المتابعين للفيديو.

أما مشاعر الخوف والقلق تتمثل بنسبة: 1.18% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في أن المخزن لايريد الخير للجزائر ويجب الحذر من المطبعين و الخونة الصهاينة، كما تتجسد في الزيارات المكثفة من الطرفين

المغربي والإسرائيلي فهي مؤامرات ضد الجزائر. فهي قد تكون دراسات خبيثة عسكرية، كما تظهر في أن لا أمان في المغاربة الذين يجري في عروقهم دم الخبث

7. تحليل الفيديو الخامس والتعليقات المرتبطة به على قناة Mohamed DOUMIRعلى اليوتيوب:

1.7. بيانات الفيديو من خلال برنامج MAXQDA:

عنوان الفيديو	**أصل الحدود الجزائرية المغربية وتوثيقها من القرن الأول إلى اليوم**
تاريخ وتوقيت مشاهدة وتحميل الفيديو	YouTube (02:08 2023/03/29)
قناة اليوتيوب	**Auteur** Mohamed DOUMIR
تاريخ نشر الفيديو على اليوتيوب	**Publié** mercredi 1 décembre 2021 17:08:02
مجال الفيديو	**Catégorie** News & Politics
عدد المشاهدات	**Vues** 594 194
عدد الإعجابات	**"J'aime"** 33 252
عدد التعليقات	**7798 comentaires –9**
رابط الفيديو	https://www.youtube.com/watch?v=zlp-Ecd8hw4
مدة الفيديو	10:04

2.7. تحويل الفيديو إلى نص مكتوب:

محمد دومير تحقيق موثق للحدود الجزائرية المغربية عبر التاريخ منذ القرن الأول إلى يومنا هذا نديرو مقدمة صغيرة نقولو فيها بانو الخلاف بين الجزائر والمغرب إنما هو من طرح علال الفاسي زعيم حزب الاستقلال المغربي لي

ناض يخطب في الأمة في خمسينيات القرن الماضي بأن المغرب لازم يمتد إلى نهر السنغال جنوبا وتلمسان وبشار وأدرار شرقا وكل لي دارو هاد الطرح أن الدول العربية كلها حدودها اليوم معترف بها دوليا إلا المغرب خلاها حاصلة في المفاوضات على الحدود وخاضعة لتطبيع والتنازلات بينما احنا في الجانب الجزائري ما سمعناش حتى أطروحة جزائريه رسميه ولا شعبيه تنادي بالأراضي لي تاريخيا لي يمتد عليها المغرب حاليا وإليكم الموضوع نحن الآن في القرن الأول ميلادي الجزائر اسمها موريتانيا القيصرية والمغرب اسمها موريتانيا الطنجية ويقول أشهر مؤرخي تلك الحقبة الجغرافي بطليموس أن الفاصل بينهما هو نهر ملوية وهذه العبارة موثقة باللغة اللاتينية في أقدم الكتب نهر ملوية يقسم موريتانيا إلى قسمين ونقروا مع بعض عن تلك الحقبة في كتاب معلمة المغرب لنشرته الجمعية المغربية للتأليف أن المملكتين يفصل بينهما نهر ملوية وبعد الفتح الإسلامي عرفت المنطقة كلها بالمغرب الإسلامي وتوحدت تحت راية الدولة الأموية تقريبا لمده قرن وما لبث حتى ظهرت فيه مجموعات تقاسمت السلطة ودعت الملك وكان أول من شق الصف رجل يدعى طريفي المطغري لي أسس مملكه صغيره من الخوارج في أقصى الشرق سنه 744 ميلادي اسمها مملكه بورغواطة وهذه عاصمته اللي قريبه من الرباط حاليا ثانيهم سليم عبد الرحمن لي أسس الدولة الرستمية سنه 776وعاصمتها تيارت وثالثهم إبراهيم بن الأغلب اللي أسس دوله الأغالبة سنه 800 وعاصمتها القيروان وبالنسبه للموضوع الحدود مملكه بورغواطة هذه كانت صغيره محصورة كما قلنا في أقصى الشرق وما كانش بينها وبين المملكة الرستمية حتى نزاع حدود مذكور في التاريخ يعني لحد الآن ما شفناش العيب من حتى جار وزادت الممالك في التقسم حتى أصبحت كل قرية عبارة عن مملكه ومرات تظهر بعض الممالك القوية والكبيرة مثل الدولة الزيريه والموحديه والحماديه ودوله بنوزيان والمرابطين وغيرها ثم بعد هذا الانقسام وفي القرن الثالث عشر نشأت ثلاث دول الحفصية في تونس وشرق الجزائر والدوله الزيانيه بغرب الجزائر والدوله المرينيه بالمغرب وهنا بما انه ظهر الدول ثابتة نرجعو نشوفو حدودها الجغرافية ويهمنا في هاد البحث الحد بين الدوله الزيانيه والدولة المرينية في كتاب موسوعة المغرب العربي في الجزء الثالث وفي الصفحة 130 نقرو إن دفاع هذه القبائل عن المغرب الأوسط هو في الواقع دفاعها عن صالحها من الضياع وهذا يفسر حروبهم ضد المرينيين لاسترداد تلمسان حتى اضطروهم للانسحاب وهم عرات حتى حدود الدوله المرينية يعني حدودها غرب تلمسان وهذا يناسب الفصل تاريخي نهر ملويه خاصه وانه يقول في نفس الكتاب وفي حديث عن نفس الدوله المرينيه أن المغرب الأوسط يمتد إلى واد ملوية ومدينه وجده غربا ويذكر الوزان وهو جغرافي مغربي موثوق جدا في العالم كله يوصف الحدود الغربية لتلمسان في عصر الدولة الزيانيه فيقول ميناء هنين وندروما ووجدة وقصر ايسلي لي حاليا اسمه قصر العاجة وصحراء أنكاد كلها تابعة لتلمسان والجغرافي والمؤرخ بروغر يقول هذا العزل الطبيعي

ويقصد نهر ملوية مكن في عهد الممالك المحلية من التمييز بين مملكتي فاس وتلمسان بنفس الحدود وبالضبط على ما كانت عليه بين الموريتانيتين الطنجية والقيصريه ويقول أيضا لا يوجد جغرافي معتبر لا يعرف حقيقة أن نهر ملوية هو الفاصل بين المغرب والجزائر فتكون بذلك حقبه أخرى من الزمن طويت ونهر ملوية لازال الحد الشرقي لكل الممالك التي ظهرت بالمغرب الأقصى ثم نجد العثمانيين حلوا بالجزائر ورسخوا وحدتها لغاية مملكه تلمسان والسعديين يسعون لحكم المغرب من خلال ثوراتهم ضد الوطاسيين وذلك في القرن السادس عشر وكان أول هجوم للسعديين على تلمسان سنة 1550 حيث تجاوزوا نهر ملويه واحتلوا قرسيف ووجده اللي كانوا يتبعوا الجزائر ودخلوا تلمسان في 9 جوان 1550 واخذوا سلطانها الحسن الزياني اسير وبعد ثلاثه اشهر من احتلالهم تلمسان وصلهم الجيش الجزائري بقياده حسن قرصو وانهزم السعديون وتراجعوا الى ما وراء نهر ملوية وفي فيفري 1551 تقدم السعديون مره اخرى لاحتلال تلمسان بقياده ملكهم محمد الشيخ وكان جيشهم 17,000 نقولكم الحقيقه المره هذا الهجوم كان فيه فيلق اسباني لدعم التقدم المغربي وكان بقياده كونديال كواد الا انه الجزائريين زحفوا اليهم وقتلوا ثلاث ارباع الجيش يعني اكثر من 12,000 جندي وقتل ابن السلطان السعدي واسمه عبد القادر وهاد المعركة معروفه جدا في التاريخ وتعرف بمعركة بوعزون وتم بعد استرجاع شرق نهر ملوي وهذا محقق في كتاب حرب المغرب في القرن السادس عشر بعد ما قص علينا تفاصيل المعركه يقول ورجع المغاربة لموقعهم الدفاعي غرب نهر ملويه الذي هو الحد العرفي بينهم وبين اياله الجزائر وفي سنة 1553 كتب صالح رايس حاكم الجزائر الى سلطان فاس يلزمه بضرورة الالتزام بنهر ملوية كحد شرقي لبلاده ولكن الشريف السعدي هجم على تلمسان في نفس السنة فشن عليه صالح رايس هجوما احتل به العاصمة فاس وكان هذا الهجوم هو اقوى هجوم جزائري على مملكه فاس لانه كان بريا وبحريا ، بريا ب 6000 جندي مسلح بالبنادق واربعه الاف خيال وبحريا ب 22 سفينة رست بالقرب من مليلية فواجهها السلطان بجيش فيه 25,000 فارس والتقى الجيشان في تازه وحدث اللقاء يوم 7 ديسمبر 1553 وتفوق فيه الجزائريون وانسحب السعديون مع الملك تاعهم نحو فاس لكن الحاكم الجزائري صالح رايس واصل مسيره ممتازه نحو فاس ووصلته المدافع البحريه من سفن الامداد فتقدم بها حتى يوم 3 جانفي 1554 بعد معركه بنهر سبون انهزم فيها السعديون فانفضت القبائل من حول سلطان المغرب وفر ليلا الى مراكش ودخل صالح رايس الى قصر السلطان المغربي وجلس على عرشه واستقبل التهاني من اهل فاس وقبايلها ثم عين عليها ابو حسون الوطاسي ملكا ليكون بذلك قد انتزع الحكم من السعديين ورده الى الوطاسيينو أبو حسون الوطاسي هذا عنده قة مع الجزائريين اختصرها كالتالي هوكان سلطان للمغرب وكانت اموره طيبه مع الجزائريين الا انه السعديين انقلبوا عليه وانتزعوا منو الحكم وهرب ونجى من الاسر وظل

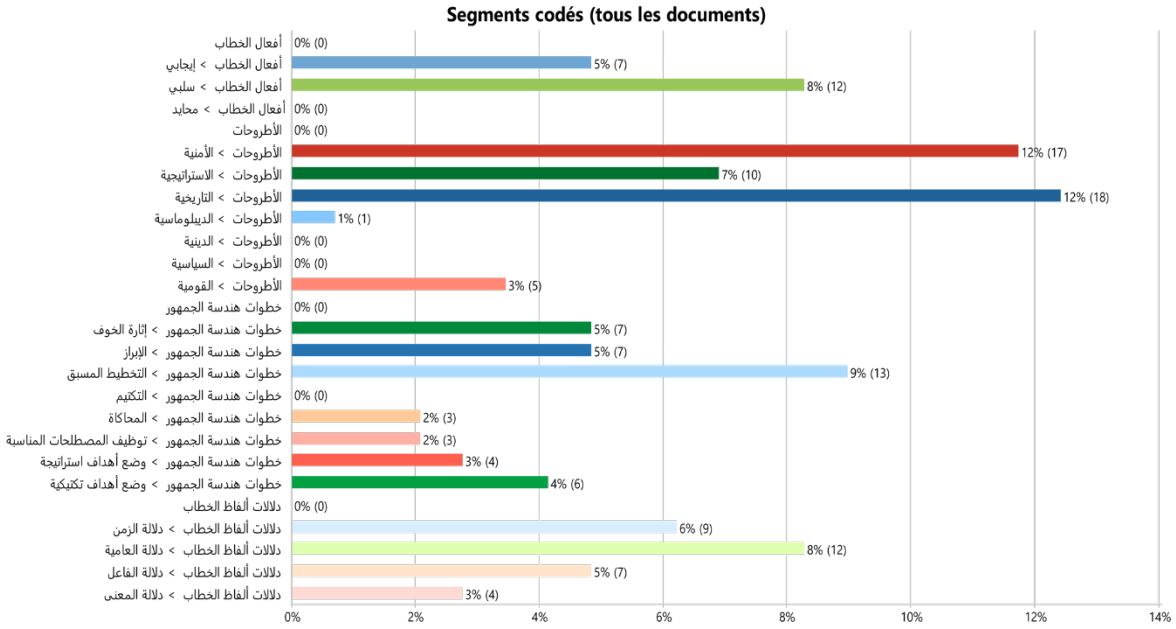
يبحث عن سبيل لاستعاده الملك وسافر لأوروبا والتقى بملوكها من بين شارل كار اللي تاعه في شواطئ الجزائر راح يطلب منهم الدعم باه يرجعوه لحكمه في المغرب فقرر البرتغاليون مساعدته بارسال الاموال والقوافل و 500 جندي ولسوء حظهم كان صالح رايس حاكم الجزائر والبحار الشهير يجوب مضيق جبل طارق في يوم ارسال الدعم البرتغالي لملك المغرب المخلوع فأوقفهم حاكم الجزائر وقتل قائدهم وساق الجنود البرتغاليين هذوما الى الجزائر كأسرى فلم يبقى لابو حسون إلا السفر للجزائر العاصمة وتوسل كثيرا لصالح رئيس ليفتدي الأسرى البرتغاليين فباعهم له ووعدوا أنه يرجع معاه ويعينو ملكا عليها من جديد وبالرغم من قدرة الجزائريين في هاداك الوقت على احتلال فاس وتعيين ملك جزائري إلا انو جابو معاه ونصبو في قصرو في هاد المعركة لي حكينا عليها وخلا البلاد لاهلها ورجع لشرق نهر ملويه وفي جوان سنة 1557 حصل اضطراب في الجزائر وفوضى في هرم السلطه فسارع السلطان السعدي محمد الشيخ لشن هجمه عسكريه على تلمسان فتحرك له حسن باشا بخير الدين بربروس وفر السلطان ورجع الى فاس قبل وصول الجيش الجزائر وبعدها بسنه آل حكم مملكه فاس إلى السلطان عبد الله الغالب فقرر أن لا يغزو تلمسان بل أن يحدث فيها الفوضى بالفتنة والتحريض الداخلي فتنقل حسن باشا الى تلمسان وجلس الى حاكمها واستمع الى اهلها وارجع لها هدوء وقضى على الفور في عام 1650 انقلب العلويون على السعديين واحتلوا عاصمتهم فاس وعلى جنوب المغرب ثم بداوا من اول سنه حكم بتجاوز نهر ملويه وكانوا لا يطلبون البيعة مثل سابقيهم بل كانوا يغيرون وينهبون ويشردون كما وثقه وزيرهم ابو القاسم الزياني وقد ذكرنا ذلك بالتفصيل في هذا الفيديو ويقول بروغر حرفيا وبنفس الاسباب ودائما من اجل جعل المغاربه يحترمون نهر ملويه كحد حمل الجزائريون السلاح ورأينا الهزائم الدامية والخزي الكبير الذي تعرض له أشراف المغاربة نتيجة أطماعهم التوسعية وهذا يوضح جدا كيف انه الجزائريين عمرهم ما كانوا سبب في شق الصف الجزائري المغربي بل عبر التاريخ كانت أطماع ملوك المغرب التوسعية هي السبب وظل الحكام العلويون الواحد تلو الآخر يعتدون على وجدة وتلمسان وتردهم الجيوش الجزائرية ومنها ما كتبه الحاكم الجزائري في هذه الرسالة ومنها ما تسبب في احتلال عاصمتهم من جديد واستسلامهم مثل ما وثقنا في هذا الفيديو السابق ولما جاء الاحتلال الفرنسي للجزائر سارع المغاربة إلى التقدم على حساب الأراضي الجزائرية حتى وصلوا إلى تلمسان إلا انه فرنسا هددتهم بأنه على السلطان المغربي الالتزام بحدوده السابقة ثم فوضها على مدن مثل وجدة وغرسيف في اتفاقية تسمى تاريخيا باتفاقيه لالة مغنيه تنازلت فيها فرنسا على الأراضي الجزائرية لصالح ملك المغرب مقابل على رفع يدو على دعم الامير عبدالقادر فوافق ورسمت فرنسا معه الحدود قبل ما نختمو نزيدو نطلبو من ابن خلدون يعطينا رايو في الحد المغربي الجزائري نثرو في مقدمته وأما نهر ملويه اخر المغرب الأقصى فهو نهر عظيم

اذا ما هو آخر المغرب الأقصى إنه نهر ملوية ولما نقرو مذكرات وشهادة السفير الفرنسي في المغرب لويدو شينه اللي قال عام 1790 يفصل نهر ملويه بين الجزائر والمغرب وهذا قبل الاحتلال الفرنسي ب 40 سنه فقط وبهذا البحث نكون قد أثبتنا تورط سلاطين المغرب في الفكر التوسعي بعقلية الاحتلال وبالتالي نقدروا نفهمو ببساطه موضوع الصحراء الغربية ونكونو شفنا أنو ماكانش تقريبا دولة قامت في المغرب الأقصى لم تتعدى على حدود جيرانها عبر التاريخ منذ الدولة المرينية والوطاسية والسعدية والعلوية ونكونوا تأكدنا بان الجزائريين ما اعتدوش ولا يوم على غرب نهر ملوية إلا مرتين وصلوا فيها الفاس كرده فعل فقط للتأديب ثم الرجوع دون الاحتلال ونكونو اكتشفنا انه ملوك المغرب جابو معاهم جيش إسباني للتوسع في الجزائر بالمناسبة هذه النقطة تشبه جدا تطبيع الحالي مع الكيان الصهيوني ومره جابوا جيش برتغالي لقتل بعضهم البعض إلى أنو الجزائريين أسرو هذا الجيش قبل ما يقوم بأي عمليه ومره تنازلوا لفرنسا على مبادئهم مقابل منحهم بعض الأراضي الجزائرية بمعاهدة لالة المغنية وانا نقول والله الأرض هذه لولا ربي حاميها ولولا أنها ارض الشجعان والأبطال لتقاسمتها الأطماع الأوروبية والمغربية منذ سقوط الأندلس نذكركم أن الجزائر اليوم اكبر بلد عربي وإفريقي وعاشر اكبر بلد في العالم من حيث المساحة .

الجدول رقم (11): يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية لفيديو محمد دومير محل الدراسة

	Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
●	سلبي	12	0	8,28	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:44
●	إيجابي	7	0	4,83	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:45
●	خطوات هندسة ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:47
●	الدينية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:43
●	الأمنية	17	0	11,72	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:43
●	السياسية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:42
●	المحاكاة	3	0	2,07	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:48
●	الاستراتيجية	10	0	6,90	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:42
●	دلالة العامية	12	0	8,28	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:46
●	القومية	5	0	3,45	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:43
●	توظيف المصط...	3	0	2,07	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:49
●	أفعال الخطاب	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:44
●	التخطيط المسبق	13	0	8,97	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:48
●	دلالة المعنى	4	0	2,76	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:45
●	دلالة الزمن	9	0	6,21	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:46
●	محايد	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:45
●	الديبلوماسية	1	0	0,69	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:42
●	إثارة الخوف	7	0	4,83	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:48
●	التكتيم	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:47
●	دلالات ألفاظ الخ...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:45
●	وضع أهداف تكت..	6	0	4,14	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:49
●	الإبراز	7	0	4,83	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:47
●	وضع أهداف اس...	4	0	2,76	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:49
●	الأطروحات	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	29/03/2023 00:41
●	دلالة الفاعل	7	0	4,83	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:46
●	التاريخية	18	0	12,41	0,00	1	CMIB INFO	29/03/2023 00:42

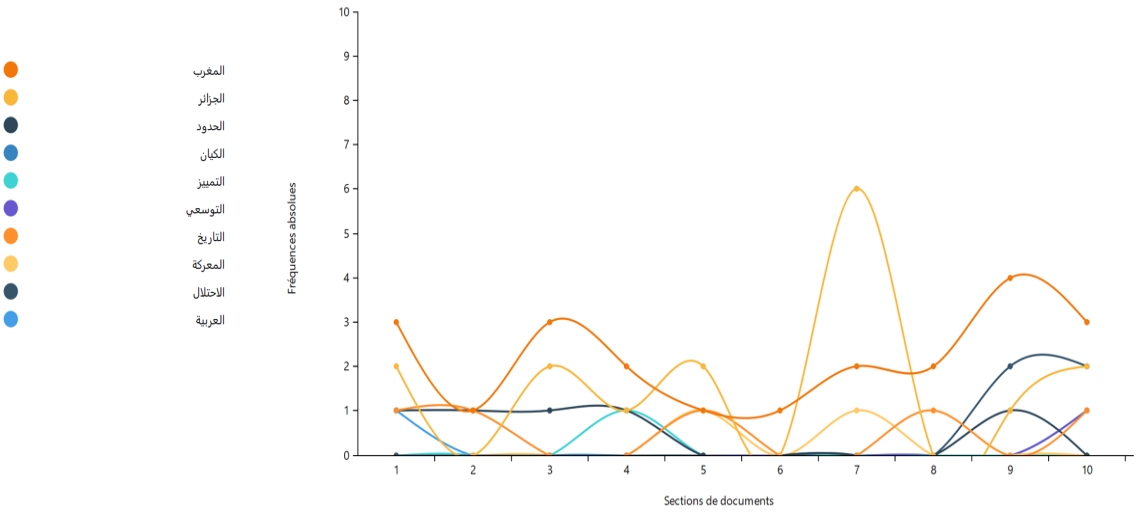
الجدول أعلاه يوضح عدد ونسب الترميز للجوانب المهمة الخاصة بقائمة محاور تحليل الخطاب الرقمي الأساسية للفيديو محل الدراسة، إذ نلاحظ من خلال استخدام خاصية الترميز التي يعتمدها برنامج MAXQDA ، أن محور الأطروحات الخاصة أصل الحدود الجزائرية المغربية وتوثيقها من القرن الأول إلى اليوم مجتمعة يمثل ما نسبته 53.17% من نص الفيديو، في حين يمثل محور خطوات هندسة الجمهور مجتمعة ما نسبته 24.84%، ثم يليه محور دلالة ألفاظ الخطاب 22.08%. ثم يليه محور أفعال الخطاب مجتمعة بنسبة 13.11%.



مخطط رقم (30): يوضح محاور ترميز فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة من انجاز برنامج MAXQDA

3.7. تحليل الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو باستخدام برنامج MAXQDA

كما رأينا مع نص الفيديوهات السابقة، أن من بين أساسيات برنامج MAXQDA إبراز الألفاظ الأكثر تداولا في تحليل أي نص سواء أكان (مكتوب–سمعي–مرئي)، أما بالنسبة لنص الخطاب الرقمي الخاص بالفيديو محل الدراسة، فمن المهم جدا تحديد أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتواه، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية وخصوصا بما يتعلق بالحدود الجغرافية بين البلدين، إذ يظهر من خلال المخطط أدناه درجات توظيفها في الفيديو، وذلك للدلالة على أهم الجوانب وتداعيات قطع العلاقات بين البلدين (الجزائر والمغرب). والمتمثلة في عشرة كلمات وهي: العربية، الاحتلال، المعركة، التاريخ، التوسعي، التمييز، الكيان، الحدود، الجزائر، المغرب.



مخطط رقم (31): يوضح أهم الألفاظ الأكثر تداولا في نص فيديو قناة (محمد دومير) من إنجاز برنامج MAXQDA

تحليل الخطاب الرقمي للفيديو وفق معطيات برنامج التحليل النوعي MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو محل الدراسة المنشور على اليوتيوب لقناة Mohamed DOUMIR ، وتم هذا التحليل انطلاقا من النص.

8- خطوات هندسة الجمهور:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة في تحليل خطاب هذا الفيديو إلى تسعة عناصر نذكرها: إثارة الخوف-التكتيم- الإبراز- التخطيط المسبق- المحاكاة- توظيف المصطلحات المناسبة- وضع أهداف إستراتيجية- وضع أهداف تكتيكية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب (خاصة أزمة الحدود)، وتداعياتها السياسية والاقتصادية، إذ احتل عنصر إثارة الخوف نسبة 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تقدم السعديون مره أخرى لاحتلال تلمسان بقياده ملكهم محمد الشيخ وكان جيشهم 17,000، ويبرز كذلك في أنه لما آل حكم مملكة فاس إلى السلطان عبد الله الغالب فقرر أن لا يغزو تلمسان بل أن يحدث فيها الفوضى بالفتنة والتحريض الداخلي، ويظهر كذلك في انقلاب العلويون على السعديين واحتلوا عاصمتهم فاس وعلى جنوب المغرب ثم

بداوا من اول سنه حكم بتجاوز نهر ملويه وكانوا لا يطلبون البيعة مثل سابقيهم بل كانوا يغيرون وينهبون ويشردون كما وثقه وزيرهم ابو القاسم الزياني.

في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه تم إنجاز تحقيق موثق للحدود الجزائرية المغربية عبر التاريخ منذ القرن الأول إلى يومنا هذا، كما يبرز هذا العنصر في ذكر التفاصيل الخاصة النزاع التاريخي بين المغرب والجزائر والنظرة التوسعية المغربية نحو جارتها الجزائر منذ القدم.

كما يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 8.97% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تقدم السعديون مره أخرى لاحتلال تلمسان بقياده ملكهم محمد الشيخ وكان جيشهم 17,000 وكان هناك تخطيط المسبق في هذا الهجوم بانضمام فيلق اسباني لدعم التقدم المغربي وكان بقياده كونديال كواد، ويبرز التخطيط المسبق كذلك في هجوم الشريف السعدي على تلمسان بالرغم أنه كتب صالح رايس حاكم الجزائر إلى سلطان فاس يلزمه بضرورة الالتزام بنهر ملوية كحد شرقي لبلاده، ويظهر كذلك هذا العنصر في شن صالح رايس هجوما احتل به العاصمة فاس وكان هذا الهجوم هو أقوى هجوم جزائري على مملكه فاس لأنه كان بريا وبحريا، ويظهر كذلك في انقلاب العلويون على السعديين واحتلوا عاصمتهم فاس وعلى جنوب المغرب ثم بدأوا من أول سنه حكم بتجاوز نهر ملوية وكانوا لا يطلبون البيعة مثل سابقيهم بل كانوا يغيرون وينهبون ويشردون كما وثقه وزيرهم أبو القاسم الزياني.

وتمثل المحاكاة نسبة 2.07% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في قول دومير في توضيح كيف أن الجزائريين ما كانوا سبب في شق الصف الجزائري المغربي بل عبر التاريخ كانت أطماع ملوك المغرب التوسعية هي السبب، وهي محاكاة للواقع الحالي للعلاقات بين البلدين.

في حين يمثل توظيف المصطلحات المناسبة نسبة 2.07% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توظيف المصطلحات المناسبة مسألة السرد التاريخي لتوتر العلاقات المغربية الجزائرية منذ عهد قديم جراء الأطماع التوسعية المغربية، واللجوء في ذلك للأعداء وهو ظاهر كذلك الآن في مسألة التطبيع مع الكيان الصهيوني.

كما يمثل وضع أهداف إستراتيجية نسبة 2.76% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويظهر ذلك في أنه لما حصل اضطراب في الجزائر وفوضى في هرم السلطه سارع السلطان السعدي محمد الشيخ وفق أهداف

استراتيجية لشن هجمه عسكريه على تلمسان، ويبرز كذلك في الأهداف الاستراتيجية انقلاب العلويون على السعديين واحتلوا عاصمتهم فاس وعلى جنوب المغرب ثم بداوا من أول سنه حكم بتجاوز نهر ملويه وكانوا لا يطلبون البيعة مثل سابقيهم بل كانوا يغيرون وينهبون ويشردون كما وثقه وزيرهم ابو القاسم الزياني.

في حين يمثل وضع الأهداف التكتيكية نسبة 4.14% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز ذلك في تقدم السعديون مره اخرى لاحتلال تلمسان بقياده ملكهم محمد الشيخ وكان جيشهم 17,000، هذا الهجوم كان فيه فيلق اسباني لدعم التقدم المغربي وكان بقياده كونديال كواد، كما يظهر في أن الجزائريين زحفوا إليهم وقتلوا ثلاث أرباع الجيش يعني أكثر من 12,000 جندي وقتل ابن السلطان السعدي واسمه عبد القادر، كما يظهر في تفوق الجزائريون وانسحاب السعديون مع ملكهم نحو فاس لكن الحاكم الجزائري صالح رايس واصل مسيره ممتازة نحو فاس ووصلته المدافع البحرية من سفن الإمداد فتقدم بها حتى يوم 3 جانفي 1554.

الأطروحات:

من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى ستة عناصر نذكرها: التاريخية- السياسية—القومية- الوطنية- الإستراتيجية-الأمنية، وقد تم اختيار العناصر الخاصة بهذا المحور بناءا على حساسية موضوع نص الفيديو محل الدراسة، المرتبط أساسا بالأزمة الدبلوماسية بين الجارتين الجزائر والمغرب، إضافة إلى ما تقتضيه ضرورة تحليل الخطاب الرقمي لهذا الفيديو، فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 12.41% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أنه السرد التاريخي للوقائع التي أبرزها الدكتور دومير في هذا التحقيق التاريخي لإبراز مسألة الحدود المغربية الجزائرية في حين تمثل الأطروحات القومية نسبة: 3.45% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أن بعد الفتح الإسلامي عرفت المنطقة كلها بالمغرب الإسلامي وتوحدت تحت راية الدولة الأموية تقريبا لمده قرن، كما يظهر في مخالفة المغرب للوحدة القومية من خلال الاعتداء على الجزائر.

وتمثل الأطروحات الإستراتيجية نسبة: 6.90% من تحليل الخطاب الرقمي لنص لفيديو، وتبرز أساسا في الهجمات التي تم شنها من الطرف المغربي قديما على الجزائر خصوصا تلمسان وذلك طمعا في التوسع.

في حين تمثل الأطروحات الأمنية نسبة: 11.72% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في التهديد الأمني المستمر من الطرف لمغرب للجزائر وذلك منذ القدم والاستعانة بالأعداء في ذلك وما جاء في التحقيق التاريخي خير دليل على ذلك.

أفعال الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى ثلاثة عناصر نذكرها: سلبي إيجابي ومحايد، ويرجع اختيار الباحثة لهدا المحور وذلك لبروز عناصره في نص الفيديو، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 8.28% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في الجوانب السلبية في الهجمات الشرسة التي قادها المغاربة على الجزائر عبر التاريخ، وطلبهم للدعم من طرف الأعداء كطلبهم الدعم من الأسبان والبرتغاليين، وامتد ذلك إلى الوقت الراهن وتجسد في التطبيع مع الكيان الصهيوني، وهذا كله تفسير سلبي لمواقف المغرب المخزية.

في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الدور الإيجابي للجانب الجزائري الذي لم يتخذ موقف معادي بخصوص الامتداد على حساب الأراضي المغربية، على عكس الجانب المغربي.

9- دلالة ألفاظ الخطاب:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، وقد تم تصنيفه من طرف الباحثة إلى دلالة الزمن، دلالة الفاعل، دلالة المعنى، إضافة إلى دلالة العامية، ويرجع اختيار الباحثة لهذا المحور (كما رأينا في تحليل نص الفيديوهات السابقة أعلاه)، وذلك لبروز عناصره هو الآخر في نص الفيديو، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 6.21%، ويظهر أساسا في الفترات الزمنية المذكورة في نص الفيديو، وهي عديدة والغرض من بروزها هو توضيح المسار التاريخي للعلاقات المغربية الجزائرية التي لم تهدأ منذ القدم جراء النزاع المستمر عن الأرض والحدود.

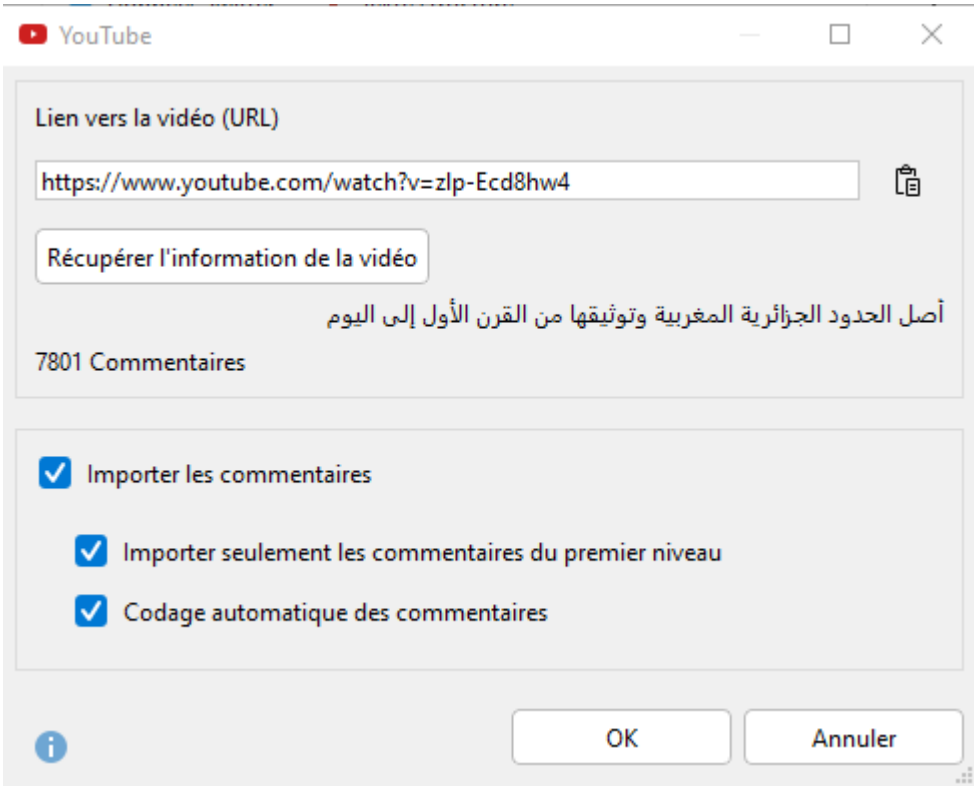
كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 2.76% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن الدول العربية كلها حدودها اليوم معترف بها دوليا إلا المغرب وهذه إشارة إلى معنى أن المغرب لا زال لحد اليوم تشوبه أطماع توسعية، وهذه الأطماع لها امتداد تاريخي منذ القدم.

في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل نسبة 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن المغرب لازم يمتد إلى نهر السنغال جنوبا وتلمسان وبشار وأدرار شرقا، ويبرز كذلك هذا العنصر في أن الجزائريين زحفوا إليهم وقتلوا ثلاث أرباع الجيش يعني أكثر من 12,000 جندي وقتل ابن السلطان السعدي واسمه عبد القادر، ويظهر كذلك في أن السلطان السعدي محمد الشيخ سارع لشن هجمة عسكريه على تلمسان فتحرك له حسن باشا بخير الدين بربروس وفر السلطان ورجع إلى فاس قبل وصول الجيش الجزائر.

في حين يمثل عنصر دلالة العامية نسبة 8.28% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توظيف الدكتور دومير لألفاظ ومصطلحات بالعامية والتي احتلت أغلبية نص الفيديو، وهذا التوظيف جاء لتبسيط الخطاب بغرض توصيل الرسالة لجمهور المتابعين خاصة الجزائريين بغرض التأثير على اتجاهاتهم بخصوص قضية الحدود بين المغرب والجزائر.

تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على الفيديو محل الدراسة باستخدام برنامج MAXQDA:

قامت الباحثة بتحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو محل الدراسة، إذ يمثل العدد الإجمالي للتعليقات المقدر بـ: 328، وهو عدد لا بأس به من مجموع مشاهدات الجمهور للفيديو عبر قناة fateherdream على اليوتيوب، والمقدرة بـ: 046 39 ، وقد قام برنامج التحليل النوعي MAXQDA باختيار أهم التعليقات التي هي من المستوى الأول حول محتوى الفيديو بطريقة آلية كما هو مبين في الصورة أدناه، وتم حصرها من طرف البرنامج في: 328 تعليق.



صورة رقم(12): توضح خاصية جمع التعليقات للمتابعين في اليوتيوب الخاصة بفيديو قناة محمد دومير محل الدراسة التي يوفرها MAXQDA

ومن خلال خاصية جمع التعليقات الخاصة للمتابعين في اليوتيوب التي يوفرها MAXQDA، وحصر عدد التعليقات المهمة حول الفيديو الذي تم اختياره بطريقة عمدية من طرف الباحثة بعنوان: بن سديرة : هل ستعود العلاقات مع المروك بعد كلّ ما يفعلونه عنادًا في الجزائر ، والذي تم نشره في قناة Mohamed Doumir عبر اليوتيوب بتاريخ: 01 ديسمبر 2021، وقد اختيار هذا الفيديو بالتحديد لارتباطه المباشر بإشكالية دراستنا من جهة، وكون تم نشره لمعالجة مسألة الأبعاد التاريخية للعلاقات المغربية الجزائرية خصوصا مسألة الحدود والاعتداء على الغير التي كانت من بين الأسباب المباشرة لقطع العلاقات الجزائرية المغربية.

وكخطوة أولى قامت الباحثة بالاعتماد على برنامج MAXQDA بتقسيم اتجاهات الجمهور إلى ثلاثة (03) أقسام مهمة هي:

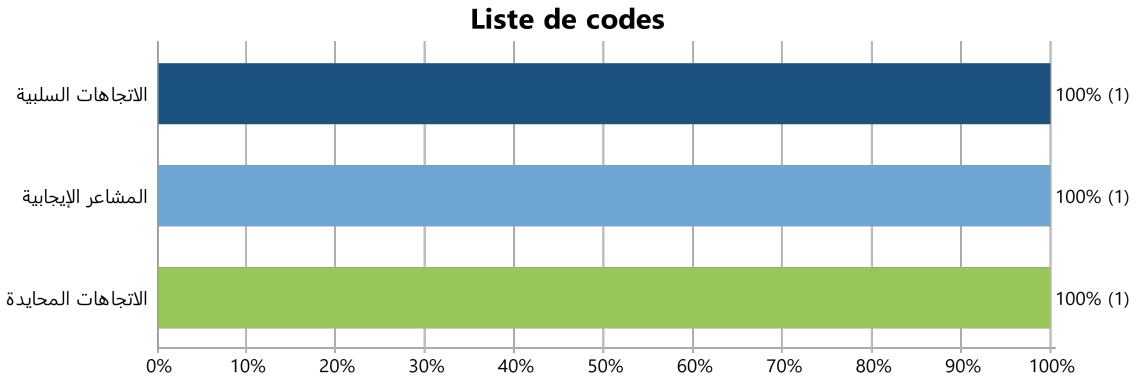
- الاتجاهات المحايدة

– اتجاهات الإيجابية: وتم تقسيمها بدورها إلى: مشاعر الدين– مشاعر الولاء للوطن– مشاعر الأخوة – مشاعر التقبل.

– الاتجاهات السلبية: وتم تقسيمها هي الأخرى إلى: مشاعر الكراهية– مشاعر السخرية– مشاعر التهجم – مشاعر الاستياء – مشاعر الخوف والقلق –مشاعر التعصب.

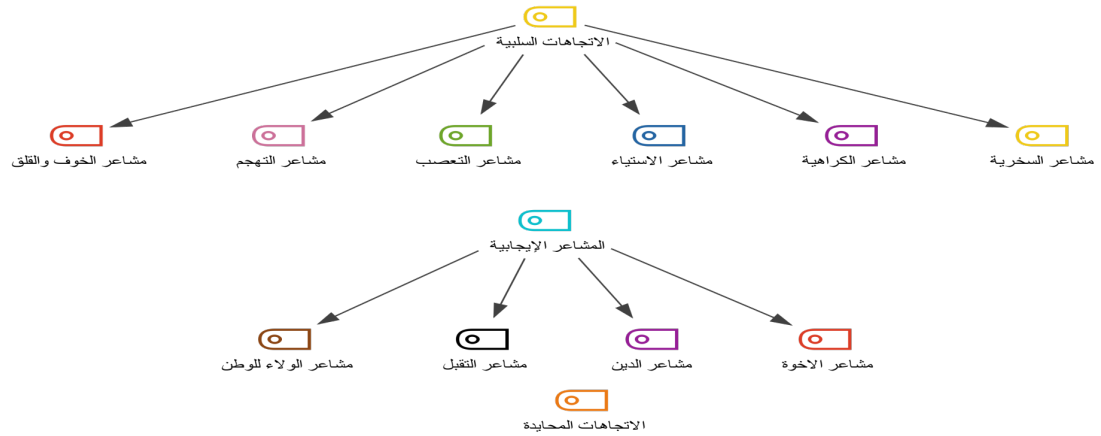
وجاءت هذه التقسيمات بناء على محاولة فهم تأثير الفيديو محل الدراسة على اتجاهات الجمهور، وما إذا كان هناك ارتباط بين محتواه وردة فعل الجمهور اتجاه القضية المطروحة فيه.

وتم تمثيل هذه الاتجاهات في المخطط البياني من إنجاز برنامج MAXQDA التالي:



مخطط بياني رقم (32): يمثل اتجاهات مشاهدي فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة من إنجاز برنامج MAXQDA

كما قام البرنامج بإنجاز المخطط العام لهذه الاتجاهات والعناصر المرتبطة بها كما في تحليل نص فيديو قناة محمد دومير على الشكل التالي:



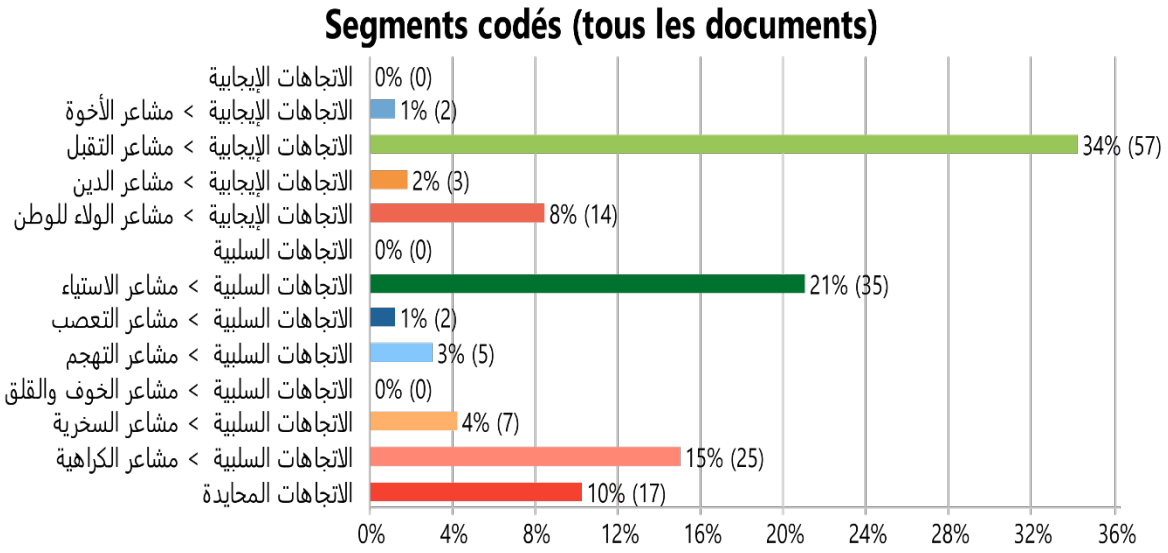
مخطط رقم(33): المخطط العام للاتجاهات والعناصر المرتبطة بتحليل نص فيديو قناة محمد دومير محل الدراسة

5. تحديد عدد ونسب العناصر المرتبطة باتجاهات الجمهور من خلال التعليقات باستخدام MAXQDA:

من خلال خاصية الترميز التي يتيحها برنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، تم تحديد نسب المحاور الأساسية لاتجاهات الجمهور والعناصر المرتبطة بها في الجدول والمخطط الموجودين أدناه:

Code	Segments codé...	Segments codé...	% segments co...	% segments co...	Documents	Créé par :	Date de création
مشاعر التقبل	57	0	34,13	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:47
مشاعر التهجم	5	0	2,99	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:48
مشاعر التعصب	2	0	1,20	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:48
مشاعر الولاء للو...	14	0	8,38	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:47
مشاعر الخوف و...	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	30/03/2023 18:48
الاتجاهات المحاي...	17	0	10,18	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:46
مشاعر الدين	3	0	1,80	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:46
الاتجاهات السلبية	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	30/03/2023 18:47
مشاعر الاستياء	35	0	20,96	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:49
الاتجاهات الإيجاب..	0	0	0,00	0,00	0	CMIB INFO	30/03/2023 18:46
مشاعر السخرية	7	0	4,19	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:47
مشاعر الأخوة	2	0	1,20	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:46
مشاعر الكراهية	25	0	14,97	0,00	1	CMIB INFO	30/03/2023 18:48

الجدول رقم (12): يوضح ترميز محاور تحليل اتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير باستخدام برنامج MAWQDA



مخطط رقم (34): من انجاز MAXQDA يبين نسب اتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير من خلال تعليقاتهم

يمكن ملاحظة التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية الحدود التي كانت سبب مباشر في قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

9- أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم باستخدام برنامج MAXQDA:

من خلال تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة، قام برنامج MAXQDA بتحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة فيها، إذ يظهر الشكل أدناه (سحابة الكلمات) المصطلحات الأكثر تداولا، ويختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها.

إن تحديد المصطلحات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، من خلال خاصية سحابة الكلمات التي يحللها برنامج MAXQDA، تحيلنا إلى ارتباط هذه المصطلحات باتجاهات الجمهور، وتفاعله مع الفيديو، والتأثير الذي خلفه في نفسية الجمهور، نظرا لحساسية القضية التي تمثل تعميق للخلاف والقطيعة بين البلدين (المغرب والجزائر).

حيث تظهر سحابة الكلمات مجموعة من المصطلحات البارزة منها ما ينتمي للمجال السياسي بالدرجة الأولى على غرا الدولة، الحدود، كما ورد الحديث عن التاريخ وعن معلومات تاريخية، كما ورد الحديث أيضا عن الجزائر، والمغرب، والصحراء، وأيضا عن العثمانيين، كما تبرز مجموعة من المصطلحات ذات العلاقة بالدين وتظهر في الله، وربي، وعبد.



مخطط رقم (36): يوضح أهم المصطلحات المرتبطة باتجاهات جمهور فيديو قناة محمد دومير من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة

10- تحليل اتجاهات الجمهور باستخدام برنامج MAXQDA

قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج تحليل البيانات النوعية MAXQDA، وذلك بغرض تحليل اتجاهات الجمهور من خلال التعليقات على الفيديو محل الدراسة المنشور لقناة Mouhamed Doumir على اليوتيوب.

4-الاتجاهات المحايدة:

تمثل الاتجاهات المحايدة من اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 10.18%، إذ علق أغلبية المتابعين بالشكر والثناء على الدكتور دومير على المعلومات التاريخية المفيدة التي قدمها.

5-الاتجاهات الإيجابية:

من بين المحاور الأساسية في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، محور الاتجاهات الإيجابية الذي قامت الباحثة بتقسيمه إلى أربعة عناصر مهمة: مشاعر الدين- مشاعر الولاء للوطن- مشاعر الأخوة- مشاعر التقبل، إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 1.80% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الأدعية بالحفظ للجزائر وأهلها.

في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 1.20% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في الدعوة إلى توحيد الصف بين الإخوة المغاربة والجزائريين.

كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن نسبة: 8.38%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر، والإشادة بتاريخ الجزائر المجيد.

في حين تمثل مشاعر التقبل نسبة:34.13% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والإشادة بموضوعه الغني بالمعلومات والمهمة، وتوجيه الشكر والثناء للدكتور دومير على هذا التحقيق التاريخي المتميز حسب رأيهم.

6-الاتجاهات السلبية:

من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية، وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وقد تم تصنيفها من طرف الباحثة إلى سبعة عناصر نذكرها: مشاعر التعصب- مشاعر السخرية- مشاعر التهجم- مشاعر الكراهية – مشاعر الاستياء- مشاعر الخوف والقلق.

تمثل مشاعر التعصب نسبة:1.20% من الاتجاهات السلبية، وتبرز أساسا في التعصب المغربي لفكرة التوسع على حساب أراضي الغير.

في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 4.19% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية تاريخ المغاربة المليء بالخيانة والغدر.

كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:2.99% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على المغرب وتاريخه المليء بالخيانة والغدر.

كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 14.97%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التوسعية، والحقد الذي يشوب هذه السياسة، وثبوت العداء من القدم والتحالف مع المسيحيين الإسبان والبرتغاليين واليوم يتحالفون مع الصهيونيين. التاريخ يعيد نفسه.

في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 20.96% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من المغرب الذي لا زال يحلم بالتوسع على حساب الجزائر، والاستياء من تاريخه التوسعي، واستنجاده بالأعداء لتحقيق ذلك.

II.دراسة على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين محل الدراسة

1. السمات العامة لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الإقامة، الانتماء السياسي).

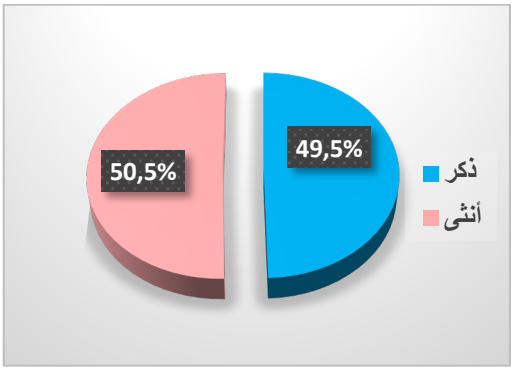
1- الجنس

جدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الإجابة	التكرار	النسبة %
ذكر	198	49,5
أنثى	202	50,5
المجموع	400	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (13) والشكل رقم (03) كذلك؛ يتضح لنا بأن الذكور يشكلون نسبة 49.5٪ من العينة بينما تمثل الإناث نسبة 50.5٪.

وتشير تحديثات أرقام غوغل إلى أن يوتيوب لديه 22.70 مليون مستخدم في الجزائر أوائل عام 2023[1]. مما يبرز القاعدة الجماهيرية لهذه المنصة في المجتمع الجزائري.

يبلغ عدد السكان الحالي للجزائر 46,027,019 مليون نسمة اعتبارًا من 16 فيفري 2024، استنادًا إلى تفصيل Worldometer لأحدث بيانات الأمم المتحدة.

[1] https://www.echoroukonline.com/%D9%87%D8%B0%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA-%D9%88%D8%B4%D8%A8%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA, le 1- 12-2023, à 20h

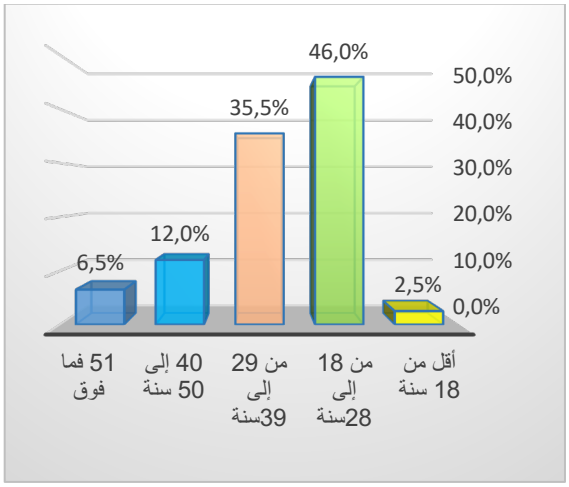
2- السن

جدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الإجابة	التكرار	النسبة %
أقل من 18سنة	10	**2.5**
من 18 إلى 28سنة	180	**46,0**
من 29 إلى 39سنة	140	**35,5**
40 إلى 50 سنة	46	**12,0**
51 فما فوق	24	**6,5**
المجموع	**400**	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (14) والشـــكل رقم (4) كذلك، يمكننا ملاحظة أن 46٪ من العينة تتراوح أعمارهم بين 18 و28 ســنة، في حين يبلغ نســبة 35.5٪ من الأشــخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 29 و39 سنة. كما يشـمل العينة أيضًـا أشـخاصًـا في الفئات العمرية الأكبر، حيث يمثل الأشـخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 40 و50 سـنة نسـبة 12٪، والأشـخاص الذين يبلغون 51 سـنة فما فوق نسـبة 6.5٪. فيما تشمل الدراسة الفئة العمرية الأقل من 18 سنة بنسبة2.5 %

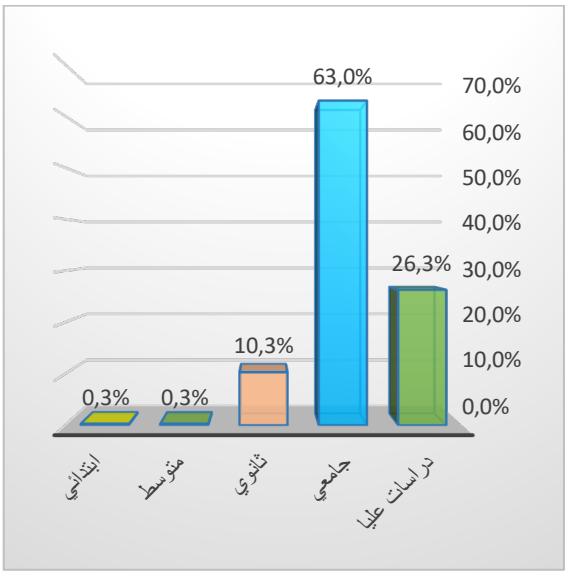
3- المستوى التعليمي

جدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الإجابة	التكرار	النسبة %
ابتدائي	1	0,3
متوسط	1	0,3
ثانوي	41	10,3
جامعي	252	63,0
دراسات عليا	105	26,3
المجموع	400	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (5) كذلك، يمكننا ملاحظة أن عينة الدراسة تشمل عدة مستويات تعليمية، حيث يشكل الأشخاص الذين حصلوا على شهادات جامعية النسبة الأكبر بواقع 63٪، فئة المتحصلين على دراسات عليا بنسبة 26.3٪، يليهم الذين حصلوا على الثانوية بنسبة 10.3٪. بالمقابل، يمثل الأشخاص الذين حصلوا على تعليم ابتدائي أو متوسط يشكلون نسبة صغيرة جدًا بنسبة 0.3٪ لكل منهما، إلا أنهم يضيفون تنوعًا إضافيًا للتوزيع التعليمي في العينة. وهي نسب تمثيلية عن المجتمع الجزائري.

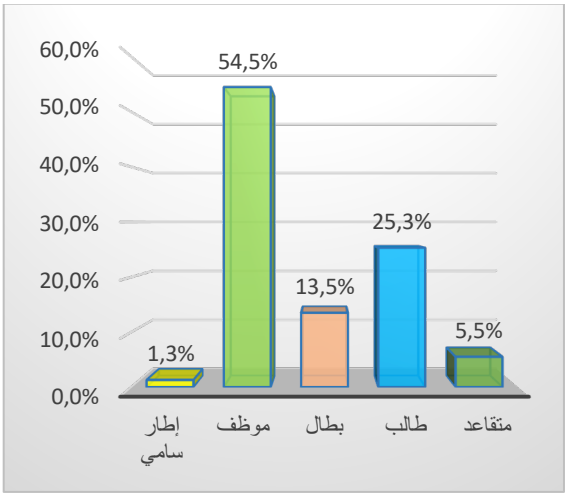
4- الوظيفة:

جدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الإجابة	التكرار	النسبة %
إطار سامي	5	1,3
موظف	218	54,5
بطال	54	13,5
طالب	101	25,3
متقاعد	22	5,5
المجموع	400	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (6): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (6) كذلك، يظهر التوزيع حسب الوظائف تنوعاً كبيراً. يشكل الموظفون الأغلبية بنسبة 54.5٪ من العينة، تليهم الطلاب بنسبة 25.3٪. بالمقابل، يشكل البطالون نسبة 13.5٪ والمتقاعدون نسبة 5.5٪. إن وجود هذا التنوع في الوظائف يوفر رؤى متعددة وقيمة حول تفاوتات الخبرات والرؤى بين أفراد العينة.

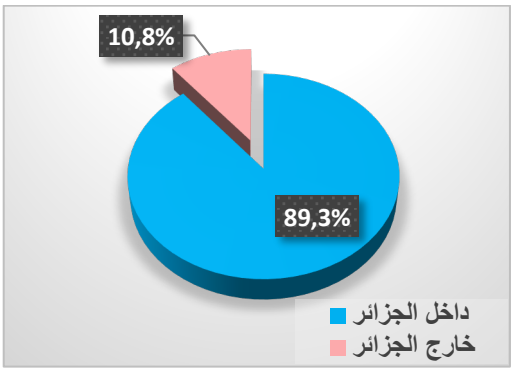
5- مكان الإقامة

جدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب مكان الاقامة

الإجابة	التكرار	النسبة %
داخل الجزائر	357	89,3
خارج الجزائر	43	10,8
المجموع	400	100,0

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب مكان الاقامة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (7) كذلك؛ يتضح أن 89.3٪ من العينة تقيم داخل الجزائر، بينما يعيش 10.8٪ من الأفراد خارج الجزائر. يعكس هذا التوزيع انتشار العينة على مستوى الدولة والخارج منها، مما يضيف قيمة للتحليلات التي تتناول الرأي العام والمشاركة في الجزائر وخارجها.

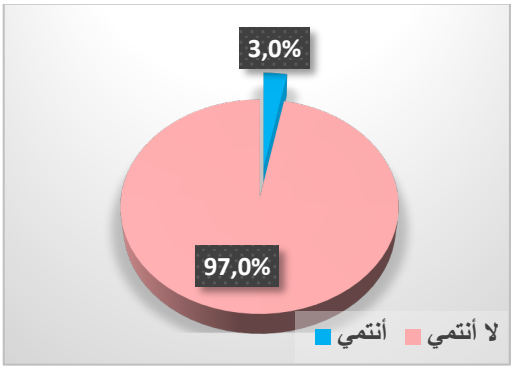
6- الانتماء الحزبي

جدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب الانتماء الحزبي

الإجابة	التكرار	النسبة %
أنتمي	**12**	3.0
لا أنتمي	**388**	97.0
المجموع	**400**	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (8): توزيع أفراد العينة حسب الانتماء الحزبي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (18) والشـــكل رقم (8) كذلك؛ يتضـــح لنا أن 3٪ فقط من العينة يعترفون بانتمائهم الحزبي، في حين أن 97٪ لا يعترفون بانتمائهم لأي حزب. يعكس هذا التوزيع انتشـار الاسـتقلالية وعدم التبعية لأحزاب معينة بين أفراد العينة.

2. عادات ودوافع استخدام الجمهور الجزائري (محل الدراسة) لليوتيوب YouTube

1. منذ متى تستخدم اليوتيوبYouTube ؟

جدول رقم (19): يوضح استخدام الأفراد لمنصة اليوتيوب وفقاً لفترة الاستخدام

المتغيرات		الإجابة	منذ تأسيس اليوتيوب عام 2005	من سنة إلى ثلاث سنوات	أكثر من ثلاث سنوات	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	6	0	192	198
		%	٪1.5	0%	٪48	49,5%
	أنثى	التكرار	0	20	182	202
		%	0%	٪5	%45.5	50,5%
المجموع		التكرار	6	20	374	400
		%	٪1.5	٪5	٪93.5	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	0	5	5
		%	0%	0%	1,3%	1,3%
	موظف	التكرار	6	10	202	218
		%	٪1.5	٪2.5	%50.5	54,5%
	بطال	التكرار	0	5	49	54
		%	0%	%1.25	%12.2	13,5%
	طالب	التكرار	0	5	96	101
		%	0%	%1.2	%24	25%
	متقاعد	التكرار	0	0	22	22
		%	0%	0%	%5.5	%5.5
المجموع		التكرار	6	20	374	400
		%	%1.5	%5	%93.5	100,0%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	6	20	331	357
		%	%1.5	%5	%82.7	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	0	0	43	43
		%	0%	0%	%10.7	%10.7
المجموع		التكرار	6	20	374	400
		%	%1.5	%5	%93.5	100,0%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	0	12	12
		%	0%	0%	3 %	3%
	لا أنتمي	التكرار	6	20	362	388
		%	%1.5	%5	%90.5	97%
المجموع		التكرار	6	20	374	400
		%	%1.5	%5	%93.5	100,0%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

يبين الجدول رقم (19) استخدام الأفراد لمنصة اليوتيوب (YouTube) وفقاً لفترة الاستخدام. يظهر أن 48٪ من الرجال و45.5٪ من النساء يستخدمون اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات، في حين أن

1.3٪ من الإطارات السامية والطلاب الذين شاركوا في الدراسة يستخدمونه منذ فترة قصيرة أو متوسطة. بالمجمل، يستخدم 82.7٪ من المشتركين المقيمين داخل الجزائر اليوتيوب لمدة تزيد عن ثلاث سنوات، في حين يستخدم 10.7٪ من الأفراد المقيمين خارج الجزائر المنصة لنفس الفترة. من ناحية أخرى، يظهر أن 90.5٪ من الأفراد الذين شاركوا في الدراسة لا ينتمون إلى أي حزب سياسي يستخدمون اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات.

تظهر النتائج أن استخدام منصة اليوتيوب YouTube بين الأفراد في الجزائر يمثل ظاهرة اجتماعية ملحوظة. تعكس نسب الاستخدام والتفاوتات بين الفئات المختلفة عدة جوانب مهمة. يبدو أن اليوتيوب يحظى بشعبية كبيرة بين الذكور والإناث على حد سواء، مما يوحي بأنه يقدم محتوى متنوعًا يلبي اهتمامات مختلفة. كما يظهر أن الأفراد من مختلف الفئات الوظيفية والمستويات الاقتصادية يستخدمون اليوتيوب بشكل كبير، مما يشير إلى أنه يمكن استخدام اليوتيوب كوسيلة فعالة لنشر المحتوى وتحقيق تأثير كبير. علاوة على ذلك، يظهر أن الأفراد داخل الجزائر يستخدمون اليوتيوب بشكل أكبر من الأفراد الذين يعيشون خارج البلاد، مما يشير إلى أن اليوتيوب يلعب دوراً مهماً في تشكيل وتوجيه اتجاهات الرأي العام داخل البلاد. وأخيراً، يبدو أن الأفراد الذين شاركوا في الدراسة غالباً ما يكونون غير منتمين سياسيًا بشكل كبير، مما يشير إلى أن اليوتيوب يمكن أن يكون وسيلة لنقل المعلومات والآراء بشكل مستقل خارج الانتماءات الحزبية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن توجيه الاهتمام نحو تطوير محتوى يستجيب لاحتياجات واهتمامات الفئات المختلفة داخل المجتمع الجزائري. كما يبرز أهمية منصة اليوتيوب كوسيلة فعالة للتواصل ونقل الرسائل والمعرفة. حيث لليوتيوب عديد المميزات والتي تسمح للمستخدم من **التعرض الإيجابي والنشط** وتظهر من خلال إمكانية اختيار جمهور موقع اليوتيوب ما يريد التعرض إليه من برامج أو أخبار ومعلومات، وذلك لأن الجمهور يتعرض للمضامين التي تتفق مع آرائه وتوجهاته ووفقا لحاجياته ودوافعه من التعرض، ناهيك عن إمكانية تحكم المستخدم في المضمون محل المشاهدة من حيث الوقت ويتبين هذا من خلال تمكنه من تسريع الفيديو أو الرجوع بالفيديو للوراء وللتوقيت الذي يريد إعادة مشاهدته. **وكذا سهولة البحث والتعرض للمضامين عبر اليوتيوب** حيث تسهل خاصية البحث عن المضامين والموضوعات عبر اليوتيوب من إمكانية الوصول لمختلف المضامين والمنشورات التي تناولت الموضوع بدون أدنى تعقيد، والوصول إليها بشكل سريع.

أما بتفسير النتائج المتوصل إليها من خلال على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات، يتضح أن مستخدم اليوتيوب الجزائري يتوقع أن يشبع من خلال موقع اليوتيوب حاجياته المختلفة، كما يمكن تفسير ذلك أيضا على أن الرأي العام الجزائري يفترض بأنه المستهدف، وبالتالي فإن استخدامه لموقع اليوتيوب يفسر كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها، حيث أن خوارزميات اليوتيوب تتحكم في عرض الفيديوهات، ويتوقع المتلقي الجزائري أن ينال من خلال سلوكه في استعمال موقع اليوتيوب بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه مثل الحاجة إلى الاسترخاء وإلى قضاء وقت الفراغ وإلى الترفيه.

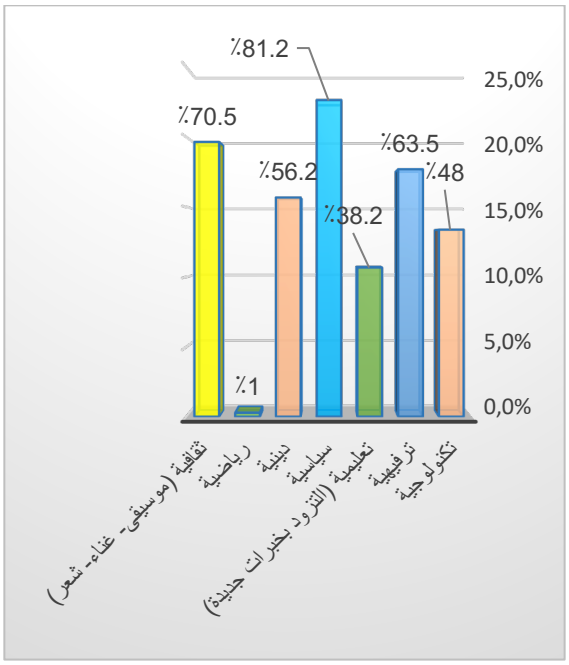
2. ما طبيعة الفيديوهات التي تلفت انتباهك عبر اليوتيوب YouTube بإمكانك اختيار أكثر من إجابة)؟

جدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الفيديوهات التي تلفت انتباههم

الإجابة	التكرار	النسبة %
ثقافية (موسيقى- غناء- شعر)	**282**	%70.5
رياضية	4	%1
دينية	225	%56.2
سياسية	325	%81.2
تعليمية (التزود بخبرات جديدة)	153	%38.2
ترفيهية	254	%63.5
تكنولوجية	192	%48
المجموع	1435	**358.7**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (9): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الفيديوهات التي تلفت انتباههم



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (9) كذلك؛ يبدو أن معظم الأفراد في العينة يجدون اهتماماً بمجموعة متنوعة من أنواع الفيديوهات على YouTube الفئات السياسية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 81.2٪، تليها في المرتبة الثانية الفئات الثقافية بنسبة 70.5٪، مما يشير إلى أن الأفراد يظهرون اهتماماً بالأحداث السياسية والترفيه على حد سواء. الفئات الدينية بنسبة 56.2٪، تليها الفئات التكنولوجية بنسبة 48٪، تليها الفئات

التعليمية بنسبة 38.2٪، مما يظهر أن الفئات الدينية والتكنولوجية لهما وجهات نظر مهمة أيضاً. الفئات الرياضية تظهر بنسب أقل بنسب 1٪.

هذه النتائج توضح التنوع الكبير في اهتمامات الأفراد، وتبرز الأهمية التي تحملها منصة YouTube كوسيلة لنقل وتبادل المعرفة والثقافة بمختلف أشكالها.

كما يمكن تفسير هذه النتائج على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات التي تكيفت مع طبيعة وسائط الإعلام الجديدة التي تعتبر أن متصفحي الإنترنت يتوجهون للبحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، ويبرز هذا من خلال ما يلي:

- تعمد مستخدمي اليوتيوب البحث عن محتويات محددة لإشباع حاجات محددة، كالحادة إلى اكتساب معلومات سياسية.
- أن موقع اليوتيوب وجد لتحقيق مجموعة من الوظائف.
- كما أن مستخدمي اليوتيوب يسعون من خلال هذه المنصة لإشباع عدد من الأنماط أبرزها الحاجة المعرفية، المتمثلة في الوصول إلى المعلومات، شغل الوقت وتخفيف الملل أو الهروب من الواقع. وحتى الاسترخاء للتخفيف من الإجهاد اليومي.

3 . ماهي الوسيلة التي تستخدم من خلالها اليوتيوب أكثر؟

جدول رقم (21): يوضح أكثر الوسائل المستخدمة في تصفح اليوتيوب

المتغيرات		الإجابة	الحاسوب المكتبي	الحاسوب المحمول	الهاتف الذكي	الجهاز اللوحي	كل ما سبق ذكره	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	5	22	165	6	0	198
		%	%1.25	%5.5	%41.2	%1.5	0%	49,5%
	أنثى	التكرار	5	16	176	0	5	202
		%	%1.25	4%	%44	0%	%1.25	50,5%
المجموع		التكرار	10	38	341	6	5	400
		%	%2.5	%9.5	%85.2	%1.5	%1.5	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	0	5	0	0	5
		%	0%	0%	%1.25	0%	0%	%1.25
	موظف	التكرار	5	15	187	6	5	218
		%	%1.25	%3.75	%46.7	%1.5	%1.25	%54.5
	بطال	التكرار	5	0	49	0	0	54
		%	%1.25	0%	%12.2	0%	0%	%13.5
	طالب	التكرار	0	11	90	0	0	101
		%	0%	%2.75	%22.5	0,0%	0%	%25.2
	متقاعد	التكرار	0	12	10	0	0	22
		%	0%	%3	%2.5	0%	0%	%5.5
المجموع		التكرار	10	38	341	6	5	400
		%	%2.5	%9.5	%85.2	%1.5	%1.25	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	10	27	315	0	5	357
		%	%2.5	%6.7	%78.7	0%	%1.2	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	0	11	26	6	0	43
		%	0%	%2.7	%6.5	%1.5	0%	%10.7
المجموع		التكرار	10	38	341	6	5	400
		%	%2.5	%9.5	%85.2	%1.5	%1.2	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	0	12	0	0	12
		%	0%	0%	3%	0%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	10	38	329	6	5	388
		%	%2.5	%9.5	%82.2	%1.5	%1.25	97%
المجموع		التكرار	10	38	341	6	5	400
		%	%2.5	%9.5	%85.2	%1.5	%1.25	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

بالنظر إلى النتائج الخاصة بالجدول السابق، يظهر أن الأغلبية الساحقة من الأفراد يفضلون استخدام الهواتف الذكية للوصول إلى منصة اليوتيوب، من ناحية أخرى يبدو أن الحواسيب المكتبية والمحمولة لا تحظى بنفس الشعبية نظرا للخصائص التي يتميز بها الهاتف الذكي من سهولة استخدام. وأيضا ارتفاع معدلات انتشار

الهاتف النقال في أوساط المجتمع الجزائري، حيث تُظهر بيانات موقع **GSMA Intelligence** [1]أن هناك 48.53 مليون اتصال من هاتف نقال في الجزائر في بداية عام 2023.

بالنسبة للأفراد حسب الجنس، يظهر أن الذكور يميلون لاستخدام الهاتف الذكي بنسبة 41.2%، بينما تفضل الإناث استخدام الهواتف الذكية بنسبة 44.%

من حيث الوظائف، يبدو أن الموظفين يميلون أكثر نحو استخدام الهواتف الذكية بنسبة 46.7%، في حين يفضل الطلاب استخدام الهواتف الذكية بنسبة 22.5.%

من بين الأشخاص حسب مكان الإقامة، يتضح أن المشتركين الذين يقيمون داخل الجزائر يميلون أكثر نحو استخدام الهواتف الذكية أيضا بنسبة 78.7%، مقارنة بالذين يقيمون خارج الجزائر حيث تبلغ النسبة 6.5.% فيما يخص الانتماء الحزبي، لا يبدو أن لديه تأثير كبير على وسائل الوصول إلى اليوتيوب، حيث يستخدم الأشخاص الذين لا ينتمون لأي حزب الهواتف الذكية بنسبة 82.2%.

هذه النتائج تظهر تفضيل معظم أفراد عينة الدراسة لاستخدام الهواتف الذكية للوصول إلى منصة اليوتيوب. يمكن تفسير ذلك بأن الهواتف الذكية توفر سهولة الوصول والاستخدام السريع، مما يجعلها الخيار الأكثر شيوعاً. بالمقابل، يظهر أن الحواسيب الشخصية (سواء المكتبية أو المحمولة) ليست الوسيلة الرئيسية للوصول إلى اليوتيوب بين المشتركين.

هذه النتائج يمكن أن تكون مفيدة للمحتوى المقدم على اليوتيوب، حيث يمكن أن تكون الفيديوهات محسنة لتتناسب بشكل أفضل مع شاشات الهواتف الذكية، مما يجعلها أكثر جاذبية للجمهور. كما يمكن أن يشير هذا الاختيار المفضل نحو الهواتف الذكية إلى أن المشتركين يفضلون تجربة اليوتيوب على الأنظمة المحمولة والمرنة التي توفرها الهواتف الذكية.

أما بالعودة إلى احصائيات و**كالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" في تقريرها السنوي حول الإنترنيت وشبكات التواصل لعام 2023**[2]، **يستخدم في الجزائر 32 مليون مستخدم الإنترنت، حيث بلغت نسبة انتشار الإنترنت 70.9%.**

كما يوجد 48.53 مليون خط خلوي متنقل نشط في الجزائر مطلع 2023. ما يعادل 107.2% من إجمالي السكان.

[1] https://www.gsmaintelligence.com/ , le 01- 12- 2023, à 20h.

[2] https://datareportal.com/reports/digital-2023-algeria le 17 février 2024. a 17h..

4. ما هو المكان الذي تستخدم من خلاله اليوتيوب أكثر؟

جدول رقم (22) يوضح المكان الذي يتم استخدام فيه اليوتيوب أكثر

المتغيرات		الإجابة	في البيت	في مكان العمل	في الجامعة	في مقهى الانترنت	كل ما سبق ذكره	أماكن أخرى	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	128	26	0	6	38	0	198
		%	%32	%6.5	0%	%1.5	%9.5	0%	%49.5
	أنثى	التكرار	117	31	6	0	43	5	202
		%	%44.2	%7.7	%1.5	0%	%10.7	%1.2	%50.5
المجموع		التكرار	245	57	6	6	81	5	400
		%	%61.2	%14.2	%1.5	%1.5	%20.2	%1.2	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	0	0	0	5
		%	%1.5	0%	0%	0%	0%	0%	%1.5
	موظف	التكرار	119	51	0	6	42	0	218
		%	%29.7	%12.7	0%	%1.5	%10.5	0%	%54.5
	بطال	التكرار	42	0	0	0	12	0	54
		%	%10.5	0%	0%	0%	%3	0%	%13.5
	طالب	التكرار	57	6	6	0	27	5	101
		%	%14.2	%1.5	%1.5	0%	%6.7	%1.2	%25.2
	متقاعد	التكرار	22	0	0	0	0	0	22
		%	%5.5	0%	0%	0%	0%	0%	%5.5
المجموع		التكرار	245	57	6	6	81	5	400
		%	%61.2	%14.2	%1.5	%1.5	%20.2	%1.2	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	217	52	6	6	71	5	357
		%	%54.2	%13	%1.5	%1.5	%17.7	%1.2	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	28	5	0	0	10	0	43
		%	%7	%1.2	0%	0%	%2.5	0%	%10.7
المجموع		التكرار	245	57	6	6	81	5	400
		%	%61.2	%14.2	%1.5	%1.5	%20.2	%1.2	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	0	6	6	0	0	12
		%	0%	0%	%1.5	%1.5	0%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	245	57	0	0	81	5	388
		%	%61.2	%14.2	0%	0%	%20.2	%1.2	97%
المجموع		التكرار	245	57	6	6	81	5	400
		%	%61.2	%14.2	%1.5	%1.5	%20.2	%1.5	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

بناءً على نتائج الدراسة، يظهر أن الذكور يفضلون استخدام منصة اليوتيوب بنسبة 32% في المنزل، وبنسبة 6.5٪ في مكان العمل. بينما تفضل الإناث استخدام المنصة بنسبة 7.7% في مكان العمل 44.2% في المنزل. هذا يمكن تفسيره بأن الذكور يستخدمون اليوتيوب كوسيلة للترفيه واكتساب المعرفة في أوقات الفراغ في المنزل، فيما قد يكون توجههم في مكان العمل نحو المحتوى ذو الصلة بالعمل والتطوير المهني.

من ناحية أخرى، يُظهر البحث أن الموظفين يستخدمون اليوتيوب بنسبة 12.7% في مكان العمل، مقارنة بنسبة 29.7% في المنزل. في المقابل، يُظهر البحث أن الأشخاص بإطار سامي يستخدمون اليوتيوب بنسبة 1.5% في المنزل. هذا يوضح أن العوامل المهنية تلعب دوراً كبيراً في استخدام المنصة، حيث يعتمد الموظفون على اليوتيوب كمصدر للمعرفة والتطوير في مكان عملهم.

أما فيما يتعلق بالانتماء الحزبي، فإن الأشخاص الذين ينتمون لحزب يستخدمون اليوتيوب بنسبة 1.5% في كل من الجامعة ومقهى الإنترنت بنفس النسب، بينما يستخدم الأشخاص الذين لا ينتمون لحزب نفسه اليوتيوب بنسبة 61.2% في المنزل. يمكن تفسير هذه النتائج بأن الأشخاص الذين ينتمون لحزب يستخدمون اليوتيوب لأغراض متعلقة بالعمل والسياسة والأنشطة الحزبية في مقهى الإنترنت. في المقابل، قد يستخدم الأشخاص الذين لا ينتمون لحزب اليوتيوب بشكل شخصي لأغراض الترفيه والمعرفة في المنزل.

أما بالنسبة لمكان الإقامة، يستخدم الأشخاص داخل الجزائر اليوتيوب بنسبة 54.2% في المنزل، بينما يستخدم أغلب الأشخاص خارج الجزائر اليوتيوب بنسبة 7% في المنزل. يمكن أن تكون هذه الفروق بسبب اختلافات في توفر الإنترنت وثقافة استخدام الوسائط في المناطق المختلفة.

ويمكن هنا الاعتماد على المعلومات التي أوردناها في الإطار النظري واسقاطها على هذه الجزئية حيث أن خاصية اليوتيوب (الواردة في الإطار النظري) المتمثلة في إمكانية التعرض المحمول والمتنقل تتبين هنا، حيث يتيح موقع اليوتيوب إمكانية متابعة الأخبار والبرامج، ومختلف المضامين السمعية البصرية بصورة متنقلة فيمكن للمبحر استخدام هذا الموقع حتى وإن كان متواجد خارج المنزل وبأي مكان في العالم شريطة توفر خدمة الإنترنت.

5. ما هي الأيام التي تستخدم فيها اليوتيوب أكثر

جدول رقم (23): يوضح الأيام التي تستخدم فيها المبحوثين اليوتيوب أكثر

المتغيرات		الإجابة	كل أيام الأسبوع	بعض أيام الأسبوع	في نهاية الأسبوع فقط	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	140	52	6	198
		%	%35	%13	%1.5	%49.5
	أنثى	التكرار	113	79	10	202
		%	%28.2	%19.7	%2.5	%50.0
المجموع		التكرار	253	131	16	400
		%	%63.2	%32.7	%4	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	5	0	5
		%	0%	%1.2	0%	%1.2
	موظف	التكرار	131	71	16	218
		%	%32.7	%17.7	%4	%54.5
	بطال	التكرار	37	17	0	54
		%	%9.2	%4.2	0%	%13.5
	طالب	التكرار	69	32	0	101
		%	%24	%8	0%	%25.2
	متقاعد	التكرار	16	6	0	22
		%	%4	%1.5	0%	%5.5
المجموع		التكرار	253	131	16	400
		%	%63.2	%32.7	%4	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	216	131	10	357
		%	%54	%32.7	%2.5	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	37	0	6	43
		%	%9.2	0%	%1.5	%10.7
المجموع		التكرار	253	131	16	400
		%	%63.2	%32.7	%4	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	6	6	0	12
		%	%1.5	%1.5	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	247	125	16	388
		%	%61.7	%31.2	%4	97%
المجموع		التكرار	253	131	16	400
		%	%63.2	%32.7	%4	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

تظهر النتائج أن هناك تفاوتاً واضحاً في عادات استخدام منصة اليوتيوب بين الجنسين وفئات الوظائف ومواقع الإقامة والانتماء الحزبي. يُفضل الذكور استخدام اليوتيوب في كل أيام الأسبوع بنسبة تبلغ 35%، مما يشير إلى توجههم نحو متابعة المحتوى في ساعات متفاوتة يوميا طيلة الأسبوع. في المقابل، يميل الإناث إلى مشاهدة محتوى اليوتيوب كل أيام الأسبوع و في بعض أيام الأسبوع بنسب تصل إلى 28.2% و19.7% على التوالي.

من ناحية أخرى، يستخدم الأشخاص ذوو الوظائف السامية اليوتيوب بشكل محدود جداً، بحيث يستخدمونه خلال بعض أيام الأسبوع بنسبة 1.2%. وهذا قد يعكس احتمالية انشغالهم بالأعمال الرسمية والتزاماتهم الوظيفية على طول أيام الأسبوع. بينما يستخدم الموظفون اليوتيوب بكثرة في جميع الفترات، ولكن يظهر أن كل أيام الأسبوع هي الأكثر استخداماً بنسبة 32.7%. ويمكن تفسير ذلك بأن الموظفين عادة ما يكونون أكثر توفراً بعد انتهاء الدوام الرسمي.

بالنسبة للمواقع الجغرافية، يظهر أن سكان الجزائر يعتمدون بشكل كبير على اليوتيوب في جميع الأوقات، خاصةً كل أيام الأسبوع بنسبة 54%. بينما يستخدم الأشخاص خارج الجزائر اليوتيوب بنسبة أقل، ولكن يميلون قليلاً إلى الاستخدام طيلة أيام الأسبوع بنسبة 9.2.%.

أخيراً، يظهر أن الانتماء الحزبي يلعب دوراً في عادات استخدام اليوتيوب، حيث يستخدم الأشخاص الذين ينتمون لحزب اليوتيوب بنسبة منخفضة جداً في الفترة كل أيام الأسبوع وخلال بعض أيام الأسبوع على التوالي. بينما يستخدم الأشخاص الذين لا ينتمون لحزب بشكل كبير في جميع الفترات.

ووفقا لنظرية الاستخدامات والاشباعات يتم تحفيز مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع اليوتيوب بنوعين مختلفين من الإشباع، الأول الإشباع المطلوب الذي يتوقع المستخدمين الحصول عليه من استخدامهم لليوتيوب قبل عملية الاستخدام، والثاني يشير إلى الاشباع المحقق الذي يشير إلى الاحتياجات التي تم تلبيتها فعليا باستخدام اليوتيوب.

وبالتالي فإن إمكانية الحصول على كلا النمطين من الإشباعات المشار إليهما يؤثران في اختيار وتكرار وشدة استخدام هذا الوسيط، بناء على هذه الفرضية يتضح أن أغلبية مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة يسعون لاستخدام Youtube كل يوم بنسبة 55.3٪، من بينهم فئة الموظفين بالدرجة الأولى ومن ثم فئة الطلبة، نظرا لاهتمام هذين الفئتين بتحقيق اشباعات أكثر من الموقع على غرار اكتساب معلومات مختلفة والتعليم الذاتي.

أما فيما يتعلق بمقياس كثافة استخدام اليوتيوب يتبين أن من يستخدمون اليوتيوب كل يوم فهذا يندرج ضمن الاستخدام المكثف، في حين أن من يستخدمونه في بعض أيام الأسبوع فهذا عبارة عن استخدام متوسط، على العكس من ذلك من يستخدم اليوتيوب في نهاية الأسبوع فقط فهذا يكشف عن استخدام ضعيف.

6. ما هي الفترات التي تستخدم فيها اليوتيوب أكثر؟

جدول رقم (24): يوضح الفترات التي يستخدم فيها المبحوثين اليوتيوب أكثر

المتغيرات		الإجابة	الفترة الصباحية	الفترة المسائية	الفترة الليلية	كل ما سبق ذكره	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	6	18	108	66	198
		%	%1.4	%4.5	%27	%16.5	%49.5
	أنثى	التكرار	0	58	86	58	202
		%	0%	%14.5	%21.5	%14.5	%50.5
المجموع		التكرار	6	76	194	124	400
		%	%1.4	%19	%48.5	%31	100, %
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	0	5	0	5
		%	0%	0%	%1.2	0%	%1.2
	موظف	التكرار	6	34	126	52	218
		%	%1.4	%8.5	%31.5	%13	%54.5
	بطال	التكرار	0	10	26	18	54
		%	0%	%2.5	%6.5	%4.5	%13.5
	طالب	التكرار	0	32	31	38	101
		%	0%	%8	%7.7	%9.5	%25.2
	متقاعد	التكرار	0	0	6	16	22
		%	0%	0%	%1.5	%4	%5.5
المجموع		التكرار	6	76	194	124	400
		%	%1.5	%19	%48.5	%31	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	0	70	184	103	357
		%	0%	%17.5	%46	%25.7	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	6	6	10	21	43
		%	100,0%	7,9%	5,2%	16,9%	10,8%
المجموع		التكرار	6	76	194	124	400
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	6	0	6	12
		%	0,0%	%1.5	0%	%1.5	3%
	لا أنتمي	التكرار	6	70	194	118	388
		%	%1.5	%17.5	%48.5	%29.5	%97
المجموع		التكرار	6	76	194	124	400
		%	%1.5	%19	%48.5	%31	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

من خلال نتائج الجدول يمكننا ملاحظة أن الذكور يستخدمون اليوتيوب بشكل أكبر في الفترات الليلية بنسبة 55.7%، مقارنة بنسبة 23.7% في الفترة الصباحية. يمكن أن يُفهم ذلك بأن الذكور يفضلون استخدام اليوتيوب في ساعات متأخرة من اليوم. بالمقابل، يستخدم الإناث اليوتيوب بشكل أكبر في الفترة المسائية والليلية

بنسبة 76.3% و 44.3% على التوالي، مما يشير إلى أن الإناث يميلن إلى مشاهدة محتوى اليوتيوب في الفترات المسائية والليلية.

بالنسبة للفئة الوظيفية، يظهر أن الإطارات السامية تستخدم اليوتيوب بشكل محدود جدًا وخاصة في الفترة الليلية، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة قد تكون مشغولة بأعمالها الرسمية والتزاماتها الوظيفية. أما الموظفون فيستخدمون اليوتيوب بشكل مكثف في جميع الفترات، ولكن يبدو أن الفترة الليلية هي الفترة الأكثر استخدامًا بنسبة 64.9%. يمكن تفسير ذلك بأن الموظفين قد يكونون أكثر توفرًا في الليل. بالإضافة إلى ذلك، يبدو أن الطلاب يستخدمون اليوتيوب بشكل كبير في الفترة المسائية والليلية بنسبة 42.1% و 30.6% على التوالي، مما يشير إلى أن الطلاب يميلون إلى مشاهدة محتوى اليوتيوب بعد انتهاء الدراسة. أما المتقاعدون، فيستخدمون اليوتيوب بشكل أساسي في الفترة الليلية بنسبة 12.9%.

بالنسبة لمكان الإقامة، يبدو أن سكان الجزائر يستخدمون اليوتيوب بشكل كبير في جميع الفترات، ولكن يظهر أن الفترة الليلية هي الأكثر استخدامًا بنسبة 94.8%. بينما يستخدم الأشخاص الذين يعيشون خارج الجزائر اليوتيوب بنسبة أقل، ولكن يميلون قليلاً إلى الاستخدام في الفترة الليلية بنسبة 16.9%، قد يرجع ذلك إلى توفر الانترنت والاعتماد الكبير على الهواتف الذكية في الجزائر. بالمقابل، يستخدم الأشخاص الذين يعيشون خارج الجزائر اليوتيوب بشكل أقل، ويمكن أن يكون ذلك بسبب اختلاف العوامل الاجتماعية والثقافية والتكنولوجية في بلدانهم.

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، فإن الأشخاص الذين ينتمون إلى حزب ما يستخدمون اليوتيوب بشكل محدود جدًا في الفترة المسائية والليلية. ومن ناحية أخرى، يستخدم الأشخاص الذين لا ينتمون إلى أي حزب اليوتيوب بشكل كبير في جميع الفترات، ومنه يمكن توقع أن الانتماء الحزبي قد يؤثر على اختيار المحتوى المشاهد على اليوتيوب. فعلى سبيل المثال، قد يفضل الأشخاص الذين ينتمون إلى حزب سياسي معين متابعة القنوات أو المحتوى الذي يتوافق مع آرائهم السياسية والفكرية. قد يتم اختيار المحتوى الذي يؤيد وجهة نظرهم أو يناقش القضايا التي يهتمون بها.

7 . ما هي المدة التي تقضيها في استخدام اليوتيوب YouTube؟

جدول رقم (25): يوضح المدة التي يقضيها المبحوثين في استخدام اليوتيوب

المتغيرات		الإجابة	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين	ثلاث ساعات وأكثر	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	47	97	54	198
		%	%11.7	%24.2	%13.5	%49.5
	أنثى	التكرار	51	99	52	202
		%	%12.7	%24.7	%13	%50.5
المجموع		التكرار	98	196	106	400
		%	%24.5	%49	%26.5	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	5
		%	%1.25	0%	0%	%1.2
	موظف	التكرار	45	125	48	218
		%	%11.2	%31.2	%12	%54.5
	بطال	التكرار	16	18	20	54
		%	%4	%4.5	%5	%13.5
	طالب	التكرار	32	47	22	101
		%	%8	%11.7	%5.5	%25.2
	متقاعد	التكرار	0	6	16	22
		%	0%	٪1.5	%4	5,5%
المجموع		التكرار	98	196	106	400
		%	%24.5	%49	%26.5	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	98	180	79	357
		%	%24.5	%45	%19.7	%89.2
	خارج الجزائر	التكرار	0	16	27	43
		%	0%	%4	%6.7	%10.7
المجموع		التكرار	98	196	106	400
		%	%24.5	%49	%26.5	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	12	0	12
		%	0%	%3	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	98	184	106	388
		%	%24.5	%46	%26.5	97%
المجموع		التكرار	98	196	106	400
		%	%24.5	%49	%26.5	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

من خلال نتائج الجدول يمكننا ملاحظة أن 49.5٪ من الذكور و50.5٪ من الإناث لمدة ثلاث ساعات أو أكثر. يُعزى ذلك إلى توجه جيد نحو التنوع الجنسي في استهلاك المحتوى على المنصة.

فيما يتعلق بالوظائف، يتبين أن الإطارات السامية لا ينفقون وقتًا طويلًا في استخدام اليوتيوب، حيث لا يستخدم أي منهم المنصة لمدة ثلاث ساعات أو أكثر. يُرجح أن هذا يعود إلى انشغالهم الوظيفي الذي يستلزم تخصيص الوقت لأمور أخرى.

من ناحية أخرى، يستخدم نحو 63.8٪ من الموظفين المنصة لمدة ثلاث ساعات أو أكثر. يُشير ذلك إلى أن الموظفين قد يجدون الوقت خلال فترات الفراغ أو في نهاية اليوم للاستمتاع بمحتوى الفيديو على اليوتيوب ويرجح أن استخدام هذه الفئة لليوتيوب خلال الثلاث ساعات يكون بدافع الاسترخاء والتحفيف من الإجهاد اليومي.

فيما يتعلق بالبطالة، يبدو أن البطالين ينفقون وقتًا أطول على استخدام اليوتيوب، حيث يستخدم 18.9٪ منهم المنصة لمدة ثلاث ساعات أو أكثر، وهو ما يكشف أن هذه الفئة تسعى خلال الثلاث ساعات من استخدام اليوتيوب لتحقيق اشباعات مختلفة أبرزها قضاء الوقت والتواصل الاجتماعي، وجمع المعلومات الاجتماعية. يُمكن تفسير ذلك بأن البطالين قد يتاح لديهم وقت أكبر للاستمتاع بمحتوى اليوتيوب واستخدامه كوسيلة ترفيهية خلال فترات البحث عن وظائف.

فيما يتعلق بالموقع الجغرافي، يستخدم معظم الأشخاص الذين يعيشون في الجزائر (91.8٪) المنصة لمدة ثلاث ساعات أو أكثر. يُعكس ذلك انتشار استخدام اليوتيوب كوسيلة ترفيهية شائعة في البلاد. أما الأشخاص الذين يعيشون خارج الجزائر، فيستخدم 8.2٪ منهم المنصة لنفس الفترة. يُمكن تفسير ذلك بتوفر الإنترنت والتكنولوجيا في الدول الأخرى وزيادة الوصول إلى منصة اليوتيوب.

فيما يتعلق بالانتماء الحزبي، لا يستخدم أعضاء الحزب المنصة لمدة ثلاث ساعات أو أكثر، ويُعزى ذلك لاختلاف الأولويات والاهتمامات لدى أعضاء الحزب. أما الأشخاص غير الأعضاء في الحزب، فيستخدم 6.1٪ منهم المنصة لنفس الفترة. يُشير ذلك إلى أن الأفراد غير الراغبين في الانخراط في الأنشطة الحزبية قد يمتلكون وقتًا أكبر للاستمتاع بمحتوى اليوتيوب.

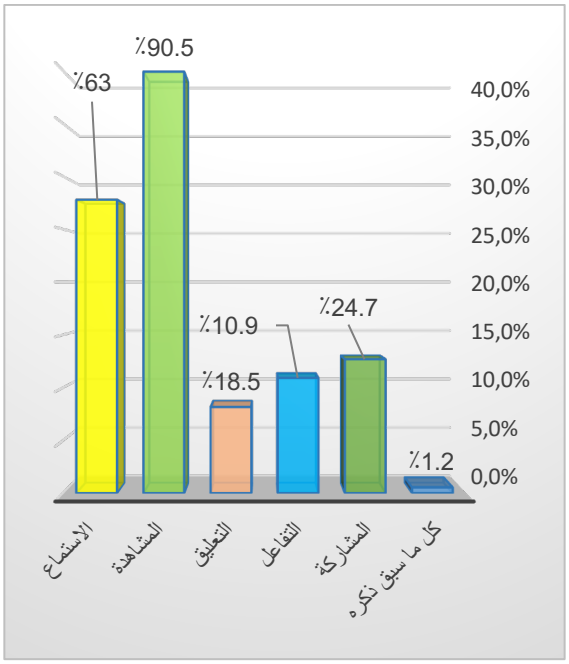
8. ما هي أشكال مشاهدتك لفيديوهات اليوتيوب (يمكنك اختيار أكثر من خيار)؟

جدول رقم (26): توزيع أفراد العينة حسب أشكال مشاهدتهم لفيديوهات اليوتيوب

الإجابة	التكرار	النسبة %
الاستماع	252	**%63**
المشاهدة	362	**%90.5**
التعليق	74	**%18.5**
التفاعل	99	**10,9%**
المشاركة	115	**%24.7**
كل ما سبق ذكره	5	**%1.2**
المجموع	907	**٪226.7**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب أشكال مشاهدتهم لفيديوهات اليوتيوب



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (26) والشكل رقم (10) كذلك؛ يمكننا ملاحظة أن الأفراد لديهم أشكالًا مختلفة لمشاهدة فيديوهات اليوتيوب، حيث يستمع 27.8٪ منهم إلى الصوت فقط، ويشاهد 39.9٪ الفيديو بصريًا ومع الصوت، كما يتبين من الجدول أعلاه أن ما نسبته 8،2٪ فقط من مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة يقومون بالتعليق على الفيديوهات، وهو ما يمكن تفسيره على أنه هروب من ابداء رأيهم الشخصي حماية لخصوصيتهم، عبر منصات التواصل الاجتماعي سيما أمام إمكانية التتبع الأمني للمستخدم الذي يستخدم بالأساس اليوتيوب عبر حسابه الخاص في غوغل هروبا من المساءلة القانونية.

فيما يشارك 10.9٪ في التفاعل مع الفيديوهات إما بالاعجاب أو عدم الاعجاب، ويشارك 12.7٪ في مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي أو إرسالها للأصدقاء، ويستخدم 0.6٪ جميع أشكال المشاهدة المذكورة.

يمكن تفسير هذه النتيجة إلى تنوع وتعدد أشكال استهلاك المحتوى على اليوتيوب. يظهر أن هناك نسبة كبيرة من الأشخاص الذين يفضلون مشاهدة الفيديوهات بصريًا ومع الصوت، وهذا يعكس اهتمامهم بالمحتوى المرئي

والسمعي على حد سواء. ومن الجدير بالذكر أن الاستماع فقط للصوت يشكل أيضًا نسبة مهمة، مما يشير إلى رغبة بعض الأشخاص في الاستمتاع بالمحتوى الصوتي على اليوتيوب دون الحاجة للمشاهدة.

وهو ما يبرز أيضا أن جمهور اليوتيوب أو نوعية الناس الذين يترددون على موقع اليوتيوب يختلفون عن غيرهم من جمهور الإنترنت. فهذا الجمهور يبحث عن الفيديو تحديدا، ربما لأنه شخص يحب استقبال المعلومات بشكل مرئي، أو يثق في المعلومة التي يحصل عليه من خلال إنسان يراه أمامه مباشرة، أو لا يحب القراءة، أو ربما لا يحب أن يبذل مجهودا.

علاوة على ذلك، يوجد نسبة من الأشخاص الذين يشاركون في تعليقات الفيديوهات ويتفاعلون معها، مما يعكس التفاعل الاجتماعي والتواصل الذي يتم بين المستخدمين. وليس ذلك فحسب، بل يوجد أيضًا نسبة ملحوظة من الأشخاص الذين يشاركون الفيديوهات وينشرونها على وسائل التواصل الاجتماعي أو يرسلونها للأصدقاء، مما يعكس رغبتهم في مشاركة المحتوى الذي يرونه مثيرًا أو مفيدًا.

وأخيرًا، هناك نسبة صغيرة من الأشخاص الذين يستخدمون جميع أشكال المشاهدة المذكورة، وهو يشير إلى تنوع تفضيلاتهم وقدرتهم على الاستمتاع بالمحتوى بأشكال متعددة.

بشكل عام، فإن هذه النتائج توضح أن الأشخاص يستخدمون اليوتيوب بطرق متنوعة وفقًا لاهتماماتهم وتفضيلاتهم الشخصية، مما يعكس طبيعة متعددة الأبعاد لهذه المنصة وقدرتها على تلبية احتياجات ورغبات مستخدميها بشكل شامل.

كما يبرز من خلال النتائج سابقة الذكر أن مستخدمي اليوتيوب يسعون لاشباع حاجيات مختلفة من خلال أشكال مشاهدتهم لفيديوهات اليوتيوب، حيث أن من يستخدمون اليوتيوب عن طريق المشاهدة يسعون لتحقيق اشباعات تتطلب تلقي الصوت والصورة معا، على غرار تحقيق اشباع اكتساب المعلومات والتعليم الذاتي، فمثلا من يستخدم اليوتيوب لتلقي أخبار آنية أو فيديوهات تحتوي شرحات تفرض على المستخدم هذا الشكل من التعرض، على عكس من يستخدم اليوتيوب للترفيه، فمثلا الاستماع للموسيقى عبر اليوتيوب يحتاج إلى الاستماع، في حين أن خاصية التعليق، المشاركة، والتفاعل يكشف عن رغبة المستخدم في اشباع مشاهدة حاجة التفاعل الاجتماعي، بحيث يتمكن من التفاعل الاجتماعي عبر منصة اليوتيوب مع أشخاص يتشاركون معه ذات الاهتمام.

9.ما دوافع استخدامك لموقع اليوتيوب YouTube

جدول رقم (27) يوضح طريقة تنقيط الإجابات على العبارات الخاصة بقياس الدوافع.

البدائل	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الدرجة	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**

المصدر: من إعداد الباحثة وفقا لدراسات سابقة.

ولتحديد مستويات الموافقة استعانت الباحثة بالأدوات الإحصائية التالية[1]:

1. المتوسط الحسابي بغية التعرف على متوسط إجابات المبحوثين حول العبارات ومقارنتها.
2. والانحراف المعياري ويوضح التشتت في استجابات أفراد الدراسة فكلما اقتربت قيمته من الصفر فهذا يعني ميل الإجابات حول درجة المتوسط الحسابي وعدم تشتتها.
3. المدى لتحديد طول الفئة = (أعلى درجة (موافق بشدة) – أدنى درجة (معارض بشدة))/ عدد المستويات، وهذا لتحديد اتجاههم نحو كل عبارة هل هم: موافقون بدرجة مرتفعة جدا، مرتفعة، موافق نوعا ما، منخفضة، مخفضة جدا.
4. تحديد طول الفئة باستخدام المدى حيث: (5-1)/5= 0.8 حيث نحصل على مجالات كما يلي:

جدول رقم (28) يوضح مستويات الاستجابة وتقدير درجات الاستجابة على الاستبيان.

مجال المتوسط الحسابي		مقياس ليكارت	درجة الموافقة
[1 – 1.80]	من 01 إلى 1.80 درجة	معارض بشدة	درجة منخفضة جدا
] 1.81 – 2.60]	من 1.81 إلى 2.60 درجة	معارض	درجة منخفضة
] 2.61 – 3.40]	من 2.61 إلى 3.40 درجة	محايد	درجة متوسطة
]3.41 – 4,20]	من 3.41 إلى 4.20 درجة	موافق	درجة عالية
] 4.21 – 5]	من 4.21 إلى 5 درجة	موافق بشدة	درجة عالية جدا

المصدر: من إعداد الباحثة وفقا لدراسات سابقة.

جدول رقم (29): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بسؤال: دوافع استخدام موقع اليوتيوب

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة التقييم
01	متابعة الأحداث والقضايا المختلفة	4,1775	0,71573	درجة عالية
02	تكوين معارف جديدة	3,9300	1,09228	درجة عالية
03	تشكيل رأي حول قضية	3,6100	1,02005	درجة عالية
04	الاطلاع على أراء النشطاء عبر اليوتيوب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث	3,9225	0,85927	درجة عالية
05	الحصول على معلومات تفصيلية عن الأحداث التي لا توفرها وسائل الإعلام	4,2450	0,78199	درجة عالية جدا

[1] نفس القاعدة تطبق على كل العبارات التي سنعرضها في الصفحات الموالية والتي تقاس وفق سلم ليكارت الخماسي.

06	اكتساب مهارات جديدة	4,3225	0,76809	درجة عالية جدا
07	مشاهدة البرامج التلفزيونية التي فاتتك	3,8025	1,07302	درجة عالية
08	التسلية والترفيه	4,0575	0,92267	درجة عالية
09	الفهم بصورة أفضل للعديد من المواضيع	4,3300	0,84729	درجة عالية جدا
10	متابعة الأحداث والقضايا المختلفة	4,0444	0,57297	درجة عالية
11	تكوين معارف جديدة	4,1775	0,71573	درجة عالية
12	تشكيل رأي حول قضية	3,9300	1,09228	درجة عالية
13	الاطلاع على أراء النشطاء عبر اليوتيوب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث	3,6100	1,02005	درجة عالية
14	الحصول على معلومات تفصيلية عن الأحداث التي لا توفرها وسائل الإعلام	3,9225	0,85927	درجة عالية
15	اكتساب مهارات جديدة	4,2450	0,78199	درجة عالية جدا
16	مشاهدة البرامج التلفزيونية التي فاتتك	4,3225	0,76809	درجة عالية جدا
17	التسلية والترفيه	3,8025	1,07302	درجة عالية
18	الفهم بصورة أفضل للعديد من المواضيع	4,0575	0,92267	درجة عالية
مستوى دوافع استخدام موقع اليوتيوب حسب وجهة نظر أفراد العينة		4,3300	0,84729	شدة الدرجة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

بناءً على النتائج المعروضة في الجدول، يتضح أن الأفراد في العينة يميلون إلى استخدام موقع YouTube بدوافع عالية جدًا. تتراوح المتوسطات الحسابية للعبارات بين 3.61 و 4.33، وهي تشير جميعها إلى درجات عالية أو عالية جدًا من الاستجابة.

يمكن تفسير ذلك بأن الأفراد يستخدمون موقع YouTube لأغراض متنوعة مثل متابعة الأحداث والقضايا المختلفة، وتكوين معارف جديدة، وتشكيل الرأي حول القضايا، والاطلاع على آراء النشطاء وتحليلاتهم، والحصول على معلومات تفصيلية، واكتساب مهارات جديدة، ومشاهدة البرامج التلفزيونية التي فاتتهم، والتسلية والترفيه، وتحسين فهمهم للمواضيع المختلفة.

تعكس النتائج في الجدول استخدام الأفراد لموقع YouTube بدوافع متنوعة ومتعددة. يوفر YouTubeمجموعة واسعة من المحتوى الذي يلبي احتياجاتهم المعرفية والترفيهية والاجتماعية.

من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو علىYouTube ، يمكن للأفراد البقاء على اطلاع على الأحداث الجارية والمواضيع المهمة، وتوسيع معارفهم وتعلم مهارات جديدة. كما يمكنهم مشاركة آرائهم وتشكيل الرأي عن طريق التعليقات والمناقشات مع الآخرين.

علاوة على ذلك، يعد YouTube مصـدرًا للترفيه والتسـلية، حيث يمكن للأفراد مشـاهدة مقاطع الفيديو المضحكة والمسلية والبرامج التلفزيونية التي فاتتهم. يمكن أيضًا استخدام YouTube للحصول على معلومات تفصيلية حول مواضيع معينة وتعميق فهمهم لها.

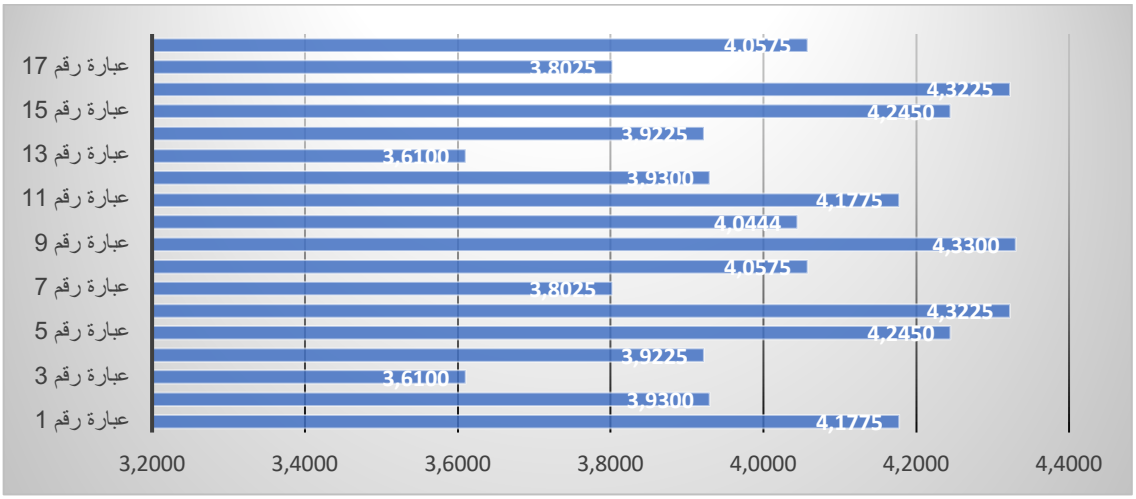
يوفر YouTube أيضًـا منصـة للتواصـل الاجتماعي، حيث يمكن للأفراد التفاعل مع النشـطاء والمحترفين في مجالات مختلفة، ومشاركة الأفكار والخبرات والتواصل مع مجتمعات مهتمة بنفس الاهتمامات.

بشكل عام، يعكس استخدام الأفراد لموقع YouTube استفادتهم من مزايا متعددة تقدمها المنصة.

يبرز من الجدول أعلاه إذا أن مستخدمي اليوتيوب يستخدمون هذه المنصة لعدة دوافع تختلف من حيث درجتها تبرز فيما يلي:

- استخدام اليوتيوب بدافع **الحصول على معلومات تفصيلية عن الأحداث التي لا توفرها وسائل الإعلام، وكذا اكتساب مهارات جديدة، أيضا الفهم بصورة أفضل للعديد من المواضيع**، ناهيك عن **مشاهدة البرامج التلفزيونية التي لم يتمكنوا من مشاهدتها عبر وسائل الإعلام القديمة**، بدرجة عالية جدا.
- ومن ثم الرغبة في تحقيق **فهم أفضل للعديد من المواضيع**، وكذا بدافع **التسلية والترفيه**، أيضا **الرغبة في الاطلاع على أراء النشطاء عبر اليوتيوب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث**، بدافع **تشكيل رأي حول قضية**، وكذا **متابعة الأحداث والقضايا المختلفة**، كلها دوافع لمستخدمي اليوتيوب صنفت بدرجة عالية.
- والشكل التالي يبين ترتيب عبارات محور **دوافع استخدام موقع اليوتيوب:**

الشكل رقم (11): ترتيب العبارات المتعلقة بسؤال: دوافع استخدام موقع اليوتيوب.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

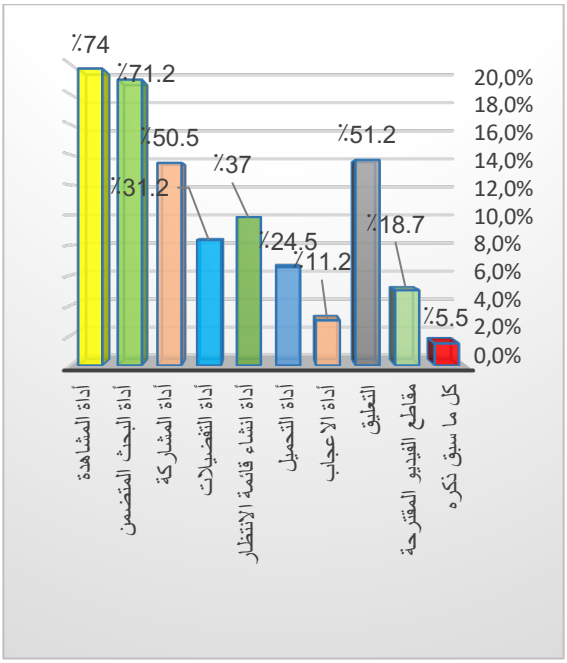
10. ما هي الخدمات التي تفضلها على موقع اليوتيوبYouTube ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

جدول رقم (30): توزيع أفراد العينة حسب الخدمات التي يفضلونها على موقع اليوتيوب

الإجابة	التكرار	النسبة %
أداة المشاهدة	296	**%74**
أداة البحث المتضمن	285	**%71.2**
أداة المشاركة	202	**%50.5**
أداة التفضيلات	125	**%31.2**
أداة انشاء قائمة الانتظار	148	**%37**
أداة التحميل	98	**%24.5**
أداة الاعجاب	45	**%11.2**
التعليق	205	**%51.2**
مقاطع الفيديو المقترحة	75	**%18.7**
كل ما سبق ذكره	22	**%5.5**
المجموع	1501	**375**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب الخدمات التي يفضلونها على موقع اليوتيوب



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (30) والشكل رقم (12) كذلك؛ تظهر النتائج توجيها متوازنا من قبل المشتركين نحو مختلف الخدمات على موقع اليوتيوب. أداة المشاهدة وأداة البحث المتضمن تتصدران القائمة، مشيرة إلى الأهمية الكبيرة التي يعطونها لاستهلاك المحتوى والبحث عن المحتوى المهم. بينما تحتل أداة المشاركة وأداة التعليق المرتبة الثالثة بنسب متقاربة بلغت نسبة 50.5%، 51.2 % على التوالي، مما يبرز أهمية المشاركة والتفاعل الاجتماعي والمشاركة بالآراء عبر منصة اليوتيوب. أما أداة التفضيلات وأداة انشاء قائمة الانتظار فتظهران بنسب متقاربة أيضا بلغت 31.2% و37% على التوالي، مما يوحي برغبة المستخدمين في تخصيص تجربتهم. أما التحميل فيحتل نسبة 24.5%، مظهرة احتفاظ المستخدمين بالفيديوهات ومشاهدتها لاحقا. بشكل عام، تعكس هذه النتائج تنوع اهتمامات المستخدمين وضرورة توفير وتحسين هذه الخدمات لضمان تجربة مستخدم مميزة على اليوتيوب.

فكما ورد في الإطار النظري للدراسة يتبين أن لموقع اليوتيوب (YouTube) عدد من الأدوات التي من شأنها تقديم العديد من الخدمات للمستخدمين **حيث تسمح أداة المشاهدة (Watch) التي تعد** الأداة الرئيسية لليوتيوب والتي تمكن لجمهورها من مشاهدة ملفات الفيديوهات الموجودة على اليوتيوب، بتنوع مجالاتها وموضوعاتها: السياسية والثقافية والدينية والكوميدية والعلمية وغيرها من الموضوعات الأخرى التي تهم مستخدمي اليوتيوب. كما توفر هذه الأداة أيضا التحكم بخصائص الفيديو مثل تشغيله بالحجم الذي يريده المستخدم (المشاهدة بالحجم الكبير أو الصغير)، مشاهدة المقطع مع إمكانية التذكير به لاحقا أو مرة أخرى، وأيضا التحكم بجودة صورة العرض وسرعتها، فضلا عن التحكم بمستوى الصوت أو إيقاف مقطع الفيديو أو تقديمه للوقت الذي يرغب بمشاهدته أو للأحداث المناسبة.

أما أداة البحث (Search / Discover) فهي تساعد مستخدمي اليوتيوب على البحث عن كلمة أو موضوع أو اسم معين لمقطع فيديو من خلال وضعها في شريط البحث المتضمن في شبكة اليوتيوب، وتتيح أداة البحث صفحة النتائج، استخدام خيارات البحث وتضييق نطاق النتائج إذا كانت النتائج متعلقة بتلك البحوث كثيرة الكلمات، كما تساعد أيضا هذه الخدمة من تحسين البحث وتخمين الكلمات المتعلقة بالبحث المراد. مما يفسر سبب تفضيلها من قبل عينة الدراسة.

أما أداة المشاركة (Share) فيتم من خلالها مشاركة مقاطع الفيديو المتاحة في موقع يوتيوب مع المستخدمين الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى أو عبر البريد الالكتروني أو حتى عبر الرسائل الخاصة بين المستخدمين أو من خلال صفحاتهم الشخصية. وتتم المشاركة من خلال تزويد المستخدم بالشفرة الخاصة بالفيديو أو رابط الفيديو لإضافته عبر أي موقع ويب، طالما أن مالك الفيديو يمكن ويتيح عمليات التضمين أو المشاركة، وذلك بالفقر على زر مشاركة "Share " لتظهر بعدها مجموعة الوسائط الالكترونية التي يمكن للمستخدم مشاركة مقطع الفيديو من خلالها من بينها مواقع التواصل الاجتماعي وحتى عنوان الإيميل أو حتى ارسالها عبر رسالة نصية إلى رقم المرسل إليه أو مستقبل الفيديو.

3. درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب YouTube لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية

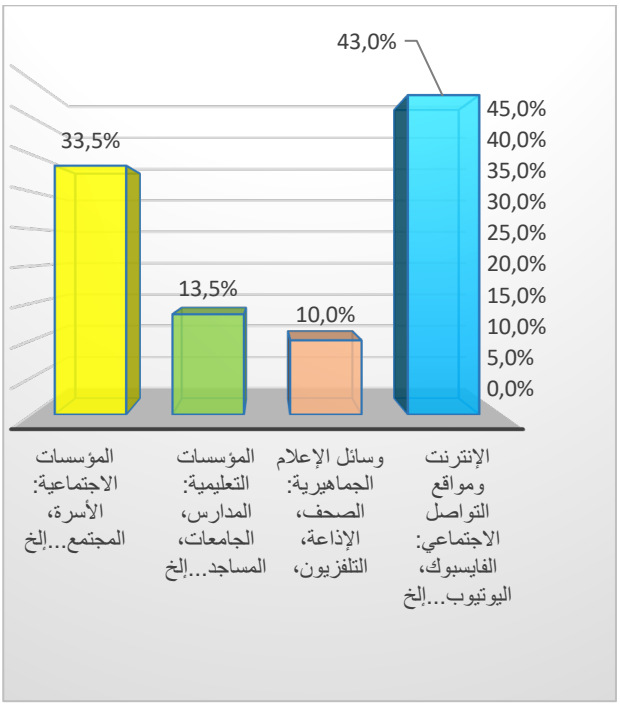
10.فضلا وليس أمرا رتب المؤسسات (من 1الى 4) التي ترى بأنها تساهم في تشكيل وتكوين آرائك واتجاهاتك السياسية نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (31): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المؤسسات التي يرون بأنها تساهم في تشكيل آرائهم السياسية

الإجابة	التكرار	الترتيب	النسبة %
المؤسسات الاجتماعية: الأسرة، المجتمع...إلخ	134	2	**33,5%**
المؤسسات التعليمية: المدارس، الجامعات، المساجد...إلخ	54	3	**13,5%**
وسائل الإعلام الجماهيرية: الصحف، الإذاعة، التلفزيون،	40	4	**10,0%**
الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي: الفايسبوك، اليوتيوب...إلخ	172	1	**43,0%**
المجموع	400		**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المؤسسات التي يرون بأنها تساهم في تشكيل آرائهم السياسية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (31) والشكل رقم (13) كذلك؛ تظهر النتائج أن مستخدمي اليوتيوب يرون أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تأتي في المرتبة الأولى في تشكيل وتوجيه آراء الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث اعتمدت نسبة 43.0% من العينة عليها كمصدر رئيسي. تليها المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمجتمع في المرتبة الثانية من حيث تشكيل الأراء المتعلقة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة 33.5%. بينما تأتي المؤسسات التعليمية ووسائل الإعلام الجماهيرية في المرتبتين الثالثة والرابعة على التوالي بأثر أقل بنسب 13.5% و10.0% على التوالي. تلخص هذه النتائج تفضيلات الأفراد في تأثيرات المصادر المختلفة على وجهات نظرهم السياسية حول هذه القضية.

كما أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي يلعبان دوراً بارزاً في تشكيل وتوجيه آراء الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. يعزى ذلك إلى سهولة الوصول إلى المعلومات وتنوع المصادر والآراء التي يوفرها الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، فإن التفاعلية والشفافية في وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الآراء بشكل أفضل. كما يتيح الإنترنت للأفراد متابعة التحديثات اللحظية والتأثير في نشر الآراء من خلال الشبكات الاجتماعية. كما يمكن تفسير هذه النتائج بحيث أن مواقع التواصل الاجتماعي فرضت موضوع

العلاقات الجزائرية المغربية كموضوع للتناول والمناقشة ضمن مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن الموضوع لا يتم مناقشته ولا التطرق إليه عبر المؤسسات الأخرى.

وفي هذا الشأن نجد أن الباحث نوردين بكيس تناول في كتابه "كيف تصبح مواطنا سيئا في الجزائر؟"، أشار للتغييرات التي فرضتها شبكات التواصل الاجتماعي على المجتمع الجزائري، بحيث أنها دفعت الواقع الجزائري إلى تغيير نمط الحياة ككل نتيجة ظروف معينة وغياب بدائل حقيقية. جعلت البنى التقليدية للمجتمع في صراع مستمر مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت تفرض تحويل وتعديل جزئي في أفكار وقيم المجتمع الجزائري عفويا أو إراديا، فظاهرة استعمال وسائل التواصل الاجتماعي في مجتمعنا تملأ الفراغ الحاصل في مختلف الفضاءات بما فيها الأسرية. كما عبر عن الفجوة الأسرية التي فرضتها هذه الشبكات بالعبارة: "... ولكننا لن نبالغ عندما تعتبر أن الاستعمال بحجب التفاعل عبر التعابير المختلفة ويحول البيت إلى عالم كبير عوض أن يحول العالم إلى قرية صغيرة"[1] .

[1] نور الدين بكيس، نوال رزقي، **كيف تصبح مواطنا سيئا في الجزائر؟**، سارة للنشر، 2018، ص229.

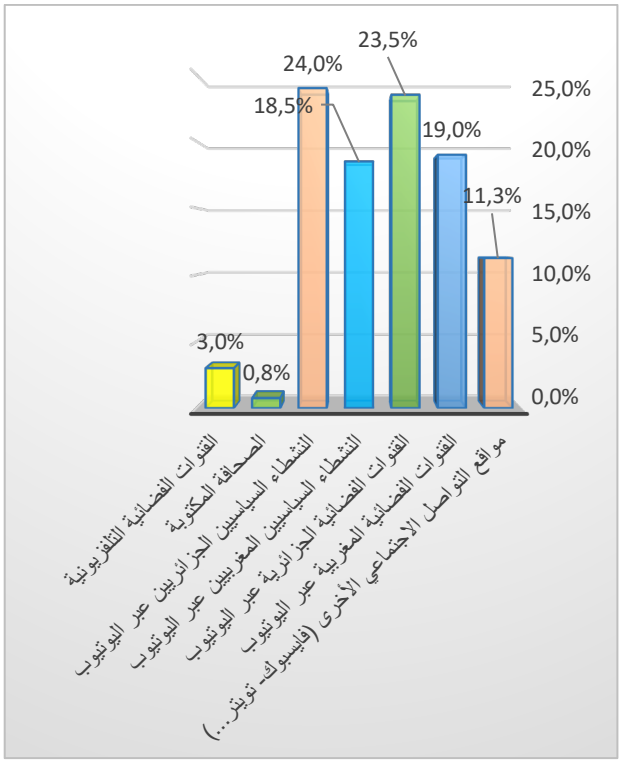
11.فضــلا وليس أمرا رتب المصــادر الإعلامية (من1الى 7) التي تجعلك دائما مهتما ومتصــلا ومكتسب للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (32): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المصادر الإعلامية التي يرون بأنها تجعلهم دائما مهتمين ومكتسبين للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	الترتيب	التكرار	النسبة %
القنوات الفضائية التلفزيونية	6	**12**	**3,0%**
الصحافة المكتوبة	7	**3**	**0,8%**
النشطاء السياسيين الجزائريين عبر اليوتيوب	1	**96**	**24,0%**
النشطاء السياسيين المغربيين عبر اليوتيوب	4	**74**	**18,5%**
القنوات الفضائية الجزائرية عبر اليوتيوب	2	**94**	**23,5%**
القنوات الفضائية المغربية عبر اليوتيوب	3	**76**	**19,0%**
مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (فايسبوك- تويتر...)	5	**45**	**11,3%**
المجموع		400	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في المصادر الإعلامية التي يرون بأنها تجعلهم دائما مهتمين ومكتسبين للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (32) والشــكل رقم (14) كذلك؛ توضــح النتائج أن هناك مصــادر إعلامية متعددة تثير اهتمام وتواصـل الأفراد وتسـهم في تعزيز معرفتهم بقضـية العلاقات الجزائرية المغربية. يتبوأ النشـطاء السياسـيين الجزائريين على منصـة اليوتيوب المرتبة الأولى بنسـبة 24.0%كأكثر المصـادر إقبالًا. يليها القنوات الفضـائية الجزائرية على اليوتيوب بنسـبة 23.5% والقنوات الفضـائية المغربية على اليوتيوب بنسـبة 19.0%. كما تظهر الأهمية البارزة للنشـطاء السـياسـيين المغربيين على منصـة اليوتيوب بنسـبة 18.5%. بالإضـافة إلى ذلك، تلعب مواقع التواصــل الاجتماعي الأخرى دورًا مهمًا بنســبة 11.3% في تشــجيع التفاعل وتوفير المعلومات. في المقابل، تأتي القنوات الفضـائية التلفزيونية بنسـبة 3.0% والصـحافة المكتوبة بنسـبة 0.8% بأقل أهمية بالنســبة للأفراد في تلقي المعلومات وتشــكيل آرائهم حول هذه القضــية. هذه النتائج توضــح التنوع في مصادر المعلومات وكيف يتفاعل الأفراد معها لفهم ومتابعة تطورات العلاقات الجزائرية المغربية.

ولعل تفضيل الجزائريين لمتابعة النشطاء السياسيين الجزائريين على منصة اليوتيوب بدلاً من النشطاء المغربيين يمكن أن يكون ناتجًا عن عدة عوامل، فقد يكون الجزائريون يرغبون في الحصول على وجهات نظر وتحليلات من مصادر محلية تتناول القضايا التي تؤثر مباشرة في وضعهم وواقعهم السياسي، كما قد تكون هناك توجهات وانحيازات وطنية تجعل الجزائريين يميلون لمتابعة الأصوات السياسية في بلدهم للحصول على وجهات نظر محلية أكثر توافقاً مع تجاربهم ومعرفتهم الثقافية والسياسية، بالإضافة لهذا فإن اللغة والأسلوب الثقافي المشترك يمكن أن يجعل النشطاء الجزائريين أكثر قرباً ووضوحاً للجمهور الجزائري وأخيراً، قد تكون الأزمات والقضايا السياسية المحلية تجعل الجزائريين يفضلون البحث عن الرؤى والتحليلات التي تأتي من داخل الدائرة السياسية الجزائرية لفهم أفضل للأوضاع والتحديات التي يواجهونها.

حيث سمح موقع اليوتيوب (كما أسلفنا الذكر في الإطار النظري) بظهور أنواع جديدة من رواد الأعمال الايديولوجيين من القاعدة الجماهيرية السياسية، الذين تميزوا بطابعهم السياسي وكانوا قادرين على العثور مباشرة على أي جمهور، تنميته والاحتفاظ به، كما تشير الدلائل إلى أن استهلاك المحتوى السياسي عبر هذا الوسيط التكنولوجي السمعي البصري مدفوع بالطلب والعرض، حيث يمكن الفئات السياسية المصنفة بطريقة أخرى من اتخاذ شكل محدد، فعلى سبيل المثال الفئات المعارضة الذين يكون استهلاكهم لوسائل الإعلام السياسية مقيدا بأيديولوجيات وسائل الإعلام، من خلال موقع اليوتيوب يكونون قادرين على التعبير عن أفكارهم من خلاله، وذلك من خلال اتاحة السوق لمثل هذه المواد، وتحفيز العرض، أنواع التعبير السياسي والتواصل المناسبة بغية الاستحواذ على مثل هذه الحصة السوقية المربحة. إذ يعتبر صناع المحتوى السياسي عبر الانترنت مسؤولين أمام المشاهدين والمشتركين فحسب، وجوهريا هياكل الحوافز الخاصة بموقع اليوتيوب[1].

كما يمكن تفسير النتائج أعلاه انطلاقا من أن مستخدمي اليوتيوب يختارون قنوات اليوتيوب التي يرون بأنها تشبع احتياجاتهم ودوافعهم نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، بحيث تجعلهم دائمي الاطلاع على الموضوع، مما يبرز أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين وجدوا ضالتهم في قنوات النشطاء السياسيين الجزائريين، ومن ثم القنوات الفضائية الجزائرية التي التحقت بالركب التكنولوجي من خلال فتح قنوات عبر اليوتيوب، حيث أن قنوات اليوتيوب باختلافها الخاصة بالنشطاء السياسيين أو القنوات الإعلامية فإن ما يحدث في ظل تدفق مقاطع الفيديو الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية هو أن المستخدم ينجذب تلقائيا نحو مشاهدة المزيد من

[1] Alan Finlayson, **Youtube And Political Ideologies**: **Technology Populism And Rhetorical Form**, Sage Journals, Volume 70, Issue 1, 2022, P 65-66

الفيديوهات، حيث يرغب المستخدم باستمرار في البحث عن محتوى أفضل من المحتوى السابقو بحيث تقوم خوارزميات اليوتيوب باقتراح محتوى أطول وآكثر انتشارا بهدف إبقاء المستخدم علي المنصة لأطول وقت ممكن، وهو ما يجعل الرأي العام الجزائري دائم الاهتمام بالموضوع من جهة، كما تمكنه غزارة الفيديوهات من امتساب معلومات خاصة بالقضية المطروحة.

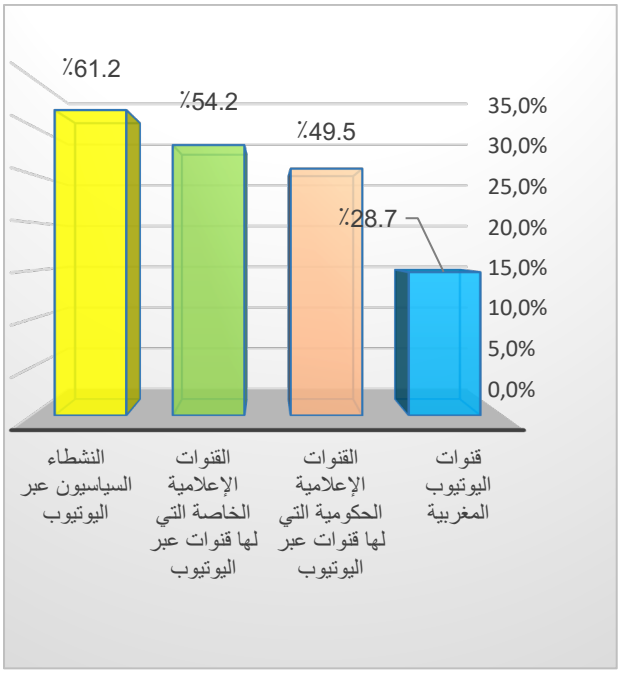
12.ما هي قنوات اليوتيوب التي تثق في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

جدول رقم (33): توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
النشطاء السياسيون عبر اليوتيوب	245	**%61.2**
القنوات الإعلامية الخاصة التي لها قنوات عبر اليوتيوب	217	**%54.2**
القنوات الإعلامية الحكومية التي لها قنوات عبر اليوتيوب	198	**%49.5**
قنوات اليوتيوب المغربية	115	**%28.7**
المجموع	775	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (33) والشكل رقم (15) كذلك؛ يظهر أن 61.2% يثقون في النشطاء السياسيين عبر اليوتيوب، و54.2% يثقون في القنوات الإعلامية الخاصة التي تمتلك قنوات عبر اليوتيوب، بينما 49.5% يثقون في القنوات الإعلامية الحكومية التي تمتلك قنوات عبر اليوتيوب. وهو ما يبرز أن القنوات الإعلامية استطاعت أن تفرض نفسها عبر الفضاء الإلكتروني وأن تنافس قنوات اليوتيوب الأخرى، بالمقابل، 28.7% يثقون في قنوات اليوتيوب المغربية.

من خلال ما سبق يمكننا القول بأن الأفراد يعتمدون على النشطاء السياسيين عبر منصة اليوتيوب أكثر من بقية القنوات الأخرى لعدة أسباب، فقد يتيح اليوتيوب للنشطاء تقديم محتوى مباشر وقابل للتفاعل مع

المشاهدين مما يسهم في تفعيل الحوار والمشاركة الفعّالة في القضايا السياسية، كما يُمثل النشطاء على اليوتيوب مجموعة متنوعة من التوجهات والأفكار السياسية، مما يسمح للأفراد بالاطلاع على وجهات نظر مختلفة وفهم القضية من زوايا متعددة، ويمكن للنشطاء على اليوتيوب التركيز على القضايا السياسية المحلية بشكل أعمق وأدق مما يجعلهم مصدرًا موثوقًا للمعلومات حول القضية، وللإشارة فإن منصة اليوتيوب وسيلة سهلة ومرنة للوصول إلى المحتوى مما يجعلها مفضلة لدى الأفراد لمتابعة القضايا السياسية.

ويمكن الاستعانة هنا بنظرية ترتيب الأجندة من أجل تفسير النتائج السابقة، حيث أن قنوات النشطاء السياسيين الجزائريين وكذا القنوات الإعلامية التي تملك دعامة عبر اليوتيوب بشقيها الخاص والحكومي استطاعت أن تحصل على ثقة مستخدمي اليوتيوب الجزائريين بحيث أن هذه القنوات استطاعت أن تربط بين تصور وإدراك الرأي العام الجزائري للواقع السياسي وبين الشؤون والاهتمامات السياسية اليومية، وبالتالي نجحت في تحقيق ثقة طرح وتناول المواضيع المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية، مما يجعلها تساهم في ابراز أهمية هذه القضية السياسية وتشكيلها في ذهن الجمهور المستخدم لليوتيوب، وبشكل مبسط إن لقنوات اليوتيوب دورا في الاهتمام وتسليط الضوء على القضية محل الدراسة ما يتجلى عبر تكرار النشر حول الموضوع.

إذ أن البيئة الرقمية حطمت خطية المعلومة التي كانت تبدأ من وسائل الإعلام نحو الجمهور، حبث باتت البيئة الرقمية تتسع لتشمل المؤسسات الإعلامية والجمهور ومختلف النشطاء الذين ينشرون على شبكة الإنترنت، مما يجعل عملية بناء المعلومات تأخذ شكل الشبكة، أو التشاركية في بناء الأجندة.

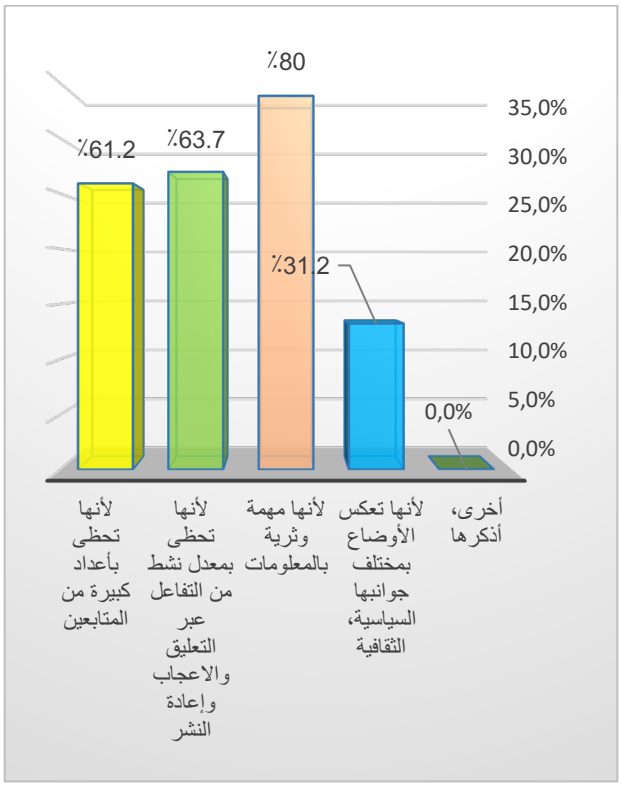
14. في كل الحالات السابقة لماذا تتابع هذه القنوات

جدول رقم (34): توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
لأنها تحظى بأعداد كبيرة من المتابعين	245	**%61.2**
لأنها تحظى بمعدل نشط من التفاعل عبر التعليق والاعجاب وإعادة النشر	255	**%63.7**
لأنها مهمة وثرية بالمعلومات	320	**%80**
لأنها تعكس الأوضاع بمختلف جوانبها السياسية، الثقافية	125	**%31.2**
أخرى، أذكرها	0	**0%**
المجموع	945	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب قنوات اليوتيوب التي يثقون في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (34) والشكل رقم (16) كذلك؛ يمكننا ملاحظة أن الأفراد يتابعون هذه القنوات على منصة اليوتيوب لأسباب متنوعة. فبينما يجد 80% منهم أن هذه القنوات تقدم معلومات ثرية ومهمة حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، يعتبر 63.7% أنها تحظى بنشاط مستمر من خلال التعليقات والاعجابات وإعادة نشر المحتوى، مما يعزز التفاعل والمشاركة. بالإضافة إلى ذلك، يجد 61.2% أن هذه القنوات لديها جمهور كبير من المتابعين، مما يظهر الثقة العالية التي تحظى بها، وأخيرًا يتابع 31.2% هذه القنوات لأنها تعكس الأوضاع بجوانبها السياسية والثقافية المتنوعة، مما يساهم في فهم القضية بشكل أفضل وأشمل.

وبالعودة إلى النشر عبر اليوتيوب يحتكم إلى أرقام المتابعة، والتفاعل، حتى أن إدارة الموقع تقيم النشطاء عبر هذا الفضاء في كل فترة من فتراتها على أساس معيارين هما: عدد المتابعين للقناة، وحجم مشاهدات مقاطع الفيديو التي تتضمنها، وتمنح درع للقنوات وفق الستة مستويات التالية:

1. **المستوى الغرافيتي** (Graphite Level): يمثل المستوى الأول الذي تسجل فيه القناة اشتراك أقل من 1000متابعا، وعند الوصول لهذا العدد من المشتركين يصبح المستخدم قادرا على الانضمام إلى برنامج شركاء (YouTube)، الذي يمكنه من تحقيق الربح المالي عن طريق شعبية المحتوى المنشور في القناة .

2. **المستوى الأوبالي** (Opal Level): يمثل المستوى الثاني الذي تسجل فيه القناة اشتراك أكثر من 1000 متابعا وأقل من 10.000متابعا، ويمثل بداية الطريق لتحقيق الأرباح المالية، وحصد جوائز المستويات الأعلى .

3. **المستوى البرونزي** (Bronze Level): يمثل المستوى الثالث الذي تسجل فيه القناة اشتراك أكثر من 10.000متابعا حتى بلوغ 100.000متابعا، وعندما يتجاوز منشئ القناة هذا العدد من المتابعات، أي تسجيل أكثر من 100.000مشتركا، يتم منحه جائزة الدرع الفضي (Silver Creator Award).

4. **المستوى الفضي** (Silver Level): يمثل المستوى الرابع الذي تسجل فيه القناة اشتراك أكثر من 100.000متابعا حتى بلوغ 1مليون متابعا، وعندما يتجاوز المستخدم منشئ القناة هذا العدد من متابعات المستخدمين؛ أي تسجيل أكثر من مليون مشتركا، يتم منحه جائزة الدرع الذهبي (Gold Creator Award).

5. **المستوى الذهبي** (Gold Level): يمثل المستوى الخامس الذي تسجل فيه القناة اشتراك أكثر من مليون متابعا حتى بلوغ 10ملايين متابعا، وعندما يتجاوز المستخدم منشئ القناة هذا العدد من متابعات المستخدمين، أي تسجيل أكثر من 10ملايين مشتركا، يتم منحه جائزة الدرع الذهبي (Diamond Creator Award).

6. **المستوى الماسي (Diamond Level)**: يعتبر هذا المستوى خاص ومميز نظرا لقلة القنوات التي استطاعت الوصول إلى جائزته، فبعد تسجيل القناة اشتراك أكثر من 10ملايين متابعا، سيتوجب عليها تجاوز أكثر من 50مليون مشتركا، حتى يتم منحها جائزة الدرع المخصص (Custom Creator Award)[1]

[1] عبد الرحمن قدي، **تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، دراسة إثنوغرافية على الخط لعينة من المستخدمين الشباب في الجزائر**، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، 2021، ص ص 104- 105

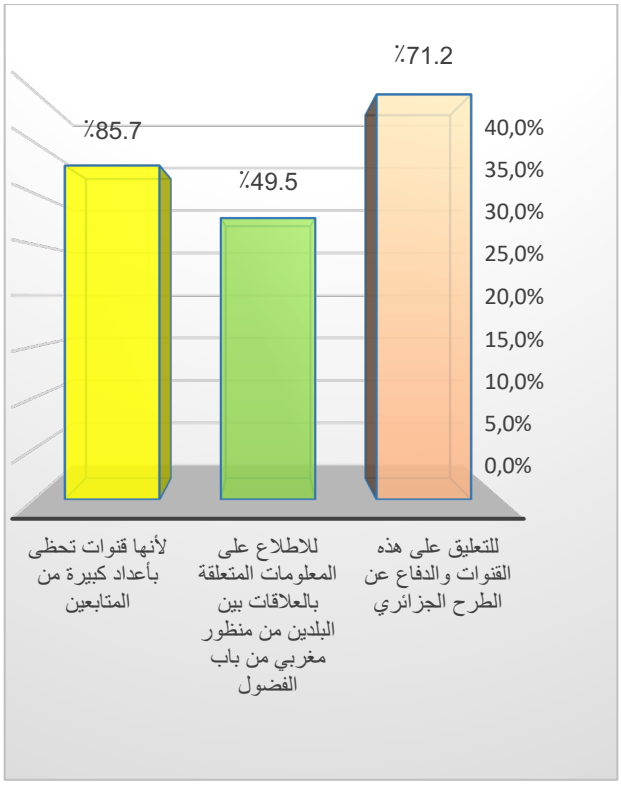
15. في حالة متابعتك لقنوات اليوتيوب المغربية، لما تتابع هذه القنوات

جدول رقم (35): توزيع أفراد العينة حسب سبب متابعتهم لقنوات اليوتيوب المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
لأنها قنوات تحظى بأعداد كبيرة من المتابعين	235	**%58.7**
للاطلاع على المعلومات المتعلقة بالعلاقات بين البلدين من منظور مغربي من باب الفضول	198	**%49.5**
للتعليق على هذه القنوات والدفاع عن الطرح الجزائري	285	**%71.2**
المجموع	718	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب سبب متابعتهم لقنوات اليوتيوب المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (35) والشكل رقم (17) كذلك؛ يمكننا ملاحظة أن 58.7% يتابعونها بسبب شهرتها وعدد المتابعين الكبير، في حين يبحث 49.5% للحصول على وجهات نظر مغربية حول العلاقات بين البلدين ولمجرد الفضول. بالإضافة إلى ذلك، يتابع 71.2% للتعليق على محتوى هذه القنوات والدفاع عن وجهات نظر الطرح الجزائري. كما تجدر الإشارة هنا إلى أنه تظهر عبر منصة اليوتيوب خاصية التعليق على التعليق فيما يتعلق بفيديوهات اليوتيوب التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ويمكن النظر لهذه الميزة من ناحيتين إيجابية تبرز التفاعل والاهتمام بالموضوع وإبداء الرأي بينهما حول القضية المطروحة، وأخرى سلبية تظهر من خلال اختلاف وجهات النظر بين المستخدمين الجزائريين والمغربيين وزيادة فجوة الخلاف بينهما عبر هذا الفضاء.

من خلال ما سبق فإن الشهرة والعدد الكبير من المتابعين يمكن أن تعني أن هذه القنوات توفر محتوى جذاباً ومثيراً للاهتمام، أو يمكن أن يكون للمتابعين المغاربة وجهات نظر ورؤى مختلفة حول القضية، مما يجعلها مصدراً مثيراً للاهتمام للجزائريين الذين يرغبون في فهم وجهات النظر المغربية، كما قد يكون لديهم دوافع شخصية أو سياسية تجعلهم يرغبون في متابعة هذه القنوات للبقاء على اطلاع دائم على التطورات والآراء حول القضية.

وتبرز هذه النتائج على ضوء نظرية ترتيب الأجندة أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين من خلال منصة اليوتيوب يعد مستخدما متفاعلا ومنتجا ومشاركا في ترتيب الأجندة وفي تأطير المضامين المتعلقة بالقضية المطروحة وحتى في اختيار قنوات اليوتيوب التي تنشر حول الموضوع، مما يتجلى في تعليقه على هذه الفيديوهات ورفضه للأجندة المعادية المطروحة في الفيديو.

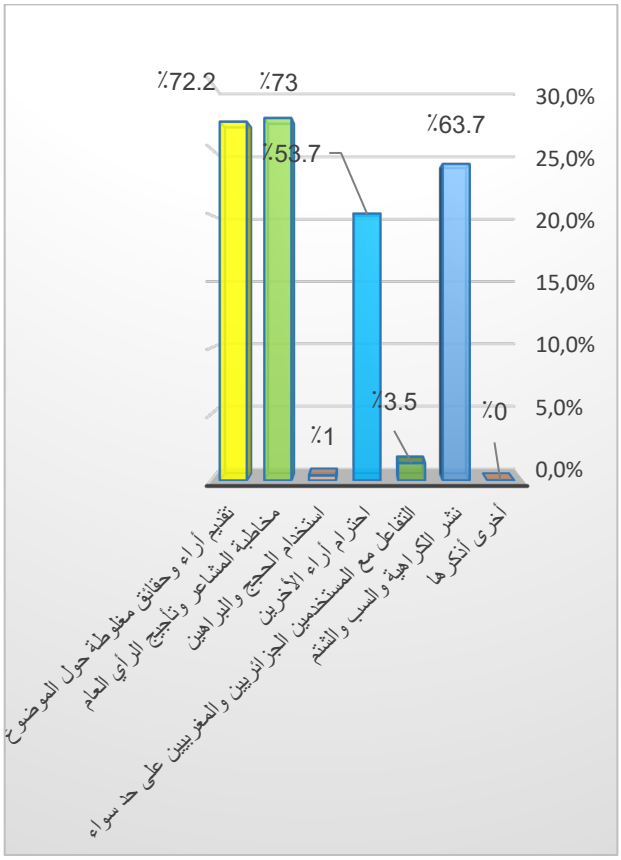
16. عند متابعتك للقنوات المغربية عبر اليوتيوب هل تخضـــع مناقشـــات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب إلى؟ (يمكنك اختيار أكثر من اقتراح)

جدول رقم (36): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مناقشات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب

الإجابة	التكرار	النسبة %
تقديم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع	289	%72.2
مخاطبة المشاعر وتأجيج الرأي العام	292	%73
استخدام الحجج والبراهين	4	%1
احترام أراء الأخرين	215	%53.7
التفاعل مع المستخدمين الجزائريين والمغربيين على حد سواء	14	%3.5
نشر الكراهية والسب والشتم	255	%63.7
أخرى أذكرها	0	**0%**
المجموع	1069	**100,0**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مناقشات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (36) والشكل رقم (18) كذلك؛ يظهر من النتائج أن مناقشات الفيديوهات المغربية على اليوتيوب تتنوع في طبيعتها وكيفية التعامل معها من قبل المتابعين. يعتقد 72.2% من الأفراد أنها قد تقدم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع، فيما يرون 73% أنها تستخدم لمخاطبة المشاعر وتأجيج الرأي العام. بالمقابل يتفق 53.7% على أنها تتميز باحترام أراء الأخرين، ويرى 3.5% أنها تتفاعل مع المستخدمين الجزائريين والمغربيين على حد سواء، وأخيراً يرى 63.7% أنها تشهد نشر الكراهية والسب والشتم.

النتائج تشير إلى تنوع في طبيعة مناقشات الفيديوهات المغربية على اليوتيوب وكيفية تفاعل المتابعين معها. يظهر أن هناك توجهين رئيسيين: هناك نسبة معتبرة ترى أن هذه المناقشات قد تقدم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع، وهو ما يشير إلى وجود مخاوف بشأن دقة المعلومات. من ناحية أخرى، يعتقد نفس العدد تقريباً أن هذه المناقشات تستخدم لمخاطبة المشاعر وتأجيج الرأي العام، مما يعني أن بعض المحتوى يمكن أن يكون موجهاً لتأثير العواطف بدلاً من تقديم معلومات موضوعية. هناك أيضا نسبة تقريبية تعتقد أن هذه المناقشات تحترم أراء الأخرين. كما يظهر التفاعل المحدود مع المستخدمين الجزائريين والمغربيين على حد سواء نقصاً في التواصل المشترك. وأخيراً، هناك نسبة تقريبية تعتقد أن هذه المناقشات تشهد نشر الكراهية والسب والشتم، مما يدل على أن هناك حاجة لتحسين أساليب التفاعل والتواصل في هذه البيئة.

حيث يبرز هنا دور ما يطلق عليه الذباب الإلكتروني بشكل لافت في الصراعات والأزمات السياسية والتلاعب بالرأي العام في مثل قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث يعمل الذباب الإلكتروني بطرقتين، الأولى تتم عبر رفع معدل التفاعل مع المنشورات، بالاستعانة بخاصية النشر وإعادة النشر بهدف نشر المحتوى على أوسع نطاق، أما الطريقة الثانية فتتم عبر دفع أموال للذباب الإلكتروني مقابل برمجة روبوتات تقوم بدعم شخصيات أو أطراف سياسية، ناهيك عن شن حملة إشاعات منظمة.

كما يتم وفق عمل الذباب الإلكتروني تجنيد أشخاص ذوي التأثير العالي من رجال دين، إعلاميين، أكاديميين ورياضيين.. يملكون الآلاف أو الملايين من المتابعين لأن وجهة نظرهم تحظى بقبول جماهيري ولهم صدى اعلامي واسع، وتضم هذه الفئة كذلك شبكات دولية منظمة متعددة الجنسيات (لوبيات) تقودها دول معادية لكي تدافع عنها بالوكالة وتروج لتوجهاتها ومصالحها الداخلية والخارجية.

كما تقف الدراسة هنا على الاستعانة بأحد ميكانيزمات عمل الذباب الإلكتروني للبروباغندا الرقمية في قضية العلاقات الجزائرية المغربية محل الدراسة، مهاجمة الرأي أو الجهة المعارضة بالشتم، الابتزاز، التخوين والشخصنة

بتحويل النقاش من فكري حول قضية سياسية أو اجتماعية الى أمور شخصية متعلقة بصاحب المنشور أو الفئة المخالفة.

كما ثبت في هذا الشأن سابقا الهجمات الإلكترونية التي تطال الجزائر، حيث كشفت شركة "كاسبريسكي kaspersky" المتخصصة في حلول وخدمات الأمن السيبراني – أن الجزائر تعد "أكثر بلد في العالم مهدد سيبرانيا بنسبة هجمات طالت 44 بالمائة من المستخدمين"، وصنفت الجزائر منذ سنة 2018 "الأولى عربيا وال 14 عالميا من حيث البلدان أكثر تعرضا للهجمات الإلكترونية، حيث يوجد أكثر من ثمانين موقعاً أجنبياً يشنون حملات تشويه ضد الجزائر"[1].

توصلت دراسة الباحثة في علم النفس الإدراكي "سفيرين إريل" أن منصة اليوتيوب تستعين بما أسمته النمط المظلم وهو عبارة عن تسلسل لا نهائي من مقاطع فيديو يتطلب الأمر آن يقوم المستخدم بتعطيل هذه الخوارزمية، وإلا ستظهر مقاطع فيديو مشابهة للموضوع دون توقف، يعتمد اليوتيوب من خلالها على اقتراح محتوى أطول وأكثر انتشارا، لكن أبرزت أن مقاطع الفيديو نادرا ما تحمل محتوى نقديا تحليليا، بل في الغالب تكون مقاطع ذات محتوى عاطفي يخاطب العواطف ويحاول اقناع مستخدمي اليوتيوب بها.

وهو ما توصلت إليه دراسة الباحث البريطاني "**Alan Finlayson**" المهتم بالاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي أبرز أن موقع اليوتيوب بمثابة "مجتمع محرك للمشاعر" ذات عاطفة وليس مصلحة. حيث أن مواقف المحتوى السياسي على منصة اليوتيوب يجعل المشاهدين "متابعين" يخضعون لعامل الحماس، حيث يتم تحميسهم بهدف الاحتفاظ بهم ضمن المتابعين وليس المشاهدين فقط حيث يكمن الفرق بينهما في أن المشاهد يكتفي فقط بتلقي الفيديوهات التي يتم نشرها عير اليوتيوب لمرات قليلة، في حين أن متابع القناة فهي مشاهدة منتظمة ومتتابعة لعديد المرات. كما يكون المحتوى السياسي لموقع اليوتيوب حسبما يشير إليه **ذات الباحث** "في الغالب شخصيا إلى حد ما، وتتم روايته من خلال سرد القصص الشخصية والاشارات العاطفية... على مدى فترات طويلة من الزمن"[2].

[1] منصور قدور بن عطية، **مملكة التجسس**، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2023، ص 103.

[2] Alan Finlayson, **YouTube and Political Ideologies**: **Technology Populism and Rhetorical Form**, Ibid, pp 67

إذ يرتبط هذا بالعلامة التجارية للقنوات، التي تكون في الغالب مع اسم الشخص الذي يقف وراءها، ويعمل المنتجون على تطوير شخصية متسقة للمشاهدين للتعرف عليها من خلالها، وحسبما يرى أيضا أن المتحدثون عبر اليوتيوب يقدمون "شهادات أيديولوجية مشابهة لشهادات المنتج في الإعلان، يتحد التحسين الشخصي والأيديولوجي ويعرض المؤثرون الطريقة التي يعيشون بها سياساتهم كعلامة تجارية طموحة"[1].

فيما يتضح أن الفئة التي تتابع الفيديوهات المغربية يبدون اهتماما كبيرا بالمواضيع السياسية ذات الشأن بالعلاقات الجزائرية المغربية، مما يجعلهم يبحثون بنشاط عن المعلومات والأخبار المتعلقة بالموضوع، وهي الفئة التي تكون أكثر عرضة للتأثر بالأجندة.

17. ما درجة اعتمادك على قنوات اليوتيوب المذكورة في الجدول أسفله للحصول على المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (37): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: درجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة التقييم
01	قناة فرانس 24	2,9150	1,45536	درجة متوسطة
02	قناة الجزائرية الدولية AL24 NEWS	3,4100	1,28102	درجة عالية
03	قناة النهار	3,1800	1,28324	درجة متوسطة
04	قناة الدكتور محمد دومير	2,9925	1,44834	درجة متوسطة
05	قناة الناشط السياسي السعيد بن سديرة	2,6050	1,33733	درجة متوسطة
	مستوى الاعتماد على قنوات اليوتيوب حسب وجهة نظر أفراد العينة	2,8732	0,84987	درجة متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

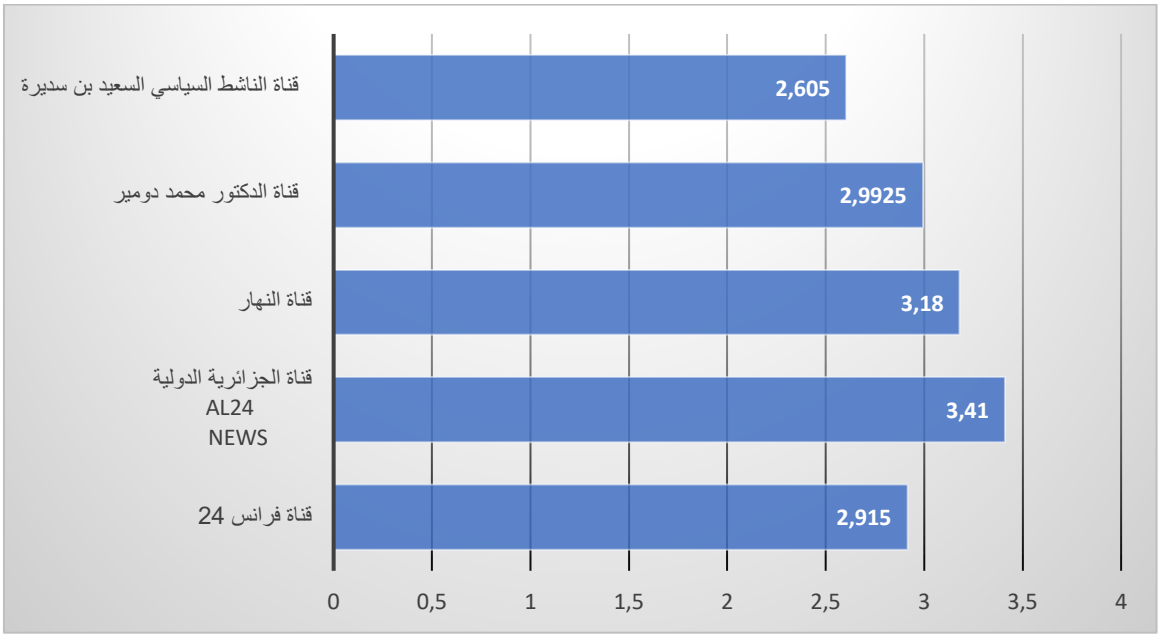
بناءً على نتائج الجدول؛ يظهر أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد على بعض القنوات على اليوتيوب للحصول على معلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية. قناة "الجزائرية الدولية NEWS AL24" حصلت على تقييم عالي بين الأفراد، مما يشير إلى أنهم يثقون في هذه القناة لتوفير معلومات دقيقة وموثوقة حول العلاقات بين الجزائر والمغرب. من ناحية أخرى، هناك قنوات مثل "قناة الدكتور محمد دومير" و "قناة الناشط السياسي السعيد بن سديرة" تحصل على تقييم متوسط، مما يعني أنها قد تكون مفيدة لبعض الأفراد ولكن قد لا تحظى بنفس الثقة العالية كما في حالة القناة الأولى. بشكل عام، يظهر أن الأفراد يميلون نحو الاعتماد على قنوات اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية، ويعتبرونها بشكل عام درجة متوسطة من حيث الاعتمادية.

[1] Alan Finlayson, op.cit, p 69

وهو ما يبرز أن مستخدمي اليوتيوب يتقبلون الاتجاه الذي تقدمه قناة الجزائر الدولية (AL24 NEWS)، حيث تبرز أحد أفكار نظرية الاستخدامات والاشباعات أن الأفراد لا يبنون اتجاهاتهم من خلال تقبل كل ما يوجه إليهم من اتجاهات بل يختار منها ما قد يؤدي إلى اشباع احتياجاته.

والشكل التالي يبين ترتيب **درجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب:**

الشكل رقم (19): ترتيب درجة الاعتماد على قنوات اليوتيوب محل الدراسة.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

18. ما الوقت الذي تقضـــيه في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية يوميا

جدول رقم (38): يوضح الوقت الذي يقضونه في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية يوميا

المتغيرات		الإجابة	أقل من ساعة	من ساعة إلى ساعتين	ثلاث ساعات وأكثر	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	104	44	50	198
		%	26%	11%	12.5%	49,5%
	أنثى	التكرار	141	31	30	202
		%	35.2%	7.8%	7.5%	50,5%
المجموع		التكرار	245	75	80	400
		%	61.2%	18.7%	20%	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	5
		%	1.2%	0%	0%	1.2%
	موظف	التكرار	117	53	48	218
		%	29.2%	13.2%	12%	54,5%
	بطال	التكرار	43	11	0	54
		%	10.7%	2.7%	0%	13,5%
	طالب	التكرار	74	6	21	101
		%	18.5%	1.5%	26,3%	25,3%
	متقاعد	التكرار	6	5	11	22
		%	1.5%	1.2%	2.7%	5.5%
المجموع		التكرار	245	75	80	400
		%	61.2%	18.7%	20%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	235	69	53	357
		%	58.7%	17.2%	13.2%	89.2%
	خارج الجزائر	التكرار	10	6	27	43
		%	2.5%	1.5%	6.7%	10.7%
المجموع		التكرار	245	75	80	400
		%	61.2%	18.7%	2.0%	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	12	0	0	12
		%	3%	0%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	233	75	80	388
		%	58.2%	18.7%	20%	97%
المجموع		التكرار	245	75	80	400
		%	61.2%	18.7%	20%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

من الجدول، يبدو أن هناك اختلافات واضحة في الوقت الذي يقضيه الأفراد يومياً في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية.

بالنسبة للجنس، يظهر أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى قضاء وقت أطول في متابعة هذه الفيديوهات بالمقارنة مع الإناث. حيث يمضي 12.5% من الذكور ثلاث ساعات وأكثر يوميًا مقارنة بـ 7.5% من الإناث.

من حيث الوظيفة، يبدو أن العمال والطلبة يمضون وقتًا أطول في متابعة الفيديوهات مقارنة بالإطارات الساميين والمتقاعدين، أما الطلبة فيمضي ما نسبتهم 26.3٪ من الطلبة ثلاث ساعات وأكثر يوميا في متابعة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية، كما يمضي 12٪ من العمال ثلاث ساعات وأكثر يوميًا أيضا في متابعة هذه الفيديوهات.

من ناحية مكان الإقامة، يبدو أن الأفراد الذين يعيشون داخل الجزائر يمضون وقتًا أقل في متابعة الفيديوهات مقارنة بأولئك الذين يعيشون خارج البلاد. وهذا قد يرتبط بفارق الوقت والاهتمامات المحلية والتوقعات المختلفة بين هذين الفريقين.

أما فيما يتعلق بالانتماء الحزبي، فإن الأفراد الذين لا ينتمون لحزب يمضون وقتًا أطول في متابعة الفيديوهات بالمقارنة بالذين ينتمون لحزب. يبدو أن الانتماء الحزبي يمكن أن يكون له تأثير على الوقت الذي يقضيه الأفراد في متابعة هذه الفيديوهات.

الفرق في كمية الوقت التي يخصصها الذكور والإناث يوميًا لمتابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية يمكن تفسيره بالاستناد على عدة عوامل، فقد تتجاوز الاهتمامات والاختلافات في الاهتمامات السياسية بين الجنسين؛ حيث يميل الذكور بشكل عام إلى مشاهدة محتوى يتعلق بالشؤون السياسية بينما يمكن أن يكون للإناث اهتمامات متنوعة. ثانيًا، الفرق يمكن أن ينبع من الفروق في التوزيع الزمني والتوفر اليومي، حيث يمكن أن يمتلك الذكور المزيد من الوقت المتاح لمتابعة المحتوى بسبب اختلاف التزاماتهم الشخصية والمهنية. وأخيرًا، العوامل الاجتماعية والثقافية قد تلعب دورًا كبيرًا في توجيه تفضيلات كل جنس وتحديد كيفية قضاء وقتهم. هذه العوامل تعمل معًا لإنتاج التفاوت الذي نراه بين الذكور والإناث في كمية الوقت المخصص يوميًا لمتابعة محتوى اليوتيوب المتعلق بالعلاقات الجزائرية المغربية.

من ناحية الوظيفة، يمكن أن يكون للعمال المزيد من الوقت المتاح لمشاهدة هذه الفيديوهات بسبب توقيت عمل أقل ملزم مقارنة بالإطارات الساميين. هذا يمكن أن يسمح لهم بالقضاء على وقت أطول في متابعة المحتوى على اليوتيوب.

من ناحية مكان الإقامة، قد يكون هناك تأثير لفارق الوقت والتوقعات المحلية على كمية الوقت التي يمضيها الأفراد في مشاهدة هذه الفيديوهات. ربما يكون للأفراد الذين يعيشون خارج الجزائر مزيد من الوقت المتاح لهم لمتابعة هذا المحتوى.

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، فإن عدم الانتماء لحزب يمكن أن يتيح للأفراد المزيد من الوقت للمشاهدة، بينما قد يكون لديهم الأفراد الذين ينتمون لحزب التزامات أو اجتماعات أكثر تأثيرًا على تخصيص الوقت.

ويمكن تفسير هذه النتائج أيضا على ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات يتبين أن مستخدم اليوتيوب يسعى بشكل دؤوب إلى بلوغ طموحاته السياسية، وعليه يسعى لقضاء وقت أطول في متابعة الفيديوهات التي تشغل اهتمامه في سبيل الوصول إلى الاشباعات التي يطمح اكتسابها.

أما فيما يتعلق بمقياس متابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية عبر اليوتيوب يتضح أن مستخدمي اليوتيوب الذين يتابعون الفيديوهات التي تتناول الموضوع لمدة أقل من ساعة فإن هذا يندرج ضمن الاستخدام الضعيف، في حين من يستخدم اليوتيوب لمشاهدة فيديوهات خاصة بالموضوع لمدة ساعة إلى ساعتين فهذا يشير إلى استخدام متوسط، فيما أن أكثر من ثلاث ساعات مشاهدة لفيديوهات العلاقات الجزائرية المغربية يندرج ضمن الاستخدام المرتفع، بناء على هذا المقياس تتضح الاختلافات في الوقت الذي يقضيه الأفراد يومياً في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية على حسب السن، الجنس، والوظيفة، لكن الأرقام تشير إلى الاستخدام المرتفع المقدر بثلاث ساعات فما أكثر، وهي مدة كافية للتشبع بالمعلومات والاطلاع على مختلف الآراء والاتجاه نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

19. ما كثافة عدد الفيديوهات والقنوات التي تتابعها عبر اليوتيوب لمشـاهدة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (39): يوضح كثافة عدد الفيديوهات والقنوات التي يتابعونها عبر اليوتيوب لمشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

المتغيرات		الإجابة	من فيديو إلى فيد يوهين	من ثلاث فيديوهات إلى أربعة	خمس فيديوهات فما أكثر	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	95	53	50	198
		%	23.7%	13.2%	12.5%	49.5%
	أنثى	التكرار	126	50	26	202
		%	31.5%	12.5%	34,2%	50,5%
المجموع		التكرار	221	103	76	400
		%	55.2%	25.7%	19%	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	5
		%	1.2%	0%	0%	1.2%
	موظف	التكرار	102	67	49	218
		%	25.5%	16.7%	12.2%	54,5%
	بطال	التكرار	34	20	0	54
		%	8.5%	5%	0%	13,5%
	طالب	التكرار	80	5	16	101
		%	20%	1.2%	4%	25,3%
	متقاعد	التكرار	0	11	11	22
		%	0%	2.7%	2.7%	5,5%
المجموع		التكرار	221	103	76	400
		%	55.2%	25.7%	19%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	211	103	43	357
		%	52.7%	25.7%	10.7%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	10	0	33	43
		%	2.5%	0%	8.2%	10,8%
المجموع		التكرار	221	103	76	400
		%	55.2%	25.7%	19%	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	12	0	0	12
		%	3%	0%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	209	103	76	388
		%	52.2%	25.7%	19%	97,0%
المجموع		التكرار	221	103	76	400
		%	55.2%	25.7%	19%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

من خلال نتائج الجدول السابق؛ يتضح لنا أنه فيما يتعلق بالجنس، يظهر أن 23.7% من الذكور يتابعون من فيديو إلى فيديوين، 13.2% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و12.5% يتابعون خمس

فيديوهات أو أكثر. بينما يتابع 31.5% من الإناث من فيديو إلى فيديوين، 12.5% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و34.2% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر.

من حيث الوظيفة، يبدو أن هناك تفاوتًا واضحًا حيث يتابع 1.2% من الإطارات الساميين من فيديو إلى فيديوين ولا يوجد منهم من يتابع من ثلاث إلى أربعة أو خمس فيديوهات فأكثر. بينما يتابع 25.5% من الموظفين من فيديو إلى فيديوين، 16.7% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و12.2% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر. البطالون يظهرون تفضيلًا للتابع من فيديو إلى فيديوين بنسبة 8.5%، و 5% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات. أما الطلاب، فبنسبة 20% يتابعون من فيديو إلى فيديوين، 1.2% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و4% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر. بالنسبة للمتقاعدين، لا يتابع أي منهم من فيديو إلى فيديوين، 2.7% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و2.7% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر.

فيما يخص مكان الإقامة، يظهر أن52.7% من الأفراد الذين يعيشون داخل الجزائر يتابعون من فيديو إلى فيديوين، 25.7% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و10.7% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر. أما الأفراد الذين يعيشون خارج الجزائر، فيتابع 2.5% منهم من فيديو إلى فيديوين، ولا يوجد منهم من يتابع من ثلاث إلى أربعة ، في حين أن 8.2٪ منهم يشاهدون خمس فيديوهات فأكثر.

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، يبدو أن 3% من الأفراد الذين ينتمون لحزب يتابعون من فيديو إلى فيديوين، ولا يوجد منهم من يتابع من ثلاث إلى أربعة أو خمس فيديوهات فأكثر. في حين يتابع 52.2% من الأفراد الذين لا ينتمون لحزب من فيديو إلى فيديوين، 25.7% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، و19% يتابعون خمس فيديوهات أو أكثر.

تظهر هذه النتائج أن هناك اختلافات واضحة في عادات وسلوكيات مشاهدة الفيديوهات على منصة اليوتيوب بين مختلف الفئات. أولاً، من ناحية الجنس، يبدو أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى متابعة الفيديوهات بشكل أكثر تكراراً ولفترات زمنية أطول مقارنة بالإناث. هذا يمكن أن يرتبط بالاهتمامات السياسية المختلفة والوقت المتاح لهم. من ناحية الوظيفة، يظهر أن العمال يمضون وقتاً أطول في متابعة الفيديوهات مقارنة بالإطارات الساميين والطلاب والمتقاعدين. هذا قد يكون بسبب توزيع مختلف للوقت بناءً على التزامات العمل. أما من ناحية مكان الإقامة، يبدو أن الأفراد الذين يعيشون في الجزائر يمضون وقتاً أقل في متابعة الفيديوهات مقارنة بأولئك الذين يعيشون خارج البلاد. قد يكون ذلك ناتجاً عن فروق في الاهتمامات والتوقعات بين الفئتين.

أخيراً، فيما يتعلق بالانتماء الحزبي، يظهر أن الأفراد الذين لا ينتمون لحزب يمضون وقتاً أطول في متابعة الفيديوهات بالمقارنة بالذين ينتمون لحزب. يشير ذلك إلى أن الانتماء الحزبي قد يكون له تأثير على الوقت الذي يقضيه الأفراد في متابعة هذه الفيديوهات. إجمالاً، تعكس هذه النتائج تنوعاً في عادات مشاهدة الفيديوهات على اليوتيوب بين مجموعات مختلفة، وتبرز دور العوامل الاجتماعية والثقافية والمهنية في تشكيل هذه العادات.

وصحيح أن المشاهدين يختارون ما يبحثون عنه ويشاهدونه متحررين من السلطات المركزية التي تتميز بها أنظمة البث الإعلامي الوطنية، لكنهم يخضعون وفقاً لخوارزميات اليوتيوب لأنواع جديدة من السلطات المركزية كالمطالبة الضرورية للمنتجين بتسجيل الإعجاب على الفيديو، التعليق عليه وحتى الاشتراك في قناة اليوتيوب، ليمتد الأمر بدون مراقبة أو انتباه سينتقل المشاهد من فيديو واحد تلقائيا إلى الفيديو الموالي، الذي تحدده الخوارزميات التي تشغل الجهاز، توجه خيارات المشاهد، تكثفها، وتركزها[1].

ومن خلال العود لمقياس متابعة القضية العلاقات الجزائرية المغربية المعتمد في الدراسة يبرز الاختلاف في كثافة عدد الفيديوهات التي يتم مشاهدتها من قبل المبحوثين والتي تتناول القضية محل الدراسة، فمنهم من يتابع من فيديو إلى فيديوهين وهو ما يعبر عن المتابعة المنخفضة للفيديوهات، من ثلاث فيديوهات إلى أربعة تبرز متابعة متوسطة، في حين أن خمس فيديوهات فما أكثر توضح المتابعة العالية لفيديوهات الموضوع، بناء على هذا المقياس يمكن الخروج بالنتائج المحددة في النقاط التالية:

- يتابع فئة المتقاعدين 2.7% يتابعون من ثلاث إلى أربعة فيديوهات، فيما يتابع 2.7% منهم خمس فيديوهات أو أكثر، وهو ما يبرز اهتمامهم بمشاهدة مزيد من الفيديوهات حول موضوع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة ضعيفة، حيث لا تكتفي هذه النسبة بمشاهدة فيديو أو إثنين، وبالتالي مشاهدتهم لفيديوهات العلاقات الجزائرية المغربية تندرج ضمن متابعة متوسطة، ومتابعة عالية للبعض الآخر.
- أما بالعودة إلى مكان الإقامة يتضح أن من يعيشون داخل الجزائر يتابعون الفيديوهات التي تتناول الموضوع بمعدل منخفض بنسبة 52.7٪ وبالنسبة لفئة أخرى بمعدل عالي بنسبة 10.7% ، في حين أن من يقيمون خارج الجزائر فتابعتهم للفيديوهات تنحصر في المعدل المنخفض .

[1] Alan Finlayson, ibid, P 66

20. في كل الحالات السابقة، كيف تتابع الفيديو

جدول رقم (40): يوضح كيفية متابعة أفراد عينة الدراسة لهذه الفيديوهات

المتغيرات		الإجابة	كل الفيديو من البداية إلى النهاية	جزء من الفيديو	سلسلة من فيديوهات المتتابعة	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	42	108	48	198
		%	10.5%	27%	12%	49,5%
	أنثى	التكرار	54	113	35	202
		%	13.5%	28.2%	8.7%	50,5%
المجموع		التكرار	96	221	83	400
		%	24%	55.2%	20.7%	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	5	0	5
		%	0%	1.2%	0%	1.2%
	موظف	التكرار	63	99	56	218
		%	15.7%	24.7%	14%	54,5%
	بطال	التكرار	11	38	5	54
		%	2.7%	9.5%	1.2%	13,5%
	طالب	التكرار	11	74	16	101
		%	2.7%	18.5%	4%	25,3%
	متقاعد	التكرار	11	5	6	22
		%	2.7%	1.2%	1.5%	5,5%
المجموع		التكرار	96	221	83	400
		%	24%	55.2%	20.7%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	86	210	61	357
		%	21.5%	52.5%	15.2%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	10	11	22	43
		%	2.5%	2.7%	5.5%	10,8%
المجموع		التكرار	96	221	83	400
		%	24%	55.2%	20.7%	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	6	6	0	12
		%	1.5%	1.5%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	90	215	83	388
		%	22.5%	53.7%	20.7%	97%
المجموع		التكرار	96	221	83	400
		%	24%	55.2%	20.7%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

بالنسبة لكيفية متابعة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية، يتباين الأفراد في عينة الدراسة في الطريقة التي يشاهدون بها هذه الفيديوهات. يظهر الجدول أن 10.5% من الذكور و 13.5% من الإناث يشاهدون الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، بينما يشاهد 27% من الذكور و 28.2% من الإناث

جزءًا من الفيديو. ويلاحظ أن 12% من الذكور و 8.7% من الإناث يتابعون سلسلة من الفيديوهات المتتابعة.

من ناحية الوظيفة، يظهر أن 15.7% من الموظفين و 2.7% من البطالين و 2.7% من الطلاب يفضلون مشاهدة الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، بينما يفضل 24.7% من الموظفين و 18.5% من الطلاب و 9.5% من البطالين مشاهدة جزء من الفيديو. ومن الجدير بالذكر أن 1.5% من المتقاعدين يتابعون سلسلة من الفيديوهات المتتابعة.

فيما يتعلق بمكان الإقامة، يبدو أن 21.5% من الأفراد الذين يعيشون داخل الجزائر يشاهدون الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، بينما يفضل 52.5% منهم مشاهدة جزء من الفيديو. وفيما يخص الأفراد الذين يعيشون خارج الجزائر، يبدو أن 5.5% منهم يتابعون سلسلة من الفيديوهات المتتابعة.

أما من ناحية الانتماء الحزبي، يتضح أن 1.5% من الأفراد الذين ينتمون لحزب يشاهدون الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، بينما يفضل 53.7% من الأفراد الذين لا ينتمون لحزب مشاهدة جزء من الفيديو.

يظهر الفرق في طرق متابعة الفيديوهات بين الأفراد وهو ما يبرز اهتمامهم بالموضوع بطرق مختلفة، خاصة في ظل ما يتيحه اليوتيوب من إمكانية التحكم في الفيديوهات المشاهدة، وحرية اختيار طريقة التعرض إما من خلال عرض الفيديو، أو حتى اقتراح مجموعة من الفيديوهات، واختيار التعرض الذي يشبع احتياجاتهم. حيث أن متصفحي الإنترنت يتوجهون للبحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وبالطرق التي يرونها مناسبة لتحقيق اشباعاتهم.

وبالتالي يبدو أن الأفراد الذين لا ينتمون لحزب يميلون إلى مشاهدة جزء من الفيديو، وهذا يشير إلى أنهم يتفاعلون بشكل أكثر انتقائية مع المحتوى المتعلق بالعلاقات الجزائرية المغربية. ومن الجدير بالذكر أن هذا النمط قد يعكس عدم وجود ارتباط قوي بين الانتماء الحزبي واهتماماتهم بالموضوع. بالمقابل، يفضل الأفراد المنتمون لحزب مشاهدة الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، وهذا يشير إلى اهتمامهم الأكبر بالمحتوى الكامل ورغبتهم في الحصول على معلومات شاملة وشخصية حول العلاقات الجزائرية المغربية. هذا التفاوت قد يكون ناجمًا عن الالتزام الأكبر للأفراد المنتمين لحزب بالقضايا السياسية والاهتمامات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية.

3. طبيعة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية

21. هل ترى بأن موقع اليوتيوب ساهم في زيادة اهتمامك بقضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

جدول رقم (41): يوضح رأي أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية

المتغيرات		الإجابة	بشكل كبير جدا	بشكل كبير	بشكل متوسط	بشكل قليل	بشكل قليل جدا	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	70	22	95	10	1	198
		%	39,3%	45,8%	72,5%	25,0%	33,3%	49,5%
	أنثى	التكرار	108	26	36	30	2	202
		%	60,7%	54,2%	27,5%	75,0%	66,7%	50,5%
المجموع		التكرار	178	48	131	40	3	400
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	0	5	0	0	5
		%	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	1,3%
	موظف	التكرار	99	26	77	15	1	218
		%	55,6%	54,2%	58,8%	37,5%	33,3%	54,5%
	بطال	التكرار	20	11	11	10	2	54
		%	11,2%	22,9%	8,4%	25,0%	66,7%	13,5%
	طالب	التكرار	53	11	27	10	0	101
		%	29,8%	22,9%	20,6%	25,0%	0,0%	25,3%
	متقاعد	التكرار	6	0	11	5	0	22
		%	3,4%	0,0%	8,4%	12,5%	0,0%	5,5%
المجموع		التكرار	178	48	131	40	3	400
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	156	42	121	35	3	357
		%	87,6%	87,5%	92,4%	87,5%	100,0%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	22	6	10	5	0	43
		%	12,4%	12,5%	7,6%	12,5%	0,0%	10,8%
المجموع		التكرار	178	48	131	40	3	400
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	6	6	0	0	0	12
		%	3,4%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
	لا أنتمي	التكرار	172	42	131	40	3	388
		%	96,6%	87,5%	100,0%	100,0%	100,0%	97,0%
المجموع		التكرار	178	48	131	40	3	400
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

تشير النتائج إلى وجود تفاوتات بين الجنسين فيما يتعلق بتأثير موقع اليوتيوب على اهتمامهم بالقضية. يبدو أن الإناث أكثر تأثرًا بالموقع، حيث بلغت نسبة التأثر 45.8٪ بين الإناث مقارنة بنسبة 39.3٪ بين الذكور. يمكن تفسير ذلك بوجود اختلاف في الاهتمامات والأساليب التفضيلية للاستهلاك المحتوى بين الجنسين.

علاوة على ذلك، يوضح التحليل وجود فروق في التأثير بين مجموعات الوظائف. يبدو أن الموظفين يظهرون تأثيرًا كبيرًا جدًا بنسبة 55.6٪، بينما يُظهر الطلاب تأثيرًا أقل بنسبة 29.8٪ والبطالين بنسبة 11.2٪. يمكن تفسير ذلك بوجود اهتمام أكبر لدى الموظفين بالأحداث السياسية ورغبتهم في متابعة المستجدات من خلال استخدام اليوتيوب.

فيما يتعلق بمكان الإقامة، يبدو أن الأشخاص الذين يعيشون في الجزائر يتأثرون بشكل أكبر بوسائل الإعلام الاجتماعي مثل اليوتيوب، حيث بلغت نسبة التأثير 87.6٪ بين سكان الجزائر مقارنة بنسبة 12.4٪ بين الأشخاص الذين يعيشون خارج الجزائر. يمكن تفسير ذلك بوجود اختلاف في وصول المعلومات وتأثيرها على الاهتمام بالشؤون السياسية بين الجمهورين.

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، فإن الأفراد الذين ينتمون لحزب يبدو أنهم أقل تأثرًا بموقع اليوتيوب مقارنة بالأفراد الذين لا ينتمون لحزب. حيث بلغت نسبة التأثير بين أعضاء الحزب 3.4٪ مقابل 96.6٪ بين غير أعضاء الحزب. يمكن تفسير ذلك بوجود توجهات سياسية مسبقة لدى أعضاء الحزب قد تجعلهم أقل تأثرًا بوسائل التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمامهم بالشؤون السياسية.

بشكل عام، تشير النتائج إلى أن موقع اليوتيوب يمكن أن يكون له تأثير ملحوظ على اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية. ومع ذلك، يلاحظ أن هذا التأثير يتفاوت بناءً على عدة عوامل. فالجنس يلعب دورًا في تفسير الاختلافات، حيث يبدو أن الإناث يتأثرن بشكل أكبر بموقع اليوتيوب مقارنة بالذكور. قد يكون ذلك بسبب اهتمامات مختلفة بين الجنسين أو تفضيلات مختلفة في استهلاك المحتوى.

بالنسبة للوظائف، يظهر الموظفون تأثيرًا أكبر بكثير مقارنة بالطلاب والبطالين. يمكن تفسير ذلك بوجود اهتمام أكبر لدى الموظفين بالأحداث السياسية وقدرتهم على استخدام اليوتيوب كوسيلة لمتابعة المستجدات بشكل منتظم.

بالنسبة لمكان الإقامة، يبدو أن الأشخاص الذين يعيشون في الجزائر يتأثرون بشكل أكبر بوسائل الإعلام الاجتماعي مثل اليوتيوب. يمكن تفسير ذلك بوجود اختلاف في الوصول إلى مصادر المعلومات وتأثير المحتوى السياسي على الاهتمام بالشؤون السياسية بين الأفراد الذين يعيشون في الجزائر والذين يعيشون خارجها.

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، فإن الأفراد الذين ينتمون لحزب يبدو أنهم أقل تأثرًا بموقع اليوتيوب مقارنة بالأفراد الذين لا ينتمون لأي حزب. يمكن تفسير ذلك بوجود توجهات سياسية مسبقة لدى أعضاء الحزب قد تجعلهم أقل تأثرًا بوسائل التواصل الاجتماعي في زيادة اهتمامهم بالشؤون السياسية.

باختصار، تشير النتائج إلى أن موقع اليوتيوب له تأثير ملحوظ على اهتمام الأفراد بالقضايا السياسية، وقضية العلاقات الجزائرية المغربية. ومع ذلك، يتفاوت هذا التأثير بناءً على العديد من العوامل مثل الجنس، الوظيفة، مكان الإقامة والانتماء الحزبي.

وبالتالي يتضح بالاعتماد على مقياس دور موقع اليوتيوب في زيادة الاهتمام والمعارف المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية المعتمد في الدراسة أن دور موقع اليوتيوب يختلف من حيث مساهمته في زيادة المعلومات المتعلقة بالموضوع، فعلى ضوء نظرية الاستخدامات والاشباعات يبرز أن كل فرد يسعى لتحقيق اشباعات معينة وبقدر تحقيق هذه الاشباعات تزيد درجة تقييمهم لفيديوهات اليوتيوب التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

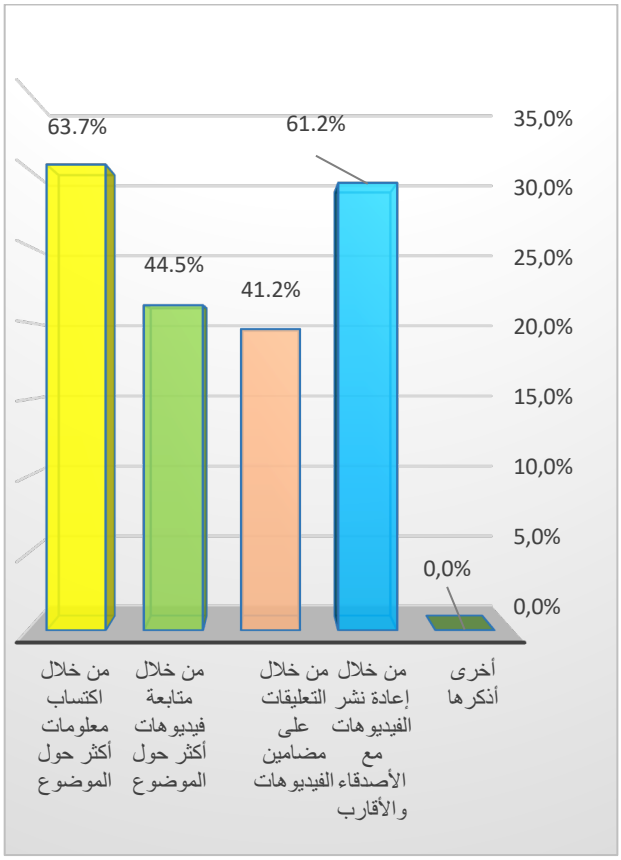
22. كيف ســـاهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامك بالعلاقات الجزائرية المغربية (يمكنك اختيار عدة خيارات)

جدول رقم (42): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مساهمة موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالعلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
من خلال اكتساب معلومات أكثر حول الموضوع	255	**63.7%**
من خلال متابعة فيديوهات أكثر حول الموضوع	178	**44.5%**
من خلال التعليقات على مضامين الفيديوهات	165	**41.2%**
من خلال إعادة نشر الفيديوهات مع الأصدقاء والأقارب	245	**61.2%**
أخرى أذكرها	0	**0%**
المجموع	843	**210**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في مساهمة موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالعلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

من خلال الجدول رقم (42) والشكل رقم (20) كذلك. من خلال النتائج المذكورة في الجدول والشكل المقدمين، يمكن تفسير زيادة اهتمام الأفراد بالعلاقات الجزائرية المغربية بسبب موقع اليوتيوب على النحو التالي:

زيادة المعرفة حيث يشير 63.7٪ من الأفراد إلى أنهم استفادوا من زيادة معرفتهم حول الموضوع من خلال مشاهدة مقاطع الفيديو على اليوتيوب. وهذا يعني أن المقاطع المتاحة على المنصة تقدم معلومات وتفاصيل تساعد الأفراد على فهم العلاقات الجزائرية المغربية بشكل أعمق وأشمل. وهو ما يبرز أن هذه الفئة استطاعت تحقيق اشباع الجانب المعرفي والوصول إلى المعلومات المتعلقة بالموضوع عبر اليوتيوب. بالإضافة إلى ذلك، زاد 44.5٪ من الأفراد اهتمامهم بالموضوع عن طريق متابعة مزيد من مقاطع الفيديو، مما يشير إلى أن هؤلاء الأفراد قد وجدوا المحتوى المتاح على اليوتيوب مثيرًا ومفيدًا بما يكفي لكي يستمروا في استكشاف المزيد منه ومتابعة

المقاطع ذات الصلة. كما يبرز أن هذه الفئة أكثر تجاوبا مع خرازمية اليوتيوب التي تجرف مستخدمي اليوتيوب إلى فقاعة متسلسلة، أو ما يطلق عليها في علم النفس الإدراكي "حالة التدفق" وهي حالة تؤثر على الوعي وتجعل هذه الفئة في تعرض مستمر لمزيد من الفيديوهات. بالإضافة إلى ذلك، أفاد 41.2٪ من الأفراد بأنهم زادوا اهتمامهم بالعلاقات الجزائرية المغربية من خلال قراءة ومشاركة التعليقات على محتوى الفيديوهات، مما يشير إلى أن التفاعل مع التعليقات والمشاركة في النقاشات المتعلقة بالموضوع قد ساهم في تعزيز الاهتمام والوعي بين الأفراد، وهو ما يشير إلى أن هذه الفئة تسعى من خلال موقع اليوتيوب لتحقيق الاشباعات المتعلقة بالتفاعل الاجتماعي، الذي يمكنهم من التفاعل مع أشخاص يشتركون معهم في ذات الاهتمام بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية من فئة جمهور مستخدمي اليوتيوب الأخرين. وأخيرًا، يشير 61.2٪ من الأفراد إلى أنهم قاموا بإعادة نشر مقاطع الفيديو مع أصدقائهم وأقاربهم لزيادة الوعي بالموضوع، مما يعزز الوعي والاهتمام بالموضوع في الأوساط الاجتماعية. إذا يبرز من خلال هذه الفئة أيضا أنهم يسعون لتحقيق التفاعل الاجتماعي لكن مع إشخاص يعرفونهم من دائرة معارفهم وأصدقائهم وحتى أقاربهم.

22. كيف تصـف معرفتك بقضـية العلاقات الجزائرية المغربية بعد متابعتك لفيديوهات اليوتيوب التي تتناول الموضوع

جدول رقم (43): يوضح مدى معرفة المبحوثين بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بعد متابعتهم لفيديوهات اليوتيوب التي تناولت الموضوع

المتغيرات		الإجابة	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	ضعيفة	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	21	80	48	27	22	198
		%	5.2%	20%	12%	6.7%	5.5%	49,5%
	أنثى	التكرار	37	56	77	21	11	202
		%	9.2%	14%	19.2%	5.2%	2.7%	50,5%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	0	0	5
		%	1.2%	0%	0%	0%	0%	1.2%
	موظف	التكرار	21	67	83	26	21	218
		%	5.2%	16.7%	20.7%	6.5%	5.2%	54,5%
	بطال	التكرار	11	21	16	0	6	54
		%	2.7%	5.2%	4%	0%	1.5%	13,5%
	طالب	التكرار	21	48	15	17	0	101
		%	5.2%	12%	3.7%	4.2%	0%	25,3%
	متقاعد	التكرار	0	0	11	5	6	22
		%	0%	0%	2.7%	1.2%	1.5%	5,5%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	53	130	120	32	22	357
		%	13.2%	32.5%	30%	8%	5.5%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	5	6	5	16	11	43
		%	1.2%	1.5%	1.2%	4%	2.7%	10,8%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100,0%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	6	6	0	0	12
		%	0%	1.5%	1.5%	0%	0%	3%
	لا أنتمي	التكرار	58	130	119	48	33	388
		%	14.5%	32.4%	29.7%	12%	8.2%	97%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

من خلال نتائج الجدول نرى أن 5.2٪ من الذكور وصفوا معرفتهم بالموضوع بأنها "ممتازة"، في حين وصف 20٪ معرفتهم بأنها "جيدة جدًا". بالمقابل، يوجد نسبة أقل من الذكور 12٪ وصفوا معرفتهم بأنها "جيدة"، و6.7٪ وصفوها بأنها "مقبولة"، و5.5٪ وصفوها بأنها "ضعيفة."

أما بالنسبة للأفراد الإناث، فقد وصف 9.2٪ معرفتهم بالموضوع بأنها "ممتازة"، و14٪ وصفوها بأنها "جيدة جدًا". بينما وصف 19.2٪ منهم معرفتهم بأنها "جيدة"، و5.2٪ وصفوها بأنها "مقبولة"، و2.7٪ وصفوها بأنها "ضعيفة."

من خلال تقسيم النتائج حسب الوظيفة، يمكن ملاحظة أن للموظفين معرفة جيدة بهذا الموضوع، حيث وصف 5.2٪ منهم معرفتهم بأنها "جيدة". وفي حين يصف 48٪ من الأفراد في مجموعة الطلاب معرفتهم بأنها "جيدة جدا"، إلا أن هناك نسبة ضعيفة (4.2٪) وصفوها بأنها "مقبولة".

عند النظر إلى مكان الإقامة، يظهر أن معرفة الأفراد داخل الجزائر بالموضوع أفضل من معرفة الأفراد خارج الجزائر، حيث وصف 30٪ منهم معرفتهم بأنها "جيدة".

بالنسبة للأشخاص غير المنتمين لحزب، فإن 95.2٪ وصفوا معرفتهم بأنها "جيدة."

من الملاحظ أن الذكور قد استفادوا بشكل أكبر من المقاطع المشاهدة، وقد يكون لديهم معرفة أعمق بالعلاقات الجزائرية المغربية بعد مشاهدة الفيديوهات. ومع ذلك، فإن الإناث أيضًا قد وصفن معرفتهن بالقضية بأنها "جيدة جدا"، مما يشير إلى أنهم أيضًا استفادوا من المقاطع وزادت معرفتهن.

من جهة أخرى، يتضح أن الموظفين والطلاب هم الفئتين التي استفادت بشكل أكبر من مشاهدة المقاطع، حيث وصفوا معرفتهم بالعلاقات الجزائرية المغربية بأنها "جيدة جدا". ومع ذلك، يبدو أن الأشخاص الباطنين والعاطلين عن العمل لم يستفيدوا بنفس القدر، حيث كانت نسبة الأشخاص الذين وصفوا معرفتهم بأنها "جيدة جدا" منخفضة بالنسبة لهم.

من حيث مكان الإقامة، يبدو أن الأشخاص الذين يعيشون داخل الجزائر لديهم معرفة أعمق بالعلاقات الجزائرية المغربية بعد مشاهدة المقاطع، حيث وصفوا معرفتهم بأنها "جيدة جدا" بنسبة عالية. قد يكون ذلك بسبب توافر المعلومات والمصادر المحلية التي يمكن الاطلاع عليها داخل الجزائر.

بشكل عام، يمكن القول إن مقاطع الفيديو على اليوتيوب قد ساهمت في توسيع معرفة المشاهدين بالعلاقات الجزائرية المغربية وزيادة وعيهم بها.

23.هل ساهم موقع اليوتيوب في زيادة معلوماتك حول العلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (44): يوضح مدى مساهمة اليوتيوب في زيادة المعلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية

المتغيرات		الإجابة	بشكل كبير جدا	بشكل كبير	بشكل متوسط	بشكل منخفض	بشكل منخفض جدا	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	21	80	48	27	22	198
		%	5.2%	20%	12%	6.7%	5.5%	49,5%
	أنثى	التكرار	37	56	77	21	11	202
		%	9.2%	14%	19.2%	5.2%	2.7%	50,5%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	5	0	0	0	0	5
		%	1.2%	0%	0%	0%	0%	1.2%
	موظف	التكرار	21	67	83	26	21	218
		%	5.2%	16.7%	20.7%	6.5%	5.2%	54.5%
	بطال	التكرار	11	21	16	0	6	54
		%	2.7%	5.2%	4%	0%	1.5%	13,5%
	طالب	التكرار	21	48	15	17	0	101
		%	5.2%	12%	3.7%	4.2%	0%	25,3%
	متقاعد	التكرار	0	0	11	5	6	22
		%	0%	0%	2.7%	1.2%	1.5%	5,5%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	53	130	120	32	22	357
		%	13.2%	32.5%	30%	8%	5.5%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	5	6	5	16	11	43
		%	1.2%	1.5%	1.2%	4%	2.7%	13%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	0	6	6	0	0	12
		%	0%	1.6%	1.6%	0%	0%	3,0%
	لا أنتمي	التكرار	58	130	119	48	33	388
		%	14.5%	32.5%	29.7%	12%	8.2%	97%
المجموع		التكرار	58	136	125	48	33	400
		%	14.5%	34%	31.2%	12%	8.2%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

توضح النتائج الحالية للدراسة أن موقع اليوتيوب له دور كبير في زيادة المعرفة حول العلاقات الجزائرية المغربية. من بين المشاركين، أشار 20% من الذكور و 14% من الإناث إلى أن اليوتيوب ساهم بشكل كبير في زيادة معرفتهم. يلاحظ أيضاً أن الإجابات تختلف بناءً على الوظائف، حيث أشار 16.7% من الموظفين و 12% من الطلاب إلى أن اليوتيوب ساهم بشكل كبير في زيادة معرفتهم.

من ناحية أخرى، يبدو أن الإقامة في الجزائر تلعب دورا مهما في تحقيق هذه الفوائد، حيث أشار 32.5% من المقيمين داخل البلاد إلى زيادة المعرفة بشكل كبير ، مقارنة بنسبة 1.5% من الذين يعيشون خارجها.

علاوة على ذلك، يتبين أن الانتماء الحزبي لا يلعب دوراكبيرا في تحديد مدى استفادة الأفراد من موقع اليوتيوب لزيادة معرفتهم حول العلاقات الجزائرية المغربية، حيث أشار 0% من غير الانتماءين الحزبيين و 14.5% من المنتمين لعدم وجود تأثير كبير.

كما يظهر أن هناك اختلافاً بين الذكور والإناث في كيفية استفادتهم من موقع اليوتيوب لزيادة معرفتهم بشأن العلاقات الجزائرية المغربية. يمكن أن يكون هذا الاختلاف مرتبطا بعوامل اجتماعية وثقافية تؤثر في طريقة انخراط كل جنس مع وسائل التواصل الاجتماعي والمحتوى السياسي.

ويبدو أن الموظفين يستفيدون بشكل كبير جدا من موقع اليوتيوب في زيادة معرفتهم حول العلاقات الجزائرية المغربية. هذا يمكن أن يعود إلى حاجتهم المستمرة للمعلومات السياسية بسبب وظائفهم وأدوارهم في المجتمع.

في حين المقيمون داخل الجزائر يبدو أنهم يعتمدون بشكل أكبر على موقع اليوتيوب للحصول على معرفة حول العلاقات الجزائرية المغربية، وهذا قد يعود إلى أنهم أكثر توجها نحو هذا الموضوع لأسباب ثقافية أو سياسية.

وأخيرا يظهر أن الانتماء الحزبي لا يلعب دوراً كبيراً في تحديد مدى استفادة الأفراد من موقع اليوتيوب لزيادة معرفتهم حول العلاقات الجزائرية المغربية. يمكن أن يعود ذلك إلى أن الأشخاص قد يعتمدون على مصادر أخرى للحصول على معلومات سياسية.

بالعودة إلى مقياس دور موقع اليوتيوب في زيادة الاهتمام والمعارف المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية يتبين اختلاف تقدير مستخدمي اليوتيوب لدور موقع اليوتيوب من حيث مساهمته في زيادة معلوماتهم نحو القضية محل الدراسة، حيث أن هناك فئة تقدر مساهمته بطريقة مقبولة أو متوسطة بنسبة 35.1٪. في حين أن 31.2٪ يقيمون آن معارفهم جيدة وقد استفادوا من اليوتيوب للوصول إلى هذه الدرجة، 11.7٪ يرون أن اليوتيوب ساهم في تحسين معلوماتهم بدرجة جيدة جدا، في حين أن 14.3٪ فقط يرون بأن معرفتهم بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية بالرغم من مشاهدة مقاطع الفيديو عبر اليوتيوب تقيم بدرجة ضعيفة.

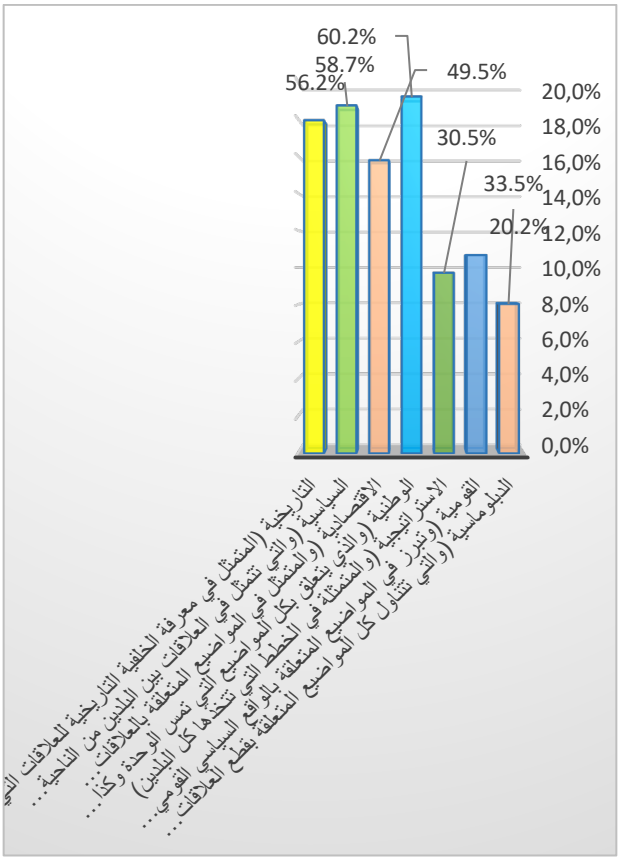
24. في كل الإجابات السابقة، ما هو مجال المعلومات التي اكتسبتها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟

جدول رقم (45): توزيع أفراد العينة حسب مجال المعلومات التي اكتسبوها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
التاريخية (المتمثل في معرفة الخلفية التاريخية للعلاقات التي تجمع بين البلدين)	225	**56.2%**
السياسية (والتي تتمثل في العلاقات بين البلدين من الناحية السياسية)	235	**58.7%**
الاقتصادية (والمتمثل في المواضيع المتعلقة بالعلاقات الاقتصادية بين البلدين)	198	**49.5%**
الوطنية (والذي يتعلق بكل المواضيع التي تمس الوحدة وكذا الأمن الوطني للبلاد)	241	**60.2%**
الاستراتيجية (والمتمثلة في الخطط التي تتخذها كل البلدين)	122	**30.5%**
القومية (وتبرز في المواضيع المتعلقة بالواقع السياسي القومي بين الشعبين)	134	**33.5%**
الدبلوماسية (والتي تتناول كل المواضيع المتعلقة بقطع العلاقات بين البلدين دبلوماسيا	101	**20.2%**
المجموع	1256	**314**

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

شكل رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب مجال المعلومات التي اكتسبوها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

تظهر النتائج التي تم عرضها في الجدول أن نسبة 56.2٪ من الأفراد الذين شملتهم الدراسة قد استفادوا من محتوى اليوتيوب لتوسيع معرفتهم بشأن الخلفية التاريخية للعلاقات بين الدولتين، الجزائر والمغرب. يُعزى هذا الاهتمام بالجوانب التاريخية إلى رغبة الأفراد في فهم أصول وتطورات العلاقات بين الدولتين وكيفية تأثير الأحداث والقرارات التاريخية على هذه العلاقات.

بالمقابل، توضح النسبة المقدرة بـ 58.7٪ أن بعض الأفراد استفادوا من محتوى اليوتيوب لاكتساب معرفة حول العلاقات السياسية بين البلدين. تكشف هذه النتائج عن الاهتمام بالأحداث السياسية الراهنة والمستجدات التي تؤثر في العلاقات بين الدولتين.

بالإضافة إلى ذلك، يشير الاستفادة البالغة 49.5٪ من المعلومات الاقتصادية إلى أن بعض الأفراد قد ركزوا على المواضيع ذات الصلة بالعلاقات الاقتصادية بين الجزائر والمغرب. يظهر هذا الاهتمام بميادين الاقتصاد والتجارة والطرق التي تؤثر في العلاقات الثنائية.

من ناحية أخرى، يُظهر الاهتمام البالغ نسبته 60،5٪ بالمعلومات الوطنية أن هناك فئة من الأفراد اكتسبوا معرفة حول المواضيع التي تتعلق بالوحدة الوطنية والأمن الوطني للبلدين. يُفترض أن هؤلاء الأفراد يرون أن تأثير العلاقات بين الجزائر والمغرب يمتد إلى استقرار الدولتين وسيادتهما الوطنية.

وفيما يخص المعلومات الاستراتيجية، يظهر أن نسبة 30.5٪ من المشاركين اكتسبوا معرفة حول الخطط والاستراتيجيات التي يتبعها كل بلد في العلاقات الجزائرية المغربية. يُفترض أن هذا الاهتمام يعكس رغبتهم في فهم كيفية توجيه وتنفيذ السياسات والخطط في هذا السياق.

أما فيما يتعلق بالمعلومات القومية، يظهر النسبة 33.5٪ أن هناك فئة من الأفراد قد اكتسبت معرفة حول الواقع السياسي القومي لكل من الجزائر والمغرب. يُفترض أن هؤلاء الأفراد يعتبرون التطورات والديناميات الوطنية كمكون أساسي في تحديد العلاقات بين الدولتين.

أخيراً، يُظهر الاهتمام بالمعلومات الدبلوماسية بنسبة 20.2٪ أن بعض الأفراد استفادوا من الفيديوهات على اليوتيوب لفهم كيفية قطع العلاقات بين البلدين من الناحية الدبلوماسية.

يبرز مما سبق أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين استفادوا من موقع اليوتيوب وفيديوهاته التي تتناول العلاقات الجزائرية المغربية لاكتساب معلومات من مختلف المجالات والآبعاد التي يقتضيها الموضوع، وبالتالي تحقيق اشباعات معرفية مختلفة وزيادة المعلومات حولها.

24. الرجاء منكم قراءة العبارات التالية واختيار الاتجاه الذي يعبر عن رأيكم حول مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضت إليها) التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية في:

جدول رقم (46): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) في تشكيل اتجاهات المبحوثين نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة التقييم
01	تغيير موقفك نحو العلاقات الجزائرية المغربية	3,5500	1,02720	درجة عالية
02	تثبيت اتجاهك نحو العلاقات الجزائرية المغربية	3,7500	0,84515	درجة عالية
03	تقديم معلومات لم تكن تعرفها عن العلاقات الجزائرية المغربية	4,0950	0,81709	درجة عالية
04	تقديم أراء عن أهم الأحداث الأخيرة التي كانت السبب وراء قطع العلاقات بين البلدين	3,8675	0,88141	درجة عالية
05	التعبير عن رأيك بكل حرية اتجاه العلاقات الجزائرية المغربية	3,6075	0,99293	درجة عالية
06	فتح المجال لممارسة النقد بحرية للأوضاع السياسية، الثقافية، الاقتصادية، التاريخية... للبلدين	3,7125	0,99615	درجة عالية
07	فتح المجال أمامك لممارسة المعارضة وتجاوز القيود وآليات الرقابة السياسية	3,4850	1,05478	درجة عالية
08	تنمية الروح الوطنية من خلال الدفاع عن الوطن والتصدي للمضامين المعادية للجزائر	3,9750	0,88676	درجة عالية
09	النفاذ إلى كم هائل من المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية	3,9275	0,87129	درجة عالية
	مستوى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,8750	0,99340	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

يتضح من الجدول أن متوسط الإجابات على جميع العبارات المتعلقة بمدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية قد بلغ 3.87 بانحراف معياري قدر بـ 0.99 وهو أقل من 1، مما يعني تقارب أراء الافراد حول ما اجابوا عنه.

ويتضح أن مقاطع فيديو اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية قد أسهمت بشكل إيجابي ومفيد وحازت على تقدير عالٍ من قِبَل أفراد العينة. تبين أن هذه المقاطع ساهمت في تثبيت اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية أكثر من تغييرها من خلال تقديم معلومات جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل. كما قدمت أراءً حول الأحداث الأخيرة التي أدت إلى قطع العلاقات بين البلدين وفتحت المجال لممارسة النقد والمعارضة بحرية.

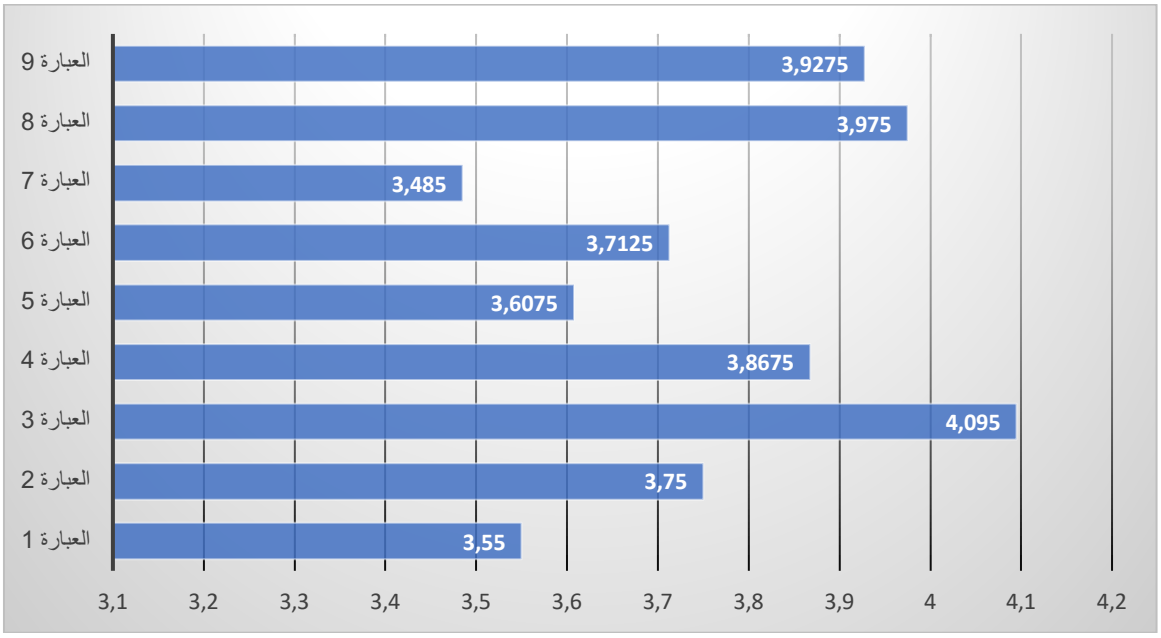
ومن خلال مشاهدة هذه المقاطع، استطاعوا تنمية الروح الوطنية والدفاع عن الوطن وتصدي المضامين المعادية للجزائر. كما أتاحت لهم الفرصة للوصول إلى كم كبير من المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية.

بشكل عام، يمكن القول أن مقاطع الفيديو على اليوتيوب قد أثرت بشكل إيجابي على وجهة نظر أفراد العينة بشأن العلاقات الجزائرية المغربية، وساهمت في توسيع معرفتهم وتعميق فهمهم للأزمة السياسية بين البلدين.

كما يبرز من خلال نتائج الجدول أن موقع اليوتيوب يعد وسيلة سياسية مهمة من حيث تعزيز الحس الوطني، وتعزيز الوعي السياسي نحو القضايا السياسية الإقليمية، وكذا فضاء فعال لمناقشة القضايا السياسية، على غرار قضية العلاقات الجزائرية المغربية. وبالتالي فإن موقع اليوتيوب فرض بيئة رقمية جديدة للاتصال تسمح للمستخدم الجزائري من التفاعل وإنتاج المعاني ومشاركا في ترتيب الأجندة السياسية المطروحة. حيث أصبح هذا الجمهور جمهورا شبكيًّا ما أضفى عليه مزيدا من القوة والفاعلية، خصوصا فيما يتصل بوضع الأجندة، أضف إلى ذلك في وسائل الإعلام أو في المنابر السياسية. يترتب إلى ذلك التفاعلية التي يمارسها الجمهور تجاه كل ما يقال عبر فيديوهات اليوتيوب التي تتناول موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.

والشكل التالي يبين ترتيب عبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية:

الشكل رقم (22): ترتيب العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضوا اليها) في تشكيل اتجاهاتهم نحو موضوع العلاقات الجزائرية المغربية.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

25. ماهي المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية التي ساهم موقع اليوتيوبYouTube في تشكيل رأيك حولها

جدول رقم (47): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـ: مدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة التقييم
01	قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب	4,0850	0,91918	درجة عالية
02	قضية الصحراء الغربية	3,8250	0,96784	درجة عالية
03	الغاء عقد استغلال أنبوب الغاز الجزائري العابر للتراب المغربي	3,9200	1,18622	درجة عالية
04	تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني	3,8400	1,16524	درجة عالية
05	المواضيع التي تمس بالموروث الثقافي الجزائري (الكسكس، خيط الروح، القفطان، بالإضافة إلى بعض الأغاني الجزائرية)	3,6200	1,19338	درجة عالية
06	الجانب الرياضي المتعلق بتنظيم الجزائر لبطولة افريقيا للمحليين "شان" 2022 والبلبلة المغربية المتعلقة بالحدث الرياضي	3,5925	1,10884	درجة عالية
	مدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام حسب وجهة نظر أفراد العينة	3,7792	0,62136	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

يتضح من الجدول أن متوسط الإجابات على جميع العبارات المتعلقة بمدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام قد بلغ 3.77 بانحراف معياري قدر بـ 0.62 وهو أقل من 1، مما يعني تقارب أراء الافراد حول ما اجابوا عنه.

توضح النتائج الإحصائية أن المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية تلعب دورًا بارزًا في تشكيل الرأي العام لدى أفراد العينة. يظهر أن القضايا المتنوعة مثل قطع العلاقات الدبلوماسية، قضية الصحراء الغربية، إلغاء عقد استغلال أنبوب الغاز الجزائري العابر للتراب المغربي، تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني، المسائل المتعلقة بالموروث الثقافي الجزائري، والجانب الرياضي المتعلق بتنظيم البطولة الأفريقية للمحليين "شان" 2022، كانت ذات تأثير كبير في شكل وتوجه الرأي العام. هذه النتائج تعكس التعقيدات

العديدة التي تحيط بالعلاقات بين البلدين، وتوضح أهمية دراسة وفهم هذه المواضيع الراهنة في سياق التفاهمات الثنائية والإقليمية.

حيث يتبين أن موقع اليوتيوب خلال فترة الدراســـة تناول عديد القضـــايا المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية بحيث انتقل الصراع من مجاله السياسي ليشمل أبعاد عديدة أبرزها البعد الثقافي، الرياضي، حيث أبان موضــوع قطع العلاقات الجزائرية المغربية **الصــراعات الثقافية بين البلدين**، الذي يمكن ابرازه من خلال الجدل المنتشــر عبر مواقع التواصــل الاجتماعي المختلفة بما فيها اليوتيوب **حول شــرعية اللباس التقليدي القفطان، وخيط الروح**، كما مس الخلاف حتى **الأكلات التقليدية على غرار الكسكس**.

حيث شهد موقع اليوتيوب بعد من أبعاد الصراع بين الجزائر والمغرب، حيث انتقل الجدل من الشأن السياسي إلى صراع ثقافي، حول الكسكس، التراث الموسيقي، وحتى خيط الروح، والقفطان، أدى بالطرف المغربي إلى رفع شكوى في اليونسكو يتهم فيها الجزائر ب" الاستيلاء الثقافي"، على اللباس التقليدي القفطان،
كما أثار طبق "الكسكسي" المعروف في مناطق المغرب العربي الكبير، أيضا جدلا واسعا حول أصول هذا الطبق بين الطرفين الجزائري والمغربي، جعل من الموضوع خلاف حاد بين الشعبين، حيث تبرز ملامح الخلاف واضحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عامة، ومضامين فيديوهات اليوتيوب بشكل خاص، تبين محاولة كل طرف أن ينسب كل من الكسكس، والقفطان، وحتى خيط الروح، إلى إقليمه.
وتتضارب الدراسات والمراجع حول الأصول التاريخية لكل من الكسكس والقفطان، مما يدفع بعض الباحثين لإدراج كل هذه العناصر الثقافية المادية ضمن الموروث الثقافي المشترك للدول المغاربية.

أما الجانب الرياضـــي فيتبين من خلال ما حدث في بطولة الأمم الإفريقية للاعبين المحليين "شـــان" ورفض الجزائر للترخيص للطرف المغربي ببرمجة رحلة مباشـــرة بين البلدين لنقل لاعبي المنتخب المغربي، وهو ما ترجح الدراسة استمراره وامتداده مستقبلا في الأحداث الرياضية القادمة المتمثلة في كأس افريقيا لعام 2025 الذي سيتم تنظيمه بالمغرب. حيث يساهم الجدل في هذا المجال في زيادة التوتر بين أطراف الصراع مما قد يؤدي إلى التصـعيد، وخير مثال على ذلك ما وقع في مباراة تصـفيات كأس العام لعام 2010 بين مصـر والجزائر في (أم درمان) والجدل الرياضي الذي أوشك على إدخال البلدين في حافة قطيعة دبلوماسية.

حيث أن العلاقة بين المجالين الســياســـي والرياضـــي وطيدة جدا منذ القدم، حيث قد تؤثر الرياة بالإيجاب في السياسة، وبالتالي تساهم في توطيد العلاقات الدبلوماسية أو حتى بالسلب.

ما يوضح أن:

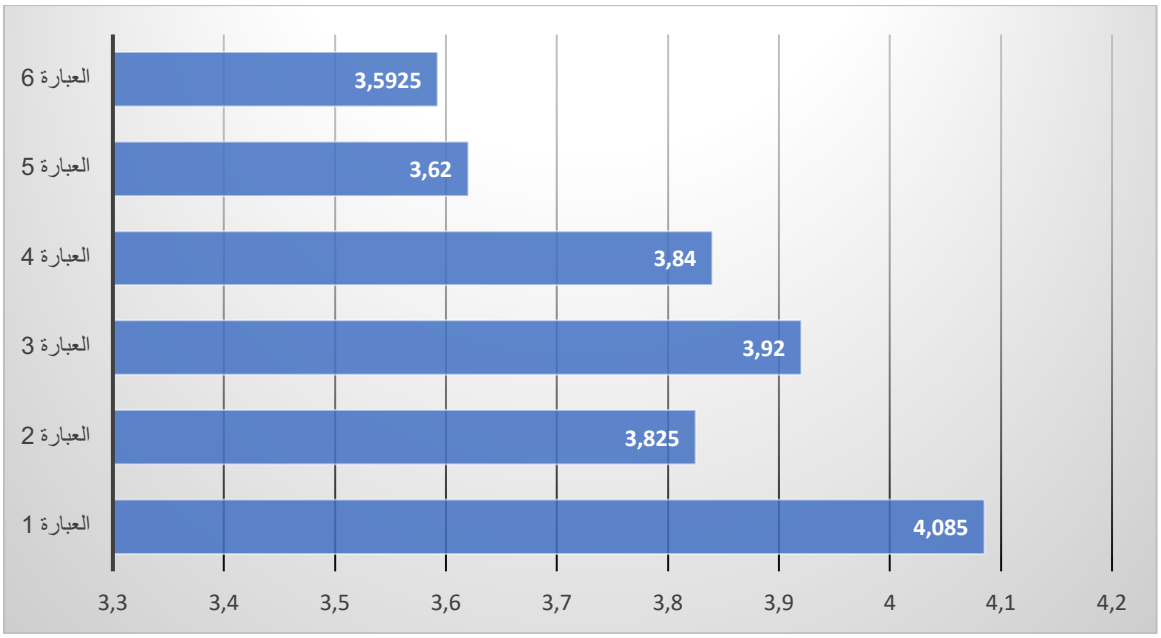
1. الصراع بين الجزائر والمغرب لا ينحصر في المجال السياسي فقط، إنما هو صراع يمتد للمجالات الثقافية والتاريخية، الرياضية.
2. بالرغم من وجود صراعي ثقافي حول الموروث المادي بين البلدين لكن لا يمكن انكار وجود عوامل مشتركة بين البلدين من لغة، دين، وحتى ثقافة، وهو ما دفع فئة من الباحثين لاقتراح ادراجه ضمن الموروث الثقافي المشترك للدول المغاربية.

كما يبرز من خلال اليوتيوب مواضيع عديدة اختلف حولها الطرفين الجزائري والمغربي خلال فترة الدراسة، أبرزها:

- الزليج الذي يندرج ضمن الصناعات التقليدية المزين برسوم منقوش ملونة مختلفة، امتد إلى البعد الرياضي حيث أثار إنتاج قمصانا للمنتخب الجزائري مستوحاة من الزليج خلافا بين الطرفين، تصدر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- موسيقى الراي، حيث اختلف الجانبين أيضا حول أصل موسيقى الراي.

والشكل التالي يبين العبارات المتعلقة بمدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام:

الشكل رقم (23): ترتيب العبارات المتعلقة بمدى مساهمة المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية في تشكيل الرأي العام.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

26. ما طبيعة مســـاهمة موقع اليوتيوب في تشـــكيل اتجاهات الرأي العام حول قضـــية العلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (48): يوضح طبيعة مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية

المتغيرات		الإجابة	مساهمة إيجابية	مساهمة سلبية	الاثنان معا	المجموع
الجنس	ذكر	التكرار	76	5	117	198
		%	19%	1.2%	29.2%	49,5%
	أنثى	التكرار	36	10	156	202
		%	9%	2.5%	39%	50,5%
المجموع		التكرار	112	15	273	400
		%	28%	3.7%	68.2%	100 %
الوظيفة	إطار سامي	التكرار	0	0	5	5
		%	0%	0%	1.2%	1.2%
	موظف	التكرار	79	5	134	218
		%	19.7%	1.2%	33.5%	54,5%
	بطال	التكرار	6	10	38	54
		%	1.5%	2.5%	9.5%	13,5%
	طالب	التكرار	16	0	85	101
		%	4%	0%	21.2%	25,3%
	متقاعد	التكرار	11	0	11	22
		%	2.7%	0%	2.7%	5,5%
المجموع		التكرار	112	15	273	400
		%	28%	3.7%	68.2%	100%
مكان الإقامة	داخل الجزائر	التكرار	90	15	252	357
		%	22.5%	3.7%	63%	89,3%
	خارج الجزائر	التكرار	22	0	21	43
		%	5.5%	0%	5.2%	10,8%
المجموع		التكرار	112	15	273	400
		%	28%	3.7%	68.2%	100%
الانتماء الحزبي	أنتمي	التكرار	6	0	6	12
		%	1.5%	0%	1.5%	3%
	لا أنتمي	التكرار	106	15	267	388
		%	26.5%	3.7%	66.7%	97%
المجموع		التكرار	112	15	273	400
		%	28%	3.7%	68.2%	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS . V 25

تظهر البيانات الواردة في الجدول تأثير موقع اليوتيوب على تشـــكيل الرأي العام حول قضـــية العلاقات الجزائرية المغربية. وفقًا للجنس، يظهر أن المساهمة الإيجابية تبلغ حوالي 19% بين الذكور، في حين أن المساهمة

السلبية تبلغ حوالي 1.2%. فيما أن خيار الاثنين معا بالنسبة للذكور بلغ 29.2٪، أما بالنسبة للإناث، فإن المساهمة الإيجابية تبلغ حوالي 9%، بينما المساهمة السلبية تبلغ حوالي 2.5.%، في حين أن خيار الاثنين معا بلغت نسبته 39٪.

بالنسبة للوظائف، يبدو أن إطارات الرتب السامية لا تظهر أي تأثير إيجابي أو سلبي، فيما يتعلق بالموظفين، تظهر المساهمة الإيجابية بنسبة 19.7٪، و33.5٪ منهم يرون بأن مساهمته إيجابية وسلبية في نفس الوقت. أما البطالة، فيظهر أن المساهمة الإيجابية تبلغ حوالي 4%، بينما المساهمة السلبية لا تظهر أي تأثير سلبي، بالمقابل لا يظهر وجود تأثير سلبي على الطلاب أيضا، فيما بلغت المساهمة الإيجابية والسلبية معا حوالي 25.3%. كما أن المتقاعدين لا يظهرون تأثيرًا سلبيًا وتبلغ المساهمة الإيجابية والمساهمتين معا نفس النسب التي بلغت 2.7.%

فيما يخص مكان الإقامة، يبدو أن الموقع يؤثر بشكل أكبر داخل الجزائر حيث تبلغ المساهمة الإيجابية حوالي 22.5%، بينما تبلغ المساهمة السلبية حوالي 3.7%. بينما لا يظهر وجود مساهمة سلبية خارج الجزائر، وتبلغ المساهمة الإيجابية حوالي5.5 .%

أما بالنسبة للانتماء الحزبي، فإن المساهمة الإيجابية تبلغ حوالي 1.5% بين الأشخاص الذين ينتمون لحزب سياسي، ولا يظهر وجود تأثير سلبي. بينما تظهر أن الأشخاص الذين لا ينتمون لحزب سياسي يبدو أن لديهم تأثير على الرأي العام، حيث تبلغ المساهمة الإيجابية حوالي 26.5%، والمساهمة السلبية تبلغ حوالي 3.7.%.

بشكل عام، يمكن استنتاج أن موقع اليوتيوب له تأثير إيجابي على الرأي العام بشأن قضية العلاقات الجزائرية المغربية، خاصة بين الذكور والأشخاص الذين يعيشون داخل الجزائر، وأن الانتماء الحزبي لا يبدو أن له تأثير كبير على الرأي العام حول هذه القضية.

من منظور تخصص الإعلام السياسي، يمكن تفسير البيانات الواردة في الجدول على أنها تشير إلى دور موقع اليوتيوب كوسيلة لنقل وتشكيل الرأي العام بشأن قضية العلاقات الجزائرية المغربية. هذا التفسير يتطلب النظر في العوامل التالية:

1. **تأثير الجنس:** يبدو أن هناك فارقًا بين الذكور والإناث فيما يتعلق بتأثير موقع اليوتيوب على تكوين الرأي العام حول هذه القضية. الذكور يبدو أنهم أكثر تأثيرًا بنسبة إيجابية مقارنة بالإناث. يمكن أن يعزى هذا الفارق إلى

الاهتمامات والآراء المختلفة بين الجنسين فيما يتعلق بالشؤون السياسية والدور الاجتماعي النمطي لكل جنس.

2. **تأثير الوظيفة:** يظهر أن الموظفين يتأثرون بشكل كبير بوجهة نظر موقع اليوتيوب بنسبة إيجابية. يمكن أن يشير ذلك إلى أن الموظفين لديهم مصادر معلومات متاحة وأوسع نطاقًا للوصول إلى المحتوى عبر الإنترنت، مما يزيد من احتمالية تأثيرهم بشكل إيجابي عند مشاهدة محتوى على اليوتيوب. على الجانب الآخر، يبدو أن البطالة ترتبط بتأثير سلبي أكبر، وهذا قد يعكس عوامل اقتصادية أو اجتماعية تؤثر على الرأي العام لهذه الفئة.
3. **تأثير مكان الإقامة:** تشير البيانات إلى أن مقيمي الجزائر يتأثرون بشكل كبير بالموقع بالمقارنة بالمقيمين خارج الجزائر. هذا يمكن أن يكون ناتجًا عن الاهتمام المباشر بالقضايا السياسية في البلد وتأثيرها على حياتهم اليومية.
4. **تأثير الانتماء الحزبي:** يبدو أن الانتماء الحزبي لا يلعب دورًا كبيرًا في تأثير موقع اليوتيوب على الرأي العام بشأن هذه القضية. هذا يمكن أن يعكس نضوج الرأي العام وقدرته على تقدير المحتوى المعروض بشكل مستقل عن الانتماء الحزبي.

بشكل عام، يمكن استنتاج أن موقع اليوتيوب يمكن أن يكون أداة قوية في توجيه وتشكيل الرأي العام بشأن القضايا السياسية، ولكن تأثيره يعتمد على عدة عوامل مثل الجنس، والوظيفة، ومكان الإقامة، والانتماء الحزبي.

27. إذا كنت ترى بأن موقع اليوتيوب ساهم في تشكيل اتجاهاتك حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة إيجابية، كيف ذلك؟

جدول رقم (49): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة إيجابية

الاجابة	التكرار	النسبة %
من خلال تعزيز الحس الوطني	68	17%
تعزيز وعيك السياسي اتجاه القضايا الإقليمية المشابهة	45	11.2%
تعزيز مشاركتك السياسية عبر اليوتيوب في مضامين الفيديوهات التي تناولت العلاقات الجزائرية المغربية	186	46.5%
تزويدك بمعلومات وحقائق كثيرة حول العلاقات الجزائرية المغربية من الناحية الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية	202	50.5%
مناقشة قضية العلاقات الجزائرية المغربية عبر اليوتيوب على نطاق واسع ما يمكنك من الاتفاق الجمعي حول رأي معين	95	23.7%
تعزيز الحريات، من خلال حرية الخطاب الذي يقدمه المشاركون عبر هذه الأدوات التي تعمل على طرح جميع الآراء دون قيود	12	3%
تمكين المستخدمين من الحصول على المعلومات بسهولة وفى أقل وقت ممكن	265	66.25%
تمكين المستخدمين من تبادل الأفكار ومناقشتها وتكوين ما يُعرف "بالرأي العام الإلكتروني"	201	50.2%
تعزيز الديمقراطية من خلال ابداء الآراء بكل حرية	120	30%
كل ما سبق ذكره	87	21.7%
المجموع	1281	320

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

بناءً على البيانات المعروضـــة في الجدول، يظهر أن موقع اليوتيوب يمتلك تأثير إيجابي ملموس على تشكيل اتجاهات الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. وتشير الإحصائيات إلى مجموعات متفاوتة من الأفراد الذين يشكلون عينة الدراسة وتعبيرات مختلفة للتأثير الإيجابي.

تُظهر النتائج أن نسـبة 17% من الأفراد يرون أن موقع اليوتيوب سـاهم في تعزيز حس الوطنية لديهم. بينما يعتقد 11.2% منهم أنه ساهم في توسيع وعيهم السياسي تجاه القضايا الإقليمية ذات الصلة.

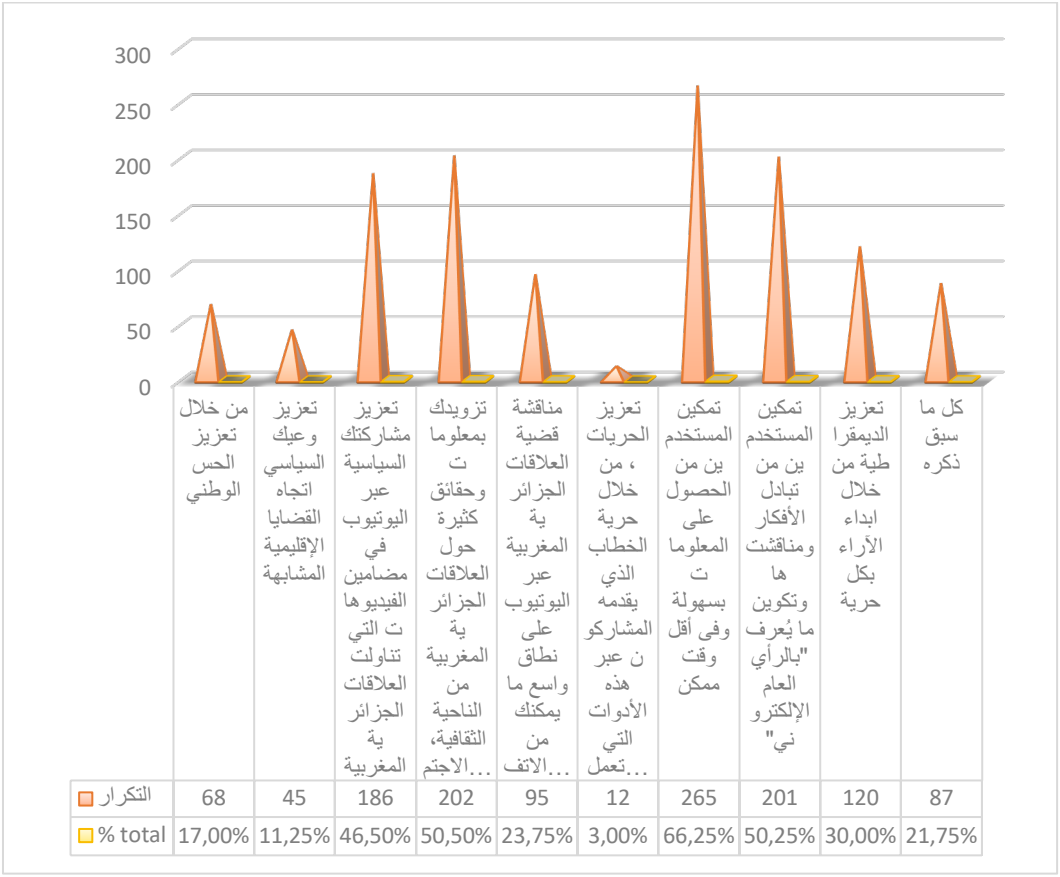
علاوة على ذلك، يعتقد 46.5% من المشاركين أن موقع اليوتيوب ساهم في تعزيز مشاركتهم السياسية من خلال الاطلاع على محتوى فيديو يتناول العلاقات الجزائرية المغربية. وفيما يخص الناحية المعرفية، يظهر الموقع أن لديه دور كبير في توفير معلومات وحقائق متعددة حول العلاقات الجزائرية المغربية، سـواء من النواحي الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، أو السياسية، بنسبة 50.5%.

من ناحية أخرى، يعتقد 23.7% من الأفراد أن المناقشات الواسعة حول هذه القضية عبر اليوتيوب تمكنهم من التوصل إلى اتفاق جماعي حول وجهة نظر محددة. بالإضافة إلى ذلك، يرون 3% من المشاركين أن موقع اليوتيوب يسهم في تعزيز الحريات من خلال حرية التعبير والقدرة على طرح جميع الآراء دون قيود.

علاوة على ذلك، يظهر أن موقع اليوتيوب يمكن المستخدمين من الوصول السهل والسريع للمعلومات بنسبة 66.2%، ومن تبادل ومناقشة الأفكار حول القضايا بنسبة 50.2%. وأخيراً، يعتقد 30% من المشاركين أن موقع اليوتيوب يسهم في تعزيز مفهوم الديمقراطية من خلال تيسير إبداء الآراء بحرية.

بشكل مجمع، يتضح من البيانات المقدمة في الجدول أن موقع اليوتيوب يمتلك تأثيراً إيجابياً ملحوظاً في توجيه وتشكيل اتجاهات الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. تظهر الإحصائيات مدى التفاوت في الآراء بين فئات مختلفة من الأفراد المشمولين في الدراسة. تراوحت النسب المئوية للأفراد الذين أبدوا إيجابية تأثير الموقع من 5.31% إلى 20.69%. هذه النتائج تعكس التأثير الملموس الذي يمكن أن يمتاز به موقع اليوتيوب في تحقيق عملية نقل المعرفة وتشجيع المشاركة والنقاش في القضايا السياسية. وتسهم هذه العوامل بشكل مجتمع في تشكيل وتوجيه الرأي العام حول مسألة العلاقات الجزائرية المغربية.

الشكل رقم (24): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة إيجابية.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

– في حالة حصر اختيارك في الجانب السلبي، كيف ذلك؟

جدول رقم (50): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة سلبية

الإجابة	التكرار	النسبة %
تقديم معلومات مغلوطة والترويج لها على أنها حقائق	161	40.2%
التعرض لمضامين تحتوي على خطابات تروج لخطاب الكراهية بين البلدين، (والسب والشتم)	117	29.2%
استخدام موقع اليوتيوب لتطبيق ايديولوجيات معادية تهدد الأمن الداخلي للبلاد	198	49.5%
تقديم مضامين كثيرة عبر اليوتيوب تشوش على عملية تشكيل اتجاهك نحول المواضيع المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية التي تم تناولها عبر اليوتيوب	144	36%
التشكيك في تناول المنظور الجزائري للعلاقات الجزائرية المغربية	35	8.7%
كل ما سبق ذكره	12	3%
المجموع	667	167

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

تبين البيانات الموجودة في الجدول والتي تعكس آراء افراد العينة حول تأثير موقع اليوتيوب على اتجاهاتهم حول العلاقات الجزائرية المغربية بجوانب سلبية، أن هناك مجموعة من العوامل المهمة تلعب دوراً في تشكيل هذه الاتجاهات. وتتضمن هذه العوامل:

أولًا، نسبة 40.2% من المشاركين يشيرون إلى أن موقع اليوتيوب يُستخدم لنقل أفكار زائفة تحاول تزييف الحقائق الاجتماعية والإنسانية وحتى التاريخية وترويجها كواقع بغية ترسيخها كحقيقة مطلقة ووحيدة، مما يثير قلقهم بشأن تأثير هذه المعلومات الزائفة على فهمهم السليم للموضوع.

ثانيًا، تشير نسبة 29.2% إلى وجود محتوى على الموقع يحتوي على خطابات تشجع على الكراهية بين البلدين وقد يؤدي إلى زيادة التوتر بينهما.

ثالثًا، تبلغ نسبة 49.5% من المشاركين يعبّرون عن قلقهم بشأن استخدام موقع اليوتيوب لنشر محتوى يروّج لأيديولوجيات معادية تهدد الأمن الداخلي للبلاد.

رابعًا، نسبة 36% تُظهر أن كثرة المحتوى على الموقع وتنوعه يمكن أن يصعّب على الأفراد معالجته وفهمه بشكل صحيح، مما يؤثر سلبًا على توجيه اتجاهاتهم.

خامسًا، نسبة 8.7% تُشير إلى تشكيك بعض المشاركين في دقة وصدق تحليل الموقع للقضية والمنظور الجزائري للعلاقات الجزائرية المغربية.

أخيرًا، تبلغ نسبة 3% وتُشير إلى وجود عدد قليل من الأفراد يرون أن جميع العوامل المذكورة أعلاه تؤثر سلبًا على توجيه اتجاهاتهم حول هذه القضية.

حيث تكشف المراجع الحرب النفسية كوسيلة لتشكيل الرأي العام إزاء القضايا المماثلة حيث تعتمد اعتماداً كبيراً على مواقع التواصل الاجتماعي لأجل التأثير في شعوب الدول الأخرى، ويمكن لهذه الحرب أن تؤدي إلى تشكيل رأي عام يتفق مع هدف الحرب النفسية التي تقوم بها دولة أو عدة دول أخرى.

كما تؤثر الحرب النفسية في الرأي العام كثيراً من خلال الإشاعات والمعلومات التي تتولى الدول المستخدمة للدعاية بنها أن تؤدي إلى تشكيل رأي عام يتبلور بالاتجاه الذي تسعى إلى تحقيقه هذه الحرب النفسية[1].

وهو ما ذهب إليه الباحث " مصطفى رفعت"، حيث يشير إلى نوع جديد من الحروب القائمة عبر الفضاء الرقمي، وهي بالحروب المعلوماتية الافتراضية عبر الانترنت والشبكات الاجتماعية والمواقع المختلفة. والتي تعتمد على تكتيكات حرب اللاعنف (Nonviolence war).

ويستهدف هذا الجيل الجديد من الحروب احتلال العقول لا احتلال الأرض، لان احتلال العقل كفيل بتحقيق اهداف الخصم كلها، فالمستهدف فيها سيقوم بمحاربة نفسه وأبناء وطنه بالوكالة.

وهي حروب غير أخلاقية لا تعترف بالقيم ولا تخضع لقوانين وإنما تهدف إلى هدم وتخريب مقدرات الشعوب، وتقتحم عقول الشباب وأنصاف المتعلمين، وتهدم القيم والثوابت والمعتقدات، وتحدث الفوضى التي يتمناها الخصم، دون أن يطلق رصاصة، أو عطب له ترس من ترسانته الحربية أو يقتل لها جندي واحد. فلم يعد للدول والجماعات المعادية في حاجة إلى أسلحة ووسائل تدميرية مكلفة لغزو خصومها، بقدر ما تحتاج إلى محترفي الهجمات الإلكترونية[2] .

حيث في هذا الشأن **كشفت شركة "كاسبريسكي kaspersky" المتخصصة في حلول وخدمات الأمن السيبراني –حسب وزير الاتصال الجزائري السابق عمار بلحيمر– أن الجزائر تعد "أكثر بلد في العالم مهدد سيبرانيا بنسبة هجمات طالت 44 بالمائة من المستخدمين", وصنفت الجزائر سنة 2018 "الأولى عربيا وال 14 عالميا من حيث البلدان أكثر تعرضا للهجمات الإلكترونية"**[3]. وبالرجوع لتصريح ذات المسؤول،

[1] كامل خورشيد مراد، **مدخل إلى الرأي العام**، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص 212

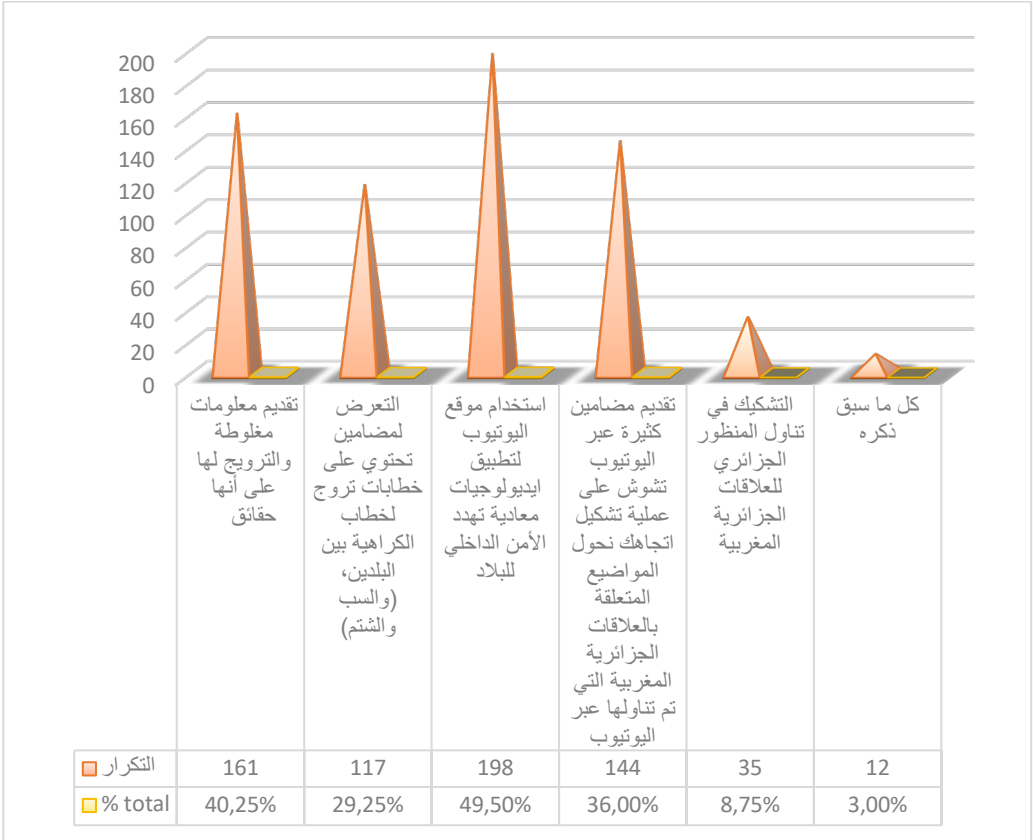
[2] محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، ص 195

[3] تصريح وزير الاتصال عمار بلحيمر، وكالة الأنباء الجزائرية، 17 فيفري 2021، يمكن تصفحه عبر الرابط التالي: **https://www.aps.dz/ar/algerie/101872-2021-02-17-14-04-19**

يتبين أن السلطات الجزائرية قامت بتفكيك في نوفمبر من عام 2021، "7 شبكات تنشط بحسابات وصفحات مزيفة في خمس دول منها المغرب تستهدف تشويه سمعة الجزائر لاسيما المؤسسة العسكرية الوطنية وتعمل على التحريض ضد أمن ووحدة واستقرار وطننا"[1].

ومن أشكال الحرب السيبرانية عمليات صناعة الكذب عبر الشبكات الاجتماعية ونشر الصور المفبركة والفيديوهات المتجزئة التي تعتمد على أنصاف الحقائق وكذلك الشائعات المغرضة بهدف إثارة الرأي العام الإلكتروني وتغييبه. وتظهر الشائعات على الشبكات الاجتماعية في صور متعددة، كالتوقعات، والنكت، والثرثرة التفاعلية المتبادلة بين المستخدمين، والغمز، واللمز، والإسقاط، وادعاء الكوارث والأزمات الأمنية، والخوض في تدهور العلاقات السياسية أو الاقتصادية، كما تمس الشائعات أشخاص أو جماعات أو منظمات.

الشكل رقم (25): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهاتك حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بطريقة سلبية.



	تقديم معلومات مغلوطة والترويج لها على أنها حقائق	التعرض لمضامين تحتوي على خطابات تروج لخطاب الكراهية بين البلدين، (والسب والشتم)	استخدام موقع اليوتيوب لتطبيق ايديولوجيات معادية تهدد الأمن الداخلي للبلاد	تقديم مضامين كثيرة عبر اليوتيوب تشوش على عملية تشكيل اتجاهك نحول المواضيع المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية التي تم تناولها عبر اليوتيوب	التشكيك في تناول المنظور الجزائري للعلاقات الجزائرية المغربية	كل ما سبق ذكره
التكرار	161	117	198	144	35	12
% total	40,25%	29,25%	49,50%	36,00%	8,75%	3,00%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

[1] تصريح وزير الاتصال عمار بلحيمر، نفس المرجع السابق.

4.اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب YouTubeنحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

26. ماهي الأشكال التي تعبر بها عن اتجاهاتك في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

جدول رقم (51): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
مشاركة وتداول الفيديوهات عبر حسابك على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى	145	36.2%
مشاركة الفيديوهات عبر الخاص	178	44.5%
حضر الفيديو والابلاغ عن قناة اليوتيوب لحجبها (signal)	74	18.5%
مشاهدة الفيديوهات فقط	287	71.7%
كل ما سبق ذكره	65	16.2%
المجموع	749	187.2

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

يظهر الجدول الوسائل التي يختارها أفراد الدراسة للتعبير عن اتجاهاتهم في اليوتيوب بشأن قضية العلاقات الجزائرية المغربية. يمكن تلخيص النتائج كما يلي:

أولاً، يفضل حوالي 36.2% من المشاركين مشاركة وتداول مقاطع الفيديو عبر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى. يعكس هذا الاختيار رغبتهم في نشر المحتوى والمساهمة في نشر الرؤى والآراء حول القضية.

ثانياً، يُفضل نسبة 44.5% من المشاركين مشاركة الفيديوهات عبر الرسائل الخاصة. يظهر هذا الخيار تفضيلهم للتواصل بشكل أكثر خصوصية مع أشخاص محددين لمناقشة القضية.

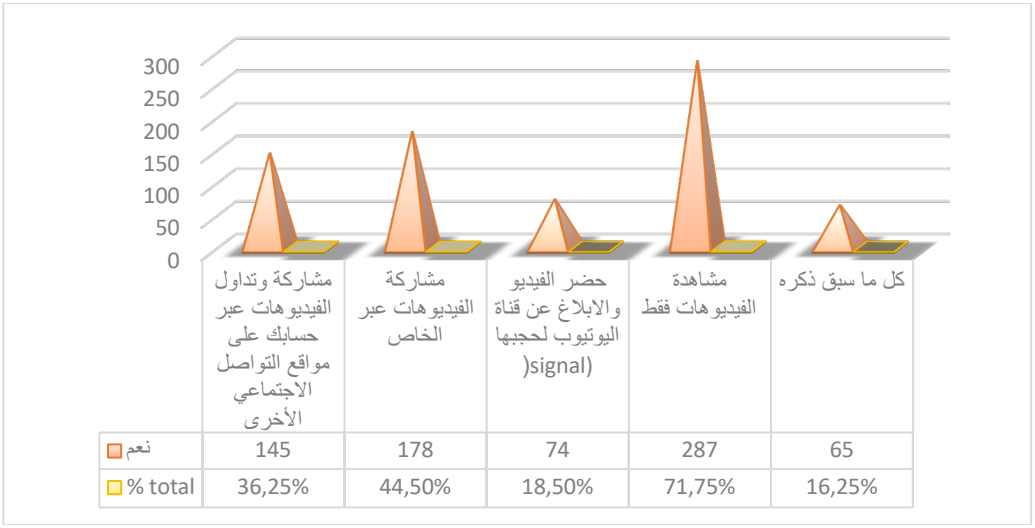
ثالثاً، يختار حوالي 18.5% من المشاركين حضر الفيديو والإبلاغ عن قناة اليوتيوب لحجبها باستخدام تطبيق Signal. يمكن تفسير هذا الاختيار برغبتهم في تقييد انتشار المحتوى الذي يرونه غير مناسب.

رابعاً، يفضل نسبة كبيرة حوالي 71.7% مشاهدة الفيديوهات فقط دون التفاعل المباشر أو المشاركة. يمكن أن يعكس هذا اهتمامهم بالحصول على المعلومات دون الضرورة للمساهمة في النقاش.

أخيراً، يظهر الجدول أن 16.2% من المشاركين يفضلون استخدام مجموعة متنوعة من الوسائل للتعبير عن اتجاهاتهم. يمكن تفسير هذا الاختيار برغبتهم في استخدام أفضل الوسائل المتاحة لهم للتعبير عن آرائهم.

يتبين من النتائج أن الأفراد يستخدمون مجموعة واسعة من الوسائل للتعبير عن اتجاهاتهم على اليوتيوب حول العلاقات الجزائرية المغربية، مما يبرز تنوع وتعدد الطرق التي يتفاعلون بها مع هذا المحتوى.

الشكل رقم (26): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

26. إذا ما سبق التعرض لفيديو مغربي عبر اليوتيوبYouTube يسيء للجزائر، كيف تتعامل مع هذا النوع من المضامين؟

جدول رقم (52): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الأشكال التي يعبرون بها عن اتجاههم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
تدعم الفيديو (إما بالإعجاب، أو التعليق بالإيجاب عن المضمون، تعيد نشره)	30	7.5%
تتعرض للمضمون ولا تبدي أي ردة فعل	214	53.5%
تعترض عن مضمون الفيديو (إما بخاصية je n'aime pas–deslik، أو التعليق بطريقة تظهر فيها اعتراضك عن مضمون الفيديو	134	33.5%
تقوم بحضر القناة والفيديو حتى لا تتعرض لمثل هذه الفيديوهات ثانية	74	18.5%
تسخر من الفيديو بعبارات، أو شعارات أو أشكال ساخرة	160	40%
المجموع	584	146

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامجSPSS .V 25

توضح النتائج في الجدول الأشكال التي يتعامل بها أفراد الدراسة مع مضامين تسيء للجزائر عبر اليوتيوب. يمكن تلخيص النتائج وتحليلها كما يلي:

أولاً، يظهر أن 53.5% من المشاركين يختارون التعرض للمضمون بدون إبداء أي ردة فعل من تفاعل أو تعليق على المضمون المسيء للجزائر. يمكن تفسير هذا التفضيل بأن هؤلاء الأفراد قد يرون أن التعليق على هذه الفيديوهات قد يزيد من انتشارها أو يؤدي إلى تصاعد الجدل، لذا يفضلون تجاهلها.

ثانيا، يتبين أن 40٪ من المشاركين يختارون التعبير بأشكال ساخرة عن المحتوى المسيء عبر استخدام عبارات أو شعارات ساخرة. يعكس هذا اختيارهم للتعبير عن رفضهم بشكل فكاهي. وهو ما يطلق عليه الباحثين في مجال الاتصال السياسي بالسخرية السياسية، حيث يتضح بأن السخرية السياسية شكل من أشكال التعبير عن الاتجاهات والأراء السياسية البارزة للتعبير عن الاتجاهات السياسية للمجتمع الجزائري نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث تقوم السخرية السياسية بالتركيز على السلبيات المنتشرة نحو الموضوع ونقدها، كما يتبين من هذا الشكل التعبيري أن لا يوجد تعارض بين السخرية والجدية حيث أن السخرية السياسية ما هي إلا تحليل عميق لوضع سياسي سلبي. وهو وسيلة سياسية ناجعة تساعد على تحقيق الاهتمام السياسي وكذا تنمية المعرفة السياسية خاصة للشباب، حيث يفهم الأفراد الرسائل المرسلة عبر السخرية أو النكت السياسية أفضل من الرسائل الجادة، كما تدفع مستخدمي اليوتيوب من الطرفين الجزائري والمغربي للمشاركة في النقاشات المطروحة عبر هذه المنصة.

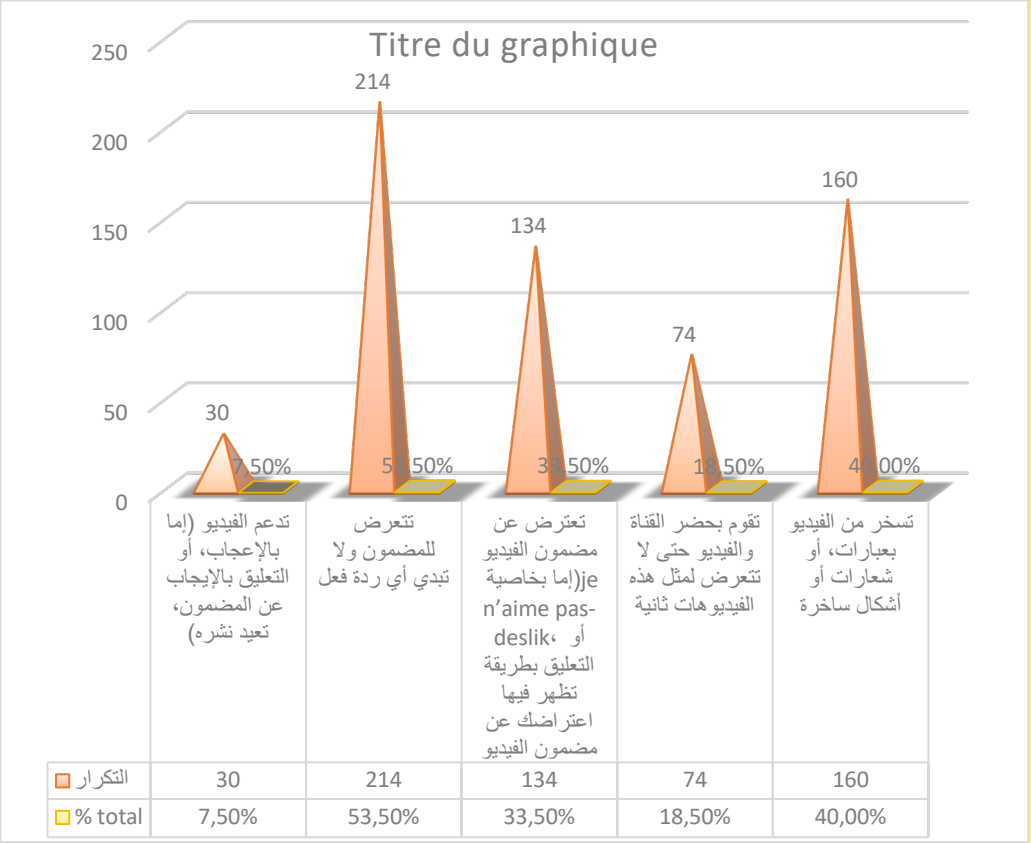
ثالثا، يتبين أن 33.5٪ من المشاركين يختارون التعبير عن اعتراضهم على محتوى الفيديو عبر استخدام خاصية "je n'aime pas" أو التعليقات التي تظهر اعتراضهم الصريح بمضمون الفيديو. يعكس هذا اختيارهم للتعبير عن رأيهم بشكل فعّال.

رابعاً، يظهر أن 18.5% من المشاركين يفضلون حجب القناة والفيديو لتجنب التعرض لمثل هذه المحتويات في المستقبل. يعكس هذا تفضيلهم للتحكم في المحتوى الذي يتعرضون له على المنصة. وهؤلاء يمثلون المعارضون بشدة للطرح الأخر، حيث أنهم لا يرغبون حتى في مصادفة الفيديو مرة أخرى.

أخيراً، يتبين أن 7.5٪ من المشاركين يؤيدون الطرح المعادي إما بترك اعجابهم بالفيديو، التعليق باتجاه مؤيد وداعم، أو حتى المساهمة في إعادة نشر الفيديو وهو ما يمثل الفئة المعارضة داخل المجتمع، وبالمقابل مؤيدة للايديولوجيات الخارجية.

تظهر النتائج تنوع وتعدد الطرق التي يتفاعل بها الأفراد مع مضامين تسيء للجزائر عبر اليوتيوب، مما يبرز حرية اختيارهم في التعبير عن آرائهم ومواقفهم.

الشكل رقم (27): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اشكال تعاملهم مع فيديوهات اليوتيوب المغربية التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية التي تسيئ للجزائر.



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

28. أرجو منك قراءة العبارات التالية جيدا، ووضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة في الخانة المناسبة:

جدول رقم (53): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بـالسؤال رقم 28

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة التقييم
01	هل أنت مع قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب	3,5275	1,25426	درجة عالية
02	الحكومة المغربية تتخذ سياسة تطبيعيه مع الكيان الصهيوني ما يشكل تهديدا مباشرا على أمن وسلامة الجزائر	3,8525	1,18923	درجة عالية
03	قطع العلاقات الجزائرية المغربية قرار إيجابي يحفظ للبلدين سيادتهما	3,4650	1,16927	درجة عالية
04	يوجد أواصل أخوة بين الشعبين الجزائري والمغربي	3,3500	1,31218	درجة عالية
05	تحول الصراع السياسي بين الجزائر والمغرب من الصراع بين الحكومتين إلى صراع بين الشعبين أيضا	3,4750	1,06875	درجة عالية
06	ساهم موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهك نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية	3,4875	1,09217	درجة عالية
07	اليوتيوب وسيلة للضغط على الحكومات وممارسة المعارضة السياسية	3,8525	0,96336	درجة عالية
08	اليوتيوب وسيلة لتضليل وتغليط الرأي العام نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية	3,7175	0,84230	درجة عالية
09	وسيلة تؤدي دورا مهما في تشكيل وعي المواطنين واتجاهاتهم وآرائهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية	4,0025	0,91902	درجة عالية
10	وسيلة سياسية يتم استخدامها وفق ايديولوجيات معينة لتشكيل اتجاهات الرأي العام المحلي والإقليمي	3,6587	0,8955	درجة عالية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

"تظهر النتائج في الجدول المذكور الآراء المتباينة للمشاركين حول مسألة قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب. إذ تراوحت تقييماتهم بين متوسط ومرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.53. كما اختلفت درجات التقييم فيما يتعلق بمسألة تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.85. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج تفاوتاً في الآراء بشأن قطع العلاقات الجزائرية المغربية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.47.

فيما يخص العلاقات الإنسانية بين الشعبين الجزائري والمغربي، كان المتوسط الحسابي للتقييمات 3.35، مما يشير إلى وجود رؤى مختلفة بين المشاركين. بالمثل، كانت التقييمات متفاوتة بين مختلف المشاركين حول تحول الصراع السياسي بين البلدين، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.48.

أظهرت النتائج أيضـــاً أن موقع اليوتيوب يلعب دوراً مهماً في تشـــكيل آراء الأفراد حيال القضـــية المذكورة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.49. بالإضافة إلى ذلك، اعتبر البعض اليوتيوب وسيلة للضغط على الحكومات وممارسـة المعارضـة السـياسـية، حيث بلغ المتوسـط الحسـابي 3.85، بينما اعتبر آخرون أنه يمكن استخدامه لتضليل وتغليط الرأي العام، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.72.

وختاماً، يرى فريق من المشـاركين أن وسـائل التواصـل الاجتماعي، بما في ذلك اليوتيوب، تلعب دوراً مهماً في توجيه وعي المواطنين وتوجهاتهم وآرائهم بشأن العلاقات الجزائرية المغربية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لتقييماتهم 4.00".

5. مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية من منظور مستخدمي اليوتيوب الجزائريين

29. في رأيك كيف ترى مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة؟

جدول رقم (54): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة

الإجابة	التكرار	النسبة %
يوجد احتمالية احتدام التوتر بين البلدين	111	27.7%
يمكن أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مستقبلا	178	44.5%
لا وجود لحل للأزمة بين البلدين	245	61.2%
العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى سابق عهدها مهما كانت الظروف	222	55.5%
احتمالية نشوب حرب عسكرية بين البلدين	32	8%
أخرى أذكرها	0	0%
المجموع	788	197

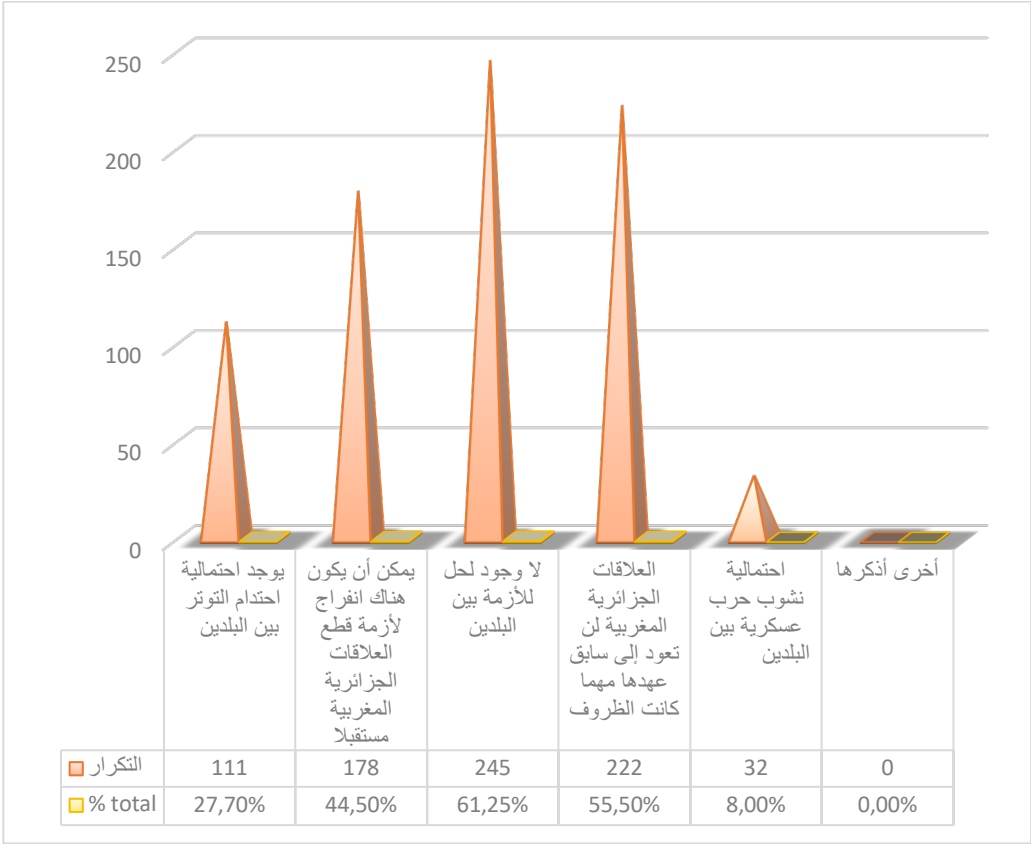
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

تظهر نتائج الدراســـة تبايناً في آراء الأفراد حول مســـتقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة. حيث يرى 27.7% من المشـــاركين أن هناك احتمالية لاحتدام التوتر بين البلدين. في المقابل، يتوقع 44.5% من المشاركين أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مستقبلا.

على الجانب الآخر، يعتقد 61.2% من المشـــاركين أنه لا يوجد حلاً للأزمة بين البلدين. وبنســـبة 55.5%، يرى البعض أن العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى ســـابق عهدها مهما كانت الظروف. فيما يرون 8% من المشاركين أن هناك احتمالية لنشوب حرب عسكرية بين البلدين.

يظهر الجدول تبايناً كبيراً في توقعات الأفراد بشـأن مسـتقبل العلاقات الجزائرية المغربية، وهو ما يعكس التعقيدات والتحديات التي تواجه العلاقات بين البلدين في الوقت الحالي.

الشكل رقم (28): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة



	يوجد احتمالية احتدام التوتر بين البلدين	يمكن أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مستقبلا	لا وجود لحل للأزمة بين البلدين	العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى سابق عهدها مهما كانت الظروف	احتمالية نشوب حرب عسكرية بين البلدين	أخرى أذكرها
التكرار	111	178	245	222	32	0
% total	27,70%	44,50%	61,25%	55,50%	8,00%	0,00%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

30. لو كان بإمكانك اقتراح حل لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، هل تقترح؟

جدول رقم (55): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اقتراحاتهم لحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية

الإجابة	التكرار	النسبة %
الإبقاء على قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب	298	٪74.5
الدعوة إلى التآخي بين الشعب الجزائري والمغربي	65	٪16.2
إبقاء الحدود مغلقة وبناء سور بين الجزائر والمغرب	112	٪28
استئناف الحوار والعلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب	22	٪5.5
أخرى أذكرها	0	0%
المجموع	497	124.2

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .V 25

تظهر نتائج الجدول أعلاه الاقتراحات المتعلقة بحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، والتي تعكس وجهات نظر الأفراد بشأن المستقبل المحتمل لهذه العلاقات في الظروف الراهنة. يتبين أن 74.5٪ من الأفراد يفضلون الإبقاء على قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب لكونه القرار المناسب في الوقت المناسب، والحل الأفضل بالنسبة للوضع الراهن، يعبر 28٪ من الأفراد عن رغبتهم في إبقاء الحدود مغلقة مع بناء سور يفصل بين البلدين مما يكشف أن هذه الفئة تسعى لتعزيز الحدود أكثر بين البلدين، مما يبرز استمرار التوترات بين البلدين، بالمقابل يرى ما نسبته 16.2٪ أن الحل الأمثل للتوتر بين البلدين يكمن في الدعوة إلى التآخي بين الشعبين الجزائري والمغربي، وهو ما يعكس توجههم نحو تحسين العلاقات بين الدولتين من خلال تعزيز التضامن والتآخي بين الشعبين. في حين يرى ما نسبته 5.5٪ من الرأي العام الجزائري أن استئناف الحوار والعلاقات الدبلوماسية قد يمثل الحلاً للأزمة الحالية.

تظهر هذه النتائج تباينًا في وجهات النظر والآراء بين الأفراد حول الحلول الممكنة لأزمة العلاقات الجزائرية المغربية، مما يبرز التحديات الكبيرة في إيجاد حلاً شاملا.

في هذا الشأن أبانت دراسة الباحثة "مريم لوكال" في محاولة لاستشراف مستقبل العلاقات بين الجزائر والمغرب على ضوء القانون الدولي الدبلوماسي توقعت من خلالها وجود السيناريوين التاليين:

1. إما تدخل طرف ثالث للوساطة بين الجزائر والمغرب، أو **مبادرة المغرب لتقديم الاعتذار للجزائر**.

لكن الجزائر رفضت أي تدخل، كما توقعت الباحثة في هذا الصدد – إذا كانت الوسيط دولة فغالبا

ما ستكون دول الخليج التي تربطها علاقات طيبة مع الجزائر والمغرب، وهنا يمكن تصور تدخل قطري أو من جانب الإمارات لكن على المدى البعيد.

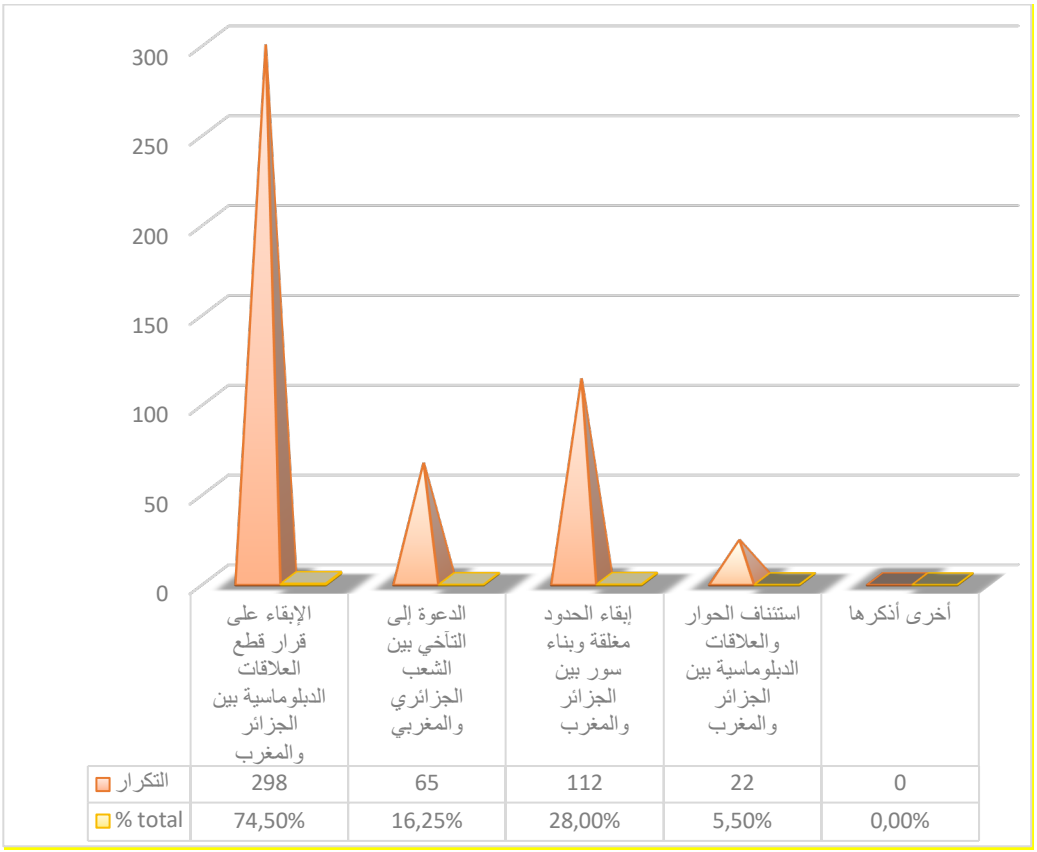
2. **وساطة بين الجزائر والمغرب**، ومن جهتها الحكومة المغربية انكرت الاتهامات المنسوبة إليها ورفضت تقديم اعتذار رسمي للجزائر مما قد يطيل من عمر القطيعة بين البلدين فعلى ضوء التصريحات المغربية الحالية فإنه يبدو ذلك بعيد المنال[1].

في حين نرجح من خلال هذه الدراسة لاستمرار القطيعة على ما هي عليه بين البدين على المدى البعيد، إذا لم نقل زيادة التوتر بينهما لأن القضية قديمة تمتد لتاريخ استقلال الجزائر، خاصة أن موقف الحكومة الجزائرية هذه المرة حاسم وجذري، ما يتبين من تصريحات رئيس الجمهورية الذي أكد بصريح العبارة أن العلاقات بين البلدين وصلت لنقطة اللاعودة، وأيضا سرد وزير الخارجية الجزائرية بما أسماه "تاريخ الاستفزازات والتحرشات المغربية بالجزائر"، حيث اعتبر رمطان لعمامرة "...أن التطبيع مع إسرائيل مخدد إجرامي وتجسسي مسألة لا تحتمل تواجه بحل جذري وحاسم عنوانه، قطع العلاقات".

حيث بمتابعة الخطابات السياسية يتضح أن الجزائر لازالت محافظة على قرارها السياسي وترفض جملة وتأصيلا فتح باب المشاورات السياسية نحو قضية القطيعة سواء مع الطرف المغربي أو حتى الأطراف الخارجية، زعم تبني الطرف المغربي سياسية اليد الممدودة في عدة مناسبات.

[1] مريم لوكال، **تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية في 24 أوت 2021 في ضوء القانون الدولي الدبلوماسي**، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة تيزي وزو، المجلد 17، العدد 01، 2022 ص 975/ 996

الشكل رقم (29): توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اقتراحاتهم لحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج EXCEL

نتائج الدراسة التحليلية

نتائج الدراسة المتعلقة بتحليل الخطاب الرقمي:

بعد تحليل خمس فيديوهات لخمس قنوات يوتيوب متنوعة تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية بالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي **MAXQDA توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:**

- يتبين اختلاف الاهتمام بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية من خلال قنوات اليوتيوب محل الدراسة، من حيث عدد الفيديوهات المنشورة خلال فترة الدراسة، حيث أن قناة بن سديرة تحتل المرتبة الأولى من حيث الاهتمام بالموضوع، تليها قناة فرانس 24، تأتي قناة النهار في المرتبة الثالثة ما يبرز أن القنوات لها أيديولوجيات تسعى للتوريج لها من خلال النشر المكثف حول الموضوع.
- يتبين أن المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة فرانس 24 يبرز كل من عنصر التكتيم وكذا التخطيط المسبق من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو بنسبة 6٪، فيما يظهر عنصر إثارة الخوف في فيديو قناة فرانس 24 بنسبة 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو.
- تتناول قناة فرانس 24 موضوع العلاقات الجزائرية المغربية ضمن سبعة محاور بارزة في نص الفيديو محل الدراسة، تتبين في الأطروحات: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية، الدبلوماسية.
- تبرز الأطروحات القومية في فيديو قناة فرانس 24 بنسبة: 8% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، تليها الأطروحات الاقتصادية والوطنية بنسبة:6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو.
- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص فيديو قناة فرانس 24 محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة 10% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 6% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويشكل عنصر الحياد نسبة: 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن المغرب راهن على التطبيع مع الكيان الصهيوني هذا شأن خاص بالمملكة.
- يبين تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو قناة فرانس 24 محل الدراسة الاتجاهات السلبية: إذ تمثل مشاعر الدين نسبة: 2% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا

في الدعوة إلى إخماد نار الفتنة بين الجارتين، في حين تمثل مشـاعر الأخوة، والولاء للوطن نسـبة: 5% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أسـاسـا في التذكير بأواصـر الأخوة بين الشـعبين الجزائري والمغربي، وكذا ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضـــمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن.

- تمثل مشـاعر التقبل نسـبة:6% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أسـاسـا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والترحيب بقطع العلاقات الدبلوماســية بين البلدين، وهو يمثل حســب رأيهم قرار إيجابي يحفظ للبلدين سيادتهما.
- تبين من خلال تحليل تعليقات قناة فرانس 24 على اليوتيوب أن الاتجاهات السلبية تتصدر أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات الســلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشـة القضـية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاسـاتها السـلبية والعمل على اشـعال النار بين والاستفادة من القضية لصالح القناة والجهات التابعة لها.
- يبين تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين للفيديو قناة فرانس 24 محل الدراســة في أن أسـلوب السـخرية السياسـية بارز من خلال تعليقات مسـتخدمي اليوتيوب، حيث تمثل مشـاعر السـخرية نسـبة: 20% من الاتجاهات السـلبية للجمهور، وتبرز أسـاسـا في السـخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين وتشـبيهه بمسـألة الطلاق بين الرجل والمرأة، كما تتجسـد في اعتبار القرار مهزلة، وكذلك السـخرية من طريقة معالجة الأزمة من خلال الفيديو والحوار الجاري فيه بالنسبة لقناة فوانس 24.
- كما تمثل مشــاعر التهجم من خلال التعليقات على الفيديوهات التي تتناول قضــية العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة:18% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية

الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، وكذلك التهجم على خطاب وزير الخارجية الجزائري ووصفه بالكذب، وغيرها من الجوانب الأخرى...

- يتبين من خلال مضمون (قناة فرانس 24)، تتكرر الألفاظ والكلمات الستة عشر الظاهرة أعلاه، منها ما ينتمي للمصطلحات السياسية، على غرار الاتفاقيات، الاتهامات، الخاسر، الغاز، السياسية، التطبيع، الإرهاب، البلدين، القرار، قطع، الحدود، الدبلوماسية، العلاقات، الكيان، المغرب، الجزائر.

أما فيما يتعلق بفيديو قناة النهار tv على اليوتيوب المعنون ..."هكذا سيكون مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة" تبين أن:

- يبرز أن أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتوى فيديو قناة النهار عبر اليوتيوب تتمثل في أربعة عشر كلمة وهي: الجزائر، المغرب، السعودية، العلاقات، القمة، التصعيد، الوطنية، الإعلام، الخطاب، الفلسطينية، الدبلوماسية، تتحالف، العدواني، العربية، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة النهار محل الدراسة، وقد احتل عنصر الإبراز وكذا الأهداف التكتيكية بنسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في شرح وتحليل تصريح وزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج الذي تحدث عن مسالة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب، وتدفق المخدرات. وتبرز الأهداف التكتيكية ذلك في موقف السفير المغربي في الأمم المتحدة الذي تكرر في نيويورك، مما يدل على وجود أهداف تكتيكية لخلق الفوضى داخل الجزائر.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة النهار محل الدراسة، تمثل الأطروحات القومية نسبة: 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في الحدود المشتركة التي تربط الجارتين، كما تبرز الأطروحات التاريخية والدبلوماسية بنسبة: 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، تليه الأطروحات السياسية، الوطنية، الاستراتيجية، بنسبة 4.08٪.

- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، يمثل العنصر السلبي نسبة 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في أن الجزائر في الحملات الإعلامية والخطاب الرسمي العدواني المغربين وتدفق المخدرات والتشويش على الجزائر. في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو.

- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 4.08%، كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أن أمر قطع العلاقات بين المغرب والجزائر لا يحتمل الوساطة، في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل هو الآخر نسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الحملات الإعلامية والخطاب الرسمي العدواني وتدفق المخدرات وتشويش على الوجود الجزائري.
- يتضح أن عنصر دلالة العامية المستخدم في فيديو قناة النهار بلغ نسبة: 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في استخدام الكلمات العامية في الحوار، ضمن الدارجة الجزائرية، والتي تظهر بشكل واضح في كلام الأستاذ عبد العزيز رحابي.
- من خلال تعليقات المتابعين لفيديو قناة النهار محل الدراسة، يتبين أنه تشكل الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، فيما تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 0.40%، إذ علق أحدهم بخصوص فيروس كورونا وتداعياته وهو اتجاه محايد لا يرتبط بالقضية محل الدراسة.
- من خلال تعليقات المتابعين لفيديو قناة النهار محل الدراسة تتبين الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول مضمون الفيديو محل الدراسة، تمثل مشاعر الدين نسبة: 4.52% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور حول الفيديو، وتبرز أساسا في الدعوة إلى الصلح بين الجارتين تارة، وفي الرد بالمثل "السن بالسن والعين بالعين والبادئ أظلم" تارة أخرى، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 5.88% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في الأخوة بين الشعبين .كما يمثل عنصر مشاعر الولاء للوطن في تعليقات فيديو قناة النهار بنسبة: 8.14%، ويبرز هذا العنصر جليا في ارتباط بعض تعليقات المتابعين لمضمون الفيديو، بهتافات تحيا الجزائر من الجانب الجزائري، ومن الجانب المغربي بشعار الله الملك الوطن.
- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في اتجاهات الجمهور المتابع للفيديو، محور الاتجاهات السلبية، وكما سبق ذكره تمثل هذه الاتجاهات النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، حيث تمثل مشاعر السخرية في فيديو قناة النهار ما نسبته: 14.03% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين، وتبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين.

- كما تشكل مشاعر الكراهية أغلب الاتجاهات السلبية من خلال تعليقات الجمهور على فيديو قناة النهار، حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 21.72%، وتبرز أساسا في التراكمات التاريخية التي خلفتها العلاقات المتوترة بين البلدين، التي وصلت إلى حد غلق الحدود بينهما، وكذلك مشاعر الكراهية اتجاه الطرف الصهيوني الذي عمق من الخلافات والتوتر بين الجارتين.
- تمثل مشاعر الاستياء في نص فيديو قناة النهار بنسبة: 23.98% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، وتجرأ هذا الكيان بتهديد الجزائر من داخل الأراضي المغربية الشقيقة، وكذلك الاستياء دعوة المغاربة إلى انفصال منطقة القبائل عن الأراضي الجزائرية.
- **من خلال تحليل فيديو قناة الجزائر الدولية (AL24news) على اليوتيوب الذي مدته 24 دقيقة و55 ثانية، المعنون** صحفي فرنسي يفضح النظام المغربي:
- يتضح من خلال تحليل فيديو قناة الجزائر الدولية على اليوتيوب أن هنالك إثني عشر لفظ تم تداوله في الفيديو وهي: الصهيوني، المغرب، التجسس، فرنسا، أسبانيا، العلاقات، الموصاد، أمنها، الكيان، الاختراق، بوليساريو، الإعلام.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة الجزائر الدولية محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، والذي يتبين من خلاله يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 12.31% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في التخطيط المسبق في نظام المخزن يحاول دائما تجنيد الجواسيس. في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توضيح سلسلة الفضائح في غرفة الأخبار فيما يتعلق بقضية التجسس بيجاسوس.

- يتضح أن الأطروحات الأمنية تمثل النسبة الأكبر في نص فيديو محل الدراسة للقناة الدولية والمتمثلة في 16.92% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في فضيحة التجسس بيجاسوس، وكذلك في تجميد مغاربه يعملون للموساد الإسرائيلي في فرنسا.
- من بين المحاور المهمة والبارزة في نص فيديو قناة الجزائر الدولية محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، التي تجسدت في نص هذا الفيديو في عنصر واحد ألا وهو العنصر السلبي، إذ يمثل العنصر السلبي نسبة

13.85% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في أن التعاون المغربي الإسرائيلي في مجال الجوسسة، وما ترتب عنه من آثار سلبية على دول الجوار خصوصا الجزائر وإسبانيا وفرنسا، مما أثر هو الآخر بشكل سلبي على علاقات هذه الدول مع النظام المخزني.

- من بين المحاور المهمة والبارزة في نص فيديو قناة الجزائرية الدولية محل الدراسة، محور دلالة ألفاظ الخطاب، إذ يمثل عنصر دلالة الزمن نسبة 4.62%، ويظهر أساسا في نشاط نظام المخزن مع الجوسسة هو نظام نشاط موسع جدا منذ 2020، كما أن عنصر دلالة المعنى يمثل نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه تم الحديث في تحقيق استقصائي بان المغرب والكيان الصهيوني يتجسس على أكثر من 60 ألف شخصيه في العالم، في حين يمثل عنصر دلالة الفاعل هو الآخر نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تجنيد المخابرات المغربية لمهاجرين المغاربة في فرنسا للعمل لصالح الموساد الصهيوني.
- بناء على تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين لفيديو قناة الجزائرية الدولية محل الدراسة، يتبين التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية التجسس التي كانت سبب مباشر في قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية خاصة على العلاقات بين الجارتين.

من خلال تحليل الفيديو الرابع والتعليقات المرتبطة به على قناة fateherdream على اليوتيوب والذي مدته 17 دقيقة و24 ثانية، تبين ما يلي:

- **الألفاظ الأكثر تداولا في نص الفيديو قناة fateherdream على اليوتيوب** تتمثل في ثلاثة عشر كلمة وهي: تطبيع، المستحيل، المروك، الحكومة، العربية، اتفاقيات، الدول، الخارجية، الصهيوني،الكيان، الجزائر، المغرب، العلاقات.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة **fateherdream** محل الدراسة، يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر، ويمثل عنصر المحاكاة نسبة 4.17% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في قول بن سديرة بأن له قناعة أنه من المستحيل عودة العلاقات مع المغرب وجعل قناعته تحاكي قناعة عامة الشعب الجزائري وذلك بسبب تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني، وذلك بغرض التأثير على اتجاهات الجمهور بخلق قناعتهم باستحالة إعادة ربط العلاقات مع الغرب من قناعته هو نفسه.

- يمثل التكرار نسبة 11.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص فيديو بن سديرة، وهو ما جاء لترسيخ الرسالة التي يود الناشط بن سديرة نقلها إلى الجمهور بغرض التأثير على اتجاهاته اتجاه قضية قطع العلاقات بين الجارتين.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة جاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 5.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في أنه من الناحية التاريخية العلاقات بين المغرب والجزائر لن تعود إلى سابق عهدها سواء في فترة حكم الرئيس هواري بومدين أو الرئيس الشادلي، كما تتجسد في أن الرئيس تبون اتخذ قرارات رجولية تاريخية تحسب له ولو بعد 100 سنة.

- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص الفيديو محل الدراسة، محور أفعال الخطاب، نسبة 5.00% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، يبرز أساسا في الجوانب السلبية أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر لأنها أصبحت تشبه الطلاق بالثلاث، في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 1.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الدور الإيجابي الذي يلعبه الرئيس تبون في السياسة الخارجية.

- يمثل عنصر دلالة العامية نسبة 30.00% من تحليل الخطاب الرقمي لفيديو بن سديرة لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توظيف بن سديرة لألفاظ ومصطلحات بالعامية والتي احتلت أغلبية نص الفيديو، وهذا التوظيف جاء لتبسيط الخطاب بغرض توصيل الرسالة لجمهور المتابعين خاصة الجزائريين بغرض التأثير على اتجاهاتهم بخصوص قضية قطع العلاقات.
- يتبين من تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على فيديو قناة fateherdream على اليوتيوب محل الدراسة أن الاتجاهات المحايدة تمثل الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 1.18%، إذ علق أحدهم بإلقاء التحية.
- يتبين أن الاتجاهات السلبية في فيديو بن سديرة تمثل النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، حيث تمثل مشاعر السخرية نسبة: 14.71% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية من قرار قطع العلاقات بين البلدين، وتبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، والسخرية من الفيديو وطريقة تقديم الأستاذ بن سديرة لحيثياته..، كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:12.65% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة.
- كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية للمعلقين على فيديو قناة fateherdream ، بنسبة: 22.94%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التطبيعية مع الكيان الصهيوني، وكذلك مشاعر الكراهية للنظام المغربي من طرف المتابعين الجزائريين، ومشاعر الكراهية للنظام الجزائري من طرف المتابعين المغاربة. في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 25.88% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من التطبيع المغربي مع الكيان الصهيوني، والاستياء من أعمال التجسس من طرف المغرب، وكذلك الاستياء من قطع العلاقات من جانب المغاربة المتابعين للفيديو.

من خلال تحليل الفيديو الخامس والتعليقات المرتبطة به على قناة Mohamed DOUMIRعلى اليوتيوب والذي مدته 10 دقائق و4 ثواني، تبين أن:

- أهم الألفاظ الأكثر تداولا في محتوى فيديو دومير، والتي لها علاقة وطيدة بأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية تتمثل في عشرة كلمات وهي: العربية، الاحتلال، المعركة، التاريخ، التوسعي، التمييز، الكيان، الحدود، الجزائر، المغرب.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو محمد دومير محل الدراسة يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 8.97% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في تقدم السعديون مره أخرى لاحتلال تلمسان بقياده ملكهم محمد الشيخ وكان جيشهم 17,000 وكان هناك تخطيط المسبق في هذا الهجوم بانضمام فيلق اسباني لدعم التقدم المغربي وكان بقياده كونديال كواد، في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في ذكر التفاصيل الخاصة النزاع التاريخي بين المغرب والجزائر والنظرة التوسعية المغربية نحو جارتها الجزائر منذ القدم.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة جاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 12.41% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في السرد التاريخي للوقائع التي أبرزها الدكتور دومير في هذا التحقيق التاريخي لإبراز مسألة الحدود المغربية الجزائرية . تليها الأطروحات الأمنية التي تمثل نسبة: 11.72% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في التهديد الأمني المستمر من الطرف لمغرب للجزائر وذلك منذ القدم.
- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص فيديو محمد دومير يمثل العنصر السلبي نسبة 8.28% من تحليل الخطاب الرقمي للفيديو، ويبرز أساسا في الجوانب السلبية في الهجمات الشرسة التي قادها المغاربة على الجزائر عبر التاريخ، في حين يمثل العنصر الإيجابي من أفعال الخطاب نسبة: 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في الدور الإيجابي للجانب الجزائري الذي لم يتخذ موقف معادي بخصوص الامتداد على حساب الأراضي المغربية، على عكس الجانب المغربي.
- من بين المحاور المهمة كذلك والبارزة في نص فيديو محمد دومير عنصر دلالة الزمن نسبة 6.21%، ويظهر أساسا في الفترات الزمنية المذكورة في نص الفيديو، وهي عديدة والغرض من بروزها هو توضيح المسار التاريخي للعلاقات المغربية الجزائرية التي لم تهدأ منذ القدم جراء النزاع المستمر عن الأرض والحدود.
- أما فيما يخص الاتجاهات الإيجابية تمثل مشاعر التقبل نسبة:34.13% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور، وتبرز أساسا في تقبل أغلب المتابعين للفيديو والإشادة بموضوعه الغني بالمعلومات والمهمة، وتوجيه الشكر والثناء للدكتور دومير على هذا التحقيق التاريخي المتميز حسب رأيهم.
- كما تمثل الاتجاهات السلبية النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، تشكل مشاعر الكراهية أغلب الاتجاهات السلبية، بنسبة: 14.97%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التوسعية، والحقد الذي

يشوب هذه السياسة، التاريخ يعيد نفسه. في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 20.96% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من المغرب الذي لا زال يحلم بالتوسع على حساب الجزائر، والاستياء من تاريخه التوسعي، واستنجاده بالأعداء لتحقيق ذلك.

نتائج الدراسة الميدانية

نتائج الدراسة الميدانية:

على ضوء ما سبق عرضه من قراءة كمية وكيفية للدراسة، وبناءً على الدراسة الميدانية يمكن عرض أهم النتائج التي توصلنا إليهم كما يلي:

- يفضل مستخدمي اليوتيوب الجزائريين تجربة اليوتيوب عبر الأنظمة المحمولة والمرنة التي توفرها الهواتف الذكية.
- يهتم مستخدموا اليوتيوب في الجزائر بمجموعة متنوعة من أنواع الفيديوهات على YouTube الفئات السياسية أولا بنسبة 81.2٪، تليها الفئات الثقافية بنسبة 70.5٪ مما يشير إلى أن الأفراد يظهرون اهتماماً بالأحداث السياسية والترفيه على حد سواء.
- يتبين أن هناك اختلافات واضحة في عادات وسلوكيات مشاهدة الفيديوهات على منصة اليوتيوب بين مختلف الفئات. حيث أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى متابعة الفيديوهات بشكل أكثر تكراراً ولفترات زمنية أطول مقارنة بالإناث. هذا يمكن أن يرتبط بالاهتمامات السياسية المختلفة والوقت المتاح لهم.
- يظهر أن هناك اختلاف ذو دلالة إحصائية من حيث مكان استخدام اليوتيوب يمكن أن تكون هذه الفروق بسبب اختلافات في توفر الإنترنت وثقافة استخدام الوسائط في المناطق المختلفة.
- يوجد تنوع وتعدد أشكال تعرض الجمهور الجزائري لمحتويات اليوتيوب، وفقًا لاهتماماتهم وتفضيلاتهم الشخصية من الاستماع، المشاهدة، التعليق، التفاعل، المشاركة، مما يعكس طبيعة متعددة الأبعاد لهذه المنصة وقدرتها على تلبية احتياجات ورغبات مستخدميها بشكل شامل.
- تظهر النتائج توجيها متوازنا من قبل المشتركين نحو مختلف الخدمات على موقع اليوتيوب. أداة المشاهدة وأداة البحث المتضمن تتصدران القائمة، بينما تحتل أداة المشاركة المرتبة الثالثة مما يبرز الدور التفاعلي الذي يتيحه اليوتيوب.
- يتبين أن الأفراد الذين شاركوا في الدراسة غالباً ما يكونون غير منتمين سياسيًا بشكل كبير، مما يشير إلى أن اليوتيوب يمكن أن يكون وسيلة لنقل المعلومات والآراء بشكل مستقل خارج الانتماءات الحزبية.
- يتضح أن الأفراد في العينة يميلون إلى استخدام موقع YouTube بدوافع تتراوح بين درجات عالية إلى عالية جدًا من الاستجابة لتحقيق أغراض متنوعة مثل متابعة الأحداث والقضايا المختلفة، وتكوين معارف جديدة، وتشكيل الرأي حول القضايا، والاطلاع على آراء النشطاء وتحليلاتهم، والحصول على معلومات

تفصيلية، واكتساب مهارات جديدة، ومشاهدة البرامج التلفزيونية التي فاتتهم، والتسلية والترفيه، وتحسين فهمهم للمواضيع المختلفة.

- يتبين أن مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة يعتمدون على النشطاء السياسيين عبر منصة اليوتيوب أكثر من بقية القنوات الأخرى لعدة أسباب، المحتوى المباشر الذي ينشره النشطاء السياسيين عبر اليوتيوب وقابلية التفاعل مع المشاهدين.
- توضح أن مستخدمي اليوتيوب استفادوا من فيديوهات اليوتيوب التي تتناول العلاقات الجزائرية المغربية لاكتساب معرفة حول العلاقات السياسية بين البلدين سيما فيما يتعلق بالأحداث السياسية الراهنة والمستجدات التي تؤثر في العلاقات بين الدولتين.
- يُظهر الاهتمام البالغ بالمعلومات الوطنية، القومية، وحتى الاقتصادية، حيث أن هناك فئة من الأفراد اكتسبوا معرفة حول المواضيع التي تتعلق بالوحدة الوطنية والأمن الوطني للبلدين. يُفترض أن هؤلاء الأفراد يرون أن تأثير العلاقات بين الجزائر والمغرب يمتد إلى استقرار الدولتين وسيادتهما الوطنية. والواقع السياسي القومي لكل من الجزائر والمغرب.
- يتضح أن مقاطع فيديو اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية قد أسهمت في تثبيت اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية أكثر مما ساهمت في تغييرها.
- توضح النتائج الإحصائية أن المواضيع االمستجدة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية تلعب دورًا بارزًا في تشكيل الرأي العام لدى أفراد العينة مثل قطع العلاقات الدبلوماسية، قضية الصحراء الغربية، إلغاء عقد استغلال أنبوب الغاز الجزائري العابر للتراب المغربي، وتطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني، المسائل المتعلقة بالموروث الثقافي الجزائري، والجانب الرياضي ذات تأثير كبير في شكل وتوجه الرأي العام.
- يظهر أن موقع اليوتيوب يلعب دور إيجابي وسلبي أيضا في تشكيل اتجاهات الأفراد لقضية العلاقات الجزائرية المغربية. حيث أن موقع اليوتيوب يُستخدم لنقل معلومات غير دقيقة وترويجها كواقع، مما يثير قلقهم بشأن تأثير هذه المعلومات الزائفة على فهمهم السليم للموضوع. بالإضافة إلى محتوى الموقع الذي يهدف إلى نشر خطابات تشجع على الكراهية بين البلدين وقد يؤدي إلى زيادة التوتر بينهما.

- يتضح أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين يهتمون بالحصول على المعلومات المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية دون المساهمة في النقاش، فيما يقوم أخرون بمشاركة الفيديوهات عبر الرسائل الخاصة وهو ما يظهر تفضيلهم للتواصل بشكل أكثر خصوصية مع أشخاص محددين لمناقشة القضية.
- تختلف أشكال وطرق تعامل مستخدمي اليوتيوب مع مضامين اليوتيوب المسيئة للجزائر عبر اليوتيوب تبرز من خلال ثلاث أشكال تفاعلية إما من خلال الإبلاغ عن ناشر الفيديو بخاصية Signal ،أو عدم التفاعل وعدم التعليق على المضمون المسيء للجزائر، أو من خلال التعبير عن اعتراضهم على محتوى الفيديو عبر استخدام خاصية "je n'aime pas" أو التعليقات التي تظهر اعتراضهم. مما يعكس اختيارهم للتعبير عن اتجاهاتهم بشكل فعّال.
- تبرز السخرية السياسية كشكل من أشكال التعبير عن مضامين اليوتيوب المسيئة للجزائر والتي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، عبر استخدام عبارات أو شعارات ساخرة.
- تظهر النتائج أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي يلعبان دوراً بارزاً في تشكيل وتوجيه اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث يعتمد عليه أفراد العينة محل الدراسة كمصدر رئيسي نظرا لسهولة الوصول إلى المعلومات وتنوع المصادر والآراء التي يوفرها الإنترنت.
- يتبين أن الأفراد يتابعون قنوات اليوتيوب التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية لأسباب متنوعة، بناء على المعلومات المقدمة، أو اعتبارا على أنها تحظى بنشاط مستمر من خلال التعليقات والاعجابات وإعادة نشر المحتوى، وكذلك على أساس أرقام المتابعين.
- النتائج تشير إلى تنوع في طبيعة مناقشات الفيديوهات المغربية على اليوتيوب وكيفية تفاعل المتابعين معها. يظهر أن هناك توجهين رئيسيين: هناك نسبة معتبرة ترى أن هذه المناقشات قد تقدم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع، وتستعين بلغة المشاعر بغية التأثير في العواطف بدلاً من تقديم معلومات موضوعية.
- يبدو أن هناك اختلافات واضحة في الوقت الذي يقضيه الأفراد يومياً في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية ويبرز أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى قضاء وقت أطول في متابعة هذه الفيديوهات بالمقارنة مع الإناث بمعدل ثلاث ساعات وأكثر يوميًا.
- فيما يتعلق بمستقبل العلاقات الجزائرية المغربية تظهر نتائج الدراسة تبايناً في آراء الأفراد حول مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة وهو ما يعكس التعقيدات والتحديات التي تواجه العلاقات بين البلدين في الوقت الحالي.

تحليل ومناقشة
نتائج الدراسة

مناقشة نتائج الدراسة

المحور الأول: عادات ودوافع استخدام موقع اليوتيوب

- تظهر النتائج أن هناك تفاوتاً واضحاً في عادات استخدام منصة اليوتيوب بين الجنسين وفئات الوظائف ومواقع الإقامة والانتماء الحزبي، حيث يُفضل الذكور استخدام اليوتيوب في الفترات الليلية بنسبة تبلغ 27%، مما يشير إلى توجههم نحو متابعة المحتوى في ساعات متأخرة من اليوم. في المقابل، يميل الإناث إلى مشاهدة محتوى اليوتيوب خلال الفترات المسائية والليلية بنسب تصل إلى 14.5% و21.5% على التوالي.
- كما يظهر أن 51.3٪ من الرجال و48.7٪ من النساء يستخدمون اليوتيوب لأكثر من ثلاث سنوات، في حين أن 100٪ من الإطارات السامية والطلاب الذين شاركوا في الدراسة يستخدمونه منذ فترة قصيرة أو متوسطة. بالمجمل، يستخدم 89.3٪ من المشتركين المقيمين داخل الجزائر وخارجها اليوتيوب لمدة تزيد عن ثلاث سنوات. مما يبرز مكانة موقع اليوتيوب في الحياة اليومية للرأي العام الجزائري.
- تبرز الدراسة الميدانية أن معظم أفراد عينة البحث يجدون اهتماماً بمجموعة متنوعة من أنواع الفيديوهات على YouTube الفئات السياسية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 22.6٪، تليها في المرتبة الثانية الفئات الثقافية بنسبة 19.7٪، مما يشير إلى أن الأفراد يظهرون اهتماماً بالأحداث السياسية والترفيه على حد سواء.
- يظهر أن الأغلبية الساحقة من جمهور اليوتيوب الجزائريين يفضلون استخدام الهواتف الذكية للوصول إلى منصة اليوتيوب نظرا لسهولة ومرونة استخدام اليوتيوب عبر الهاتف نظرا لما يتيحه هذا الوسيط الرقمي من إمكانية التعرض المحمول والمتنقل.
- من ناحية المدة التي يقضيها مستخدمي اليوتيوب الجزائريين في استخدام Youtube، اتضح أن 49.5٪ من الذكور و50.5٪ من الإناث لمدة ثلاث ساعات أو أكثر. يُعزى ذلك إلى توجه جيد نحو التنوع الجنسي في استهلاك المحتوى على المنصة.
- فيما يتعلق بأشكال التعرض لموقع اليوتيوب من قبل جمهور اليوتيوب الجزائريين يتضح أن نسبة 39.9٪ يشاهدون الفيديوهات بالصوت والصورة، في حين أن 27.8٪ يكتفون بالاستماع للفيديو دون رؤية الصورة المعروضة في الشاشة. في حين أن ما نسبته 10.9٪ يتفاعلون مع مضامين اليوتيوب. ويمكننا الإشارة هنا

أنه تتفق جزئيا النتائج المبينة أعلاه، مع ما توصلت إليه دراسة الباحث عبد الرحمان قدي المعنونة تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيسبوك وعلاقته بإدراك الواقع الاجتماعي، أن الهدف الأول من مجتمعات اليوتيوب ونموها هو مشاهدة (تلقي) المحتوى أكثر من التواصل والتفاعل (الاستخدام)، الذي يكون موضوعه حول المحتوى عند حدوثه.

من خلال الخدمات التي يقدمها اليوتيوب لمستخدميه نجد حسب نتائج الدراسة الميدانية أن هنالك ثلاث دوافع رئيسية لاستخدام اليوتيوب تحصلت على درجة تقييم عالية جدا تتمثل في: الاطلاع على آراء النشطاء عبر اليوتيوب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث أولا، ثم الحصول على معلومات تفصيلية عن الأحداث التي لا توفرها وسائل الإعلام القديمة من إذاعة وتلفزيون، في الدرجة الثالثة اكتساب مهارات جديدة باختلاف أنواعها ومجالاتها. وبالعودة إلى الخلفية النظرية للدراسة يتضح أن الفرد لا يبني اتجاهاته بتقبل كل ما يوجه إليه من اتجاهات بل يختار البعض من هذه الاتجاهات. حيث تؤكد الدراسات التي اهتمت بالموضوع أن الفرد يختار منها ما قد يؤدي إلى اشباع احتياجاته، إذ يعود الارتباط بين ترتيب الأجندة والشأن السياسي إلى فرضية أن الناس الذين يبدون اهتماما كبيرا بالأخبار السياسية سوف يبحثون بنشاط عن المعلومات والأخبار، مما يجعلهم أكثر عرضة لتأثير الأجندة بناء من هذا الارتباط.

المحور الثاني: درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية

- يتبين أن هناك اختلافات واضحة في الوقت الذي يقضيه الأفراد يومياً في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية. بالنسبة لمتغير الجنس، يظهر أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى قضاء وقت أطول في متابعة هذه الفيديوهات بالمقارنة مع الإناث.
- يبرز اختلافات واضحة في عادات وسلوكيات مشاهدة الفيديوهات على منصة اليوتيوب بين مختلف الفئات وحتى تباين درجة الاهتمام بالمواضيع السياسية ذات العلاقة بموضوع الجزائر والمغرب.
- يظهر أن أغلبية المبحوثين يشاهدون خمس فيديوهات فما أكثر عبر اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وهو ما يرجع لطبيعة موقع اليوتيوب الذي صمم خصيصا لجلسات المشاهدة، ويشجع المحتوى الطويل، حيث أن خوارزميات اليوتيوب تعمل على: توجيه خيارات المشاهد، تكثيفها، وتركزها.
- تظهر النتائج أن مستخدمي اليوتيوب يصنفون مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى من حيث تشكيل وتوجيه آرائهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث يعتمدت ما نسبة 43.0% من العينة عليها كمصدر رئيسي. تليها المؤسسات الاجتماعية مثل الأسرة والمجتمع في المرتبة الثانية من حيث تشكيل الأراء المتعلقة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة 33.5%.

- بالنسبة لكيفية متابعة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية، يتباين الأفراد في عينة الدراسة في الطريقة التي يشاهدون بها هذه الفيديوهات. يظهر الجدول أن 43.8% من الذكور و 56.3% من الإناث يشاهدون الفيديوهات بدءًا من البداية حتى النهاية، بينما يشاهد 48.9% من الذكور و 51.1% من الإناث جزءًا من الفيديو. ويلاحظ أن 57.8% من الذكور و 42.2% من الإناث يتابعون سلسلة من الفيديوهات المتتابعة.
- توضح النتائج أن هناك مصادر إعلامية متعددة تثير اهتمام وتواصل الأفراد وتسهم في تعزيز معرفتهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية. يتبوأ النشطاء السياسيين الجزائريين على منصة اليوتيوب المرتبة الأولى بنسبة 24.0% كأكثر المصادر إقبالًا. تليها القنوات الفضائية الجزائرية على اليوتيوب بنسبة 23.5%، ولعل تفضيل الجزائريين لمتابعة النشطاء السياسيين الجزائريين على منصة اليوتيوب.
- تبرز النتائج أيضا أن مستخدمي اليوتيوب يثقون في النشطاء السياسيين عبر اليوتيوب وكذا القنوات الإعلامية الجزائرية التي لها قنوات عبر اليوتيوب على حد سواء بدرجات متفاوته، حيث أن 31.6% يثقون في النشطاء السياسيين عبر اليوتيوب، و28.0% يثقون في القنوات الإعلامية الخاصة التي تمتلك قنوات عبر اليوتيوب، بينما 25.5% يثقون في القنوات الإعلامية الحكومية التي تمتلك قنوات عبر اليوتيوب. بالمقابل، 14.8% يثقون في قنوات اليوتيوب المغربية.
- يتبين أن مستخدمي اليوتيوب يبررون أسباب متابعتهم لقنوات النشطاء السياسيين أو القنوات الإعلامية عبر منصة اليوتيوب لأسباب متنوعة. بعدة مبررات، من حيث أنها تقدم معلومات مهمة وثرية حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، ثم كونها تحظى بمعدل نشط من التفاعل عبر التعليق والإعجاب وإعادة النشر، ثم لكونها تتحصل على أعداد كبيرة من المتابعين. وبالتالي يتم تقييمها أولا من حيث المعلومات، ثم من الناحية العددية لأرقام المشاهدة وهو أحد المعايير التقييمية الأساسية في عالم صناعة المحتوى عبر اليوتيوب، حيث يهدف النشطاء إلى توليد أكبر عدد ممكن من المشاهدات والحصول على عدد كبير من المتابعين.
- بالمقابل يظهر من النتائج أن مناقشات الفيديوهات المغربية على اليوتيوب لقضية العلاقات الجزائرية المغربية من وجهة النظر المغربية تخضع حسب المبحوثين، للتضليل حيث أنها تقدم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع، وتستند إلى مخاطبة المشاعر بالدرجة الأولى وتضليل الرأي العام الدولي. وتعمل على نشر الكراهية بين البلدين أكثر فأكثر وكذا السب والشتم. وهو ما تدعمه دراسة (Alan Finlayson) الذي يعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة "مجتمعات محركة للمشاعر" ذات عاطفة وليس مصلحة. حيث أن

مواقف المحتوى السياسي على منصة اليوتيوب يجعل المشاهدين "متابعين" يجب تحميسهم والاحتفاظ بهم. وعليه يكون المحتوى السياسي المحافظ لموقع اليوتيوب حسبما يشير إليه الباحث في الاتصال السياسي الرقمي "Alan Finlayson "، "في الغالب شخصيا إلى حد ما، وتتم روايته من خلال سرد القصص الشخصية والاشارات العاطفية... على مدى فترات طويلة من الزمن. حيث أن المتحدثون عبر اليوتيوب يقدمون "شهادات أيديولوجية مشابهة لشهادات المنتج في الإعلان، يتحد التحسين الشخصي والأيديولوجي ويعرض المؤثرون الطريقة التي يعيشون بها سياساتهم كعلامة تجارية طموحة"[1].

[1] Alan Finlayson, **YouTube and Political Ideologies**: **Technology Populism and Rhetorical Form**, Ibid, pp 67

- **مقارنة بين نتائج الدراسة الميدانية ونتائج الدراسة التحليلية حول قنوات اليوتيوب**

بما أن الاحصائيات ما هي إلا دعامة من الدعامات الأساسية التي تساعد في الشرح وترسي معالم الفهم وتوضح الصورة، لاسيما إن تعلق الأمر بعنصر لامادي كاليوتيوب، يمكن العودة إلى أرقام متابعة قنوات اليوتيوب محل الدراسة، وابرازها في الجدول التالي.

اسم القناة عبر اليوتيوب	عدد المتابعين	عدد المشاهدات
قناة النهارtv على اليوتيوب	9،94 مليون متابع	3455 672 236 مشاهدة **198 784**
قناة فرانس 24 على اليوتيوب	3،71 مليون متابع	1 278 968 506 مشاهدة
قناة Mohamed DOUMIRعلى اليوتيوب	507 ألف متابع	**39 046** 55 275 811 مشاهدة
قناة الجزائرية الدولية (AL24news) على اليوتيوب	419 ألف متابع	151 208 820 مشاهدة
قناة fateherdream على اليوتيوب	24،6 ألف متابع	83 687 627 مشاهدة

جدول من إعداد الباحثة: يمثل تصنيف قنوات اليوتيوب محل الدراسة من حيث أرقام المتابعة حسب تحديثات اليوتيوب لشهر جانفي من عام 2024 (مرتبة من الأكثر متابعة إلى أقلها)

يبرز الجدول أعلاه أن قناة "النهار" عبر اليوتيوب وقناة "فرانس 24" تحصل على عدد متابعين أكثر يقدرون بالمليون، في حين أن كل من قنوات محمد دومير، سعيد بن سديرة، قناة الجزائرية الدولية فيقدر عدد متابعي هذه القنوات عبر اليوتيوب بالألف، ويمكن ترتيب هذه القنوات من حيث عدد المتابعين من الأكثر متابعة إلى أقلها كما يلي: تأتي في المرتبة الأولى عدديا قناة النهار ب9،94 مليون متابع، تليها في المرتبة الثانية قناة فرانس 24 العربية، ثالثا قناة محمد دومير ب 507 ألف متابع، في المرتبة الرابعة قناة الجزائرية الدولية ب 419 ألف متابع، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة القناة الاحتياطية لبن سديرة، ويمكن قراءة هذه الأرقام وتبريرها من عدة أبعاد، أولها من حيث تاريخ انشائها، حيث نجد أن قناة الجزائرية الدولية فهي قناة مستحدثة عبر اليوتيوب تم انشاؤها بتاريخ

16 فيفري من عام 2021، وقد جاءت قناة النهار في المرتبة الأولى نظرا لتآسيسها منذ الفاتح من جانفي عام 2013، فيما تم فتح قناة فرانس 24 العربية بتاريخ 4 أفريل عام 2007، أما القناة الاحتياطية لبن سديرة فتأسست بتاريخ 15 فيفري من عام 2016، أما قناة محمد دومير فقد تم فتحها بتاريخ 29 مارس من عام 2008. وبربط تواريخ فتح هذه القنوات على منصة اليوتيوب نجد أن نسب المتابعة قد لا تكون لها علاقة بقدم القناة عبر اليوتيوب.

كما يتبين أن نشاط قنوات اليوتيوب الجزائرية لايزال في مرحلته الأولى المتمثل في المستوى الغرافيتي الذي يمثل المرحلة الأولى التي تسجل فيها قناة اليوتيوب اشتراك أقل من 1000ألف متابعو حيث يبرز أن قناة كل من بن سديرة، محمد دومير، قناة الجزائر الدولية، حيث عند وصول هذه القنوات لألف متابع يصبح أصحاب هذه القنوات قادرين على الانضمام إلى برنامج شركاء اليوتيوب، الذي يمكنهم من ربح المال.

أما قناة النهار وقناة فرانس 24 فهي قنوات تصنف في المستوى الثاني المتمثل في المستوى الأوبالي الذي تسجل فيه قنوات اليوتيوب اشتراك 1000متابع وأقل من 10.000 متابع، وهي المرحلة التي تمثل بداية الطريق لتحقيق الأرباح المالية وحصد جوائز المستويات الأعلى عبر منصة اليوتيوب. وهو ما يبرز أن النشاط عبر اليوتيوب في الجزائر لا يزال في مراحله الأولى، وأن هذه الظاهرة في مراحلها الأولى. من أصل ستة مستويات.

مما سبق ذكره يمكن ابراز الفرق بين أجندات قنوات اليوتيوب وقنوات المؤسسات الإعلامية عبر اليوتيوب في أن:

النشر بواسطة اليوتيوب يتميز بأنه أكثر صراحة وعفوية مما ينتج في وسائل الإعلام التقليدي، كون أن التصوير والنشر عبر هذه الوسيلة التواصلية يتم بسهولة أكثر، فضلاً عن تحقيقه مشاهدات عالية مقارنة بالتلفزيون، مع إمكانية بث مقاطع الفيديو التي تم عرضها في التلفزيون في اليوتيوب مما يحقق مشاهدات تفوق المشاهدات التي تحققت لمقطع الفيديو المعروض في الوسيلة الأولى، وبالتالي الترويج لمضامينها عبر اليوتيوب، في حين أن قنوات اليوتيوب تخضع لأجندة مختلفة تماما ترتبط بالعلامة التجارية للقنوات، التي تكون في الغالب مع اسم الشخص الذي يقف وراءها، حيث أن صناع المحتوى عبر اليوتيوب يقدمون "شهادات أيديولوجية مشابهة لشهادات المنتج في الإعلان كما سبق الإشارة. فحتى لو تختلف أيديولوجيات وأجندات قنوات اليوتيوب فإن هدف صناع المحتوى عبر اليوتيوب هو نشر مقاطع فيديو بهدف توليد أكبر عدد ممكن من المشاهدات وتأمين الإيرادات المحتملة من خلال تحقيق الدخل من مشاهدات ومشاركات جمهورهم.

حيث أن أيديولوجية القنوات الإعلامية التي لها قنوات عبر اليوتيوب ذاته تخضع لإيديولوجية القناة وتقوم ببث ذات المضامين كدعامة رقمية لكسب جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، غير أن صناعة المحتوى عبر اليوتيوب تخضع لأيديولوجيات أخرى، حيث يعد صاحب القناة هو المسيطر على المعلومات، يرشح ما يريد من معلومات وأخبار وتفسيرات وكسب اتجاهات الجمهور نحو اتجاهات جديدة تقررها السياسات الإعلامية لأصحاب قنوات اليوتيوب من خلال التدفق الكثيف والممنهج نحو اتجاهات جديدة أو تعزيز اتجاه كان موجود سابقا. من خلال استخدام أساليب الإغواء والتفاوض والتمويه في عملية خلط بين ما هو عاطفي ذو بعد انساني واجتماعي وما هو ربحي.

أما من الناحية الاجتماعية يمكن تحليل الموضوع من واقع أن ظاهرة صناعة المحتوى عبر موقع اليوتيوب بالرغم من كونها لاتزال في بداياتها ولم تتبلور بعد حسب المختص في علم الاجتماع الباحث "نور الدين بكيس" الذي يرى بأن صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة ولدت من رحم الحاجة الوظيفية للبروز، وهي ظاهرة وليدة بيئة فرضت وجودها في المجتمع، ويتفاعل معها ويتابعها ملايين الجزائريين. بناء من طرح الباحث "بكيس" يمكن القول أن فتح قنوات عبر اليوتيوب للقنوات الإعلامية يعكس الحاجة لمواكبة التطورات التكنولوجية وكذا الحاجة إلى البروز في ظل وجود قنوات يوتيوب متعددة.

اسم القناة عبر اليوتيوب	عدد الفيديوهات التي تتناول العلاقات الجزائرية المغربية	النسبة المئوية للفيديوهات
قناة fateherdream، لبن سديرة	58 رابط فيديو	%40.28
فرانس24 العربية	32 رابط فيديو	%22.22
قناة النهار TV	15 فيديو	%10.42
قناة محمد دومير	14 فيديو	%9.72
قناة الجزائرية الدولية ALG24	4 روابط فيديوهات	%2.78

جدول من إعداد الباحثة: يوضح إحصائيات عدد الفيديوهات في القنوات محل الدراسة بالرجوع إلى نتائج تحليل المضمون

أما بالعودة إلى عدد الفيديوهات التي تتناول العلاقات الجزائرية المغربية لقنوات اليوتيوب محل الدراسة، يبرز اختلاف اهتمامها بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية. حيث بالعودة إلى الجانب المتعلق بتحليل المضمون الرقمي يتضح أن قناة fateherdream، لصاحبها المسمى بن سديرة مهتم أكثر بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية ويتفاعل أكثر من القنوات الأخرى بالمواضيع ذات الصلة بالعلاقات الجزائرية المغربية. في حين تأتي قناة فرانس 24 في الدرجة الثانية من حيث اهتمامها بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، ونشر فيديوهات متعلقة بالموضوع. نظرا لاهتمام القناة بأجندة معادية للجزائر، حيث تشن قناة فرانس 24 حملات إعلامية معادية للجزائر، وهو ما دفع بالسلطات الجزائرية بتاريخ 13 جوان 2021 سحب اعتماد مراسلي قناة فرانس 24 في الجزائر، بسبب المعالجة الإعلامية التي قامت بها القناة الفرنسية للحرائق التي شبت في مناطق مختلفة من الجزائر شهر أوت من عام 2021، كما زادت التوترات القائمة بين فرنسا والجزائر، كما قامت السلطات الجزائرية بسحب الاعتماد الممنوح لقناة فرانس 24 الإخبارية الفرنسية بالجزائر، وأرجع وزير الاتصال الجزائري السابق "عمار بلحيمر" في تصريح بتاريخ جوان 2021، "إن قرار سحب الاعتماد يرجع إلى العداء الجلي والمتكرر لقناة فرانس 24 إزاء بلادنا ومؤسساتها وعدم احترامها لقواعد أخلاقيات المهنة وممارساتها للتضليل الإعلامي والتلاعب، إضافة إلى العدوانية المؤكدة ضد الجزائر". وكانت الحكومة الجزائرية قبل هذا القرار، قد وجهت إنذارا شهر مارس من عام 2021 لقناة فرانس 24، أكدت من خلاله أنه الإنذار الأخير قبل السحب النهائي، بسبب تحيزها الصارخ لتغطية المسيرات الاحتجاجية في الجزائر. كما اعتبرت وكالة الأنباء الجزائرية أن المجمع الإعلامي "فرانس ميديا موند" يبث الكراهية ويحرض على الفوضى، وكونها قناة مختصة في تشويه سمعة الجزائر، وأن "فرانس 24» تعد امتداد لسياسة الرئاسة الفرنسية.[1]

وفيما يتعلق بقضية العلاقات الجزائرية المغربية يمكن تفسير اهتمام قناة فرانس24 بهذه القضية، بالعودة إلى السياسة الاستعمارية الفرنسية المنتهجة قبل استقلال البلدين، حيث تعود خلفية أزمة الصحراء الغربية القائمة بين البلدين، إلى التقسيم الفرنسي الذي يعزز منذ تاريخ بعيد الخلاف بين الجزائر والمغرب.

في حين تأتي قناة النهار في الدرجة الثالثة من حيث اهتمامها بالموضوع محل الدراسة. فيما تأتي قناة محمد دومير في الدرجة الرابعة من حيث عدد الفيديوهات التي تهتم بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية. أما قناة

[1] فرانس 24 ... القناة الحثالة، مقال نشر بتاريخ 27 جويلية 2023، تم الاطلاع عليه عبر الرابط: https://www.aps.dz/ar/monde/147449-24 ، بتاريخ 14 جانفي 2023، الساعة: 10:00.

الجزائرية الدوليةفتأتي في المرتبة الخامسة والأخيرة من حيث نشرها لفيديوهات ذات الصلة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية نظرا لجدة القناة مقارنة بالقنوات الأخرى.

أما بالعودة إلى أرقام إعتماد المبحوثين على قنوات اليوتيوب محل الدراسة، أبانت نتائج الدراسة الميدانية أن الرأي العام الجزائري يعتمد على قناة "الجزائرية الدولية AL24" NEWS عبر اليوتيوب، للحصول على معلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية حيث تحصلت هذه القناة على تقييم عالي بين المبحوثين، مما يشير إلى أنهم يثقون في هذه القناة لتوفير معلومات دقيقة وموثوقة حول العلاقات بين الجزائر والمغرب. من ناحية أخرى، يعتمد المبحوثين على قنوات يوتيوب لنشاط عبر اليوتيوب مثل "قناة الدكتور محمد دومير" و "قناة الناشط السياسي السعيد بن سديرة" التي تحصل على تقييم متوسط، مما يعني أنها قد تكون مفيدة لبعض الأفراد ولكن قد لا تحظى بنفس الثقة العالية كما في حالة القناة الأولى. بشكل عام، يظهر أن الأفراد يميلون نحو الاعتماد على قنوات اليوتيوب كمصدر للمعلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية، ويعتبرونها بشكل عام درجة متوسطة من حيث الاعتمادية.

كما تبرز الدراسة هنا ميكانيزمات عمل الذباب الإلكتروني "للبروباغندا الرقمية" المستعان بها في قضية العلاقات الجزائرية المغربية مهاجمة الرأي أو الجهة المعارضة بالشتم، الابتزاز، التخوين (الاتهام بخيانة الوطن والعمالة لقوى أجنبية) والشخصنة بتحويل النقاش من فكري حول قضية سياسية أو اجتماعية الى أمور شخصية متعلقة بصاحب المنشور أو الفئة المخالفة. سواء تعلق الأمر بنتائج التحليل الاحصائي أو تحليل محتوى الفيديوهات محل الدراسة. وكذا شن حملة تبليغ على قناة اليوتيوب الخاصة بالنشطاء، وهو ما حدث لقناة كل من بن سديرة، ومحمد دومير.

المحور الثالث: طبيعة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية

- تشير النتائج إلى وجود تفاوتات بين الجنسين فيما يتعلق بتأثير موقع اليوتيوب على اهتمامهم بالقضية. يبدو أن الإناث أكثر تأثرًا بالموقع، حيث بلغت نسبة التأثر 45.8٪ بين الإناث مقارنة بنسبة 39.3٪ بين الذكور. يمكن تفسير ذلك بوجود اختلاف في الاهتمامات والأساليب التفضيلية للاستهلاك المحتوى بين الجنسين.

- يتضح أن موقع اليوتيوب يلعب دور في توجيه الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية على ثلاث أصعدة:

1. أولها زيادة معارفهم ومعلوماتهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية. وهذا يعني أن المقاطع المتاحة على المنصة تقدم معلومات وتفاصيل تساعد الأفراد على فهم العلاقات الجزائرية المغربية بشكل أعمق وأشمل.
2. كما يساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمام الرأي العام الجزائري بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بالدرجة الثانية حيث أن خوارزميات اليوتيوب تعمل على إظهار الفيديوهات التي تتناول الموضوع مما يزيد من مدة التعرض للموضوع.
3. كما ساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالموضوع بنسبة 21.1٪، حيث يرى هؤلاء أن اليوتيوب زاد من اهتمامهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية عن طريق متابعة مزيد من مقاطع الفيديو، مما يشير إلى أن هؤلاء الأفراد قد وجدوا المحتوى المتاح على اليوتيوب مثيرًا ومفيدًا بما يكفي لكي يستمروا في استكشاف المزيد منه ومتابعة المقاطع ذات الصلة.

- ويتضح أن مقاطع فيديو اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية قد أسهمت بشكل إيجابي ومفيد، بحيث حازت على تقدير عالٍ من قِبَل أفراد العينة. تبين أن هذه المقاطع ساهمت إما بتغيير بالمقابل تثبيت اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو العلاقات الجزائرية المغربية حيث تقدم هذه القنوات معلومات موسعة وفيديوهات عديدة للقضية. كما تقدم أراءً متعددة حول الأحداث الأخيرة التي أدت إلى قطع العلاقات بين البلدين وفتحت المجال لممارسة النقد والمعارضة بحرية. وهنا يمكن الإشارة إلى تأثير موقع اليوتيوب على فئة المراهقين خاصة في تشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المشابهة على المدى البعيد.

مقارنة بين الدراسة الميدانية والتحليلية حول مجالات اهتمام بقضية العلاقات الجزائرية المغربية

- يبرز من خلال الدراسة الميدانية أن مستخدمي اليوتيوب الجزائريين يهتمون بالمعلومات الوطنية بنسبة 19.2٪، مما يدل على أن هناك فئة من الأفراد اكتسبوا معرفة حول المواضيع التي تتعلق بالوحدة الوطنية والأمن الوطني للبلدين. يُفترض أن هؤلاء الأفراد يرون أن تأثير العلاقات بين الجزائر والمغرب يمتد إلى استقرار الدولتين وسيادتهما الوطنية. ما يعكس اهتمامهم بالبعد الوطني للقضية نظرا لتخوفهم من التآثيرات الوطنية لقضية العلاقات الجزائرية الوطنية أكثر من تأثيرات الأبعاد الأخرى.
- توضح النتائج الإحصائية أن المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية تلعب دورًا بارزًا في تشكيل الرأي العام الافتراضي لدى أفراد العينة. يظهر أن القضايا المتنوعة مثل قطع العلاقات الدبلوماسية، قضية

الصحراء الغربية، إلغاء عقد استغلال أنبوب الغاز الجزائري العابر للتراب المغربي، تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصـــهيوني، المســـائل المتعلقة بالموروث الثقافي الجزائري، والجانب الرياضـــي المتعلق بتنظيم البطولة الأفريقية للمحليين "شـــان" 2022، كانت ذات تأثير كبير في شـــكل وتوجه الرأي العام. هذه النتائج تعكس التعقيدات العديدة التي تحيط بالعلاقات بين البلدين، وتوضـــح أهمية دراســـة وفهم هذه المواضـــيع الراهنة في سياق التفاهمات الثنائية والإقليمية.

- **بالمقابل تبين من تحليل مضمون فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة أن الأطروحات البارزة لقناة فرانس 24 تبرزت من خلالها** الأطروحات القومية بنسبة: 8% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، تليها الأطروحات الاقتصادية، الوطنية، الاستراتيجية بنفس النسبة المتمثلة في 6٪، في حين إن الأطروحات التاريخية والدبلوماسية برزت بنسبة 2٪، أما فيديو **قناة النهار** فبرزت الأطروحات القومية بنسبة 10.20% من تحليل الخطاب، تليها الأطروحات الدبلوماسية والتاريخية على حد سواء بنسبة 6.12٪، ثم كل من الأطروحات السياسية، الوطنية، الاستراتيجية، فيما يخص **قناة الجزائرية الدولية** فهي تبرز الأطروحات الأمنية بنسبة 16.92%، تليها الأطروحات الإستراتيجية بنسبة 7.69%، ثم الأطروحات التاريخية بنسبة 6.12%، أما **قناة fatehdream** فتبرز من خلاله، الأطروحات التاريخية بنسبة : 5.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، في حين تمثل الأطروحات السياسية والقومية، وحتى الأمنية بنسبة: 0.83%، أما الأطروحات الاستراتيجية والدبلوماسية فتبرز بنسبة 2.50٪ من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، أما قناة **محمد دومير** فجاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 12.41%، تليها الأطروحات الأمنية نسبة: 11.72% في حين تمثل الأطروحات القومية النسبة الأضعف المتمثلة في 3.45%.

في حين أوضحت وأبانت الدراسة الميدانية أن مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة استفادوا من خطابات الفيديوهات ببعدها الوطني بالدرجة الأولى وبنسبة 19.2٪، يليها البعد السياسي بنسبة 18.7٪، ثم الجانب الاقتصادي بنسبة 15.8٪، في حين تبرز نسبة استفادتهم الأضعف للمعلومات الدبلوماسية بنسبة 8.0٪. ويمكن الجمع بين نتائج الدراسة التحليلية والميدانية من حيث التأكيد على تنوع أبعاد قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وكذا تعدد استفادة المبحوثين من المجالات التي تطرقت إليها الفيديوهات حتى لو اختلفت نسبها.

بناء على ما سبق ذكره يتضح تباين اهتمام قنوات اليوتيوب وكذا مستخدميه على حد سواء وكذا تعدد أبعاد قضية العلاقات الجزائرية المغربية سواء لصانعي المحتوى عبر منصة اليوتيوب وبالنسبة أيضا لمستخدمي

اليوتيوب. بالمقابل يتبين تنوع تناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية من قناة يوتيوب إلى أخرى على حسب الأجندات التي تسعى إليها، كما يتاح لمستخدمي اليوتيوب فيديوهات متعددة الجوانب والأبعاد حول القضية. مما يتيح للمستخدم من اختيار بشكل نشط ما يريد مشاهدته.

أما فيما يتعلق بطبيعة مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية يتبين:

- أن موقع اليوتيوب يمتلك تأثير إيجابي على تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. كما تكشف الدراسة عن الدور السلبي الذي لعبه موقع اليوتيوب في معالجة القضية العلاقات الجزائرية المغربية. وتتضمن العوامل التالية:

1. أن موقع اليوتيوب يُستخدم لنقل معلومات غير دقيقة وترويجها كواقع، مما يثير قلق المبحوثين بشأن تأثير هذه المعلومات الزائفة على فهمهم السليم للموضوع.
2. وجود خطابات على الموقع تشجع على الكراهية بين البلدين مما قد يؤدي إلى زيادة التوتر بين البلدين.
3. ترويج موقع اليوتيوب لمحتويات أيديولوجية معادية للجزائر مما يهدد وحدة الوطن وأمنها الداخلي.
4. كثرة الفيديوهات التي تتناول القضية وضخمها على الموقع وتنوعها أيضا يمكن أن يصعّب على الأفراد معالجة وفهم بشكل صحيح لقضية العلاقات الجزائرية المغربية، مما يؤثر سلبًا على توجيه اتجاهاتهم.

- أما المساهمة الإيجابية لموقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية فيبرز من نتائج الدراسة الميدانية، يمكن ابرازه في النقاط التالية: 1. تمكين مستخدمي اليوتيوب الجزائريين من الوصول السهل والسريع للمعلومات.

1. فتح باب مناقشة الأفكار وتبادلها حول القضايا، وتكوين ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وكذا توفير معلومات وحقائق متعددة حول العلاقات الجزائرية المغربية، سواء من النواحي الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، أو السياسية...
2. تعزيز مشاركتهم السياسية عبر اليوتيوب من خلال الاطلاع على محتوى فيديو يتناول العلاقات الجزائرية المغربية.

وجب هنا الإشارة إلى أن موقع اليوتيوب ساهم في فتح نقاشات واسعة حول المواضيع ذات الشأن بقضية العلاقات الجزائرية المغربية لكن هذا الموقع لم ينجح في بلورة رأي عام موحد حول القضية والوصول إلى

اتفاق جماعي حول وجهة نظر واحدة. في بعده الإقليمي، وحتى الدولي، نظرا للتعقيدات الكثيرة التي تمتاز بها قضية العلاقات الجزائرية المغربية والتي تزداد تعقيدا لاسيما في ظل انتشار خطاب الكراهية والخطابات التضليلية عبر اليوتيوب لاختلاف الأيديولوجيات والأجندات عبر هذا الفضاء. وبالتالي التنويه إلى أن موقع اليوتيوب لا يساهم في تعزيز مفهوم الديمقراطية وإبداء الآراء بحيث أن هذه المنصة تحتكم إلى خوارزميات وقيود لا تسمح بإبداء الآراء المختلفة، بحيث أنها تقصي في كثير من الأحيان الأفكار والآراء التي لا تخدم أيديولوجياتها، وبالتالي تغلب رأي على الرأي الآخر، ناهيك عن اعتماد الكثير من قنوات اليوتيوب خاصة ذات الطابع الشخصي منها على التضليل وغياب مصداقية المعلومات، بحيث يصعب على الجماهير المستخدمة لهذه المنصة من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمغلوطة خاصة فيما يتعلق بفئة المراهقين دون سن 18 سنة. وخطورة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام الجزائري لفئة دون 18 سنة على المدى البعيد، حيث أن ترسيخ معلومات خاطئة في مثل المواضيع المعقدة على شاكلة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، وتبرز هنا في عدة نقاط يمكن تحديدها فيما يلي:

1. يشهد موقع اليوتيوب حملة افتراضية يتم من خلالها نشر معلومات مغلوطة حول عديد المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية لاسيما الجانب التاريخي، والثقافي بنية سيئة. حيث أنها تنشأ من دوافع شخصية أو أيديولوجية تسعى لتغيير الرأي العام واتجاهاته.
2. مجرد ذكر المعلومات المغلوطة حتى لو كان بهدف تصحيحها يرسخ هذه المعلومات في ذهن مستخدمي منصة اليوتيوب.
3. إن خوارزميات اليوتيوب تنشر المحتوى لورود كلمات مفتاحية فيه دون التمييز بشكل دقيق فيما إن كان المحتوى مغلوطا أو لا.
4. كما يبرز أيضا أسلوب آخر لنشر معلومات مغلوطة حول الموضوع لا يعتمد على التضليل ونشر معلومات مغلوطة وإنما من خلال عرض أجزاء مختارة بعناية من الحقيقة وهو كفيل بتشويه الحقيقة كاملة. فالانتقاء والاجتزاء شكل من أشكال التضليل أيضا. فمن المؤكد أن المعلومات المضللة تزداد انتشارا خلال الأزمات السياسية.

المحور الرابع: اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

- تبرز النتائج المتعلقة بأشكال تعبير الرأي العام الجزائري عن اتجاهاتهم في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، أن الأفراد يستخدمون مجموعة واسعة من الوسائل للتعبير عن اتجاهاتهم على اليوتيوب حول القضية المطروحة يمكن حصرها في النقاط الثلاث التالية:

1. مشاهدة الفيديوهات فقط دون التفاعل أو المشاركة. يمكن أن يعكس هذا اهتمامهم بالحصول على المعلومات دون الضرورة للمساهمة في النقاش.، مما يبرز تنوع وتعدد الطرق التي يتفاعلون بها مع هذا المحتوى.
2. مشاركة وتداول مقاطع الفيديو عبر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى، **وكذا** مشاركة الفيديوهات عبر الرسائل الخاصة. يظهر هذا الخيار تفضيلهم للتواصل بشكل أكثر خصوصية مع أشخاص محددين لمناقشة القضية.
3. حضر الفيديو والإبلاغ عن قناة اليوتيوب لحجبها باستخدام تطبيق Signal. يمكن تفسير هذا الاختيار برغبتهم في تقييد انتشار المحتوى الذي يرونه غير مناسب. للتعبير عن آرائهم نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

- فيما يتعلق بتعامل الرأي العام الجزائري مع الفيديوهات المغربية المسيئة للجزائر، فكما سبق الإشارة تلازم الأزمات السياسية الدولية عديد الآليات التي قد تستعملها الدول في فترة الصراع السياسي، يتضح أن مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة تباينت مواقفهم اتجاه التعامل مع هذه الفيديوهات، نحددها فيما يلي:

1. **الاتجاه الحيادي**: يمثلون ما نسبته 15.03% يختارون عدم التفاعل وعدم التعليق على المضمون المسيء للجزائر. يمكن تفسير هذا التفضيل بأن هؤلاء الأفراد قد يرون أن التعليق على هذه الفيديوهات قد يزيد من انتشارها أو يؤدي إلى تصاعد الجدل، لذا يفضلون تجاهلها.
2. **الاتجاه المعارض**: يمثلون ما نسبته 20.55% من المشاركين يختارون التعبير عن اعتراضهم على محتوى الفيديو عبر استخدام خاصية "je n'aime pas" أو التعليقات التي تظهر اعتراضهم. يعكس هذا اختيارهم للتعبير عن رأيهم بشكل فعّال. كما يظهر أن 11.35% من المشاركين يفضلون حجب القناة والفيديو لتجنب التعرض لمثل هذه المحتويات في المستقبل. يعكس هذا تفضيلهم للتحكم في المحتوى الذي يتعرضون له على المنصة. فريق آخر من المشاركين يختارون التعبير عن سخريتهم من المحتوى المسيء عبر استخدام عبارات أو شعارات ساخرة. يعكس هذا اختيارهم للتعبير عن رفضهم

بشكل فكاهي يمثلون نسبة 28%، حيث يعد شكلا من أشكال المشاركة في النقاشات السياسية، ويبين خبراء الاتصال السياسي نجاعج الرسائل المرسلة عبر السخرية أو النكت السياسية بشكل أفضل من الرسائل الجادة.

3. **الاتجاه المؤيد:** يتبين أن ما نسبته 7،5٪ من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين يقومون بالتعليق على الفيديوهات المغربية المسيئة للجزائر، إما بالإعجاب، أو التعليق بالإيجاب عن المضمون، أو حتى إعادة نشره، ويوجد احتمالين لهذا الشكل من أشكال التعبير عن الاتجاه إما أن مستخدم اليوتيوب يعبر فعليا عن اتجاهه الحقيقي نحو الفيديو لأنه من الفئة المعارضة للطرح الجزائري، أو أنه يبدي بهذا الاتجاه استخفافا بالطرح المعارض.

- كما تبرز خاصية التعليق على التعليق في الفيديوهات المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية، إما لتدعيم الطرح أو حتى الاعتراض عليه من قبل المستخدمين الجزائرين والمغربيين، بالإيجاب أو بالسلب فمثلا تجد تعليق يؤكد بأن الشعبين الجزائري والمغربي خاوة خاوة، تجد بعدها تعليق على هذا التعليق يبرز هذا الطرح أو تدعم طرح آخر.
- أظهرت النتائج أيضاً أن موقع اليوتيوب يلعب دوراً مهماً في تشكيل آراء الأفراد حيال القضية المذكورة، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.49. بالإضافة إلى ذلك، اعتبر البعض اليوتيوب وسيلة للضغط على الحكومات وممارسة المعارضة السياسية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.85، بينما اعتبر آخرون أنه يمكن استخدامه لتضليل وتغليط الرأي العام، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.72.
- تظهر النتائج المذكور الآراء المتباينة للمشاركين حول مسألة قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب. إذ تراوحت تقييماتهم بين متوسط ومرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.53. كما اختلفت درجات التقييم فيما يتعلق بمسألة تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.85. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج تفاوتاً في الآراء بشأن قطع العلاقات الجزائرية المغربية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.47.

مقارنة بين نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية من حيث اتجاهات مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية.

يتبين من خلال تحليل اتجاهات تعليقات الجمهور المتابعين لفيديو قنوات محل الدراسة تبرز الاتجاهات السلبية أكثر من الاتجاهات الإيجابية، حيث تبرز في قناة فرانس 24 على اليوتيوب، أسلوب التعصب والتهجم بنسبة:18% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، وكذلك التهجم على خطاب وزير الخارجية الجزائري ووصفه بالكذب، وغيرها من الجوانب الأخرى...، فيما تبرز مشاعر الدين نسبة: 2% من الاتجاهات الإيجابية للجمهور وتبرز أساسا في الدعوة إلى إخماد نار الفتنة بين الجارتين، والدعاء لهما بالخير والصلاح، في حين تمثل مشاعر الأخوة نسبة: 5% من اتجاهات الجمهور الإيجابية، وتتمثل أساسا في التذكير بأواصر الأخوة بين الشعبين الجزائري والمغربي، التي تجمعهما علاقات النسب والمحبة. كما تبين من خلال تحليل تعليقات **قناة فرانس 24** على اليوتيوب أن الاتجاهات السلبية تتصدر أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة، وعلى اختيار القناة لتوقيت مناقشة القضية وإبراز أهم حيثياتها وانعكاساتها السلبية والعمل على اشعال النار بين والاستفادة من القضية لصالح القناة واللوبيات التابعة لها.

أما بالعودة إلى تحليل التعليقات على فيديو قناة النهار يظهر التفاوت بين اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على الفيديو محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، **في حين** تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو بنسبة 0.40%، إذ علق أحدهم بخصوص فيروس كورونا وتداعياته وهو اتجاه محايد لا يرتبط بالقضية محل الدراسة.

أما بناء على تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين لفيديو **قناة الجزائرية الدولية** محل الدراسة، إذ شكلت الاتجاهات السلبية أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية التجسس التي كانت سبب مباشر في قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة.

- **تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على فيديو قناة fateherdream على اليوتيوب محل الدراسة.** تمثل الاتجاهات المحايدة الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديو

بنسبة 1.18%، فيما تبين الاتجاهات السلبية من خلال تعليقات مستخدمي اليوتيوب على الفيديو، النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، تمثل مشاعر التعصب نسبة:0.29% من الاتجاهات السلبية، في حين تمثل مشاعر السخرية نسبة: 14.71% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا تبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:12.65% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على رموز السيادة الوطنية الجزائرية من خلال أغلب تعليقات المتابعين المغاربة، والتهجم كذلك على الأستاذ بن سديرة وحيثيات قضية التطبيع التي قام بالتطرق لها في الفيديو. كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 22.94%.

بناء من تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على فيديو محمد دومير على اليوتيوب

- تمثل الاتجاهات السلبية النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، حيث تمثل مشاعر السخرية نسبة: 4.19% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في السخرية تاريخ المغاربة المليء بالخيانة والغدر. كما تمثل مشاعر التهجم نسبة:2.99% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في التهجم على المغرب وتاريخه المليء بالخيانة والغدر. كما تشكل مشاعر الكراهية هي الأخرى أغلب الاتجاهات السلبية، لآراء الجمهور حول قضية قطع العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة: 14.97%، وتبرز أساسا في الكراهية للمغرب وسياسته التوسعية، والحقد الذي يشوب هذه السياسة، في حين تمثل مشاعر الاستياء نسبة: 20.96% من الاتجاهات السلبية للجمهور من خلال تعليقاتهم، ويبرز ذلك خصوصا في الاستياء من المغرب الذي لا زال يحلم بالتوسع على حساب الجزائر، والاستياء من تاريخه التوسعي، واستنجاده بالأعداء لتحقيق ذلك.
- **بناء على نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية يتبين اختلاف اتجاهات مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية، كما تبرز الأشكال التعبيرية العديدة عن اتجاهاتهم نحو الموضوع باختلاف** درجاته، سواء بتقبل الأفكار المقدمة وهو ما يمثل أعلى درجات التأييد، أو معارضتها من خلال الاستعانة بالجانب الديني، وهو أحد الآشكال السياسية المستعان بها لتخذير الجماهير أو بدافع تقديم النصح، أو حتى التزام الحياد كاتجاه ثالث. كل حسب درجة اتجاهاته السياسية نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية من جهة ونحو معالجة قناة اليوتيوب للمضمون.

- كما يتبين من خلال ما سبق **أن السخرية السياسية عبر موقع اليوتيوب تبرز كشكل تعبيري عن الاتجاهات السائدة نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية** لدى مستخدمي اليوتيوب الجزائريين، حيث يتوضح أن المجتمع الجزائري يتمتع بحس فكاهي سياسيا للتعامل مع الخطابات السياسية المعارضة. كما يبرز أيضا من خلال تحليل تعليقات فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة أن أسلوب السخرية كان حاضرا من خلال مختلف الفيديوهات، حيث يتبين أن مشاعر السخرية بلغت نسبة: 20% من الاتجاهات السلبية لجمهور قناة فرانس 24، وتبرز أساسا تشبيه قرار قطع العلاقات بين البلدين بمسألة الطلاق بالثلاث بين الرجل والمرأة، ما له معنى قوي يعبر على أن هذه الأزمة أعمق من أن يتصورها أي أحد، كما تصف قناة فرانس 24 العلاقة بين البلدين بالإخوة الأعداء. أما التعليقات على فيديو قناة محمد دومير بلغت مشاعر السخرية نسبة: 14.71% من الاتجاهات السلبية للجمهور، وتبرز أساسا في تبادل السخرية بين المعلقين المغاربة والجزائريين، والسخرية من الفيديو وطريقة تقديم بن سديرة لحيثياته..

مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية من منظور مستخدمي اليوتيوب

بناء على محاولة استشراف مستقبل العلاقات الثنائية بين البلدين، تظهر نتائج الدراسة تبايناً في آراء الأفراد حول مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة. حيث يرى 14.09% من المشاركين أن هناك احتمالية لاحتدام التوتر بين البلدين. في المقابل، يتوقع 22.59% من المشاركين أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مستقبلا. على الجانب الآخر، يعتقد 31.09% من المشاركين أنه لا يوجد حلاً للأزمة بين البلدين. وبنسبة 28.17%، يرى البعض أن العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى سابق عهدها مهما كانت الظروف. فيما يرون 4.06% من المشاركين أن هناك احتمالية لنشوب حرب عسكرية بين البلدين.

- أما بالعودة إلى نتائج الدراسة التحليلية يظهر أن المضامين تتجه لنشر أفكار توحي بعدم وجود حل في قطيعة العلاقات الجزائرية المغربية، لاسيما فيما يتعلق بفيديو قناة الجزائر الدولية الذي يعبر عن موقف الحكومة الجزائرية نحو القضية، أما طرح قناة فرانس 24 فيتجه لاشعال نار الفتنة أكثر فأكثر نحو الموضوع، وهو ما يعبر عن طرح الحكومة الفرنسية نحو الموضوع، حيث أن الاستعمار الفرنسي هو من تسبب في خلق صراعات حدودية بين البلدين بسبب التقسيم الجغرافي لخريطة الدول المستعمرة، وهو يحاول عبر قناة فرانس 24 المواصلة في سياسة التفريق بين البلدين، أما محمد دومير فيكشف عن المطامع التاريخية المغربية القديمة للأراضي الجزائرية والتهديد الأمني المستمر من الطرف لمغرب للجزائر وذلك منذ القدم . أما قناة **fateherdream** فيؤكد أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر، وهو ما يبرز من خلال تحليل مضون الفيديو وتبرز أساسا في قول بن سديرة بأن له قناعة أنه من المستحيل عودة العلاقات مع المغرب وجعل قناعته تحاكي قناعة عامة الشعب الجزائري وذلك بسبب تطبيع المغرب مع الكيان الصهيوني، وذلك بغرض التأثير على اتجاهات الجمهور بخلق قناعتهم باستحالة إعادة ربط العلاقات مع الغرب من قناعته هو نفسه، كما أنه أقر بأن كل من يفتح فمه بخصوص الجزائر نقطع العلاقات معه، فهو يحاكي موقف السلطة الجزائرية في ذلك فكلمة نقطع التي تدل على نحن تشمل السلطة الجزائرية وعامة الشعب الجزائري، وهو بدوره أسلوب يستعمل بغرض التأثير على اتجاهات الجمهور. فيما يرى الطرح المقدم في فيديو قناة النهار أن أمر قطع العلاقات بين المغرب والجزائر لا يحتمل الوساطة، مما يدل على أن الأمر أصعب من ذلك، ولا وجود لحل للأزمة.

وهو ما يظهر شبه اتفاق لقنوات اليوتيوب محل الدراسة لنظرتها لمستقبل العلاقات الثنائية بين البلدين، حتى لو اختلفت الرؤى والايديولوجيات لمعالجة الموضوع.

بالمقابل تظهر نتائج الدراسة الميدانية الاقتراحات المتعلقة بحل أزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، والتي تعكس وجهات نظر الأفراد بشأن المستقبل المحتمل لهذه العلاقات في الظروف الراهنة. يتبين أن 59.96٪ من الأفراد يفضلون الإبقاء على قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب لكونه القرار المناسب في الوقت المناسب، والحل الأفضل بالنسبة للوضع الراهن، يعبر 22.54٪ من الأفراد عن رغبتهم في إبقاء الحدود مغلقة مع بناء سور يفصل بين البلدين مما يكشف أن هذه الفئة تسعى لتعزيز الحدود أكثر بين البلدين، مما يبرز استمرار التوترات بين البلدين، بالمقابل يرى ما نسبته 13.08٪ أن الحل الأمثل للتوتر بين البلدين يكمن في الدعوة إلى التآخي بين الشعبين الجزائري والمغربي، وهو ما يعكس توجههم نحو تحسين العلاقات بين الدولتين من خلال تعزيز التضامن والتآخي بين الشعبين. في حين يرى ما نسبته 4.43٪ من الرأي العام الجزائري أن استئناف الحوار والعلاقات الدبلوماسية قد يمثل الحلاً للأزمة الحالية. وهو ما يبرز من خلال نتائج تحليل المضمون في مشاعر الدين، ومشاعر تقبل قرار قطع العلاقات الجزائرية المغربية،

تظهر هذه النتائج تباينًا في وجهات النظر والآراء بين الأفراد حول الحلول الممكنة لأزمة العلاقات الجزائرية المغربية، مما يبرز التحديات الكبيرة في إيجاد حلاً شاملا.

النتائج النهائية للدراسة

بعد عرض نتائج الدراستين التحليلية والميدانية، والمقارنة بينهما، وبناء على ما سبق عرضه من إحصائيات وأرقام ومعلومات يمكننا الإجابة على سؤال الإشكالية وتساؤلاتها الفرعية فيما يلي:

أولا: تساؤلات الدراسة التحليلية:

- ما هي المحاور المهمة البارزة في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟

- يتبين تنوع المحاور المهمة البارزة في نص الفيديوهات محل الدراسة، حيث تبرز المحاور المهمة في نص فيديو قناة فرانس 24 في كل من عنصر التكتيم وكذا التخطيط المسبق من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو بنسبة 6٪، فيما يظهر عنصر إثارة الخوف في فيديو قناة فرانس 24 بنسبة 2% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو. من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة النهار محل الدراسة، وقد احتل عنصر الإبراز وكذا الأهداف التكتيكية بنسبة 6.12% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في شرح وتحليل تصريح وزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج الذي تحدث عن مسالة قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب، وتدفق المخدرات. وتبرز الأهداف التكتيكية ذلك في موقف السفير المغربي في الأمم المتحدة الذي تكرر في نيويورك، مما يدل على وجود أهداف تكتيكية لخلق الفوضى داخل الجزائر.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة الجزائر الدولية محل الدراسة، محور خطوات هندسة الجمهور، والذي يتبين من خلاله يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 12.31% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في التخطيط المسبق في نظام المخزن يحاول دائما تجنيد الجواسيس. في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.15% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في توضيح سلسلة الفضائح في غرفة الأخبار فيما يتعلق بقضية التجسس بيجاسوس.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة **fateherdream** محل الدراسة، يمثل عنصر الإبراز نسبة 6.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في أنه من المستحيل أن تعود العلاقات بين المغرب والجزائر، ويمثل عنصر المحاكاة نسبة 4.17% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، يمثل التكرار نسبة 11.67% من تحليل الخطاب الرقمي لنص فيديو بن سديرة، وهو ما جاء لترسيخ الرسالة

التي يود الناشط بن سديرة نقلها إلى الجمهور بغرض التأثير على اتجاهاته اتجاه قضية قطع العلاقات بين الجارتين.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو "محمد دومير" محل الدراسة يمثل عنصر التخطيط المسبق نسبة 8.97% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، في حين يمثل عنصر الإبراز نسبة 4.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، ويبرز أساسا في ذكر التفاصيل الخاصة النزاع التاريخي بين المغرب والجزائر والنظرة التوسعية المغربية نحو جارتها الجزائر منذ القدم.

- ما هي أهم الاطروحات البارزة في فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

- تتنوع وتتعدد الأطروحات التي تبرز من خلال فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة التي تتناول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث تتناول قناة فرانس 24 موضوع العلاقات الجزائرية المغربية ضمن سبعة محاور بارزة في نص الفيديو محل الدراسة، تتبين في الأطروحات: التاريخية- السياسية- الاقتصادية –القومية- الوطنية- الإستراتيجية، الدبلوماسية. تبرز الأطروحات القومية في الفيديو بنسبة: 8% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، تليها الأطروحات الاقتصادية والوطنية بنسبة:6%، في حين تمثل الأطروحات البارزة في فيديو قناة النهار في الأطروحات القومية بنسبة: 10.20% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في الحدود المشتركة التي تربط الجارتين، كما تبرز الأطروحات التاريخية والدبلوماسية بنسبة: 6.12%، تليه الأطروحات السياسية، الوطنية، الاستراتيجية، بنسبة 4.08٪. يتضح أن الأطروحات الأمنية تمثل النسبة الأكبر في نص فيديو "القناة الدولية" والمتمثلة في 16.92% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في فضيحة التجسس بيجاسوس، وكذلك في تجميد مغاربه يعملون للموساد الإسرائيلي في فرنسا.
- من بين المحاور المهمة البارزة في نص فيديو قناة **fateherdream** محل الدراسة، تبرز الأطروحات التاريخية بنسبة : 5.83% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو.

- من بين المحاور المهمة البارزة في نص الفيديو محل الدراسة جاءت الأطروحات التاريخية بنسبة : 12.41% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في السرد التاريخي للوقائع التي أبرزها الدكتور دومير في هذا التحقيق التاريخي لإبراز مسألة الحدود المغربية الجزائرية . تليها الأطروحات الأمنية التي تمثل نسبة:

11.72% من تحليل الخطاب الرقمي لنص الفيديو، وتبرز أساسا في التهديد الأمني المستمر من الطرف لمغرب للجزائر وذلك منذ القدم.

- ماهي الالفاظ الأكثر تداولا في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة؟

تختلف الألفاظ الأكثر تداولا في نصوص فيديوهات قنوات اليوتيوب محل الدراسة وتتنوع من فيديو إلى آخر لكنها تندرج وتصنف ضمن ثلاث مجالات رئيسية: المجال السياسي أولا بحيث تتناول القطيعة الدبلوماسية بين البلدين على غرار الألفاظ التي تتكرر مثلا في تحليل فيديو قناة (فرانس 24): الاتخامات، التطبيع، الإرهاب، القرار... ، تليها ألفاظ ذات العلاقة بالمجال الاقتصادي بحيث تم من خلالها الحديث عن الاتفاقيات الاقتصادية، على غرار آنبوب الغاز، وعلاقة ذلك باسبانيا، كما تشمل بعض المصطلحات الأخرى وتندرج ضمن المجال الأمني، على شاكلة ما توصلت إليه الدراسة من خلال تحليل فيديو **قناة الجزائر الدولية** على اليوتيوب، على غرار مصطلح: ، التجسس، الموصاد، أمنها، الاختراق.

- ما طبيعة اتجاهات الجمهور من خلال التفاعل مع فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

من خلال تحليل اتجاهات الجمهور من خلال تعليقات المتابعين على فيديو القنوات الخمس محل الدراسة يتبين الاتجاهات المحايدة تمثل الحلقة الأضعف في اتجاهات الجمهور حول مضمون الفيديوهات، فيما تبين الاتجاهات السلبية من خلال تعليقات مستخدمي اليوتيوب النسبة الأكبر ضمن اتجاهات الجمهور وآرائهم، وتبرز من خلال مشاعر الخوف، والاستياء وكذا الكراهية، والسخرية، أما الاتجاهات الإيجابية فهي مختلفة من حيث النسب وتبرز من خلال مشاعر الأخوة والدين، والولاء.

تبين من خلال تحليل تعليقات قناة فرانس 24 على اليوتيوب أن الاتجاهات السلبية تتصدر أعلى النسب مقارنة بالاتجاهات الإيجابية والمحايدة، وهذه الاتجاهات السلبية الطاغية على آراء الجمهور المتابع للفيديو من خلال تعليقاتهم تدل على تداعيات قضية قطع العلاقات على الرأي العام الجزائري، والمغربي من جهة.

- ما أهم المصطلحات البارزة في اتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم على فيديوهات اليوتيوب محل الدراسة التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟

بناء على تحليل البيانات الخاصة باتجاهات الجمهور من خلال تعليقاتهم حول الفيديو محل الدراسة، وبالاستعانة ببرنامج التحليل النوعي MAXQDA من أجل تحليل واستنتاج أهم المصطلحات البارزة

فيها، التي تظهر على شكل (سحابة الكلمات) تبرز المصطلحات الأكثر تداولا، بحيث يختلف حجمها وبروزها حسب درجة تداولها، حيث فهناك مصطلحات بارزة بحجم كبير وبلون غامق، وهناك مصطلحات صغيرة وبلون باهت، وذلك على حسب كثرة أو قلة تداولها. وبعد تحليل خمس فيديوهات يوتيوب تبين لنا أن المصطلحات البارزة تنتمي للمجال السياسي، وتبرز المصطلحات ذات العلاقة بالقطيعة بين البلدين، كما برزت مصطلحات ذات العلاقة بالشأن الاقتصادي، وفيما تبرز أيضا مصطلحات دينية.

ثانيا: تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ماهي عادات ودوافع استخدام الجزائريين لموقع اليوتيوب في حياتهم اليومية؟

- يظهر أن هناك اختلافات واضحة في عادات وسلوكيات مشاهدة الفيديوهات المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية على منصة اليوتيوب بين مختلف الفئات. أولاً، من ناحية الجنس، يبدو أن الذكور يميلون بشكل كبير إلى متابعة الفيديوهات بشكل أكثر تكراراً ولفترات زمنية أطول مقارنة بالإناث. هذا يمكن أن يرتبط بالاهتمامات السياسية المختلفة والوقت المتاح لهم. كما يظهر أن أغلبية المبحوثين يشاهدون خمس فيديوهات فما أكثر عبر اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية، أي ما نسبته 65.8 % وهو ما يرجع لطبيعة موقع اليوتيوب الذي صمم خصيصا لجلسات المشاهدة، ويشجع المحتوى الطويل، حيث أن خوارزميات اليوتيوب تعمل على: توجيه خيارات المشاهد، تكثيفها، وتركزها.

2 . ما طبيعة الدور الذي يقوم به موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

- يتضح أن موقع اليوتيوب يلعب دور بارز في زيادة معرفتهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية لدى مستخدمي اليوتيوب محل الدراسة بالدرجة الأولى، كما يساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمام الرأي العام الجزائري بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بالدرجة الثانية، كما ساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامهم بالموضوع بنسبة 21.1٪، حيث يرى هؤلاء أن اليوتيوب زاد من اهتمامهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية عن طريق متابعة مزيد من مقاطع الفيديو بالدرجة الثالثة.

تُظهر النتائج أيضا أن نسبة 5.31% من الأفراد يرون أن موقع اليوتيوب ساهم في تعزيز حس الوطنية لديهم. بينما يعتقد 3.51% منهم أنه ساهم في توسيع وعيهم السياسي تجاه القضايا الإقليمية ذات الصلة.

علاوة على ذلك، يعتقد 14.52% من المشاركين أن موقع اليوتيوب ساهم في تعزيز مشاركتهم السياسية من خلال الاطلاع على محتوى فيديو يتناول العلاقات الجزائرية المغربية. وفيما يخص الناحية المعرفية، يظهر الموقع أن لديه دور كبير في توفير معلومات وحقائق متعددة حول العلاقات الجزائرية المغربية، سواء من النواحي الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، أو السياسية، بنسبة 15.77٪، من ناحية أخرى يعتقد 7.42% من الأفراد أن المناقشات الواسعة حول هذه القضية عبر اليوتيوب تمكنهم من التوصل إلى اتفاق جماعي حول وجهة نظر محددة. بالإضافة إلى ذلك، يرون 0.94% من المشاركين أن موقع اليوتيوب يسهم في تعزيز الحريات من خلال حرية التعبير والقدرة على طرح جميع الآراء دون قيود.

كما توضح نتائج للدراسة أن موقع اليوتيوب له دور كبير في زيادة المعرفة حول العلاقات الجزائرية المغربية. تأسيسا على ما سبق يمكن استنتاج أن موقع اليوتيوب يمكن أن يكون أداة قوية في توجيه وتشكيل الرأي العام بشأن القضايا السياسية.

- ما درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

توضح النتائج أن هناك مصادر إعلامية متعددة تثير اهتمام وتواصل الأفراد وتسهم في تعزيز معرفتهم بقضية العلاقات الجزائرية المغربية. يتبوأ النشطاء السياسيين الجزائريين على منصة اليوتيوب المرتبة الأولى بنسبة 24.0% كأكثر المصادر إقبالًا. يليها القنوات الفضائية الجزائرية على اليوتيوب بنسبة 23.5% والقنوات الفضائية المغربية على اليوتيوب بنسبة 19.0%. كما تظهر الأهمية البارزة للنشطاء السياسيين المغربيين على منصة اليوتيوب بنسبة 18.5%. بالإضافة إلى ذلك، تلعب مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى دورًا مهمًا بنسبة 11.3% في تشجيع التفاعل وتوفير المعلومات. في المقابل، تأتي القنوات الفضائية التلفزيونية بنسبة 3.0% والصحافة المكتوبة بنسبة 0.8% بأقل أهمية بالنسبة للأفراد في تلقي المعلومات وتشكيل آرائهم حول هذه القضية. هذه النتائج توضح التنوع في مصادر المعلومات وكيف يتفاعل الأفراد معها لفهم ومتابعة تطورات العلاقات الجزائرية المغربية.

يظهر أن الأفراد يميلون إلى الاعتماد على بعض القنوات على اليوتيوب للحصول على معلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية. قناة "الجزائرية الدولية " AL24 NEWSحصلت على تقييم عالي بين الأفراد، مما يشير إلى أنهم يثقون في هذه القناة لتوفير معلومات دقيقة وموثوقة حول العلاقات بين الجزائر والمغرب.

- كما يتبين أن معايير اعتماد مستخدمي اليوتيوب على قنوات اليوتيوب التي تتناول الموضوع تشمل معيار المعلومات المقدمة، وكذلك على أساس أرقام المتابعين. بالمقابل يبرز من خلال الدراستين التحليلية والميدانية

أن النشر بواسطة اليوتيوب يسمح للقنوات الإعلامي المختلفة بتحقيق مشاهدات عالية مقارنة بالبث التلفزيوني، حيث أن إمكانية بث مقاطع الفيديو التي تم عرضها في التلفزيون في اليوتيوب مما يحقق مشاهدات تفوق المشاهدات التي تحققت للمقطع الفيديو المعروض في الوسيلة الأولى، وهذا يمنحه خاصية أخرى في الترويج لوسائل الإعلام الأخرى.

- ماهي اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

تظهر النتائج تباين الآراء للمشاركين في الدراسة حول مسألة قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب. إذ تراوحت تقييماتهم بين متوسط ومرتفع، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.53. كما اختلفت درجات التقييم فيما يتعلق بمسألة تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني، حيث بلغ المتوسط الحسابي للتقييمات 3.85. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج تفاوتاً في الآراء بشأن قطع العلاقات الجزائرية المغربية، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.47.

فيما يخص العلاقات الإنسانية بين الشعبين الجزائري والمغربي، كان المتوسط الحسابي للتقييمات 3.35، مما يشير إلى وجود رؤى مختلفة بين المشاركين. بالمثل، كانت التقييمات متفاوتة بين مختلف المشاركين حول تحول الصراع السياسي بين البلدين، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.48.

وبالتالي يمكن الإجابة على سؤال الإشكالية: **كيف يساهم موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا؟**

من حيث ابراز دور موقع اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كمصر رئيسي للمعلومات المتعلقة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية، حيث بالعودة إلى الجدول رقم 30 يتبين أن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي يلعبان دوراً بارزاً في تشكيل وتوجيه آراء الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية، كما أبانت نتائج الدراستين التحليلية والميدانية أن موقع اليوتيوب يلعب دورا إيجابيا وكذا سلبيا في تناول الموضوع محل البحث.

كما يتضح أن مقاطع فيديو اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية قد أسهمت في تثبيت اتجاهات الرأي العام الجزائري نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية أكثر مما ساهمت في تغييرها، حيث أن أغلبية المبحوثين فئة ناضجة بالعودة إلى فئاتهم العمرية وفئة المستوى التعليمي، إذ أن هذين العاملين يلعبان دور بارز في تمكين المستخدم من التمييز بين المعلومات المضللة والحقائق الثابتة. حيث أن عملية تشكيل اتجاهات الرأي العام عملية مركبة تخضع لعوامل متعددة ومتداخلة، حيث يمكن أن يحدث تغييرا في الأفكار والاتجاهات المستقرة للفرد

لكي تتوافق مع المعلومات الجديدة الواردة إليه، حيث تبث علميا أن الاتجاهات مرتبطة بالحاجات والدوافع كالحاجة إلى الانتماء وإعطاء معنى للأحداث المحيطة بالفرد، لهذا نجد أن مستخدمي اليوتيوب لديهم اهتمام بمشاهدة الفيديوهات التي تتناول موضوع العلاقات الجزائرية المغربية، فتكوين الاتجاه يتم إذن كثمرة للتنظيم المعرفي والإدراكي، وهو بدوره يتأثر بمختلف العوامل الحضارية، وعملية الإدراك عملية انتقائية فالتنظيم المعرفي يتأثر بحاجات الفرد ودوافعه وتكوينه الشخصي وحتى بحالته النفسية الراهنة. ولهذا نجد عديد تعليقات مستخدمي اليوتيوب وقنوات اليوتيوب تعمل على نشر الشائعات المغرضة والمقصودة ونشر خطابات تدعوا للكراهية وتحويل الولاء ودق المكائد الذي يستعين بنشر الشائعات للتعبير عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان، التي من شأنها زيادة التوتر بين الطرفين. والوصول للأهداف التي حرصت دول أخرى على رعايتها وتمويلها والتخطيط لها بصورة ممنهجة لتحقق المآرب التي تعجز أن تنجزها الحروب العسكرية.

كما يجب الإشارة إلى أن موقع اليوتيوب يلعب دورا ثنائيا متضادا يتحدد بالأساس حسب طبيعة استخدامه الثنائية التي تجمع بين صاحب قناة اليوتيوب أو صانع المحتوى(youtubeurs) ، والمستقبل(Receiver) أن مستخدم موقع اليوتيوب (YouTube users) حيث يقوم أصحاب قنوات اليوتيوب من خلال التدفق الكثيف والممنهج بغية كسب اتجاهات الجمهور نحو اتجاهات تقررها أيديولوجية قنوات اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية بعديد الاستراتيجيات منها ما هو عقلي أو حتى الاستمالات العاطفية، مما يسمح للمرسل عبر موقع اليوتيوب من إنتاج رأي عام بما يتوافق مع طبيعة النظام السياسي والاجتماعي الذي ينتمي إليه.

وهو ما يحيلنا إلى ضرورة التأكيد على خطورة دور موقع اليوتيوب على "جيل الإبهام"[1](Thumb generation) الذين نشؤوا وترعرعوا في ظل التكنولوجيا الرقمية، لأنهم يقفون في قلب التغيير السريع الذي مس مختلف جوانب الحياة، في عملية التنشئة وتزويد فئة ما دون سن18 ، حيث يعتمد هذا الجيل على المعلومات التي تنشر عبر الفضاء الرقمي كمصرد رئيسي دون إمكانية التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة سيما فيما يتعلق بالمعلومات التاريخية نظرا لما في ذلك من أيديولوجيات لطمس الحقائق والتلاعب بالرأي العام.

[1] يصف الفيلسوف الفرنسي ومؤرخ العلوم، "ميشال سير"، أبناء الجيل الذي نشأ وترعرع في ظل التكنولوجيا الرقمية، بجيل الإبهام (Thumb generation). وذلك للدلالة على كثرة استخدام إبهام يدهم لولوج عالم المعرفة والإعلام والترفيه والتدرب على الحياة الاجتماعية واكتساب المهارات، عبر لمس شاشتي جهاز اللوح الإلكتروني والهاتف المحمول الذكي.

خاتمة

خاتمة

إن دراسة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية، العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا، بتبني أداتين يبرز العديد من ملامح هذا الدور، ويتضح ذلك في أن موقع اليوتيوب يعد وسيلة سياسية مهمة من حيث تعزيز الحس الوطني، وتعزيز الوعي السياسي نحو القضايا السياسية الإقليمية، وكذا فضاء فعال لمناقشة القضايا السياسية، على غرار قضية العلاقات الجزائرية المغربية، إذ أن استخدام منصة اليوتيوب YouTube بين الأفراد في الجزائر يمثل ظاهرة اجتماعية ملحوظة تعكس نسب الاستخدام والتفاوتات بين الفئات المختلفة عدة جوانب مهمة. حيث يبدو أن اليوتيوب يحظى بشعبية كبيرة في الجزائر بين الذكور والإناث على حد سواء، مما يوحي بأنه يقدم محتوى متنوعًا يلبي اهتمامات مختلفة. كما يظهر أن الأفراد من مختلف الفئات الوظيفية والمستويات الاقتصادية يستخدمون اليوتيوب بشكل كبير، مما يشير إلى أنه يمكن استخدام اليوتيوب كوسيلة فعالة لنشر المحتوى وتحقيق تأثير كبير.

فيما يتعلق بقضية العلاقات الجزائرية المغربية كما يتبين أن السمة الرئيسية التي تميز العلاقات بين الطرفين الجزائري والمغربي منذ استقلال الجزائر في عام 1962 هي التوتر، وهو ما ينعكس حتى من خلال المضامين الرقمية التي ينتجها صناع المحتوى عبر اليوتيوب والقنوات الإعلامية عبره. حيث تبين الدراسة أن الخلاف السياسي بين المغرب والجزائر لا يقتصر على الهيئات والتصريحات الرسمية المتبادلة، بل يتجاوز تأثيره ذلك على الفضاء الافتراضي، حيث تظهر ملامح حرب رقمية موازية بين الشعبين على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بما فيها موقع اليوتيوب، تصل إلى حد خطاب الكراهية بين الجانبين، ونشر الأخبار الزائفة والفيديوهات المتجزئة التي تعتمد على أنصاف الحقائق وكذلك الشائعات المغرضة بهدف إثارة الرأي العام الإلكتروني وتغييبه. التي تعد الأوجه البارزة المصاحبة لهذا النزاع عبر موقع اليوتيوب نظرا للكم الكبير من المعلومات المضللة التي تسعى لترسيخ النزاع خاصة في ظل حرية نشر المضامين المتعلقة بموضوع العلاقات الجزائرية المغربية، وكذا الهويات الافتراضية التي يصعب الفصل فيها، وتعدد أجندات مستخدمي اليوتيوب حيال الموضوع لاسيما صانعي الفيديوهات التي تتناول الموضوع التي قد تندرج ضمن الأجندات الخارجية التي تعمل على تغذية النزاع أكثر من البحث عن الحل والتوافق.

ختاما يمكن القول أن موقع اليوتيوب يمثل سيف ذو حدين حيث يملك مساهمة إيجابية في تشكيل اتجاهات الأفراد حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية. من حيث تعزيز المشاركة السياسية من خلال الاطلاع

على محتوى فيديو يتناول العلاقات الجزائرية المغربية. الذي يبرز دور موقع اليوتيوب في توفير فيديوهات ومعلومات متعددة حول العلاقات الجزائرية المغربية، باختلاف أبعاده الثقافية، الاجتماعية، الاقتصادية، أو السياسية من حيث كم الفيديوهات والرؤى المتنوعة المقدمة نحو الموضوع ما يبرز أن موقع اليوتيوب يمكن أن يكون أداة قوية في توجيه وتشكيل الرأي العام بشأن القضايا السياسية.

أما الجانب السلبي فيبرز من خلال حروب الإلكترونية القائمة عبر هذا الفضاء الرقمي، والتي تعتمد على تكتيكات حرب اللاعنفNonviolence war . كنشر معلومات مضللة، وإيديولوجيات تخدم مصالح جهات خارجية ونشر معلومات وفيديوهات تخدمها.

كما يمكن التأكيد في خاتمة هذه الدراسة على أن ظاهرة صناعة المحتوى عبر اليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى في الجزائر لايزال في بداياتها، جدير بالذكر أن موقع اليوتيوب ساهم في فتح نقاشات واسعة حول المواضيع ذات الشأن بقضية العلاقات الجزائرية المغربية لكن هذا الموقع لم ينجح في بلورة رأي عام موحد حول القضية والوصول إلى اتفاق جماعي حول وجهة نظر واحدة. في بعده الوطني، الإقليمي، وحتى الدولي، نظرا للتعقيدات الكثيرة التي تمتاز بها قضية العلاقات الجزائرية المغربية والتي تزداد تعقيدا لاسيما في ظل انتشار خطاب الكراهية والخطابات التضليلية عبر اليوتيوب.

توصيات الدراسة:

من خلال هذه الدراسة نفتح المجال لضرورة زيادة البحث في الموضوع، بتبني مقاربات تأخذ بعين الاعتبار السياق التاريخي والسياسي والاجتماعي وحتى الثقافي للموضوع، وبالتالي الخروج بالتوصيات التالية:

- توجيه اهتمام خدمات اليوتيوب المختلفة لضمان تجربة مستخدم مميزة على اليوتيوب تراعي مبدأ حرية التعبير عن الآراء المختلفة وعرض فيديوهات تعتمد على حقائق لا وجهات نظر ضيقة.
- ضبط النشاط عبر اليوتيوب بضوابط قانونية وأخلاقية للناشطين عبر اليوتيوب ما قبل أو بعد النشر. من خلال تأسيس خلية ضبط مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع اليوتيوب.
- ضرورة ادراج ضمن البرامج التعليمية مقاييس تعنى بترسيخ تربية إعلامية رقمية لاكساب فئة الأطفال والمراهقين خاصة المهارات التي تسمح لهم بالانخراط في الفضاء الافتراضي بفعالية وتمكنهم من التفكير النقدي للتمييز بين ما هو صائب وما هو خطير.

- ضرورة العمل على ضمان نقل التراث الثقافي، وتقديم السياق التاريخي الصحيح لتاريخ العلاقات الجزائرية المغربية لمساعدة الأجيال الصاعدة على فهم والتفريق بين المعلومات الحقيقية والمضللة المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها اليوتيوب. لاسيما في ظل الصراع الثقافي والتاريخي القائم بين البلدين.

- يستعين موقع اليوتيوب بخوارزميات تعمل على تحقيق نسب أعلى من المشاهدة والتفاعل، لهذا من الضروري وضع ضوابط أخلاقية أكثر صرامة لعرض المحتويات المختلفة لاسيما المتعلقة بالمواضيع القومية بين الدول.

- ضرورة التعامل مع فيديوهات اليوتيوب ومضامينه المتعلقة بالقضايا السياسية المتمثلة في العلاقات الجزائرية المغربية بالوقوف عند مدى مصداقية صناع المحتوى، ودوافع نشر الفيديوهات التي تتناول الموضوع والتساؤل عما يريد صانع الفيديو تصديقه حول الموضوع ولماذا يريد الجمهور أن يصدقون هذه المعلومات. خاصة في ظل تطور تقنيات التزييف والتلاعب بالمحتوى الرقمي باستخدام الذكاء الاصطناعي.

– ضرورة مواجهة مختلف التهديدات الرقمية التي تتعرض لها الجزائر، وبناء استراتيجيات رقمية والتصدي لها من خلال إنشاء مرصد ووحدات متابعة للرد على الشائعات المتداولة عبر الفضاء السيبراني. وكذا استخدام تقنيات مراقبة المحتوى الرقمي المتداول حول الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

❖ **المراجع باللغة العربية:**

أولا: القواميس والمعاجم

1. إحسان محمد حسن، **موسوعة علم الاجتماع**، الدار العربية للموسوعات، ط1، بيروت، 1999.

2. ابن منظور، **لسان العرب**، دار صادر، مجلد 14، بيروت، 1990.

3. سامي ذبيان وآخرون، **قاموس المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية**، ط1، رياض الريس للكتب والنشر، لندن، 1990.

4. أحمد مختار عمر، **معجم اللغة العربية المعاصرة**، عالم الكتاب، القاهرة، 2008.

5. إبراهيم السامرائي، **المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام**، ط1، مكتبة لبنان ناشرون، لبنان، 1999.

6. مي العبد الله، **المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات**، دار النهضة العربية، لبنان، 2014.

ثانيا: الكتب

1. بن عطية منصور قدور، **مملكة التجسس**، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2023.
2. محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
3. موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية**، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004.
4. حياة قزادري، **قياس الجمهور والرأي العام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.
5. وسام فاضل راضي، **العينات في بحوث الاعلام**، ط1، مكتب سنتر العلوم، بغداد، 2023.
6. أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سبتمبر 2003.
7. أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
8. محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، (د.ط)، مكتبة الهلال للطباعة والنشر، بيروت.2009.
9. أعياد عبد الرضا العبد الله، **دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاقه المستقبلية**، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، 2006.

10. عاطف عدلي العبد، **الرأي العام وطرق قياسه، الأسس النظرية. الجوانب المنهجية، النماذج التطبيقية، والتدريبات العلمية**، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
11. محمود عبد الرحيم، **أسرار العدوان المغربي على الجزائر**، د.ط، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، د.ت.
12. فتحي الديب، **جمال عبد الناصر والثورة الجزائرية**، ط 2، دار المستقبل العربي، القاهرة، 1990.
13. عكاشة برحاب، **المغرب والجزائر تاريخ جوار صعب**، د.ط، مطابع الرباط، 2015.
14. مختار التهامي، **الرأي العام، الحرب النفسية**، الجزء الأول، الطبعة الثالثة، دار المعارف، القاهرة، 1974.
15. محمد صابر عبيد، **التشكيل السردي المصطلح والاجراء**، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، العراق،2011.
16. عمر سعد الله، **الحدود الدولية – النظرية والتطبيق**، دار الهومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
17. حميدة سميسم، **نظرية الرأي العام**، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005.
18. إيهاب خليفة، ***حروب مواقع التواصل الاجتماعي***، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، 2016.
19. عثمان محمد الدليمي، **مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب**، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2020.
20. يوسف تمار، **مبادئ البحث العلمي، المنطلقات النظرية والتوجهات التطبيقية**، دار مدني، الجزائر، 2021.
21. الهامي عبد العزيز إمام، **مدخل إلى سيكولوجية الإعلام والرأي العام**، دار الحكيم لطباعة الأوقست، مصر، د.س.ن.
22. محمد شفيق، **البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.
23. غالب كاظم الدعمي، **صناعة الرأي العام من عصر الطباعة إلى فضاء الإنترنت، تقاليد موروثة وسلطة مطلقة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
24. يحي أبو زكريا، **الجزائر من أحمد بن بلة إلى عبد العزيز بوتفليقة** د. طه د.م، ناشري، 2003م .
25. خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها**، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

26. رحيمة الطيب عيساني، **مدخل إلى الإعلام والاتصال** (المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية)، ط1، عالم الكتب الحديثة، عمان،2008.

27. مي العبد الله، **الدعاية وأساليب الاقناع**، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.

28. حسين شقيق، **الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية**، القاهرة، رحمة برس للطباعة والنشر 2007.

29. مي مجدي عبد الحكيم، **اليوتيوبرز كيف تبدأ قناة وتحقق الربح منها؟**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2021.

30. نور الدين بكيس، نوال رزقي، **كيف تصبح مواطنا سيئا في الجزائر؟**، سارة للنشر، 2018.

31. مها حامد جنيدي، **سوشيال ميديا**، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2018.

32. سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، **مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة**، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2020.

33. ماهر محمود عمر، **سيكولوجية العلاقات الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، مصر، د ط، 2001.

34. *بول ليفنسون، **أحدث وسائل الإعلام الجديدة**، ترجمة هبة ربيع، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.*

35. وديع العزعزي، **الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

36. محمد مصطفى رفعت، **الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية**، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.

37. أنظر عمر صدوق، **قضية الصحراء الغربية في إطار القانون الدولي والعلاقات الدولية**، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 1986.

38. عمر صدوق، **قضية الصحراء الغربية في إطار القانون الدولي والعلاقات الدولية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1986.

39. منصور قدور بن عطية، **مملكة التجسس**، ط1، دار الوعي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2023.

40. كامل خورشيد مراد، **مدخل إلى الرأي العام**، ط4، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2020.

41. جنان سعيد الرحو، **علم النفس الاجتماعي، اساسيات في علم النفس**، ط1، الدار العربية للعلوم، بيروت، 2005.

42. عاطف عدلى العبد، نهى عاطف العبد، **الرأي العام والفضائيات دراسة في ترتيب الأولويات**، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2007.

43. محمد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

44. وسام فاضي راضي، مهند حميد التميمي، **الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة**، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2017.

45. خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم**، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

46. ديانا لاريا، منتصر مرعي، **إنتاج الفيديو لشبكات التواصل الاجتماعي**، معهد الجزيرة للإعلام، د.س.ن.

47. ريهام دخيل الشمري، **عالم الذكاء الاصطناعي**، كلية التربية النوعية، ج1، ط1، الكويت،2020.

48. محمد منير حجاب، **أساسيات الرأي العام**، الطبعة 2، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،2000.

49. عبد الغفار رشاد القصبي، **الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات**، ط1، دار الأصدقاء للطباعة بالمنصورة، القاهرة، 2004.

50. حياة قزادري، ***قياس الجمهور والرأي العام***، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2020.

51. شاهيناز طلعت، **الرأي العام**، مكتبة الأنجو المصرية، القاهرة، 2015.

52. أحمد منصور، **شاهد على العصر الرئيس أحمد بن بلة يكشف أسرار ثورة الجزائر**، ط2، الجزائر: دار الأصالة للنشر والتوزيع، 2009م.

53. عبد العزيز جراد، **العلاقات الدولية**، موفر للنشر، الجزائر، 1992.

54. جلال يحي وآخرون، **مسألة الحدود المغربية الجزائرية**، القاهرة، 1981.

55. فتيحة النبراوي، محمد نصر مهنا، **قضايا العالم الإسلامي ومشكلاته السياسية**، ط1، الإسكندرية، منشأة المعارف، 1983.

56. رضوان محمد، **منازعات الحدود في العالم العربي مقاربة سوسيو تاريخية وقانونية**، إفريقيا الشرق، الجزائر، 1999.

57. طاهر سعود، نزاع الصحراء الغربية بين المغرب والبوليزاريو، ط1، دمشق، دار المختار، 1998.

ثالثا: المقالات

1. إسماعيل مرازقة، وهيبة بوزيفي، **المؤثرون الاجتماعيون على الواب 2.0، قراءة بحثية في إعادة تشكل مفاهيم: التأثير وصناعة المحتوى وقيادة الرأي العام**، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الثاني، العدد الأول، جوان 2022.

2. فضيل دليو، **اختيار العينة في البحوث الكيفية**، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد3، العدد3، 2022.

3. أحمد ماهر خفاجة شحاتة، **أدوات التحليل النوعي في العلوم الإنسانية والاجتماعية دراسة تحليلية مقارنة**، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، الجزء5، العدد4، أكتوبر- ديسمبر 2018.

4. فضيل دليو، **اختيار العينات عبر الإنترنت في البحوث الاجتماعية**، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 6، العدد 02، أفريل (2023).

5. نبيلة جعفري، **مؤثرو مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار**، مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد2، العدد 1، 2022.

6. عائشة كريكط، **خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي أي دور؟ وأي علاقة؟**، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (06)، العدد (02)، ديسمبر 2022.

7. مرازقة إسماعيل، **تحليل الشبكات الاجتماعية: برنامجا NodeXL وMAXQDA أنموذجا**، مقال منشور في مجلة رقمنة العدد الثاني ديسمبر 2021.

8. هواري حمزة، **مواقع التواصل الاجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 20، سبتمبر 2015.

9. عزام أبو الحمام، **الرأي العام التقليدي والإلكتروني بين القطيعة والتشاركية**، مجلة علوم الإعلام والاتصال الإلكترونية، العدد الأول، جانفي 2018.

10. صادق حمامي، **كيف نفكر في الشبكات الاجتماعية؟**، مجلة أكاديميا، عدد ماي 2012.

11. نزار عبد الغفار السامرائي، **الافتراضي والواقعي وتشكل الإعلام البديل في التظاهرات الاحتجاجية، ساحة التحرير في بغداد أنموذجا**، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي، العدد 13، برلين، نوفمبر 2020.

12. محمد فرج صالح العبد اللات، **أثر استخدام اليوتيوب والفيس بوك في تحصيل طلبة الجامعة الأردنية لمرحلة البكالوريوس في مادة اللغة الإنجليزية**، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد الحادي عشر، العدد 34، 2018.

13. عبد السلام فريقة، دور الجزائر في إطار المغرب العربي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد العلوم السياسية 2004.

14. محمد علي القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي، دراسة نقدية، مجلة علوم الاتصال، المجلد الثاني، العدد السادس، ديسمبر 2020.

15. عبد القادر ضيف، **سوسيولوجيا الاستخدامات: نحو مقاربات سوسيو– تقنية لتفسير انتشار واستخدام وتملك تكنولوجيات الإعلام والاتصال**، مجلة سوسيولوجيا، الجزائر، 2020.

16. متعب بن شديد بن محمد الهماش، **الرأي العام الالكتروني**، مجلة الأمن والحياة، العدد 304، سبتمبر/ أكتوبر، 2007، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية، 2007.

17. مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، **انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي**، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2022.

18. أحمد أبو طالب، **القرصنة السياسية عبر الفضاء الافتراضي**، مجلة السياسة الدولية، العدد 187، جانفي 2012.

19. أحمد مهابة، "**مشكلات الحدود في المغرب العربي**"، مجلة السياسة الدولية، عدد 111، 1993.

20. مازن إسماعيل الرمضاني، **الصراع الدولي في إفريقيا والأمن القومي العربي**، مجلة الأمن والجماهير العراق، عدد 12، 1985.

21. المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، **خلفيات قرار الجزائر قطع العلاقات الدبلوماسية مع المغرب وتداعياته**، قطر،2021.

22. ناصر بوعلام، **التطبيع المغربي الإسرائيلي وتداعياته على قضية الصحراء الغربية والتوازنات الإقليمية في المنطقة المغاربية**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 9، العدد1 ،2022.

23. مريم لوكال، **تداعيات قطع العلاقات الدبلوماسية الجزائرية المغربية في 24 أوت 2021 في ضوء القانون الدولي الدبلوماسي**، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة تيزي وزو، المجلد 17، العدد 01، 2022.

24. جاسم شعلان، **مشكلة الصحراء الغربية وانعكاسها على مستقبل الأمن القومي العربي**، بحث في الجغرافيا السياسية، مجلة جامعة بابل العلوم الإنسانية المجلد 19 / العدد 4 2011.

25. بهجت قرني علي الدين هلال، **السياسة الخارجية للدول العربية**، جامعة القاهرة، مركز البحوث والدراسات السياسية، 1994.

26. حسين بوقارة، **اتحاد المغرب العربي: بين الواقع والآفاق**، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني،1996.

27. حسين بوقارة، **السياسة الخارجية الأمريكية في منطقة المغرب العربي**، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002، العدد الثاني.

رابعا: المؤتمرات والملتقيات

1. رضا عبد الوجد أمين، **استخدامات الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب على شبكة الإنترنت**، دراسة منشورة ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد، بجامعة البحرين، (7-9 أفريل)، 2009.

خامسا: الرسائل والأطروحات

1. أعياد عبد الرضا العبد الله، **دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاقه المستقبلية**، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، 2006.

2. إيلاف راجح هادي، **مستقبل الدور العالمي لليابان**، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية، جامعة النهرين،2006.

3. بوضياف سهيلة، ***الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الراي العام في الجزائر، دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك***، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة باتنة، 2018.

4. رضوان محمد الزعبي، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني**، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة اليرموك، الأردن، 2019.

5. شيرين محمد كدوانى، **استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية على الإنترنت وعلاقته بالتحول الديمقراطى فى مصر، أطروحة دكتوراه**، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2015.

6. دريس نوري، **استعمال المجال العام في المدينة الجزائية**، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع الحضري، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة محمد منتوري، قسنطينة، 2007.

7. سعاد سراي، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة "الخبر"، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة بين 2000و 2005**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2007.

8. الجيلي معاذ محمد، ***مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام النوعي دراسة تطبيقية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم 2018– 2019***، جامعة افريقيا العالمية، قسم الإعلام، السودان، 2020.

9. مبارك زودة، **بناء الرأي العام وتشكيله في المجتمعات الافتراضية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية موقعي الفايسبوك وتويتر أنموذجا**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2020.

10. أمينة شعبوني، **العلاقات الجزائرية المغربية في استراتيجية السياسة الخارجية لفرنسا (1962–1978م)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، التاريخ المعاصر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 2، 2012.

11. عبد الرحمن قدي، **تلقي المنتجات الإعلامية عبر موقعي اليوتيوب والفيسبوك وعلاقته بادراك الواقع الاجتماعي، دراسة إثنوغرافية على الخط لعينة من المستخدمين الشباب في الجزائر**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، 2021.

12. إلياس شويخي، **التسويق الخفي في قنوات اليوتيوب وأثره على السلوك الشرائي للمستهلك، دراسة أعدت لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام**، الأكاديمية العربية في الدنمارك، قسم الصحافة والإعلام، 2022.

13. سعاد سراي، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال جريدة "الخبر"، دراسة وصفية تحليلية للفترة الممتدة بين 2000و 2005**، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، 2006– 2007.

14. نائلة باشا، **العلاقات الجزائرية المغربية من خلال الصحافة المكتوبة، دراسة تحليلية لعينة من يوميتي "الشعب" و"الخبر" خلال الفترة الممتدة ما بين 24 أوت 1994 إلى 24 أوت 2003**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة الجزائر 3، 2020.

15. بوزرب رياض، النزاع في العلاقات الجزائرية المغربية 1963-1988، رسالة ماجيستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية قسم العلوم السياسية، التخصص العلاقات الدولية، جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008م.

16. شعنان مسعود، **نزاع الصحراء الغربية والشرعية الدولية**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007.

17. مصطفى صايج، **تطور العلاقات الجزائرية – المغربية من خلال أزمة الحدود وقضية الصحراء الغربية**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد العلوم السياسية، 1995.

18. أحسن العايب، **البعد الأمني لسياسة ودبلوماسية الجزائر الإقليمية منذ 1962**، رسالة ماجستير، معهد العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر، 1993.

سادسا: مواقع الأنترنت

1. House of video uploaded to youtube every munite as of 2020, https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/ , 12-07-2023, 14:30.
2. https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ, 12-07-2023, 14:30.
3. House of video uploaded to youtube every munite as of 2020, https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/
4. YouTube users in Algeria, retrieved on: https://datareportal.com/reports/digital-2023algeria#:~:text=YouTube%20users%20in%20Algeria%20in,in%20Algeria%20in%20early%202023.

5. ما هو تحليل البيانات بمساعدة الكمبيوتر؟https://www.maxqda.com › arabic

6. موقع معجم المعاني الجامع، تم الاطلاع عليه عبر الرابط التالي، بتاريخ 21- 08- 2022، على الساعة 02:24: https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/تشكيل-الرأي/

7. https://www.ohchr.org/ar/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-civil-and-political-rights

8. https://datareportal.com/reports/digital-2023-algeria , le 15 novombre2023, à 20h.

9. https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/

10. موقع DW ، مقال صحفي بعنوان: يوتيوب يلجأ للذكاء الاصطناعي لحذف المحتوى غير اللائق، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 22أكتوبر2023، من خلال الرابط التالي https://p.dw.com/p/2puLQ

11. موقع bbc، مقال صحفي بعنوان: **قنوات يوتيوب تنشر معلومات علمية مزيفة باستخدام الذكاء الاصطناعي**، تاريخ النشر 14سبتمبر 2023، تم الاطلاع عليه، بتاريخ 22أكتوبر، 2023، عبر الرابط التالي:
https://www.bbc.com/arabic/articles/c4n45nnq2nko.amp?fbclid=IwAR3ysEjUJfO6Rvjy_JeM-mEHz3OyoMiUo-zqnuL__3LG9iJOUhbvFhGwtXs

12. عبد الحميد العربي، **"الجزائر تستهدف الأسرة العلوية الحاكمة في المغرب من أجل الهيمنة الاقليمية"**، موقع أنا الخبر، نشر 14/02/2017، http://www.ana alkhabar.com

13. مصطفى الخلفي، **أزمة العلاقات المغربية الجزائرية ومشكلة الصحراء الغربية**، موقعwww.aljazeera.net، 2023/11/13.

14. لعمامرة يستنكر تجسس المغرب على مواطنين ومسؤولين جزائريين، وكالة الأنباء الجزائرية، 24أوت 2021.

15. مصطفى الخلفي، **أزمة العلاقات المغربية الجزائرية ومشكلة الصحراء الغربية**، عن موقع

16. http://www.aljazeera.net/in-depth/western_desert_crisis/2003/05/05-8-2htm

17. رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يأمر بوقف العلاقة التجارية مع المغرب، ويأمر سوناطراك بعدم تجديد العقد مع الشركة المغربية، وكالة الأنباء الجزائرية، 31أكتوبر 2021.

18. الجزائر تنهي عقد أنبوب الغاز الأورو- مغاربي، وتزويد اسبانيا حصريا "بميدغار"، وكالة الأنباء الجزائرية، 31 أكتوبر 2021.

❖ **المراجع باللغة الفرنسية:**

أولا: القواميس والمعاجم

1. **New websters Dictionary ،U**.S.A Lexicon Publications،1993 .

2. Francis balle, **dictionnaire des médias, Larousse**, paris,1998.

ثانيا: الكتب

1. Roger, Muchielli**, Le questionnaire dans l'enquête psychosociale, connaissance du problème et application**, les édition ESF, Paris, 1979.
2. Héléne Janniére, vallerie Devillard ; Espace public ; communauté et voisinage ; In les Espaces publics modernes : ouvrage collectif sous la direction de picon le febvre edition le minitour ; paris ; 1997.
3. Peter Lunenfeld,The digital Dialectic, **New Essays on New Media**, edition by Richard Coyne ,united states of America ,2000.
4. Dacheux Eric, **l'espace public**, edition CNRS, paris, 2008.
5. SIBONI (Alain), Le grand guide du Maroc, Bibliothèque du voyageur, Singapour, Edition Gallimard, 1990.
6. SEGURA IMAS (Antoni), **La question du Sahara dans la dynamique géopolitique du Maghreb, in confluences Méditerranée;** Transition politique au Maroc, Edition L'Harmattan, Automne 1999, nº31.

ثالثا: المقالات

1. Duffy, Peter, **Engaging the Youtube Google- EyedGeneration:Strategies For Using Web 2.0 In Teaching And Learning**, The Electronic Journal E- Learning, Vol 6, N2.
2. Gershkoff, Amy, &Kushen, shana, **Shaping public opinion: the 9/ 11- Iraq connection in the Bush administration's rhetori**c, perspectives on politics, volume3, Issue3, 2005, pp 525- 537, Published online by Cambridge UniversityPress: https://sgadaria.expressions.syr.edu/wp-content/uploads/2012/03/Iraq-article_Gershkoff_Kushner.pdf

3. Joan M Reitz, **online dictionary for library and information science**, https://products.abc-clio.com/ODLIS/odlis_s, vu le 14-08- 2022, à 21h.
4. Danah m. BOYD, Nicole b. Ellison, social **Network Sites: definition, history, and scholarship,** journal of computer- Mediated communication, volume 13, issue1, octobre 2008.
5. Andreas. M. Kaplan, Michael Hoenlein, **uses of the world, unite! The challenges and opportunities of social media,** article in business horizons, Volume 53, Issue 1, January–February 2010.
6. Alan Finlayson, **Youtube And Political Ideologies: Technology Populism And Rhetorical Form**, Sage Journals, Volume 70, Issue 1, 2022.
7. Ann Tresa Sebastian, Bhagya Lal, and auther, **Exploring the opinions of the YouTube visitors towards advertisements and its influence on purchase intention among viewers,** article in cogent Business & Management, January 2021.
8. Philippe Viallon, Elizabeth Gardére, Cécile Dolbeau- Bandin, **youtube : entre formation, information et désinformation**, editions Nota bene, Québec, canada, Laval Québec, communication, 38/2, 2021, ⟨hal-02497578⟩
9. Hibamo Ayalew**, The Role of Social Media Networks in the 2011 Arab Revolutions,** A senior essay submitted in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Bachelor f Arts in Political Science and International Relations, Program of Political Science and International Relations, Wollega University, June 2012**.**
10. Matteo Lattanzio, **The Future Of Public Space, Towards An Integrated Design Of Public Space And Informational Technology,** Faculty Of Arts, Environment and Technology, Leeds Metropolitan University, 2012.
11. Wu, Shiwen Andliu, Na, 2013, **Contentious Discourse And Dynamic Frames:The Interplay Among Online Public Opinion,** Media Report, And Government Discourse In Public Event, Paper Prested At The Annual Meeting Of The Association For Education In Journalism And Mass Communication, Washington.
12. Juliane urban, kristin bulkow 2013, **tracing public opinion online**,**an example of use for social network analysis in communication research**, application of social network analysis conference, vol 100.

رابعا: المؤتمرات والملتقيات

1. Kim, kyungmo, young min and kim, narae ,2014, **online news diffusion dynamics and public opinion formation:a case study of controversy over judge'spersonal opinion expression on sns'in korea,** paper presented at the annual meeting of the internation communication association 64Th annual conference, Washington.

خامسا: الرسائل والأطروحات

1. El mouldi sana, **communautés virtuelles sur youtube : quand les marques s'associent aux youtubeurs,** thèse de doctorat en science de gestion et management, université de bordeaux, 2020.
2. Young Cheon Cho, **The politics of Suffering in the public sphere: The body in pain Empathy and political spectacles**, Ph.D. Dissertation, The university of lowa, lowa City, may 2009.
3. Nien-Hsuan Fang, **The internet as public sphere: A habermasianapproach**,**Ph.D. Dissertation** ;University of New York, Rutgers, 1995.
4. Alina Vytiaz ،**Youtube - a new era of TV?**،Masaryk UniversityFaculty of Economy and Administration ،Study program: Public Economics. 2018.
5. Philippe Duguay, **réseaux sociaux et nouveaux espaces démocratiques : un effet sur les attitudes politiques,** thèse de doctorat en science politique, université du Québec à Montréal, 2019.
6. Shaden shabayek, **behavior, opinion formation& cultural identity in social networks**, these pour l'obtention du titre docteur en economie, université paris1, panthéon sorbonne, paris- Jourdan sciences economique, 2021.
7. Sana el Mouldi, **communautés virtuelles sur youtube : quand les marques s'associent aux youtubeurs**, thèse pour obtenir le grade docteur, gestion et management, université de Bordeaux, école doctorale de l'institut supérieur de gestion, 2020.
8. Buckley, Steven, ***YouTube and the public sphere: What role does YouTube play in contributing towards Habermas' notion of the public sphere***, PhD Thesis, Cardiff University, Item availability restricted, 2020.
9. Fatiha Daoudi, **Analyse de situation aux frontières terrestres algéro marocaines : vie quotidienne d'une population partagée,** thèse de doctorat, université Grenoble Alpes, science politique, France, 2015.

10. Xu Wu, Chinese Cyber nationalism: How china's online public sphere affected its social and political transitions, **Ph.D. Dissertation**, University of Florida, August 2005.
11. Matteo Lattanzio**, The Future Of Public Space, Towards An Integrated Design Of Public Space And Informational Technology,** Faculty Of Arts, Environment and Technology,Leeds Metropolitan University, 2012.
12. Jennifer marie young, **political conversation on facebook: an exploration of practices, doctoral** Thesis at the faculty of the graduate school of arts and sciences of Georgetown university, 2013.

سادسا: مواقع الأنترنت

1. https://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf
2. Cour International de Justice, Application de la convention internationale sur l'élimination de toutes les formes de discrimination raciale (Qatar c. Émirats arabes unis), disponible a : https://www.icj-cij.org/fr/affaire/172

الملاحق

الملحق رقم 01:

جامعة يحي فارس المدية
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

استبيان حول موضوع:

دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر- العلاقات الجزائرية المغربية أنموذجا-

دراسة مسحية تحليلية على عينة من مستخدمي اليوتيوب الجزائريين في الفترة الممتدة ما بين 2021-2023

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه ل م د في الطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال

نرجو منكم الإجابة على أسئلة هذه الاستمارة بصدق وموضوعية، للحصول على نتائج علمية دقيقة. ونحيطكم علما أن ما تدلون به من آراء ومعلومات تبقى سرية وتستعمل لأغراض علمية.

ملاحظة:

- يرجى وضع علامة **(x)** في الخانة الإجابة المناسبة.
- في حالة اختياركم لأكثر من جواب، يرجى ترتيب أجوبتكم حسب أهميتها بإعطاء:

1: للاختيار الأول، 2: للاختيار الثاني، 3: للاختيار الثالث .....

إعداد الطالبة: إشراف الأستاذة الدكتورة:
حنان عريبي أ.د. بووزة باية

السنة الجامعية

2023-2022

محور البيانات الشخصية:

1. الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2. السن:

- أقل من 18 سنة ☐
- من 18 إلى 28 سنة ☐
- من 29 إلى 39 سنة ☐
- 40 إلى 50 سنة ☐
- 51 فما فوق ☐

المستوى التعليمي:

- ابتدائي ☐
- متوسط ☐
- ثانوي ☐
- جامعي ☐
- دراسات عليا ☐

3. الوظيفة: .....

4. مكان الإقامة:

داخل الجزائر ☐ خارج الجزائر ☐

5. الانتماء الحزبي:

أنتمي ☐ لا أنتمي ☐

المحور الأول: عادات ودوافع استخدام الجزائريين لموقع اليوتيوب YouTube

1. منذ متى تستخدم اليوتيوب YouTube؟

– منذ تأسيس اليوتيوب عام 2005 ☐

– منذ سنة إلى سنتين ☐

– منذ ثلاث سنوات أو أكثر ☐

2. ما طبيعة الفيديوهات التي تتابعها عبر اليوتيوب YouTube (بإمكانك اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)

- ثقافية (موسيقى- غناء- شعر) ☐
- رياضية ☐
- دينية ☐
- سياسية ☐
- -تعليمية (التزود بخبرات جديدة) ☐
- ترفيهية ☐
- تكنولوجية ☐

3. ماهي الوسيلة التي تستخدم من خلالها اليوتيوب أكثر (رتب الاختيارات التالية من1إلى4)

الحاسوب المكتبي ☐

الحاسوب المحمول ☐

الهاتف الذكي ☐

الجهاز اللوحي ☐

4. ما هو المكان الذي تستخدم من خلاله اليوتيوب أكثر

في البيت ☐ في مكان العمل ☐ في الجامعة ☐ في مقهى الانترنت ☐

كل ما سبق ذكره ☐ أماكن أخرى ☐

5. ما هي الأيام التي تستخدم فيها اليوتيوب أكثر

كل أيام الأسبوع ☐ بعض أيام الأسبوع ☐ في نهاية الأسبوع فقط ☐

6. ما هي الفترات التي تستخدم فيها اليوتيوب أكثر

- الفترة الصباحية ☐
- الفترة المسائية ☐
- الفترة الليلية ☐
- كل ما سبق ذكره ☐

7. ما هي المدة التي تقضيها في استخدام اليوتيوب YouTube

- أقل من ساعة ☐
- من ساعة إلى ساعتين ☐
- ثلاث ساعات وأكثر ☐

8. ما هي أشكال مشاهدتك لفيديوهات اليوتيوب YouTube (يمكنك اختيار أكثر من بديل مع الترتيب)

- الاستماع ☐
- المشاهدة ☐
- التعليق ☐
- التفاعل (الاعجاب –J'aime ، عدم الاعجاب – je n'aime pas) ☐
- المشاركة partage ☐

9.ما دوافع استخدامك لموقع اليوتيوب YouTube (الرجاء قراءة العبارات التالية جيدا، ووضع علامة (X) في الخانة المناسبة للعبارة)

المقياس / العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
متابعة الأحداث والقضايا المختلفة					
تكوين معارف جديدة					
تشكيل رأي حول قضية معينة					
الاطلاع على أراء النشطاء عبر اليوتيوب وتحليلاتهم للقضايا والأحداث					
الحصول على معلومات تفصيلية عن الأحداث التي لا توفرها وسائل الإعلام					
اكتساب مهارات جديدة					

مشاهدة البرامج التلفزيونية التي فاتتك					
التسلية والترفيه					
الفهم بصورة أفضل للعديد من المواضيع					

11. ما هي الخدمات التي تفضلها على موقع اليوتيوبYouTube ؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)

- أداة المشاهدة watch ☐
- أداة البحث Search / Discover المتضمن ☐
- أداة المشاركة partage ☐
- أداة التفضيلات favorisation ☐
- أداة انشاء قائمة الانتظار create a playlist ☐
- أداة التحميل upload–telecharger ☐
- أداة الاعجاب j'aime –je n'aime pas ☐
- التعليق commenter– comment ☐
- مقاطع الفيديو المقترحة Suggested ☐
- كل ما سبق ذكره ☐

المحور الثاني: درجة اعتماد المبحوثين الجزائريين على اليوتيوب YouTube لمتابعة قضية العلاقات الجزائرية المغربية

12. رتب المؤسسات التي ترى بأنها تساهم في تشكيل وتكوين آرائك واتجاهاتك السياسية نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية حسب الأولوية (من 1إلى 4)

- المؤسسات الاجتماعية: الأسرة، المجتمع...إلخ ☐
- المؤسسات التعليمية: المدارس، الجامعات، المساجد...إلخ ☐
- وسائل الإعلام الجماهيرية: الصحف، الإذاعة، التلفزيون. ☐
- الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي: الفايسبوك، اليوتيوب...إلخ ☐

12. رتب المصادر الإعلامية التي تجعلك دائما مهتما ومتصلا ومكتسبا للمعلومات الخاصة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية حسب أهميتها (من1الى 7)

- القنوات الفضائية التلفزيونية ☐
- الصحافة المكتوبة ☐
- النشطاء السياسيين الجزائريين عبر اليوتيوب ☐
- النشطاء السياسيين المغربيين عبر اليوتيوب ☐
- القنوات الفضائية الجزائرية عبر اليوتيوب ☐
- القنوات الفضائية المغربية عبر اليوتيوب ☐
- مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى (فايسبوك- تويتر...) ☐

13. ما هي قنوات اليوتيوب التي تثق في تناولها لقضية العلاقات الجزائرية المغربية (يمكنك اختيار أكثر من اجابة مع الترتيب)؟

- النشطاء السياسيون عبر اليوتيوب ☐
- القنوات الإعلامية الخاصة التي لها قنوات عبر اليوتيوب ☐
- القنوات الإعلامية الحكومية التي لها قنوات عبر اليوتيوب ☐
- قنوات اليوتيوب المغربية ☐

14. في كل الحالات السابقة لماذا تتابع هذه القنوات؟

- لأنها تحظى بأعداد كبيرة من المتابعين ☐
- لأنها تحظى بمعدل نشط من التفاعل عبر التعليق والاعجاب وإعادة النشر ☐
- لأنها مهمة وثرية بالمعلومات ☐
- لأنها تعكس الأوضاع بمختلف جوانبها السياسية، الثقافية... ☐
- أخرى، أذكرها .....

15. في حالة متابعتك لقنوات اليوتيوب المغربية، لما تتابع هذه القنوات

- لأنها قنوات تحظى بأعداد كبيرة من المتابعين ☐
- للاطلاع على المعلومات المتعلقة بالعلاقات بين البلدين من منظور مغربي من باب الفضول ☐
- للتعليق على هذه القنوات والدفاع عن الطرح الجزائري ☐

16. عند متابعتك للقنوات المغربية عبر اليوتيوب هل تخضع مناقشات الفيديوهات المغربية عبر اليوتيوب إلى: (يمكنك اختيار أكثر من اقتراح مع الترتيب)

- تقديم أراء وحقائق مغلوطة حول الموضوع ☐
- مخاطبة المشاعر وإثارة مشاعر الرأي العام ☐
- استخدام الحجج والبراهين ☐
- احترام أراء الأخرين ☐
- التفاعل مع المستخدمين الجزائريين والمغربيين على حد سواء ☐
- نشر الكراهية والسب والشتم ☐
- أخرى أذكرها.....

17. ما درجة اعتمادك على قنوات اليوتيوب المذكورة في الجدول أسفله للحصول على المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

درجة الاعتماد / قنوات اليوتيوب	اعتمد عليها كثيرا	اعتمد عليها إلى حد ما	حيادي	نادرا ما أعتمد عليها	لا أعتمد عليها إطلاقا
قناة فرانس 24					
قناة الجزائرية الدولية AL24 NEWS					
قناة النهار					
قناة الدكتور محمد دومير					
قناة الناشط السياسي السعيد بن سديرة					

أخرى، أذكرها.....

18. ما الوقت الذي تقضيه في متابعة فيديوهات اليوتيوب المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

أقل من ساعة ☐

من ساعة إلى ساعتين ☐

ثلاث ساعات وأكثر ☐

19. ما كثافة عدد الفيديوهات والقنوات التي تتابعها عبر اليوتيوب لمشاهدة الفيديوهات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية

–من فيديو إلى فيديوهين ☐

– من ثلاث فيديوهات إلى أربعة ☐

– خمس فيديوهات فما أكثر ☐

20. في كل الحالات السابقة، كيف تتابع الفيديو

– كل الفيديو من البداية إلى النهاية ☐

– جزء من الفيديو ☐

– سلسلة من فيديوهات متتابعة ☐

المحور الثالث: طبيعة دور موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام في الجزائر حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية

21. هل ساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامك بقضية العلاقات الجزائرية المغربية؟

بشكل كبير جدا ☐ بشكل كبير ☐ بشكل متوسط ☐ بشكل منخفض جدا ☐

بشكل منخفض ☐ لم يساهم بأي شكل من الأشكال ☐

22. كيف ساهم موقع اليوتيوب في زيادة اهتمامك بالعلاقات الجزائرية المغربية (يمكنك اختيار أكثر من اقتراح مع الترتيب)

– من خلال اكتساب معلومات أكثر حول الموضوع ☐

– من خلال متابعة فيديوهات أكثر حول الموضوع ☐

☐

- من خلال التعليقات على مضامين الفيديوهات
- من خلال إعادة نشر الفيديوهات مع الأصدقاء والأقارب
- أخرى أذكرها.....

23. كيف تصف معرفتك بقضية العلاقات الجزائرية المغربية بعد متابعتك لفيديوهات اليوتيوب التي تناولت الموضوع

ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	ضعيفة

برر اجابتك.....

24.هل ساهم موقع اليوتيوب في زيادة معلوماتك حول العلاقات الجزائرية المغربية

- بشكل كبير جدا
- بشكل كبير
- بشكل متوسط
- بشكل منخفض
- بشكل منخفض جدا

25. ما هو مجال المعلومات التي اكتسبتها من فيديوهات اليوتيوب التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية؟ (يمكنك اختيار أكثر إجابة)

- التاريخية (المتمثل في معرفة الخلفية التاريخية للعلاقات التي تجمع بين البلدين)
- السياسية (والتي تتمثل في العلاقات بين البلدين من الناحية السياسية)
- الاقتصادية (والمتمثل في المواضيع المتعلقة بالعلاقات الاقتصادية بين البلدين)
- الوطنية (والذي يتعلق بكل المواضيع التي تمس الوحدة وكذا الأمن الوطني للبلاد)
- الاستراتيجية (والمتمثلة في الخطط التي تتخذها كل البلدين)
- القومية (وتبرز في المواضيع المتعلقة بالواقع السياسي القومي بين الشعبين)
- الدبلوماسية (والتي تتناول كل المواضيع المتعلقة بقطع العلاقات بين البلدين دبلوماسيا

26. الرجاء منكم قراءة العبارات التالية واختيار الاتجاه الذي يعبر عن رأيكم حول مدى مساهمة مقاطع فيديوهات اليوتيوب (التي تعرضت إليها) التي تناولت موضوع العلاقات الجزائرية المغربية في:

درجة التأييد / العبارة	مؤيد بقوة	مؤيد	محايد	معارض	معارض بقوة
تغيير موقفك نحو العلاقات الجزائرية المغربية					
تثبيت اتجاهك نحو العلاقات الجزائرية المغربية					
تقديم معلومات لم تكن تعرفها عن العلاقات الجزائرية المغربية					
تقديم أراء عن أهم الأحداث الأخيرة التي كانت السبب وراء قطع العلاقات بين البلدين					
التعبير عن رأيك بكل حرية اتجاه العلاقات الجزائرية المغربية					
فتح المجال لممارسة النقد بحرية للأوضاع السياسية، الثقافية، الاقتصادية،.....للبلدين					
فتح المجال أمامك لممارسة المعارضة وتجاوز القيود وآليات الرقابة السياسية					
تنمية الروح الوطنية من خلال الدفاع عن الوطن والتصدي للمضامين المعادية للجزائر					
النفاذ إلى كم هائل من المعلومات المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية					

27. ماهي المواضيع الراهنة المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية التي ساهم موقع اليوتيوبYouTube في تشكيل رأيك حولها

درجة التأييد / العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
قطع العلاقات الدبلوماسية بين البلدين					
قضية الصحراء الغربية					
الغاء عقد استغلال أنبوب الغاز الجزائري العابر للتراب المغربي					
تطبيع الحكومة المغربية مع الكيان الصهيوني					
المواضيع التي تمس بالموروث الثقافي الجزائري (الكسكس، خيط الروح، القفطان، بالإضافة إلى بعض الأغاني الجزائرية)					
الجانب الرياضي المتعلق بتنظيم الجزائر لبطولة افريقيا للمحليين "شان" 2022 والتغطية المغربية المتعلقة بالحدث الرياضي					
ظاهرة التهريب على المناطق الحدودية الجزائرية المغربية					

28. ما طبيعة مساهمة موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهات الرأي العام حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية

- مساهمة إيجابية ☐ مساهمة سلبية ☐ الاثنين معا ☐

29. كيف ذلك؟

– من خلال تعزيز حسك الوطني ☐

– تعزيز وعيك السياسي اتجاه القضايا الإقليمية المشابهة ☐

- تعزيز مشاركتك السياسية عبر اليوتيوب في مضامين الفيديوهات المرتبطة بالعلاقات الجزائرية المغربية
- تزويدك بمعلومات حول العلاقات الجزائرية المغربية (من الناحية الثقافية، الاجتماعية، السياسية...
- مناقشة قضية العلاقات الجزائرية المغربية على أوسع نطاق ما يمكنك من الاتفاق الجمعي حول رأي معين
- تمكين المستخدمين من الحصول على المعلومات بسهولة وفى أقل وقت ممكن
- تمكين المستخدمين من تبادل الأفكار ومناقشتها وتكوين ما يُعرف "بالرأي العام الإلكتروني"
- تعزيز الديمقراطية من خلال ابداء الآراء بكل حرية
- تقديم معلومات مغلوطة والترويج لها على أساس أنها حقائق
- التعرض لمضامين تحتوي على خطابات تروج لخطاب الكراهية بين البلدين، (والسب والشتم)
- استخدام موقع اليوتيوب لتطبيق ايديولوجيات معادية تهدد الأمن الداخلي للبلاد
- تقديم مضامين كثيرة عبر اليوتيوب تشوش على عملية تشكيل اتجاهك حول المواضيع المتعلقة بالعلاقات الجزائرية المغربية التي تم تناولها عبر اليوتيوب

المحور الرابع: اتجاهات المبحوثين مستخدمي اليوتيوب YouTube نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية

30. ماهي الأشكال التي تعبر بها عن اتجاهاتك في اليوتيوب نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية (يمكنك اختيار أكثر من عبارة مع الترتيب)

- مشاركة وتداول الفيديوهات عبر حسابك على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى
- مشاركة الفيديوهات عبر الخاص
- حضر الفيديو والابلاغ عن قناة اليوتيوب لحجبها (signal)
- مشاهدة الفيديوهات فقط

31. إذا ما سبق التعرض لفيديو مغربي عبر اليوتيوبYouTube يسيء للجزائر، كيف تتعامل مع هذا النوع من المضامين؟

- تدعم الفيديو (إما بالإعجاب، أو التعليق بالإيجاب عن المضمون، تعيد نشره)
- تتعرض للمضمون ولا تبدي أي ردة فعل
- تعترض عن مضمون الفيديو (إما بخاصية je n'aime pas، أو التعليق بطريقة تظهر فيها اعتراضك عن مضمون الفيديو).
- تقوم بحظر القناة والفيديو حتى لا تتعرض لمثل هذه الفيديوهات ثانية

- تسخر من الفيديو بعبارات، أو شعارات أو أشكال ساخرة

32.(أرجو منك قراءة العبارات التالية جيدا، ووضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة في الخانة المناسبة):

المقياس / العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
هل أنت مع قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب					
الحكومة المغربية تتخذ سياسة تطبيعيه مع الكيان الصهيوني ما يشكل تهديدا مباشرا على أمن وسلامة الجزائر					
قطع العلاقات الجزائرية المغربية قرار إيجابي يحفظ للبلدين سيادتهما					
تحول الصراع السياسي بين الجزائر والمغرب من من صراع بين الحكومتين إلى صراع بين الشعبين.					
ساهم موقع اليوتيوب في تشكيل اتجاهك نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية					
اليوتيوب وسيلة للضغط على الحكومات وممارسة المعارضة السياسية					
اليوتيوب وسيلة لتضليل وتغليط الرأي العام نحو قضية العلاقات الجزائرية المغربية					
اليوتيوب وسيلة تؤدي دورا مهما في تشكيل وعي المواطنين واتجاهاتهم وآرائهم حول قضية العلاقات الجزائرية المغربية					
وسيلة سياسية يتم استخدامها وفق ايديولوجيات معينة لتشكيل اتجاهات الرأي العام محليا وإقليميا					

33. في رأيك كيف ترى مستقبل العلاقات الجزائرية المغربية في ظل الظروف الراهنة؟

- يوجد احتمالية احتدام التوتر بين البلدين ☐
- يمكن أن يكون هناك انفراج لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية مستقبلا ☐

☐

- لا وجود لحل للأزمة بين البلدين
- العلاقات الجزائرية المغربية لن تعود إلى سابق عهدها مهما كانت الظروف ☐
- احتمالية نشوب حرب عسكرية بين البلدين ☐
- أخرى أذكرها.....

34. لو كان بإمكانك اقتراح حل لأزمة قطع العلاقات الجزائرية المغربية، هل تقترح

- الإبقاء على قرار قطع العلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب ☐
- الدعوة إلى التآخي بين الشعب الجزائري والمغربي ☐
- إبقاء الحدود مغلقة وبناء سور بين الجزائر والمغرب ☐
- استئناف الحوار والعلاقات الدبلوماسية بين الجزائر والمغرب ☐
- أخرى أذكرها ☐

نشكركم على حسن تعاونكم

ملحق رقم 02: كرونولوجيا العلاقات الجزائرية المغربية

يمكن بيان أهم محطات العلاقات بين الجزائر والمغرب كالتالي:

- **أكتوبر 1963**: وقوع خلاف حدودي بين البلدين حول منطقتي تندوف وبشار اللتين زعمت المغرب أحقيتها فيهما، وأدى ذلك الخلاف إلى اندلاع مواجهات عسكرية بينهما عرفت بـ"حرب الرمال"، والتي توقفت بعد تدخل الجامعة العربية والاتحاد الإفريقي وتم التوصل إلى وقف لإطلاق النار.
- **1975إلى 1976** : المغرب يضم ثلثي الصحراء الغربية بعد انسحاب إسبانيا منها بموجب اتفاقية مدريد، وجبهة البوليساريو تعلن قيام الجمهورية الصحراوية في المنفى في الجزائر.
- **مارس 1976**: قطع العلاقات بين المغرب والجزائر لأول مرة، على خلفية دعم الأخيرة "لجبهة البوليساريو"، وكانت الجزائر أول دولة تعترف بالجمهورية الوليدة.
- **ماي 1988**: تطبيع العلاقات بين المغرب والجزائر، على خلفية وساطة سعودية مباشر ناجحة.
- **سنة 1991**: توقيع اتفاق وقف إطلاق النار بين المغرب وجبهة البوليساريو.

سنة 1994: قرّر الملك الحسن الثاني فرض التأشيرة على الجزائريين، على خلفية حادث إرهابي تعلق بتفجير فندق في مراكش وإغلاق حدوده مع الجزائر، ليأتي قرار الرئيس "اليامين زروال" بغلق الحدود البرية بين البلدين البالغ طولها 1559 كم.

- **ديسمبر 2013**: الجزائر تقرر مقاطعة النشاطات السياسية التي تقام في المغرب بعد إصدار حكم من القضاء المغربي يوقع شهرين حبس مع وقف التنفيذ وغرامة مالية قدرها 250 درهم، على شاب قام باقتحام القنصلية العامة الجزائرية في الرباط وإنزال العلم الجزائري وتمزيقه وحرقه، بعد يومين من

استدعاء الملك محمد السادس لسفيره بالجزائر للتشاور، احتجاجا على رسالة الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة سابقا إلى قمة أبوجا.

- **أواخر 2016**: بداية بناء الجزائر لجدار مع المغرب كرد على الجدار المغربي وطوله 100 كلم.
- **سنة 2017**: المغرب يستدعي السفير الجزائري لديه، ويعرب عن "قلقه " إزاء نازحين سوريين على الحدود بينهما، والخارجية الجزائرية تستدعي السفير المغربي لإبلاغه رفضها "للادعاءات محاولتها ترحيلهم للمملكة.
- **سنة 2019**: عينت الجزائر "عبد الحميد عبداوي" سفيرا جديدا لها في المغرب.
- **جويلية 2020**: عين الملك محمد السادس "عبد الرحيم موزيان"، سفيرا جديدا في الجزائر.
- **سنة 2021**: تحرك الجزائر ضد قبول إسرائيل كدولة غير عضو مراقب في الاتحاد الإفريقي، على عكس المغرب الذي دعم ذلك بعد تطبيع علاقاته مع إسرائيل في 11 ديسمبر 2020.
- **جويلية 2021**: ممثل المغرب الدائم لدى الأمم المتحدة السيد عمر هلال يدعو إلى "حق تقرير

المصير" لسكان منطقة القبائل، بحيث عبر على أن الجزائر حريصة على أن ترى نفسها مدافعا قويا عن حق الشعب الصحراوي في تقرير مصيره بينما تحرم 11 مليون قبائلي من نفس الحقوق.

- **18جويلية 2021** : استدعت الجزائر سفيرها في المغرب للتشاور.
- **24أوت 2021** : الجزائر تقطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب.
- **31 أكتوبر 2021**: أعلنت الجزائر إيقاف أنبوب الغاز الجزائري المار من المغرب إلى اسبانيا.
- **اعتبارا من مارس 2023** صرح رئيس الجمهورية الجزائرية عبد المجيد تبون بأن العلاقات بين البلدين وصلت لنقطة اللاعودة بسبب ما سماه "استفزاز المغرب المستمر للجزائر".
- **26 سبتمبر 2024**: قررت الحكومة الجزائرية إعادة العمل الفوري بنظام التأشيرات للدخول للأراضي الجزائرية.

ملحق رقم 03: يوضح بيان بأسماء الأساتذة المحكمين لأداة الدراسة ووظائفهم

	اسم ولقب الأستاذ(ة)	الرتبة والمهمة العلمية	الدولة	جهة العمل	سبب الاختيار
1	الأستاذة الدكتورة زبيدة الحطاح	أستاذة تعليم عالي	الجزائر	جامعة يحي فارس بالمدية	– تخصص علم النفس. متخصصة في قضايا ومبادئ التنشئة.
2	الأستاذ الدكتور رابح بلقاسمي	أستاذ التعليم العالي	الجزائر	جامعة يحي فارس بالمدية	– متخصص في الدراسات السياسية مهتم بالقضايا السياسية وعلاقتها بالرأي العام.
3	الأستاذ الدكتور علي قسايسية	أستاذ التعليم العالي	الجزائر	جامعة الجزائر 3	– متخصص في الوسائط الجديدة. – صاحب خبرة في بناء استبيان قياس الجمهور والرأي العام.
4	الأستاذ الدكتور مصطفى محمد رفعت	أستاذ تعليم عالي	مصر	جامعة القاهرة كلية الإعلام	– أستاذ متخصص بالخارج – مهتم ومؤلف في الرأي العام الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية مختص في استطلاعات قضايا الرأي العام الافتراضي.
5	الأستاذة الدكتورة سعاد سراي	أستاذة محاضرة أ	الجزائر	جامعة بسكرة	– متخصصة في العلاقات الجزائرية المغربية. – متخصصة في العلوم السياسية والعلاقات الدولية. – مهتمة ومؤلفة بقضية العلاقات الجزائرية المغربية.

					صاحبة خبرة في تحليل مضمون متعلق بقضية العلاقات الجزائرية المغربية.
6	الأستاذ أحمد فلاق	أستاذ تعليم عالي	الجزائر	جامعة الجزائر 3	– متخصص في منهجية البحث العلمي. صاحب خبرة في بناء الأداة البحثية.
7	الأستاذ يوسف تمار	أستاذ تعليم عالي	الجزائر	جامعة الجزائر 3	– متخصص في منهجية البحث العلمي التطبيقي. – صاحب خبرة في بناء الأداة البحثية. – مهتم بالرأي العام. يجمع بين تخصصي علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية.
8	الأستاذة باية بووزة	أستاذة تعليم عالي	الجزائر	جامعة يحي فارس بالمدية	– مشرفة على الدراسة (منهجيا وموضوعيا) – مدرسة ومهتمة بالرأي العام والعلاقات العامة. صاحبة خبرة في بناء الأداة البحثية
9	الأستاذ طريف عطاء الله	أستاذ تعليم عالي	الجزائر	جامعة الأغواط	– صاحب خبرة في بناء استبيان الرأي العام – مختص في استطلاعات قضايا الرأي العام.

					مهتم ومؤلف في مجال الإعلام والرأي العام في الجزائر.
10	صلاح الدين الدريدي	أستاذ مساعد	تونس	معهد الصحافة وعلوم الاخبار	– أستاذ متخصص في الخارج – متخصص في الإعلام والرأي العام. – مهتم ومؤلف في مجال الإعلام السياسي. مهتم بالرأي العام والإصلاح السياسي.
11	فضيل دليو	أستاذ التعليم العالي	الجزائر	جامعة قسنطينة	– متخصص في منهجية البحث العلمي. صاحب خبرة في بناء استبيان استطلاع الرأي.