

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين
دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل -

مذكرة مكتملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

- إيدير شيباني

إعداد الطالبتين:

- أحلام زليش

- نصيرة كروي

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ: لخرج سمير
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذ: شيباني إيدير
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذ: زرزايحي زوبير

السنة الجامعية: 2019-2020

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين
دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل -

مذكرة مكتملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

- إيدير شيباني

إعداد الطالبتين:

- أحلام زليش

- نصيرة كروي

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ: لخرج سمير
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذ: شيباني إيدير
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذ: زرزايحي زوبير

السنة الجامعية: 2019-2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّاتِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّاتِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّاتِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّاتِ

شكر وتقدير

الحمد لله السميع العليم ذي العزة والفضل العظيم والصلاة والسلام
على المصطفى الهادي الكريم وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:
مصادقا لقوله تعالى: "لئن شكرتم لأزيدنكم".
نشكر الله عز وجل الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا
على إتمام هذا العمل المتواضع.

يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذنا الكريم
"شيباني إيدر" لقبوله الإشراف على هذه الدراسة والذي كان خير
عون وسند لنا طيلة فترة إنجازها، ولم ييخل علينا بتقديم نصائحه
وتوجيهاته القيمة، لك منا كل الاحترام والتقدير.

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك،
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا
تطيب الجنة إلا برؤيتك الله" جل جلاله".

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة، إلى نبي الرحمة
ونور العالمين سيدنا محمد" صلى الله عليه وسلم".

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب، إلى كل من كلت
أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة، إلى من حصد الأشواك عن دربي
ليمهد لي طريق العلم، إلى القلب الكبير إلى روح أبي الطاهرة
"حسين" رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى وردة قلبي التي غمرتني بنبع حنانها، وسهرت معي الليالي،
ولم تبخل علي بدعواتها، إلى القلب الناصع بالبياض أمي الحبيبة
"مسعودة" حفظك الله ورعاك من كل مكروه.

إلى الكتاكيت: نذير، عبد الرؤوف، براء، عثمان، زينب وخولة،
أمانة، آلاء وآية حفظهم الله ورعاهم.

إلى من قاسموني رحم أمي، إلى من شاركوا معي مر الحيات
وحلوها، إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء.

إلى صديقتي اللاتي ساندنني في إعداد هذه المذكرة، وإلى
صديقتي وشريكتي في العمل "أحلام"

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي، إلى كل من وسعتهم
ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي أهديكم ثمرة جهدي.

"نصيحة"



إهداء

بقلب خاشع صادق أمام ربي العظيم، أصلي على خاتم المرسلين، وأنحني أمام ثنائي مبجل قدستهما رسائل السماء، وقال الرحمان فيهما: "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً".
إلى من علمي أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، إلى الذي لم ييخل علي بأي شيء، إلى من سعى لأجل راحتي ونجاحي إلى أعظم وأعز رجل في الكون أبي العزيز "علاوة".

إلى من ساندتني في صلاتها ودعائها، إلى من سهرت الليالي تنير دربي، إلى من تشاركني أفراحي وأحزاني، إلى نبع العطف والحنان، إلى أجمل ابتسامة في حياتي، إلى أروع امرأة في الوجود أمي الغالية "فتيحة".
إلى إخوتي وأحبائي: تميم ويوسف ومحمد معهم عرفت معنى الأخوة، وإلى زوج أختي ياسين، إلى أخواتي العزيزات ورفيقات دربي: دلال، كنزة وزوجة أخي الغالية "سندس"، إلى براعم العائلة: الصديق، آية، فادي وجود.

إلى جدي مختار وجدتي زكية وعقيلة، إلى صديقتي وزميلتي التي ساعدتني في إنجاز هذه المذكرة وكانت سنداً لي في مشواري الجامعي "نصيرة"، وإلى كل صديقاتي وزميلاتي في الجامعة.

كما أقدم إهداء خاصاً إلى خطيبي، سندي ومستقبلي بإذن الله وتوأم روعي "عبد الرحمان".

إلى كل من كان خير عون لي في إنجاز هذا البحث، إلى كل هؤلاء أهدي هذا البحث المتواضع.

"أحلام"

الصفحة	فهرس المحتويات
	كلمة شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول والأشكال
	ملخص الدراسة
أ-ب-ج	مقدمة
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
1	أولاً: إشكالية الدراسة.
2	ثانياً: تساؤلات الدراسة.
2	ثالثاً: فرضيات الدراسة.
2	رابعاً: أسباب الدراسة.
3	خامساً: أهمية الدراسة.
3	سادساً: أهداف الدراسة.
3	سابعاً: مفاهيم الدراسة.
7	ثامناً: المنهج المستخدم.
8	تاسعاً: أدوات جمع البيانات.
10	عاشراً: مجتمع وعينة الدراسة.
12	احد عشر: مجالات الدراسة.
13	اثنا عشر: الدراسات السابقة.
19	ثلاثة عشر: المقاربة النظرية.

الفصل الثاني: الإعلام الجديد: ماهيته، مداخله وأهم وظائفه

23	تمهيد
24	أولاً: الإعلام الجديد: مفهومه ونشأته.
25	ثانياً: المداخل النظرية للإعلام الجديد.
28	ثالثاً: أشكال وخصائص الإعلام الجديد.
33	رابعاً: وظائف الإعلام الجديد.
35	خامساً: تأثيرات الإعلام الجديد.
36	سادساً: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.
38	خلاصة

الفصل الثالث: الثقافة السياسية: ماهيتها، مرتكزاتها وأهم وظائفها

41	تمهيد
42	أولاً: الثقافة السياسية: مفهومها ونشأتها.
43	ثانياً: خصائص الثقافة السياسية.
44	ثالثاً: مكونات الثقافة السياسية.
45	رابعاً: مرتكزات الثقافة السياسية وأهم عناصرها.
48	خامساً: أنماط الثقافة السياسية ووظائفها.
51	سادساً: أهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية.
52	خلاصة

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين	
55	تمهيد
56	أولاً: مراحل تطور الثقافة السياسية في الجزائر.
57	ثانياً: مصادر الثقافة السياسية في الجزائر.
58	ثالثاً: الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية.
59	رابعاً: الثقافة السياسية وواقع الإعلام الجزائري.
61	خامساً: وسائل الإعلام الجديد وتنمية الثقافة السياسية لدى الجزائريين.
65	سادساً: دور الوسائط الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
68	خلاصة
الفصل الخامس: الإجراءات التطبيقية للدراسة	
70	تمهيد
71	أولاً: تحليل بيانات الدراسة.
96	ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.
98	ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية العلمية للدراسة.
104	رابعاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.
108	خامساً: النتائج العامة للدراسة.
109	اقتراحات الدراسة.
110	خاتمة
قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	04
74	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان السكن	05
75	مدة استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد حسب متغير السن	06
76	أكثر المواقع تصحفا من قبل الطلبة حسب متغير الحالة العائلية	07
77	يوضح الوسيلة الأكثر استخدام لتصفح وسائل الإعلام الجديد	08
77	يوضح الفترة الزمنية المفضلة لتصفح وسائل الإعلام الجديد	09
78	يوضح الأوقات التي يقضيها الطلبة لتصفح وسائل الإعلام الجديد	10
79	يوضح تواصل الطلبة باستخدام الاسم الحقيقي	11
80	يوضح مع من يفضل الطلبة تصفح وسائل الإعلام الجديد	12
80	يوضح المكان المفضل لتصفح وسائل الإعلام الجديد	13
81	درجة المتابعة للمواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد	14
82	يوضح طبيعة المواضيع السياسية المتبعة عبر وسائل الإعلام الجديد	15

83	يوضح تفاعل الطلبة مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد حسب متغير الجنس	16
84	يوضح دافع تصفح الطلبة للمعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد حسب متغير المستوى التعليمي	17
85	درجة ثقة الطلبة بالمعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد	18
86	تعويض الإعلام الجديد للإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية	19
87	يوضح تعويض وسائط الإعلام الجديد للإعلام التقليدي	20
88	مفهوم الثقافة السياسية لدى الطلبة حسب متغير المستوى التعليمي	21
89	مناقشة الطلبة للقضايا السياسية مع الآخرين عبر الوسائط الجديدة	22
89	يوضح كيف يدفع الإعلام الجديد الطلبة للمشاركة السياسية	23
91	يوضح نمط استخدام الطلبة للوسائط الجديدة منذ الحراك الشعبي	24
91	يوضح تأثير وسائل الإعلام الجديد على القرار الانتخابي للطلبة	25
92	يوضح الطلبة المصوتون في رئاسيات 2019	26
93	يوضح مدى مساهمة وسائل الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة حسب متغير الجنس	27
94	اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين	28

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
71	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
72	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
73	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	04
74	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان السكن	05
77	يوضح الوسيلة الأكثر استخدام لتصفح وسائل الإعلام الجديد	06
77	يوضح الفترة الزمنية المفضلة لتصفح وسائل الإعلام الجديد	07
78	يوضح الأوقات التي يقضيها الطلبة لتصفح وسائل الإعلام الجديد	08
79	يوضح تواصل الطلبة باستخدام الاسم الحقيقي	09
80	يوضح مع من يفضل الطلبة تصفح وسائل الإعلام الجديد	10
80	يوضح المكان المفضل لتصفح وسائل الإعلام الجديد	11
81	درجة المتابعة للمواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد	12
82	يوضح طبيعة المواضيع السياسية المتبعة عبر وسائل الإعلام الجديد	13
85	درجة ثقة الطلبة بالمعلومات السياسية المنشورة عبر الوسائط الجديدة	14
86	تعويض الإعلام الجديد للإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية	15
87	دوافع اختيار الإعلام الجديد بدل الإعلام التقليدي	16
89	مناقشة الطلبة للقضايا السياسية مع الآخرين عبر الوسائط الجديدة	17
90	يوضح كيف يدفع الإعلام الجديد الطلبة للمشاركة السياسية	18
91	يوضح نمط استخدام الطلبة للوسائط الجديدة منذ بداية الحراك الشعبي	19
91	يوضح تأثير وسائل الإعلام الجديد على القرار الانتخابي للطلبة	20
92	يوضح الطلبة المصوتون في رئاسيات 2019	21
94	اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين	22

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع " الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"، وتم إجراؤها على عينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، قدر قوامها 90 مفردة من إجمالي 900 طالب وطالبة.

حاولنا في هذه الدراسة إبراز دور الإعلام الجديد ومدى مساهمته في تكوين وتنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، باعتبار هذا الأخير أحد الفواعل الجديدة التي ساعدت الطلبة على التعبير عن آرائهم إزاء مختلف القضايا السياسية الراهنة.

توصلت الدراسة إلى بعض النتائج من أبرزها:

- الدافع الذي يجعل المبحوثين (الطالب الجامعي) يتصفحون وسائل الإعلام الجديد هي إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر توجه معين حول مختلف القضايا السياسية بكل حرية ودون ضغط أو إكراه.

- أغلب أفراد العينة يناقشون القضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفح وسائل الإعلام الجديد.

- تساعد الوسائل الإعلامية الجديدة التي تنشر مختلف المواضيع والقضايا السياسية الراهنة في تنمية وتكوين ثقافة سياسية لدى الطلبة الجامعيين وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل استخداما من قبلهم، لما لها دور كبير في تشكيل المواقف السياسية للطلبة وتزويدهم بالمعلومات السياسية التي تمهم وبالتالي إثراء وتنمية ثقافتهم السياسية.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد، الثقافة السياسية، الطلبة، الجامعة.

Résumé :

L'Algérie a connu depuis une décennie un changement radical dans les télécommunications en général, notamment dans les technologies de l'information et de la communication en particulier, surtout après le lancement de la **3G** et la **4G** dans notre pays.

L'usage des nouveaux medias en Algérie ne cesse de croître et de prendre de l'ampleur jour après jour, les chiffres montrent que ces réseaux détiennent une place indiscutable au sein du paysage médiatique Algérien, en quelques années seulement, ils ont pu contourner les médias classiques, surtout après le lancement des vidéos et des publications à caractère politique qui s'intéressent à des questions liées aux scrutins, généralement négligées par les medias publics.

Cette étude a porté sur le rôle des nouveaux medias dans le développement d'une culture politique chez les étudiants du département de l'information et de la communication de l'université Mohamed Seddik ben yahia-Jijel.

L'idée principale de cette étude est basée sur la capacité de ces nouveaux medias à développer une certaine culture politique chez les étudiants universitaires, surtout à faire mesurer le degré de sensibilisation et d'interaction du public ciblé avec les sujets politiques publiés à travers ces nouveaux médias.

Cette étude a abouti à un certain nombre de résultats, dont la plus importante est que les nouveaux medias développent une certaine conscience politique chez les étudiants universitaires, mais cette sensibilisation reste restreinte puisque nos étudiants ne s'intéressent pas beaucoup à ce genre de sujets, malgré leurs croyances de la nécessité de faire part de la gestion de la cité, Cela nécessite la recherche d'une solution plus efficace pour arriver à sensibiliser les étudiants afin d'intéresser à ce genre de sujets .

Mots clés: nouveaux médias, culture politique, étudiants, université

مقدمة

مقدمة

ساهمت التطورات المتلاحقة التي شهدتها شبكة الانترنت في بروز نوع جديد من الإعلام الذي تعددت تسمياته من إعلام جديد أو بديل، إعلام المدونات والمواقع، إعلام الشبكة أو حتى الإعلام التفاعلي وغيرها، هذا الأخير أضحى اليوم جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد والجماعات، وأصبح ضرورة لا غنى عنها نظرا لتنوع وسائله وتعدد أنماطه، هذا ما مكنه من تحقيق انتشار مذهل في فترة زمنية قصيرة جدا. تعتبر الوسائط الإعلامية الجديدة بمختلف أشكالها المصدر الأكثر أهمية في الحصول على المعلومات والأخبار بالنسبة لغالبية الأفراد، سواء كان ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو المدونات أو المنتديات الالكترونية وغيرها من أشكال الإعلام الجديد، حيث الجديد في إحداث تغييرات جذرية في جميع مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية، حتى أنه أضحى يؤدي دورا بارزا في الحقل السياسي وفاعلا مهما من الفواعل المؤثرة على الأفراد والجماعات.

أضحت اليوم، الوسائط الجديدة منصات للممارسة السياسية بامتياز، فتحت من خلالها المجال للأفراد والتجمعات والتنظيمات لإبداء آرائهم ومواقفهم من القضايا والموضوعات المنشورة عبر الوسائط الالكترونية، وبالتالي أصبحت تستخدم هذه الفضاءات الالكترونية كوسيلة لحشد الجماهير وتعبئة الرأي العام وتنظيم الاحتجاجات والمظاهرات للمطالبة بالتغيير السياسي والقضاء على الفساد، فهي تعمل على تنمية الثقافة السياسية للفرد، فهي دعم حقيقي وأداة فعالة للتغيير، فاكتماب الفرد للثقافة السياسية يعني اكتسابه لموقف ووجهة نظر في القضايا والمواضيع السياسية في البلد، فالأحداث الأخيرة التي شهدتها الجزائر خير دليل على قوة تأثير هذه الوسائل الحديثة، فكانت بمثابة المحركات الأساسية للحراك السلمي الذي شهده الشارع الجزائري بداية شهر فيفري 2019، حيث تمكنت من إخراج الشعب الجزائري في مسيرات سلمية للمطالبة بتغيير النظام القائم، تمكنت فيها وسائل الإعلام الجديد من تداول المعلومات والأخبار ونقل الأحداث بشكل مستمر ومنتظم لحظة بلحظة.

سجلت الفئة الطلابية حضورا متميزا من خلال مشاركتها الفعالة في الحراك الشعبي الجزائري، حيث كانت وسائل الإعلام الجديد مصدرا مهما في تثقيف الطلبة الجامعيين سياسيا من خلال نشر وتنمية المعرفة السياسية لديهم عبر تزويدهم بالأخبار والصور والفيديوهات التي تبث عبر مختلف مواقعها الالكترونية، فقد تحولت إلى أداة سياسية يستخدمها الطالب الجامعي لتنمية ثقافته السياسية والتعبير عن مختلف آرائه وتوجهاته بحرية دون ضغط أو إكراه. يتناول موضوعنا خمسة فصول، حيث قسمناه كالاتي:

تناول **الفصل الأول: "الإجراءات المنهجية للدراسة"** حيث احتوى على إشكالية الدراسة تساؤلاتها وفرضياتها، كذلك أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهداف وأهمية الدراسة مع تحديد المفاهيم الأساسية لها إضافة إلى المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ومجتمع وعينة الدراسة وأخيرا الدراسات السابقة والمقاربة النظرية للدراسة.

حمل **الفصل الثاني** عنوان: **"الإعلام الجديد: ماهيته، مداخله وأهم وظائفه"** تطرقنا فيه إلى أهم تعريفاته، المداخل النظرية لفهمه ثم نشأته وخصائصه ووظائفه وتأثيراته كذلك أنواعه وأشكاله وأخيرا إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

كان **الفصل الثالث** موسوما بـ **"الثقافة السياسية: ماهيتها، مركزاتها وأهم وظائفها"** وأشرنا فيه إلى مفهومها ونشأتها وخصائصها، مكوناتها ومركزاتها كذلك أنماطها وأهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية.

جاء **الفصل الرابع** بعنوان: **"مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"** تطرقنا فيه إلى مراحل الثقافة السياسية في الجزائر ومصادرها كذلك الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية، الثقافة السياسية وواقع الإعلام الجزائري، أيضا وسائل الإعلام الجديد وتنمية الثقافة السياسية، أخيرا دور الوسائط الإعلامية الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي.

تناولنا في الفصل الخامس "الإجراءات التطبيقية للدراسة" أولها تحليل بيانات الدراسة الميدانية، مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات والمقاربة العلمية ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة وأخيرا النتائج العامة للدراسة واقتراحات الدراسة.

الفصل الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة:

أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحولات هائلة في شتى مجالات الحياة، ذلك لما وفرته من سهولة في استخدام الحاسوب الآلي، هذه الأخيرة لا تزال في تطور يصعب معرفة مآله وانعكاساته ولا حتى مجرد التكهن بمستقبله، ولعل أبرز مظاهر هذا الانفجار الرقمي وأعمقه أثرا في عملية الاتصال هو تطور ظهور شبكة الانترنت والثورة التي أحدثتها على مستوى جمع المعلومات وتوزيعها، حيث استطاعت أن تصبح في مدة وجيزة جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية، حيث أدركوا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد كافية ولا مقنعة لوحدها على إشباع حاجاتهم ورغباتهم، ما دفع إلى بروز شكل جديد من الإعلام، الذي تعددت تسمياته من إعلام بديل، إعلام رقمي، إعلام تفاعلي وغيرها.

لم يقتصر هذا التطور التكنولوجي على ميدان بعينه، بل مس جميع مجالات الحياة سواء اقتصادية كانت واجتماعية، ثقافية أو حتى سياسية، مختزلا عامل الزمان والمكان عبر منصات رقمية كمواقع التواصل الاجتماعي، المنتديات الالكترونية والمدونات وغيرها من أشكال الإعلام الجديد.

لم تعد وظيفة الإعلام الجديد اليوم مجرد نقل الخبر والمعلومة وقت حدوثها فقط، وإنما أضحت تؤدي عدة أدوار من أهمها الدور السياسي، فقد أضحت منصات حقيقية للممارسة السياسية من خلال ما أتاحتها من حرية غير مسبوقة في إبراز وجهات النظر والتفاعل مع الأحداث والوقائع وبلورة مواقف واتجاهات حول مختلف القضايا السياسية المطروحة للنقاش، وبالتالي تحولت هذه الفضاءات الالكترونية لوسيلة حشد الجماهير وتعبئة الرأي العام، وتكوين ثقافة سياسية، فاكتساب الفرد لهذه الأخيرة يعني اكتساب مواقف سلوكية وأنماط تفكير وتوجهات سياسية على أساسها تطبع نظرتهم للنظام السياسي.

شهدت الجزائر خلال السنة الماضية أحداثا سياسية هامة عرفت بما يصطلح عليه بالحراك الشعبي، حيث تمكنت وسائل الإعلام الجديد أن تلعب دورا محوريا ورائدا في نقل كل صغيرة وكبيرة عن هذا الوعي السياسي الناضج لدى الجزائريين، وكانت أهم فاعل مكن من إخراج المواطنين في مسيرات سلمية للمطالبة بتغيير النظام القائم في البلد.

سجلت الفئة الطلابية حضورها المتميز خلال هذه المسيرات باعتبارها طاقة المجتمع في أي أمة وعماد نهضتها، كونها الأساس الذي يبنى عليه التقدم والرقي، خاصة لما تتمتع مرحلتهم الشبابية من حيوية ونشاط وقدرة على العطاء والإبداع والابتكار، فقد خصص الطلبة لأنفسهم يوما تجسد في كل ثلاثاء قصد إسماع صوتهم عبر مسيرات سلمية جابت مختلف ربوع القطر الجزائري، أبانوا فيه عن مدى ثقافتهم ووعيهم بخصوص كل القضايا المصرية للأمة.

وعليه، تحاول هذه الدراسة إبراز دور الإعلام الجديد ومدى مساهمته في تكوين وتنمية ثقافة سياسية لدى طالب الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

- 1_ ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام الجديد؟
- 2_ هل يعتمد الطلبة على الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومة السياسية؟
- 3_ كيف يسهم الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

ثالثا: فرضيات الدراسة:

- 1_ يستخدم الطلبة الجامعيون وسائل الإعلام الجديد بشكل مكثف.
- 2_ يعتمد الطلبة على وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومة السياسية.
- 3_ يسهم الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

رابعا: أسباب الدراسة:

- 1- الاهتمام الشخصي بالموضوع وصلته بالمجال العلمي للطلابتين.
- 2- التزايد الهائل لمستخدمي الوسائط الجديدة وتعدد اهتماماتهم التي نجد منها المواضيع السياسية.
- 3- أهمية وقيمة الموضوع في حد ذاته وقابليته للدراسة.
- 4- الميل إلى التعامل مع التكنولوجيا وكذا الرغبة في إبراز دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
- 5- إبراز مدى تأثير استخدام الإعلام الجديد على التفاعل السياسي في أوساط الطلبة.
- 6- الرغبة في اكتساب خبرات علمية لتدعيم معارفنا حول موضوع الثقافة السياسية.

خامسا: أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تناولت موضوعا جوهريا ألا وهو " دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين " بصفة عامة وطلبة جامعة جيجل بصفة خاصة، وكذا مدى مساهمته في تشكيل الفكر السياسي لديهم، وانعكاس ذلك على تنشئتهم السياسية، كون اليوم، لا يختلف اثنان، أن الإعلام الجديد يعد أهم مصدر لتوجيه وتثقيف الأفراد لقدرته الهائلة على التأثير في جميع المجالات بما فيها السياسية منها، والعمل على إرساء وتنمية ثقافة سياسية لدى الطلبة الجامعيين.

سادسا: أهداف الدراسة:

لكل بحث أهداف يسعى الباحث لتحقيقها والوصول إلى النتائج المرغوب بها، وتقوم دراستنا على الأهداف الآتية:

- ◀ التعرف على عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد.
- ◀ إبراز دور وسائل الإعلام الجديد كأحد الفواعل الجديدة التي ساعدت على تعبير الطلبة عن آرائهم حول القضايا السياسية الراهنة.
- ◀ معرفة دوافع استخدام الطلبة الجامعيين للوسائل الجديدة وعلاقتها بتنمية ثقافتهم السياسية.
- ◀ التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام الجديد على رأي الطلبة حول المواضيع السياسية التي تهتم بالواقع السياسي الجزائري.
- ◀ تسليط الضوء على دور الإعلام الجديد في الحياة السياسية في الجزائر.

سابعا: مفاهيم الدراسة:

سنحاول من خلال هذه الدراسة تحديد كل من مفهوم الإعلام الجديد وكذا الدور والتنمية بالإضافة إلى مفهوم الثقافة السياسية وتعريف بسيط للطلاب الجامعي.

مفهوم الإعلام الجديد:

التعريف اللغوي: يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر بصفته اندماج الكمبيوتر والوسائط المتعددة.¹

التعريف الاصطلاحي:

تعرفه "خليدة صديق" بأنه: "إعلام عصر المعلومات فقد كان وليد تزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد فهو يعتمد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليّة وتخزينها وتوزيعها".²

يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى الحالة الجديدة والمعقدة من الإعلام الذي يكون فيه للجمهور والأفراد على قدر كبير من التفاعل والإنتاج بعدما صارت وسائل الإعلام التقليدية أسيرة الاتجاه الواحد أو النمط الواحد.³

التعريف الإجرائي:

نعرف الإعلام الجديد بأنه الإعلام الذي نشأ في ظل البيئة الرقمية الذي يكون فيه للجمهور والطلبة بصفة خاصة قدر كبير من التفاعل مع المضامين السياسية وتزويدهم بالأفكار والآراء المختلفة حول ذلك.

مفهوم الدور:

● لغة: يعرف قاموس مجاني الطلاب الدور بأنه: "جزء ادوار وهو المهمة التي يقوم بها المرء أو النفوذ الذي يمارس".⁴

¹ مصطفى صادق عباس: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دارا لشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 31.

² خليدة صديق: مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 165.

³ أمين رضا: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2015، ص(21-22).

⁴ مجاني الطلاب: معجم لغوي عربي، ط1، دار المجاني للنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 2004، ص 286.

● اصطلاحاً:

يعرف "فاروق مداس" الدور على أنه: " نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معين، ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يعتنقها الآخرون كما يعتنقها الشخص نفسه".¹

يعرفه "ناصر قاسيمي" بأنه: "مجموع الأفعال المتوقعة من قبل أي شخص داخل المنظمة، له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام التي يؤديها".²

✚ التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف الدور في موضوعنا على أنه مجموع الأعمال والمهام التي تقوم بها وسائل الإعلام الجديد في تنمية وتنقيف الطلبة الجامعيين إتجاه المواضيع والقضايا السياسية المطروحة في البلد.

✚ مفهوم التنمية:

- لغة: نـمى - نميا ونماء الشيء: زاد وكثر. نـمى - تنمية - الشيء: جعله نامياً: نـمى الحال.³

● اصطلاحاً:

يعرفها "كارل ماركس" بأنها: "عملية ثورية تتضمن تحولات شاملة في البناء السياسي والاجتماعي والاقتصادي".⁴

يقول "عباس مجذوب": "أن التنمية لا تعني الجانب المادي فيها والمتمثل في بناء المصانع وتعبيد الطرق، وتشبيد المباني، وتوفير الطاقة والمواد الأولية وإنما تعني بالجانب الروحي والإنساني والتربوي لإعداد الإنسان الصالح وتربيته بما يجعله قادراً على خدمة نفسه وأمتة ووطنه".⁵

¹ فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، د ط، دار مدني للنشر والتوزيع، د ب، 2003، ص 120.

² ناصر قاسيمي: مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات المدرسية، 2017، ص 129.

³ مجاني الطلاب، مرجع سابق، ص 828.

⁴ طارق السيد: علم اجتماع التنمية، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية_مصر، 2007، ص 36.

⁵ عباس مجذوب: دور التنمية في العملية التربوية، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2013، ص 15.

يعرفها أيضا "ناصر قاسيمي" بأنها: "عملية متكاملة تشمل جميع القطاعات والمجالات ضمن نسق واحد مندمج، يتميز بتحسين المستمر لأساليب العمل، وللتقنية ولأساليب الحياة وتوسيع الاستثمار والتحسين في المجالات الاقتصادية وغيرها، ما ينعكس إيجابا على رفاهية المواطنين".¹

✚ التعريف الإجرائي:

يمكن تعريف التنمية في موضوعنا بأنها عبارة عن تحولات شاملة في جميع القطاعات والمجالات خاصة في المجال السياسي، تتميز بتحسين المستمر لأساليب الحياة السياسية ما ينعكس إيجابا على الطلبة الجامعيين.

✚ مفهوم الثقافة السياسية:

تعرف الثقافة السياسية بأنها: "مجموعة القيم والمعتقدات السياسية الأساسية السائدة في المجتمع والتي تميزه عن غيره من المجتمعات، وهي نتائج التاريخ الجمعي لنظام سياسي معين وكذلك هي نتاج حياة الأفراد الذين يقومون بخلق هذا النظام".²

يعرف "محمد السويدي" الثقافة السياسية على أنها: "تشير إلى توزيع اتجاهات المواطنين بصفة عامة على الموضوعات السياسية، كالحكم على النسق السياسي مثل: السلطة التنفيذية والسلطة التشريعية والسلطة القضائية والأحزاب السياسية والجماعات الضاغطة، ونظرة الفرد لذاته كفاعل سياسي وكذلك نظرتهم إلى المواطنين الآخرين".³

✚ التعريف الإجرائي:

نعرف الثقافة السياسية في دراستنا وانطلاقا من التعاريف السابقة بأنها مجموعة المعلومات والأفكار والآراء السياسية التي يحملها الطالب حول النظام الحاكم والسلطة السياسية لبلده.

نقصد بالطالب الجامعي في موضوعنا جميع الأفراد من يزاول دراستهم بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل والذي يبلغ عددهم 900 طالب وطالبة.

¹ عباس محبوب: المرجع السابق، ص (97-98).

² حسين علي أفلحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسات في صور ومظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 127.

³ حياة فزادري: الصحافة والسياسة (الثقافة السياسية والممارسة الإعلامية في الجزائر)، د ط، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 33.

ثامنا: المنهج المستخدم:

يعد المنهج أنه: "الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد المتبعة من طرف الباحث في دراسته للمشكلة".¹

يعرف المنهج أيضا أنه: "الطريقة التي يصل بها الإنسان إلى الحقيقة"²، فالمنهج يقوم بدراسة الموضوع من خلال الخصائص والأهداف المرجوة من الدراسة، وعليه يقول "ميشال بود": "ليس هناك أطروحة دون منهج ودون منطلق منظم، هذا المنطلق يكون مرتبط ومتعلق بميدان البحث والموضوع".³

تندرج دراستنا المعنونة بـ "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"، ضمن الدراسات الوصفية، فهي تسعى لمعرفة الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة، وبالتالي فإن المنهج الأكثر ملائمة هو "المنهج المسحي" الذي يعد نموذجا مناسباً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية فهو "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل والعلاقات السائدة داخلها، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك".⁴

يعود السبب الرئيسي الذي جعلنا نعتمد على المنهج المسحي كونه المنهج الرئيسي الذي يستخدم في الدراسات الإنسانية والاجتماعية وباعتباره يقوم على تصوير الظاهرة ووصفها وتفسيرها وتحليلها في إطار وضعها الراهن، وكذا دراسته لجمهور وسائل الإعلام من خلال وصف سلوكياته واتجاهاته والتعرف على خصائصه المميزة.

"يطبق أسلوب المسح عادة على نطاق جغرافي كبير أو صغير، وقد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة، وفي أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة حتى يتمكن من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة".⁵

¹ احمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون_الجزائر، 2007، ص 283.

² فيصل مفتاح حداد: منهجية البحوث والرسائل العلمية (دراسة منهجية)، ط1، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2008، ص 9.

³ رشيدة يوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، ملحققة بوزريعة، الجزائر، 2006-2007، ص 33.

⁴ أحمد بن مرسلبي، مرجع سابق، ص 286.

⁵ احمد عارف العساف ومحمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 137.

تاسعا: أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فقد يستخدم الباحث أكثر من أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، أو للإجابة على أسئلتها، أو لفحص فرضياتها، ويجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته، وأن يكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي، على هذا الأساس اعتمدنا في دراستنا على أدوات معينة تتلاءم مع موضوع بحثنا وكذلك يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات الميدانية وهي الملاحظة والاستبيان.

❖ الملاحظة:

تعد الملاحظة أداة ووسيلة لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي ومن بينها الإعلام، وتعرف الملاحظة على أنها: "توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة ما، كما هي في الواقع لمعرفة العلاقات التي تربط عناصرها، والتعبير عنها كميًا وكيفيًا، ويتوقف نجاح الملاحظة على حواس الباحث وقدرته على ترجمة ما لاحظته من وقائع وأحداث وسلوكيات إلى عبارات ودلالات ينبثق عنها وضع فروض مبدئية، يمكن التحقق من صدقها أو عدم صدقها عن طريق التجريب.¹

يعرف "خالد احمد فرحان المشهداني الملاحظة على أنها: "عملية أساسية بالنسبة للبحث العلمي لأنها توفر أحد العناصر الجوهرية للعلم وهي الحقائق، والملاحظة نشاط يقوم به الباحث خلال المراحل المتعددة التي يمر بها في بحثه".²

تعرف الملاحظة بأنها: "وسيلة يستخدمها الإنسان العادي في اكتسابه لخبراته ومعلوماته حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع به".³

¹ بومدين طاشمة وعبد النور ناجي: أصول منهجية البحث في علم السياسية" طرق، أدوات، مناهج ومقاربات البحث السياسي"، ط1، حصور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، صص(55-56).

² خالد احمد فرحان المشهداني ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، د ط، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 43.

³ محمد عبد الجبار خندقجي ونواف عبد الجبار خندقجي: مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر"، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 158.

تعرف كذلك عل أنها: "مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية".¹

اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة البسيطة وذلك من خلال ملاحظتنا لاهتمامات وتفاعلات أفراد مجتمع البحث عن طريق الإعلام الجديد، وذلك لمعرفة آرائهم وأفكارهم حول القضايا والموضوعات السياسية.

❖ استمارة الاستبيان:

تعد استمارة الاستبيان من انسب الأدوات البحثية أيضا التي تمكنا من الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات دراستنا، وتسمح بتوفير الوقت والجهد، وتحقيق الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها وتكون دقيقة.

تعرف على أنها: "تلك الاستمارة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة أو العبارات المكتوبة مزودة بإجاباتها أو الآراء المحتملة أو بفرغ للإجابة ويطلب من الجيب عليها مثلا: الإشارة إلى ما يراه مهما أو ما ينطبق عليه منها، أو ما يعتقد انه هو الإجابة الصحيحة"²، كما أنها: "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب".³

يعرفها "بخوش الصديق" على أنها: "مجموعة من الأسئلة المرتبطة ببعضها البعض، تهدف إلى تحقيق غاية واحدة والمبرزة في إشكالية البحث والتي يسعى لها الباحث".⁴

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بدراستنا على أربعة محاور، محور خاص بالبيانات الشخصية، المحور الثاني عادات وأنماط استخدام وسائل الإعلام الجديد، أما المحور الثالث اعتماد الطلبة الجامعيين

¹ احمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 203.

² إبراهيم عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، صص(96-97).

³ محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، د ب، 2009، ص184.

⁴ الصديق بخوش: منهجية البحث العلمي، ط1، قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص 63.

على وسائل الإعلام الجديد للحصول على المعلومة السياسية، أما المحور الرابع والأخير مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

نظرا لجائحة كورونا التي مست البلد وامتدت لأشهر من الزمن واستحالة توزيع الاستمارة على الطلبة في الواقع الميداني، لجأنا إلى توزيعها إلكترونيا بتوجيه من الأستاذ المشرف على اعتبار أن الفئة المستهدفة هم طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف وبعد الملاحظات والتصحيحات المقدمة تم عرضها على تحكيم الأستاذة التالية أسماؤهم:

- سامية قرابلي.
- عبد السلام شكركر.

عاشرا: مجتمع وعينات الدراسة

عند إجراء أي دراسة يجب علينا معرفة المجتمع المراد دراسته، فهو من أهم الخطوات في تصميم أي بحث علمي، والذي يعرف في لغة العلوم الإنسانية بأنه: "مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات"، وهو كما يعرفه "محمد عبد الجبار خندقجي" بأنه: "مجموعة الأفراد التي يتاح لنا إجراء الدراسة عليها".¹

يشير مجتمع الدراسة أيضا: "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة".²

يشمل مجتمع البحث في دراستنا على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل والذي يبلغ عددهم 900 مفردة وفق آخر الإحصائيات للسنة الجامعية 2020/2019.

¹ محمد عبد الجبار خندقجي ونواف عبد الجبار خندقجي: مرجع سابق، ص 124.

² المرجع نفسه، ص 124.

❖ عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها: "المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها، تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي إذ هذه العينة تتنوع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع".¹
تعرف أيضا أنها: "الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل ومحور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات".²

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية وبناء على اسمها تخضع لاختيار مقصود وهي "العينة التي يذهب الباحث إليها ويقصدها بالتحديد، أي يقصد أشخاصا بعينهم فيلتقي الأفراد الذين سيكونون هم أفراد العينة الخاصة بدراسته ويبنى حكمه على مدى مطابقة هؤلاء الأفراد لأغراض بحثه المحددة".³

❖ تحديد حجم العينة:

قمنا باختيار 90 مفردة من المجتمع الكلي لتخصص إعلام واتصال الذي يضم حوالي 900 طالب بين المستويات ليسانس، ماستر ودكتوراه والجنسين ذكر وأنثى، وقد أخذنا نسبة 10% من مجموع طلبة ليسانس والمقدرة بـ 605 طالب و طلبة الماستر قدر عددهم بـ 278 طالب أما الدكتوراه فكان عددها .17

$$900 \longleftarrow 100\%$$

$$? \longleftarrow 10\%$$

$$\text{العينة: } 90 = \frac{10 \times 900}{100} \text{ مفردة}$$

¹ بالقاسم سلاطينية: منهجية العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر، 2004، ص ص(318-319).

² خالد احمد فرحان المشهداني: مرجع سابق، ص 229.

³ احمد عارف العساف ومحمود الوادي: مرجع سابق، ص 241.

أحد عشر: مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي أن لكل دراسة ثلاث حدود رئيسية وهي المجال الجغرافي والزمني والبشري، وقد انحصرت دراستنا لموضوع الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين كالتالي:

❖ المجال الجغرافي:

يقصد به المكان الذي أجرينا فيه دراستنا الميدانية والذي تم على مستوى جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

❖ المجال الزمني:

امتد المجال الزمني لبرنامج دراستنا هذه ما بين شهر نوفمبر 2019 إلى غاية شهر سبتمبر 2020، تم إعداد الجانب المنهجي من أواخر شهر نوفمبر إلى أواخر شهر ديسمبر ثم الانتقال إلى الجانب النظري وكان ذلك في بداية شهر فيفري إلى غاية شهر جويلية ثم انتقلنا إلى الجانب الميداني أين استغرق إعداد الاستمارة وتحكيمها وتوزيعها على المبحوثين إلكترونياً مدة شهر وأخيراً معالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة مع بداية شهر أوت.

❖ المجال البشري:

اشتمل المجال البشري الذي حددناه على الطلبة الجامعيين بجامعة محمد الصديق بن يحيى وتحديدًا طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك كون أن موضوع بحثنا قريب من تخصصهم وامتلاكهم مستوى تعليمي وثقافي يمكنهم من تنمية الثقافة السياسية قدر عددهم الإجمالي بـ 90 مفردة.

اثنا عشر: الدراسات السابقة:

إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لا بد أن يكون قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو معلمية أو مكتبية.

يعد رجوع الباحث إلى هذه الدراسات خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث، حيث تساعده في تحديد الجانب النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله.

حاولنا في هذا الصدد الاعتماد على بعض من هذه الدراسات كدراسات مشابهة لبحثنا "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" واتخذناها كخلفيات نظرية ننطلق منها. تتمثل أهم الدراسات التي اعتمدنا عليها هي:

• الدراسة الأولى: بعنوان: "الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي

بالسودان".¹ بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاتصال، للباحثة "رجاء خالد احمد يوسف علقم" بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا بكلية الدراسات العليا.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي ومعرفة مدى تمسك الشباب بالهوية الثقافية في ظل الإعلام الجديد والوقوف على دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تشكيل ثقافة الشباب، وتكمن مشكلة الدراسة في "التعرف على ثقافة الشباب ودور الإعلام الجديد في تشكيلها".

وعليه، تم طرح التساؤلات الفرعية التالية:

◀ ما دور الإعلام الجديد في تشكيل ثقافة الشباب؟

◀ ما مدى تمسك الشباب بالموروث الثقافي؟

◀ ما مدى تعاطي الشباب مع الثقافات الوافدة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

◀ هل يمكن توظيف وسائل الإعلام الجديد لترسيخ القيم الثقافية للشباب؟

¹ رجاء خالد احمد يوسف علقم، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي بالسودان، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2017-2018.

◀ إلى أي مدى استفاد الشباب الجامعي من الإعلام الجديد في تطوير الثقافة؟

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي من أجل معرفة الدور الذي تلبيه وسائل الإعلام الجديد لاحتياجات الشباب سواء بشكل سلبى أو ايجابى، وانحصرت دراستها على العينة المتمثلة في طلاب الجامعات بولاية الخرطوم، واستعانت في دراستها كذلك على أدوات جمع البيانات التي تمثلت في: " الملاحظة والاستبيان".

❖ نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- توصلت الدراسة إلى أن الفايسبوك، وأتساب، يوتيوب وانستغرام هم الأكثر من بين وسائل الإعلام الجديد التي تسهم في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي.
- كشفت الدراسة كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد أصبحت جزءا رئيسيا في الحياة اليومية للشباب، ومكنتهم من التعبير عن أنفسهم بحرية.
- بينت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد جعلت الشباب يغيرون نظرتهم لبعض العادات والتقاليد، وجعلتهم يستمعون للموسيقى والأغاني الغربية والعربية.

❖ التعقيب على الدراسة:

اتفقت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل "الإعلام الجديد"، حاولت الباحثة التركيز على الدور الفاعل الذي تقوم به وسائل الإعلام الجديد في نقلها للثقافات الغربية وإحداث تغيير على حياة الشباب الجامعي، في حين أن دراستنا ركزت على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، تتشاطر هذه الدراسة مع موضوعنا في استخدام المنهج والعينة المختارة، إضافة إلى اتفاقهما في أدوات جمع البيانات " الملاحظة والاستبيان".

اختلفت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل المتمثل في الثقافة والمتمثلة في أهم الثقافات التي يكتسبها الشباب من الغرب عن طرق وسائل الإعلام، أما دراستنا فتمثلت في كيفية تبني الطالب الجامعي للثقافة السياسية من خلال القضايا والموضوعات السياسية.

● الدراسة الثانية: بعنوان: "دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري".¹ أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للباحثة "ريم فتيحة قدوري" -دراسة وصفية تحليلية لموقع "الجزيرة نت" نموذجاً جامعة أحمد بن بله بوهران-.

جاءت هذه الدراسة لمعرفة حدود وطبيعة تأثير وسائل الإعلام الرقمي (المواقع الإخبارية) على تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري ومدى اهتمامه بالموضوعات السياسية وحجم اعتماده على موقع "الجزيرة نت"، وكذا مدى مساهمة التفاعلية وأدواتها في تشجيعهم على الاهتمام بهذه القضايا. وعليه جاءت إشكالية هذه الدراسة كالآتي:

" ما هو دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري".

بناء على الإشكالية تم طرح عدة تساؤلات كما يلي:

- ◀ ما الدور الذي يقوم به الإعلام الرقمي في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري؟
- ◀ ما هي المضامين السياسية التي يقدمها الموقع؟ وهل يمثل موقع الجزيرة نت مجالاً للفضاء العام؟
- ◀ كيف تساهم هذه المضامين في عملية تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري؟
- ◀ ما هو حجم الاهتمام والتفاعل للجمهور الجزائري مع القضايا السياسية عبر موقع "الجزيرة نت"؟
- ◀ ما هي درجة تأثير موقع "الجزيرة نت" في اكتساب المعرفة السياسية للجمهور الجزائري؟
- ◀ هل ساهم توفر التفاعلية على تشجيع الجمهور الجزائري على الاهتمام والتفاعل مع القضايا السياسية؟

❖ نتائج الدراسة:

من أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نجد:

- ارتفاع حجم الاهتمام السياسي للجمهور الجزائري المتصفح لموقع "الجزيرة نت".
- يعمل موقع "الجزيرة نت" على عرض وتقديم مضامين سياسية تهتم بالقضايا الداخلية "المحلية" والعلاقات الدولية والدبلوماسية.

¹ ريم فتيحة قدوري، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، جامعة وهران، أحمد بن بله، 2017-2018.

- رغم توفر التفاعلية وأدواتها بموقع "الجزيرة نت" إلا أن غالبية الجمهور الجزائري لا يتفاعل مع تعليقات الجمهور، ولا يقوم بمشاركة ما ينشر عبر هذا الموقع.

❖ التعقيب على الدراسة:

تشارك هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل "الإعلام الرقمي"، حيث ركزت هذه الدراسة على إبراز دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري من خلال موقع "الجزيرة نت"، في حين ركزت دراستنا على دراسة دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

تشاطرت في أدوات جمع البيانات المتمثلة في الملاحظة والاستبيان، واختلفت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في نوع المنهج المستخدم فهي دراسة وصفية تحليلية، وكذا الاختلاف في اختيار العينة. أفادتنا هذه الدراسة في كلا الجانبين المنهجي والنظري.

- **الدراسة الثالثة: المعنونة بـ "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي"**¹. مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال للباحثة "كيحل فتيحة"، عبارة عن دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، فرع الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة الحاج لخضر باتنة.

تمحورت هذه الدراسة من خلال تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة وأساسية موقع "الفايسبوك" وتحديد الدور الذي يلعبه لبلورة ونشر الوعي البيئي انطلاقا من طرق وأنماط الاستخدام الجماهيري.

وعليه، تم طرح التساؤل الرئيسي التالي: "كيف يؤدي استخدام موقع الفاييسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين".

اندرجت تحته التساؤلات الفرعية التالية:

◀ ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفاييسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

◀ ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفاييسبوك؟

¹ فتيحة كيحل، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

- ◀ ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟
- ◀ ما هي طبيعة الاشباعات المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفايسبوك؟
- ◀ ما هو الدور الذي يلعبه الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة من أجل معرفة أنماط وطرق الاستخدام وكذا الاشباعات المحققة من وراء استخدام موقع الفايسبوك لدى أفراد عينة الدراسة المتمثلة في جمهور المستخدمين الجزائريين كعينة تعمم على جمهور المنطقة معتمدة على عينة الكرة الثلجية، واستعانت في دراستها على أدوات جمع البيانات المتمثلة في "الملاحظة والاستبيان".

❖ نتائج الدراسة:

من بين النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة ما يلي:

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفايسبوك في مقدمة المواقع الأثر ولوجا.
- أما فيما يخص الاشباعات فإن الاشباعات المعرفية هي أكثر أنواع الاشباعات المحققة لأفراد العينة والتي تشمل أساسا زيادة الوعي البيئي بنسبة 43,54%، تليها الاشباعات التي يسعى لبلوغها المبحوثين في المجال البيئي بنسبة 61,21%.
- إن غالبية الاشباعات الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الاطلاع على الأحداث البيئية بنسبة 46,23% في حين تذيلت الاشباعات النفسية مؤخرة الترتيب.

❖ التعقيب على الدراسة:

تشارك هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل "الإعلام الجديد"، حيث حاولت التركيز على الإعلام بمختلف وسائله (الإعلام البيئي) وإقرارها بدوره البالغ في بلورة ونشر الوعي البيئي لجمهور الجزائريين المستخدمين لموقع فايسبوك، في حين أن دراستنا ركزت على الإعلام الجديد ودوره في تنمية وتكوين الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين من خلال الموضوعات والقضايا السياسية.

تشاطر هذه الدراسة السابقة مع موضوعنا في المنهج المستخدم والعينة المختارة وكذلك في أدوات جمع البيانات، وكذا الاتفاق من حيث المدخل النظرية التي تم من خلالها التطرق للموضوع، لكن اختلفتا في مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة.

استفدنا من هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري إضافة إلى الجانب المنهجي خاصة فيما يتعلق بالمنهج والأدوات الخاصة بجمع البيانات التي تتلاءم مع موضوع بحثنا.

الدراسة الرابعة: "الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"¹. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية للباحثة "حمودي سميرة". عبارة عن دراسة أجريت في جامعة أبي بكر بلقايد بـ"تلمسان" تخصص علم الاجتماع السياسي والديني.

سلطت هذه الدراسة الضوء على الثقافة السياسية ومدى فعاليتها ومساهمتها في بلورة قيمة واتجاهات الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، تقديم المعلومات وتطورات الأحداث بشكل أكثر شمولية، على هذا الأساس تم طرح التساؤل الرئيسي التالي: "كيف تساهم التنشئة الجامعية من خلال التعليم والبيئة الاجتماعية التي من حوله في اكتساب الطالب ثقافة سياسية؟"

❖ نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- أظهرت النتائج أن الجانب المعرفي المتعلق بالجانب السياسي في الجزائر ومعلوماتهم عن الأحزاب السياسية كانت متوسطة رغم أن مصدرها لم يكن الجامعة بل مؤسسات أخرى أهمها وسائل الإعلام.
- ظهور صور جديدة للمشاركة السياسية خارج الأطر التقليدية التي لم يتم كيفية الاستفادة منها حتى الآن كالانترنت والمحادثة الالكترونية ليعبر الطلاب من خلالها على آرائهم عن المشاركة السياسية.
- انتشار بعض السلوكيات السلبية كالعزوف عن المشاركة السياسية خاصة لدى فئة الشباب وتدني الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، وتعتبر وسائل الإعلام خاصة التلفزيون مصدر رئيسي للمعلومات السياسية.

¹ سميرة حمودي، الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.

❖ التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير التابع المتمثل أساسا في الثقافة السياسية، حيث ركزت على كيفية تكوين وترسيخ الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين عن طريق المواقع الالكترونية، في حين أن دراستنا اهتمت بالدور الذي يقوم به الإعلام الجديد عبر وسائله المختلفة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

اشتركت هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في أدوات جمع البيانات ك"الملاحظة والاستبيان" ومجتمع البحث، في حين اختلفت في نوع المنهج المستخدم، فهي اعتمدت على المنهج التاريخي.

ثلاثة عشر: المقاربة النظرية:

اعتمدنا في موضوع بحثنا "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" على نظرية "الاستخدامات والاشباعات"، التي ظهرت في أعمال كل من "لزرسفيلد وستاتون وبيرلسون وشرام" وغيرهم من الباحثين، حيث ترى هذه النظرية أن الأفراد يوظفون بفعالية الوسائل الإعلامية والاتصالية بدلا من أن يتصرفوا سلبا تجاهها، ومن ثم فن هذا المدخل يفترض وجود علاقة مباشرة بين وسائل الإعلام والاتصال والتأثيرات على الجمهور،¹ باعتبار أن جمهور وسائل الإعلام مشاركون فاعلون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الإعلام والاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم، كما يفترض هذا المدخل كذلك أن الجمهور هو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته.²

اعتمدنا نظرية "الاستخدامات والاشباعات" في هذه الدراسة للتعرف على سبب وكيفية استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام الجديد، التي تعد من أهم الوسائط التي يتوجه لها الطلبة، وكذا دوافع استخدامهم لوسيلة محددة دون غيرها، أو تعرضهم لمحتوى محدد دون غيره سواء كان سياسيا، اقتصاديا، وكذا التعرف على دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، وأيضا التعرف على نتائج استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد فذلك يقود إلى فهم عملية الاتصال الجماهيري.

¹ مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص 278.

² محمد بن سعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014، صص (124-125).

اعتمدنا أيضا على النظرية "البنائية الوظيفية" في دراستنا، ويشير مصطلح البناء الوظيفي إلى الإسهام الذي يؤديه الجزء للكل وهذا المعنى استعمله الانثربولوجيين مثل: 'راد كليف براون'، وبهذا المعنى يمكن أن يستخدم معنى وظيفة ليشير إلى واجب الحكومة في ضمان وسلامة النظام القائم في المجتمع أو الإسهامات التي تقدمها الجماعة إلى أعضائها، كما يستخدم التحليل الوظيفي للإشارة إلى دراسة الظواهر الاجتماعية بوصفها عمليات وأثارا لبناءات اجتماعية معينة مثل: القرابة أو الطبقة.¹

تقوم هذه النظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، وفي هذا الصدد يقول 'هيرت' أن النظم الإعلامية تقدم وظائف هي: الإعلام والتحليل والتفسير والسياسة والإقناع وغيرها، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الإعلام إن كان قابلا للنقاش، إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع.²

تتفق النظرية "البنائية الوظيفية" مع دراستنا "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" لمعرفة الدور الوظيفي الذي يقوم به الإعلام الجديد لتنمية وتكوين ثقافة تجاه المواضيع والقضايا السياسية لدى الطلبة الجامعيين، كون أن وسائل الإعلام الجديد تكمن وظيفتها في تزويد الطلبة بالمعلومات والأخبار والقضايا السياسية الراهنة التي تقوم بدورها بتغيير آراء ومواقف الطلبة حول النظم السياسي القائم سواء كان معارضا أو موافقا. وكون النظرية البنائية الوظيفية تقوم على نفس المنطلق، أنه في كل مجتمع هناك قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة ألا وهي الإعلام والتحليل والتفسير والإقناع وغيرها، هذا ما دفعنا للاعتماد على النظرية البنائية الوظيفية لأن موضوع دراستنا يقوم على المنطلق الذي تقوم عليه هذه النظرية.

¹ غني ناصر حسين القريشي: المداخل النظرية لعلم الاجتماع، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 160.

² بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 99.

الفصل الثاني

الإعلام الجديد: ماهيته، مداخله وأهم

وظائفه

تمهيد

أولاً: الإعلام الجديد: مفهومه ونشأته

ثانياً: المداخل النظرية للإعلام الجديد

ثالثاً: أشكال وخصائص الإعلام الجديد

رابعاً: وظائف الإعلام الجديد

خامساً: تأثيرات الإعلام الجديد

سادساً: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد

خلاصة

تمهيد

شكل عصر المعلومات نقلة نوعية في حياة البشرية في ظل التكنولوجيا الحديثة، والذي ظهر في إطاره مفهوم جديد للإعلام عرف بالإعلام الجديد بوسائله وتقنياته الحديثة التي كان لها الأثر الواضح في مختلف مجالات الحياة المتعددة.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم تعريفات وبعض المداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد، وكذا يتناول هذا الفصل نشأة الإعلام الجديد مع إبراز أهم أشكاله وخصائصه بالإضافة إلى الوقوف عند أهم تأثيراته وإيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

أولاً: الإعلام الجديد: مفهومه ونشأته

يرتبط مفهوم الإعلام الجديد بالتطور الذي حدث في شبكات الاتصال وتحديدًا تطور شبكة الويب من الجيل الأول إلى الجيل الثاني، إذ اقترن ذلك التطور بزيادة إمكانية الاستفادة من شبكة الويب كشبكة اتصالية. وقد قدمت الكثير من التعريفات للإعلام الجديد نذكر منها:

يعرف الإعلام الجديد بأنه: "جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية، متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال".¹

يعرف الإعلام الجديد أيضا بأنه: "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل".²

يمكن أن نستخلص من التعريفات السابقة أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا التي حملتها الوسائط المستحدثة عن التقليدية.

نشأة الإعلام الجديد:

نشأ الإعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الانترنت التي نشأت فكرتها في الستينات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الأمريكي وقوع هجوم أو كارثة نووية تؤدي إلى تعطيل الاتصالات فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر فيما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية.

مر المشروع بعدة تطورات وصولاً إلى ما يعرف اليوم بشبكة الانترنت.³ وبهذا تكون شبكة الانترنت تأسست في الولايات المتحدة الأمريكية لأغراض عسكرية باسم "أربانت"، حدث هذا حين قام مهندسو جامعة كاليفورنيا بمدينة لوس أنجلوس الأمريكية ومركز سان فورد للبحوث في عام 1969 بإرسال أول معلومات بينهما.⁴

¹ حسين محمود هتمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 65.

² ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 19.

³ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014، ص 48.

⁴ ليلي أحمد جرار: الفايبروك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012، ص 24.

تعتبر شبكة الانترنت اليوم أكبر جزء من تقنية المعلومات information technologie في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الأفراد في جميع أنحاء العالم يتم عن طريقها إجراء المعاملات المختلفة تجارية كالأبحاث عن الأسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

أصبح الإعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الإعلام والاتصال حيث أنه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطور من أدائها، فالتقنيات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية، أصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخليوي.¹

ثانياً: المداخل النظرية للإعلام الجديد

نقدم مجموعة من الرؤى النظرية حول الإعلام الجديد في مقاربات مختلفة لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته، وسنعرض من بين هذه المداخل: مدخل نيغروبونتي وكذا النموذج الاتصالي الجديد لدى كروسبي ومدخل فيدلر.

1_ مدخل نيغروبونتي لفهم الإعلام الجديد:

يحصّر نيغروبونتي الميزات التي يتحلّى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات كأدوات رئيسية في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل الكتروني وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلا من توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلقة".

أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزروجة فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقميا من كمبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكمبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى

¹ حارث عبود ومزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 49.

تطور تشبيك غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية أخرى يلي الاهتمامات العامة، أما الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعاً، وقد تحقق هذا جزئياً عند ظهور مطبعة غوتنبورغ وتحقق أيضاً عند ظهور التلغراف وأخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس.¹

2_ النموذج الاتصالي الجديد لدى كروسي:

يرى كروسي مع نيغروبونتي أن هذا النوع من الاتصال ليس بحاجة إلى وسائل تكنولوجية لكي يتم.

أ_ النموذج الأول: الاتصال الشخصي:

يحدد فيه كروسي لوسيلة الاتصال الشخصي خاصيتين وهما:

1_ أن كل مشارك في هذا الاتصال يملك تحكم متساوي ومتبادل للمحتوى المنقول.

2_ كما يمكن أن يتم تخصيص المحتوى لحاجات المشارك واهتماماته الفريدة.²

ب_ النموذج الثاني: الاتصال الجمعي:

هو الاتصال الجماهيري أو الجمعي mass media، وهذا النوع يخطيء فيه الكثيرون حينما يتصورون أنه يحدث نتيجة للتطور التكنولوجي. إنه مثل الاتصال الشخصي، ويرجع هذا النموذج إلى طرق الاتصال التي كان يتبعها قادة المجتمعات القديمة والملوك والزعماء الدينيون، فيما وسعت التكنولوجيا من مداه إلى المستوى العالمي، ومن أدواته التقليدية الإذاعة والتلفزيون والسينما وما إليهما وهو يقوم على نمط الاتصال من نقطة أو فرد إلى المجموعة، وأهم ما يميز هذا النوع:

✓ أن الرسالة نفسها تصل إلى كل الجمهور.

✓ يكون الذي قام بإرسال هذه الرسالة بلا شك هو المتحكم في محتواها.

¹ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد " دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، العدد 2، دب، 2007، صص(8-9).

² عبد المحسن حامد أحمد عقيلة: الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة- العراق، 2015، ص 25.

هذا معناه وفق النموذج:

1_ أن المحتوى لا يمكن تفصيله لتلبية احتياجات ومصالح كل فرد على حدة.

2_ أن الفرد لا بد له في التحكم في ما يصله من محتوى.¹

ج- النموذج الثالث: الإعلام الجديد:

يتميز الإعلام الجديد بحسب كروسبي بما يلي:

1_ يمكن للرسائل الفردية أن تصل في واحد إلى عدد غير محدود من البشر.

2_ أن كل واحد من الافراد له درجة السيطرة نفسها ودرجة الإسهام المتبادل نفسها في هذه الرسالة.

يقول كروسبي: "لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد علينا أن نتذكر بأن

ملايين الكمبيوترات التي تمثل بشبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير

محدود من البشر".²

3_ مدخل فيدلر لفهم الإعلام الجديد:

يبي " فيدلر " مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه باستقراء النموذج الكلاسيكي

لتبني المستحدثات "لايفرت روجرز" ورؤى "بول سافر" التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة

عقود كاملة حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول "فيدلر" أن عملية تغيير جذري تتم للوسائل

القائمة يطلق عليها تعبير media morphosis وهو مصطلح نحتة "فيدلر" بنفسه في بداية التسعينات

للدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الاتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات

الأساسية والضغط السياسية والاجتماعية والابتكارات التكنولوجية، يحدد فيدلر ستة مبادئ أساسية

لعملية التغيير الجذري هذه هي:

- تعايش وتطور مشترك للأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغيير جذري متدرج للأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- انتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.

¹ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، صص(36-37).

² بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: " المفهوم والنماذج"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14 ، 2011، ص 18.

- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.
- ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة وطبقا لفيدر فإن أهم ثلاث أدوات لتغيير جذري في مستحدثات الإعلام الجديد في مراحل تطور الاتصال الإنساني هي: اللغة المنطوقة واللغة المكتوبة واللغة الرقمية.¹

ثالثا: أشكال وخصائص الإعلام الجديد

1_ أشكال الإعلام الجديد:

يقصد بوسائل الإعلام والاتصال الأدوات التي تنتقل بواسطتها الرسائل إلى أعداد كبيرة من الأفراد المنتشرين في أماكن متفرقة، وتعد المواقع الاجتماعية والصحف الإلكترونية والانترنت إضافة إلى المدونات والمنتديات من أهم وسائل الإعلام الجديد.

أ_ الانترنت:

تعرف الانترنت على أنها شبكة دولية من الكابلات والأسلاك ووصلات المستخدمين، التي يتم عبرها بث صفحات البدء لتسهيل الوصول إليها وتدخل كل صفحة home page وصلات فائقة hyper links تشمل الكلمات والرموز والعبارات المعيارية التي تعتبر نقاط مرجعة لأجزاء أخرى من الوثيقة ذاتها أو من وثائق أخرى ضمن شبكة الويب.²

تتسع بيئة الانترنت في ظل الإعلام الجديد لتشمل مجمل السياقات الاتصالية والإعلامية والإدارية والقانونية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وكل ما يشكل عامل يؤثر ويتأثر بالنشاطات الاتصالية والإعلامية التي تسوق عبر شبكة الانترنت.³

¹ ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد" الدولة الافتراضية الجديدة"، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص 368.

² عبد العظيم كامل الجميلي وثناء إسماعيل العاني: الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 11.

³ محمد غزالي ولامية صابر: دراسات في الإعلام الجديد، د ط، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2016، ص 33.

تم بناء أول شبكة عام 1969 م تسمى 'أربانيت'، ترتبط بين أربعة أدمغة إلكترونية.¹ فقد بدأ مشروع إنشائها بحاسوبين ثم بأربعة، ونظرا لإلى ما حققه من نتائج جيدة تم توسيع الأربانيت إلى مؤسسات عسكرية ثم إلى مؤسسات مدنية كالوزارات والسفارات. وفي الفترة الممتدة بين 1980_1988م سلمت هذه الشبكة إلى العلماء والباحثين من خلال ربط مختلف مراكز البحث، الجامعات والمعاهد بشبكة أصبحت تحمل اسم انترنت. وفي سنة 1989م ارتبطت كل من أستراليا، ألمانيا، إسرائيل، إيطاليا وغيرها من الدول بشبكة NSFNET²، أما في فترة التسعينات فقد عرفت الانترنت ارتفاعا في عدد المستعملين، يختلف من بلد لآخر ويجري الحديث حاليا عن (انترنت 2) أو كما يسميها البعض next generation internet وتعتبر هذه الطبعة الجديدة أكثر تطورا وسرعة.³

ب_ مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مصطلح يشير إلى تلك المواقع عبر شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب،⁴ حيث تتيح هذه المواقع التواصل بين مستخدميها سواء كانوا أصدقاء متعارفين على أرض الواقع أو كانوا أصدقاء تم التعارف فيما بينهم فيما يسمى بالعالم الافتراضي، وهي مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء مكنتهم من التواصل المرئي والصوتي. ومن أشهر المواقع استخداما الفيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها.⁵

1_ الفيسبوك:

يعرف الفيسبوك بأنه: "عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الولوج إليه مجانا وتديره شركة (فيسبوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة".⁶ ويتميز هذا الموقع بأنه يمكن الفرد من وضع تجديبات للآخرين حول

¹ محمد العقاب: الانترنت وعصر المعلومات، ط1، دار هومة، الجزائر، 1999، ص 25.

² باية سيفون: الانترنت والصحافة الالكترونية "دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير"، د ط، دار الخلدونية، الجزائر، 2016، صص(124-125).

³ بشار عباس: ثورة المعرفة والتكنولوجيا "التعليم بوابة مجتمع المعلومات"، د ط، دار الفكر، دمشق، 2001، ص 69.

⁴ جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، د ط، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 128.

⁵ مشتاق طلب فاضل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، 2017، صص(203-204).

⁶ ياسر خضير البياتي: مرجع سابق، ص 37.

ما الذي يقوم به وما الذي يفكر به، فهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والفيديوهات والمحادثات مع الأصدقاء ووضع أشياء في الأجنداث.¹

2_ تويتر:

هو عبارة عن موقع يقدم خدمة التدوين المصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات عن حالتهم أو عن أحداث حياتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة.² ظهر تويتر بعد ثلاث سنوات من ظهور الفيسبوك أي أوائل عام 2006م عندما أقدمت شركة obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسما خاصا يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل 2007م.³

3_ اليوتيوب:

تأسس اليوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير عام 2005م بواسطة ثلاث موظفين الأمريكي 'تشارد هيري' والتايواني 'تشين' والبنغالي 'جاود كريم' الذين يعملون في شركة paypal المتخصصة في التجارة الالكترونية. جدير بالذكر أن مولد اليوتيوب قد شهدته مدينة menlopark في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وقد تم إطلاق الموقع للعامة في مايو من العام نفسه ليعقب ذلك تأسيس الشركة وإطلاق الخدمات في ديسمبر من نفس العام.⁴

ج_ المدونات الالكترونية:

تعتبر المدونات الالكترونية أحد التطبيقات التي تعمل بواسطة نظام الكتروني لإدارة المحتوى، وتعرف بأنها "صفحة انترنت عليها تدوينات صاحبها أو أصحابها وفق نظام، مؤرخة، مرتبة ترتيبا تصاعديا أو

¹ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين "دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، كلية الآداب والتربية، الدانمارك، 2012_2013، ص 83.

² فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 50.

³ علاء الدين محمد غنفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص(171-172).

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 194.

تنازليا وفق آلية لأرشفة التدوينات القديمة، ولكل تدوينة عنوان دائم يمكن الرجوع إليها في أي وقت، وتعطي الحق للقراء من التعليق عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمدون.¹ كان أول ظهور لهذا النوع من التطبيقات الإلكترونية في منتصف التسعينات من القرن الماضي، وانتشرت بكثرة خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر 2001م والحرب على العراق عام 2003م، حيث اتجه بعض المدونين إلى التعبير عن مشاعرهم وتنديدهم بالهجمات التي تعرضت لها الولايات المتحدة، في حين اتجه البعض الآخر للتدوين بهدف الوصول إلى المعلومات التي تحجبها وسائل الإعلام التقليدية فيما يخص أحداث 11 سبتمبر 2001م.²

أصبحت المدونات أشبه بالإعلام البديل لأنه يحول الإنسان نفسه إلى حالة فريدة، فبعد أن كنا نرى الرسالة الإعلامية على أنها عبارة عن أفكار ومتلقي ومرسل، أصبح بمقدور أي إنسان أن يضع بنفسه الرسالة الإعلامية.³

د_ الصحف الإلكترونية:

يعرف "سعيد الغريب النجار" الصحف الإلكترونية بأنها: "تلك التي يتم إصدارها ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات سواء كانت نسخة أو إصدارا إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدار مطبوعة ورقية، سواء كانت صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلا دقيقا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بما طالما أنها تصدر بشكل منتظم"⁴، تعرف أيضا على أنها: "تلك الصحافة التي تستعين بالحاسب في عمليات الإنتاج والنشر الإلكترونية".⁵

ظهرت الصحافة الإلكترونية أو صحافة الانترنت حسب ما يرغب البعض في تسميتها، وتطورت كنتاج لشبكة الانترنت العالمية التي جاءت نتيجة لما يعرف بالتقنية الرقمية، لم تكد تمضي سنوات على

¹ جواد علي مسلماني: مرجع سابق، ص 125.

² عبد الرزاق انتصار إبراهيم، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد "تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، د ط، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011، ص 30.

³ سحر خليفة الحبور: الإعلام البديل.. الواقع والآفاق "دراسة نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل"، مجلة الباحث الإعلامية، العدد 15، العراق، د س ن، ص 50.

⁴ أيمن منصور، شيما ذو الفقار زغيب: دراسات في نظريات الرأي العام، ط1، برس للطباعة والنشر، مصر، 2004، ص 153.

⁵ أماني عمر الحسيني: الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، د ط، عالم الكتب، مصر، 2005، ص 152.

ظهور الانترنت حتى امتلأت الشبكة الدولية للمعلومات بعشرات من المواقع التي تعتبر نسخا الكترونية لصحف ورقية أو مواقع كبيرة تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية.¹

2_ خصائص الإعلام الجديد

يتشابه الإعلام الجديد مع الإعلام التقليدي في بعض جوانبه، إلا أنه يتميز عنه في العديد من السمات التي يمكن إيجازها فيما يلي:

1_ التفاعلية: حيث توجد درجة عالية من التفاعل بين المرسل والمستقبل لدرجة تقارب الاتصال المباشر، فالعديد من المواقع تحرص على معرفة رأي المترددین عليها، وتتيح لهم ذلك من خلال تخصيص بريد الكتروني لتلقي التعليقات المختلفة.²

2_ اللاتزامنية: وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشارك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، مثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دون الحاجة إلى وجود مستقبل للرسالة أو من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل: الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.³

3_ الحركة والمرونة: حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان مثل: الحاسبات الشخصية وآلات التصوير المحمولة والهاتف النقال وغيرها.⁴

4_ تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صيغة احتكارية، حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائدة في المجتمع.⁵

¹ عباس ناجي حسن: الصحفي الالكتروني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص 49.

² حسين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، د ط، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، د ب، 2015، ص 37.

³ مسعود بوسعدية وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة " الاستخدام والتأثير"، ط 1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص 8.

⁴ بدر الدين بلمولاي: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، الجزائر، جوان 2017، ص 4.

⁵ وفاء نصري: تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي للطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، 2014_2015، ص 63.

5_ **التخزين والحفظ:** في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل: النصوص، الصوت، الصورة الثابتة، الصورة المتحركة والرسوم البيانية الثنائية والثلاثية الأبعاد... الخ.¹

6_ **المشاركة والانتشار:** يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالته للآخرين.²

7_ **التنوع:** إن قدرة الانترنت والأقمار الاصطناعية على نقل ملايين الرسائل والمواد السمعية والصورية في وقت واحد أتاحت للمتلقي نوافذ بالغة التنوع لتلبي طيفا واسعا من الرغبات في مختلف التخصصات، بل إننا نجد محطات تلفزيونية مثلا: تتخصص بالأطفال أو المرأة أو الرياضة وغيرها.³

8_ **الانتباه والتركيز:** نظرا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز: بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.⁴

رابعاً: وظائف الإعلام الجديد

إن الانتشار الواسع والمتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في وقتنا الحاضر، أدى إلى زيادة التفاف الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية وإعلامية في شتى الميادين، هذه الأخيرة أتت بوظائف عديدة للأفراد، ومن هذه الوظائف ما يلي:

1_ وظيفة التوثيق:

لعبت تكنولوجيا الاتصال متمثلة في الحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية

¹ رضوان سلامن، سامي علي مهني: البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "المفاهيم والضوابط"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 1، الجزائر، 2019، ص 364.

² الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي، مصر لا تزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016، ص 8.

³ حارث عبود، مزهر العاني: مرجع سابق، ص 73.

⁴ مصطفى يوسف كافي: وسائل الإعلام والطفل، ط1، دار الجامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 165.

والتطبيقية والعلمية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام بتناول العمليات والتجمع ووضع النظام والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه، ثم الإعلام عنه لتحقيق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري.

2_ تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاج للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات التي استفاد منها الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها والتي غطت كل المجالات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين.¹

3_ تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي: حيث يتعامل الفرد ساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه ولكن من خلال المحادثات و البريد الإلكتروني والحوارات مع الآخرين لا يعرف بعضهم البعض ولا تميزهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الموقع وحاجاته بدءا من الصداقات الجديدة مع الآخرين من ثقافات مختلفة إلى الاتصال بهدف الثقافات ذاتها والتحول بما يلي حاجة الفرد.²

4_ آثار الطموحات:

فوسائل الإعلام تخلق طموحات الخيال والتصورات لدى الشعوب كنتيجة لذلك يتفوق ويتجاوز الانجازات المجتمعية، الأمر الذي يبعث لديهم شعورا بعدم الرضا عن الوضع القائم ويتولد لديهم الدافع إلى تغييره حيث أنه بدون إثارة الطموحات ودون حث الأفراد على النضال من أجل حياة كريمة ومن أجل التنمية الوظيفية، فإنه من غير المحتمل أن تحدث التنمية المرجوة.

¹ مسعود بوسعدية وآخرون: مرجع سابق، ص 11.

² وفاء نصري: مرجع سابق، ص 64.

5_ تأسيس المعايير الاجتماعية:

فمن خلال وسائل الإعلام يمكن تأسيس معايير سلوك التنمية في الحكم العام ومراقبة الانحرافات عن هذه السلوكيات.

6_ **المساهمة في التخطيط الوطني:** حيث يجب أن يتعلم أفراد الدول النامية مهارات جديدة وأساليب جديدة للحياة حيث تنقل وسائل الإعلام والمعلومات والمناقشات التي من خلالها تصل الأمة إلى فهم الحاجة إلى الخطط والاتفاق عليها وانطلاقاً من هذه الوظيفة أشار أحد الخبراء إلى أن طرح القضايا العامة قد جلب الاتهامات من جانب الكثيرين بأن الإعلام قد احتل دور البرلمان.

7_ **تشكيل الاتجاهات:** الإعلام ليس مجرد إعطاء معلومات ومعارف وإنما المقصود هو تغيير الاتجاهات وتحريك جماعات العمل في اتجاه معين لتحقيق الأهداف المطلوبة، أي أن وسائل الإعلام تبلور صورة المستقبل صورة قادرة على دفع الإنسان لأنه يعمل ما يجب أن يعمل وقادر على التغيير المجتمعي.

8_ **التدريب والتعليم:** أي من خلال المهارات والبرامج التي يتم تعلمها حيث يتم تدريب أفراد المجتمع ككل وحسب رغبته واختصاصه.¹

خامساً: تأثيرات الإعلام الجديد

الحاصل أن الإعلام الجديد له تأثيرات وهي كالاتي:

1_ **الأنظمة السياسية المختلفة:** حيث لعبت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام والفايسبوك بشكل خاص دور كبير في إحداث التغيير السياسي في المنطقة العربية فيما عرف بـ "الربيع العربي".

¹ بسام عبد الرحمان الجرايدة: الإعلام وقضايا حقوق الإنسان، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، صص(48-50).

2_ للإعلام الجديد تأثيرات على النظام الإعلامي القائم في الدول حيث يمكن القول أن تلك المواقع سحبت البساطة من تحت أقدام الوسائل الإعلامية التقليدية، أو على الأقل فإنها تمثل منافسا شرسا لهذه الوسائل في مجال السرعة والآنية والتفاعل في تقديم الأخبار والمعلومات للجماهير.

3_ للإعلام الجديد تأثيراته في مجال الثقافات والحوار بينها حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء سيرانيا ثم التأثير المتبادل ولها تأثيراتها على منظومة القيم الثقافية السائدة في المجتمعات.¹

سادسا: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد

أ_ الإيجابيات:

يملك الإعلام الجديد إيجابيات عديدة نذكر منها ما يلي:

- 1_ يقوم الإعلام الجديد بنقل ثقافات الشعوب المختلفة، مما يتيح للمتصفح التعرف عليها.
- 2_ ينقل الإعلام آخر الاكتشافات العلمية التي توصل لها الإنسان في مختلف أنحاء العالم.
- 3_ نقل العلوم التي يحتاجها المرء وذلك من خلال نشر وبث المواضيع والمحاضرات والدروس العلمية.
- 4_ تثقيف المجتمع بالأمر التربوية التي يحتاجها من خلال الاستشارات التربوية والطبية والاجتماعية.
- 5_ نشر القضية الفلسطينية وقضايا الأمة وكسب تأييد العالم وكشف ملامسات العدو.²

ب_ السلبيات:

رغم الإيجابيات والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الجديد، إلا أن هناك مجموعة من السلبيات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره ومن أهمها:

- 1_ ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
- 2_ المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الالكترونية وأدوات الإعلام الجديد.

¹ أمين رضا: مرجع سابق، صص(88-89).

² رضوان بلخيري: المدخل إلى الإعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 16.

- 3_ انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد، وعدم خضوعه للمراقبة.
- 4_ انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية، وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
- 5_ صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.
- 6_ السرعة في البث الإلكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة وقد تكون النتيجة هي الفشل.¹

¹ رضوان سلامن، سامي علي المهني، مرجع سابق، ص ص(367-368).

خلاصة

يختلف الإعلام الجديد عن الإعلام التقليدي لكون هذا النوع الجديد يحتوي على جملة من الخصائص كالتفاعلية والحركة والمشاركة التي يجدها الفرد من خلال وسائل الإعلام الجديد والمتمثلة أساسا في مواقع التواصل الاجتماعي والتي ذكرناها من أبرزها: الفايسبوك، تويتر واليوتيوب. وبالتالي فإن الإعلام الجديد إعلام تعددي بلا حدود يؤدي أدوارا جديدة كليا لم يكن بوسع الإعلام التقليدي تأديتها، لهذا ينبغي أن يكون هناك حدود في استغلاله.

الفصل الثالث

الثقافة السياسية: ماهيتها، مرتكزاتها

وأهم وظائفها

تمهيد

أولاً: الثقافة السياسية: مفهومها ونشأتها

ثانياً: خصائص الثقافة السياسية

ثالثاً: مكونات الثقافة السياسية

رابعاً: مرتكزات الثقافة السياسية وأهم عناصرها

خامساً: أنماط الثقافة السياسية ووظائفها

سادساً: أهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية

خلاصة

تمهيد

يتناول هذا الفصل الثالث من الدراسة متغير الثقافة السياسية، حيث تعد هذه الأخيرة متغيرا مهما من متغيرات نجاح وفعالية العملية السياسية ومعيارا أساسيا من معايير حيوية الحياة السياسية، فالثقافة السياسية يمكن لها أن تسهم مساهمة كبيرة في بناء الوعي السياسي للمواطن وتعزيزه، وفي تشكيل اتجاهاته نحو النظام السياسي والعملية السائدة في المجتمع.

حاولنا في هذا الجزء من الدراسة ضبط مفهوم الثقافة السياسية وتبيان أهم مكوناتها وعناصرها، كما سعينا لإبراز خصائصها وعناصرها، مركزين على تحديد أهم وظائفها وأهميتها في تعزيز الممارسة الديمقراطية.

أولاً: الثقافة السياسية: مفهومها ونشأتها

يحظى موضوع الثقافة السياسية باهتمام خاص من طرف الباحثين والعلماء، فهناك عدة تعاريف مقدمة لهذا المفهوم:

يعرف "روزنيام" الثقافة السياسية أنها التوجهات السياسية الجماهيرية عبر النظام السياسي مأخوذاً بـكليته وهي تتضمن المقومات الأساسية الآتية:

- ✓ التوجهات نحو النظام السياسي.
- ✓ التوجهات نحو الآخرين في النظام السياسي.
- ✓ التوجهات نحو النشاط السياسي الذي يقوم به الفرد ذاته¹.

يعرفها "لوسيان باي" عالم السياسة الأمريكي المعاصر، أنها: "مجموعة من الاتجاهات والمعتقدات التي تعطي نظاماً ومعنى للعملية السياسية وتقدم قواعد مستقرة تحكم تصرفات أعضاء النظام السياسي"².

تعرف "الثقافة السياسية" بأنها: "مجموعة من الأفكار والمشاعر والاتجاهات التي يؤمن بها الفرد وتحرك سلوكه تجاه النظام السياسي"³.

يعد مفهوم الثقافة السياسية من المفاهيم الحديثة نسبياً في عالم السياسة، إذ أن ظهوره يعود لعام 1956، عندما استخدمه "الموند" كبعد من أبعاد تحليل النظام السياسي، فكل نظام سياسي يترسخ حول أنماط محددة من التوجهات التي تضبط التفاعلات التي يتضمنها النظام الاجتماعي، وبالمثل تكون الثقافة السياسية بمثابة التنظيم غير مقنن للتفاعلات السياسية، وهي جزء من الثقافة العامة للمجتمع وأن كانت تتسم بشيء من الاستقلالية داخلها والقيم التي تحويها الثقافة السياسية للمجتمع، تنتقل عبر عملية التنشئة السياسية، وهي العملية التي يتم بواسطتها إدخال القيم الثقافية لنسق القيم لدى أفراد المجتمع⁴.

¹ حسين علوان: إشكالية بناء ثقافة المشاركة في الوطن العربي، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009، ص 14.

² سمير العبدلي: ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن، حقوق الطبع والنشر والتوزيع محفوظة لمركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص 51.

³ حسام مرسى: مدخل العلوم السياسية، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2012، ص 11.

⁴ زين العابدين معو: دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية في المجتمعات العربية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 5، جامعة أم البواقي-الجزائر،

جوان 2016، ص 15.

يساعد النسق الثقافي العام على تحقيق الديمقراطية وتنميتها، ويكرس سياسة التسلط والهيمنة، لذلك يعتبر "الموند" و"فيربا" أن مدخل الثقافة السياسية من أهم المدخل المستخدمة في دراسة النظم السياسية، باعتبار أن النظام السياسي يستمد شرعيته من مجموع الرموز السياسية والثقافية التي تشكل نظام المعتقدات للأفراد والجماعات، ولأن الديمقراطية هي مطلب من متطلباتها الثقافية، وهو ما يعرف بالثقافة الديمقراطية فإن البحث عن مدى وجود قيم داخل المجتمع والدولة مثل: التسامح السياسي والفكري والقبول بالتعددية والرأي الآخر، والحرص على المشاركة في الحياة السياسية هو ضرورة لعملية الترسخ الديمقراطي.¹

ثانيا : خصائص الثقافة السياسية

تتسم الثقافة السياسية بعدد من الخصائص التي تكسبها أهمية وتجعلها من العناصر المؤثرة في الحياة السياسية وفي سلوك كل من النخبة السياسية والجمهير، لعل أهم هذه الخصائص ما يلي:

- 1- الثقافة السياسية جزء من الثقافة العامة السائدة في المجتمع، والتي تؤثر فيها وتتأثر بها، فهي تتأثر بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع وتؤثر على هذه الأوضاع، تتكون الثقافة السياسية من ثقافات فرعية مثل ثقافة الشباب وثقافة الكبار وثقافة النخبة وثقافة الشعب.
- 2- أنها تشمل جوانب نظرية وعملية، أي لا تقتصر على جانب معنوي أو تطبيقي، تتمثل في الأفكار والاتجاهات والسلوك والممارسات السياسية لكل من الأفراد والجماعات والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية.
- 3- من أهم الخصائص للثقافة السياسية أنها مكتسبة ويتم تشكيلها من خلال عدة عوامل جغرافية واقتصادية واجتماعية وسياسية ويتم اكتسابها بأكثر من طريقة منها التنشئة الاجتماعية السياسية، كما تختلف من مجتمع إلى آخر.
- 4- كون الثقافة السياسية مكتسبة فإنها متغيرة لا تدوم على حال، لكن هذا التغيير لا يحصل بشكل سريع أو مفاجئ، يختلف حجمه باختلاف العوامل المؤثرة به، ويحدث هذا التغيير استجابة للتحويلات التي تطرأ على المجتمع.²

¹ صليحة كباي: الهوية والثقافة السياسية كمدخل للتحوّل الديمقراطي في الشرق الأوسط، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، المجلد ب ص، جامعة قسنطينة 3، الجزائر 2016، ص 240 .

² أميرة غالب حسن ذياب: دور الثقافة السياسية في الوحدة الوطنية الفلسطينية، أطروحة مكملة للحصول على درجة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2007_2015، ص 15.

ثالثاً: مكونات الثقافة السياسية

لكل مجتمع ثقافة سياسية خاصة تميزه من المجتمعات الأخرى نابعة من الثقافة العامة، وهذا ما يجعل الوصول إلى مكونات واحدة تجتمع عليها جميع المجتمعات أمراً صعباً، لكن يمكن الحديث عن مجموعة من العناصر أو المكونات للثقافة السياسية الأساسية سواء تلك التي تتبناها الدولة كثقافة الحكم أو الثقافة الرسمية وتلك السائدة لدى أفراد المجتمع والتي تسمى الثقافة الغير رسمية ومن هذه المكونات:

أ- المرجعية:

تعني الإطار الفكري الفلسفي المتكامل أو المرجع الأساسي للعمل السياسي فهو يفسر التاريخ ويحدد الأهداف والرؤى ويجرر المواقف والممارسات ويكسب النظم الشرعية وغالباً ما يحقق الاستقرار بإجماع أعضاء المجتمع على الرضا من مرجعية الدولة ووجود قناعات بأهميتها وتغييرها عن أهدافهم وقيمهم وعندما يحدث الاختلاف بين عناصر النظام حول المرجعية، تحدث الانقسامات وتبدأ الأزمات التي تهدد شرعية النظام وبقائه واستقراره.¹

ب- الإحساس بالهوية:

يعتبر البعض أن الإحساس بالانتماء هو أهم المعتقدات السياسية، ذلك أن شعور الأفراد بالولاء للنظام السياسي يساعد على إضفاء الشرعية وبقاء النظام، وتخطية الأزمات والمصاعب التي تواجهه، إلا أن أزمة الهوية وسياستها شكلت تطورات في الشرق الأوسط والتي تعني في مضمونها، تخبط الجماعة السياسية في تعريفها لنفسها، وفي تحديد شعورها الجماعي بهويتها الحضارية من منظور التاريخ.²

ج- التوجه نحو العمل العام:

هناك فرق بين التوجه الفردي الذي يميل إلى الإعلاء من شأن الفرد وبين التوجه العام أو الجماعي الذي يعني الإيمان بأهمية العمل التعاوني المشترك، فالتوجه نحو العمل العام والإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وقضاياه من أهم مكونات الثقافة السياسية، ذلك أن هذا الشعور بالمسؤولية يدفع المواطن إلى الإيجابية في التعامل مع القضايا في ظل ثقافة متشابهة مؤداها الإحساس بالولاء للجماعة.

¹ عائشة ربيعي: الثقافة السياسية وإشكالية الممارسة الانتخابية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012-2013، ص 19.

² منذر السيد احمد الحلولي: الثقافة السياسية وأثرها على التحولات الديمقراطية في المجتمع الفلسطيني، قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، غزة، فلسطين، 2009-2010، ص 33.

د- التوجه نحو النظام السياسي:

الاتجاه نحو النظام السياسي والإيمان بضرورة الولاء له والتعلق به من ضرورات الإحساس بالمواطنة وما يترتب عليه من حقوق والتزامات. فكل ثقافة سياسية عليها أن تحدد النطاق العام المعقول للعمل السياسي والحدود المشروعة بين الحياة العامة والحياة الخاصة.¹

رابعاً: مرتكزات الثقافة السياسية وأهم عناصرها

أ_ مرتكزات الثقافة السياسية:

تحتوي الثقافة السياسية في النظام السياسي الجزائري على مرتكزات أساسية وهي كالاتي:

1_ شرعية السلطة:

يقول "بيترز" أن: "مفهوم السلطة ومدى تقبلها من طرف فرد من فرد آخر له ارتباط بثقافة المجتمع" وبالتالي كل مجتمع فيه تقاليد معينة يمكن من خلال دراستها معرفة أنماط وعادات وكيفية اتخاذ القرار وتنفيذه في المجتمع، وبالتالي يتصور الأفراد أن القرارات السياسية اتخذت من خلال هذه الأنماط والعادات، هذه القرارات تصبح لها شرعية في نظرهم يتم قبولها والخضوع لها. والسلطة في الجزائر مجسدة في القيادة السياسية، فالذين هم خارج المناصب القيادية في السلطة يتهمون أولئك الذين هم في المناصب القيادية بعدم شرعية وضعيتهم، وبالتالي عدم الاعتراف إلى التأثيرات الشخصية لتأكيد سلطتهم، كما أن لجوء السلطة السياسية في الجزائر إلى تركيز السلطات بيدي الحاكم أدى إلى اعتقاد الأفراد بأن السلطة السياسية متوحدة في شخص الحاكم وليست مودعة في مؤسسات، فالحاكم في الثقافة السياسية الجزائرية هو صانع القرار الأول والقائد الأعلى، وهذا ما يحول دون بناء مؤسسات سياسية فعالة، وأن وجدت فإنها تبقى هشة لا دور لها في عملية صنع القرارات السياسية، وهذا ما يظهر جلياً في الساحة السياسية، حيث أن معظم القرارات تأتي من القيادة السياسية ويبقى الأفراد مجرد منفذين لما يأتي عليهم من القمة. وتبقى الثقة دوراً رئيسياً في شرعية السلطة ومؤسساتها، وما يلاحظ في المجتمع الجزائري يكاد يفقد الثقة في السلطة الحاكمة بسبب انعدام الشفافية والحوار الصريح الصادق حول مجريات الأمور المتعلقة بالمجتمع، وبالتالي فإنه يصعب على القيادة السياسية قيادة البلاد حيث يرفض الأفراد تقبل القرارات المتخذة من طرفهم بسبب الشك في شرعية مصدرها القرار، وهذا ما يؤدي إلى عدم الاستقرار في المجتمع.²

¹ وسام محمد جميل صقر: الثقافة السياسية وانعكاساتها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، مذكرة مكملة للحصول على درجة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، غزة، 2005-2009، ص (36-37).

² حياة قزادري: مرجع سابق، ص (81-82).

2_ جانب المدخلات في النظام السياسي الجزائري:

تتكون من مطالب ومساندة المجتمع السياسي من خلال تفاعل أعضائه تفاعل سلمي، مساندة النظام وتأييد القواعد العامة للعبة سياسية. وتقضي الثقافة السياسية شعور أغلبية أفراد المجتمع بالقدرة على التأثير في القرارات السياسية ومشاركتهم في صياغتها سواء عن طريق توجيه النقد البناء للمسؤولين أو إبداء الرأي في مختلف القضايا التي تواجه المجتمع واختيار الأعضاء والمؤسسات التمثيلية فقبل أكتوبر 1988م احتلت الجزائر المرتبة ما قبل الخيرة من حيث الحريات الدينية والسياسية حسب دائرة المعارف. "العالم الثالث لسنة 1987م وقد وجد عبد الحفيظ مقدم في دراسة أجزاءها حول القيم الاجتماعية 1991م أن قيمة الحرية احتلت المرتبة الثالثة من حيث الأهمية في سلم يتكون من 11 قيمة". فهذا الترتيب يؤكد الأهمية التي يوليها الجزائريون لقيمة الحرية ومدى حاجتهم إليها، فالفرد الجزائري ليس له الحرية للمشاركة في اتخاذ القرارات وبما أن الثقافة السياسية للمجتمع هي نتاج لعملية التنشئة السياسية التي يتعرض لها أفراد المجتمع فإن النظام السياسي الجزائري قام بتوظيف هذه العملية لغرس القيم والتوجهات والأفكار السياسية التي تتفق مع قيم وأفكار وتوجهات السلطة الحاكمة.¹

3_ جانب المخرجات في النظام السياسي الجزائري:

مخرجات النظام السياسي عبارة عن قرارات فورية ليس لها تأييد منتظر لدى الطبقة العرضية من المجتمع مما وسع الهوة بين النظام السياسي والمجتمع المدني، عبر هواري عدي: "بأن الصراعات السياسية والتضاربات الإيديولوجية واختلاف المصالح الاقتصادية للنخبة الحاكمة كانت تجري خارج المؤسسات الرسمية فإن المواطن البسيط في الشارع كان دائما يتساءل عن من يحكم في الجزائر.²

المخرجات عبارة عن استجابة للمداخلات، تستند إلى وضع القانون وتطبيقه والحاكم به، لا يهتم أفراد المجتمع الجزائري بمعرفة قواعد وأساليب إعداد القرارات، فهناك من يعتبر نفسه مجرد رعية في المجتمع يخضع للقرارات التي تتخذها السلطة ويعتبرها إلزامية.³

¹ سميرة حمودي: مرجع سابق، صص (55-56).

² عبد النور ناجي: النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 2008، ص38.

³ محمد أمين بويوسف: الثقافة السياسية في الجزائر، 28 نوفمبر 2012، على الخط عبر الرابط. <https://Guelma.Yoo7.Com/t676-topic>.

يمكن الاستنتاج بأن نجاح أي نظام سياسي يتطلب تنشئة سياسية تعمل على غرس قيم وتوجهات تدعوا المواطن أن يشارك إيجابيا في الحياة السياسية في مجتمعه، وعند غياب القيم والتوجهات فإن النظام السياسي لن يستقر.¹

ب_ عناصر الثقافة السياسية:

تعدد عناصر الثقافة السياسية بين الكتاب والمفكرين كل منهم حدد عناصر الثقافة السياسية حسب رؤيته الخاصة، وحسب الواقع والبيئة التي رأى من خلالها هذه العناصر، والتي تشتق غالبا من التعريف الذي يراه هؤلاء الكتاب، تتمثل هذه العناصر في:

1- تجسد الثقافة السياسية أساسا في القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف العامة لأفراد المجتمع، وهي بهذا تعبر عن عناصر مادية أو معنوية.

2- الثقافة السياسية هي ثقافة متفرعة من الثقافة العامة للمجتمع وبالرغم من أنها مستقلة بدرجة ما عن النظام الثقافي العام إلا أنها تتأثر وتتوثر به.²

3- **الولاء المحلي والولاء القومي:** لما كان الولاء من أهم المؤشرات، وحدة وتماسك المجتمع السياسي فإن المجتمعات التي تسودها ثقافة سياسية حديثة يتجه فيها الأفراد بولائهم نحو الدولة ككل والمصلحة العامة، المجتمعات التي تسودها ثقافة سياسية تقليدية يتجه ولاء أفرادها نحو القبيلة أو الأسرة أو جماعته اللغوية أو المحلية ومن ثم يترتب على ذلك غياب الشعور بالمسؤولية العامة والمشاكل القومية.

4- **الشك والثقة:** إن عنصر الشك والثقة واحدا من عناصر الثقافة السياسية وكلما زادت الثقة بالسلطة لأي مجتمع زادت إمكانية التعاون معها والعكس صحيح، ولا بد من وجود توازن مقبول بين الشك والثقة حتى تستمر العملية السياسية.

5- **المساواة والتدرج:** إن الثقافة السياسية قد تؤكد على المساواة بين الأفراد في المجتمع أو على التفرقة التحكيمية بينهم ثم معرفة مدى أثر ذلك على درجة المشاركة السياسية للأفراد.³

¹ سميرة حمودي: مرجع سابق، ص 57.

² كمال المنوني: مفهوم الثقافة السياسية دراسة نظرية تأصيلية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، د ط، د دن، د ب، 2008، ص 8.

³ عبدالله احمد العواملة وخالد حامد شنيكات: درجة وعي طلبة جامعة البلقاء التطبيقية بمفهوم الثقافة السياسية وأبعادها، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39، العدد 2، 2012، ص 328.

خامسا : أنماط الثقافة السياسية ووظائفها

أ_ أنماط الثقافة السياسية:

تتعدد أنماط وأنواع الثقافة السياسية، والتي قد تطرق إليها بعض الباحثين في مجال علم الاجتماع السياسي في دراساتهم وأبحاثهم لفهم هذه المسألة، حاول كل من "الموند" و"فيربا" تحديد نمط الثقافة السياسية، جعلها نوع من السلوك الذي يرتبط بالنظم السياسية الديمقراطية التي تسعى لخلق نوع من الشعور الايجابي لدى المواطن، ذلك الشعور الذي يشجعه على أن يأخذ دوره كاملا في المشاركة في العملية الديمقراطية، لذلك فقد حدد ثلاث أنماط مختلفة للثقافة السياسية وهي:

1- الثقافة الضيقة:

يقصد بهذا النمط من الثقافة السياسية، أن الأفراد ليس لديهم معرفة جيدة عن الأهداف والغايات السياسية التي توجد في الحياة السياسية لذلك فإنهم لا يستطيعون تقديم أحكام صحيحة على تلك الأهداف السياسية الموجودة في مجتمعهم، يترتب عن ذلك أن هؤلاء الناس لا يستطيعون تقديم أي نوع من التأييد أو المعارضة للسياسات العامة التي يهدف إليها مجتمعهم، وينطبق ذلك على القيادات السياسية التي يضمها النسق السياسي، وهذا النوع من الثقافة هو تجميع لبعض السياسات المعزولة اجتماعيا ومؤسساتيا والمنبثقة من عدد من الثقافات المحلية المستندة إلى المجتمعات القبلية والبدائية، هذا النوع من الثقافة لا يرتقي إلى الحد الذي ينتج عنه ما يطلق عليه الثقافة السياسية الوطنية، ظهر هذا النوع في العديد من الدول الجديدة التي تضم مجالات غير متجانسة لا تحدث أي نوع من التكامل.¹

2- ثقافة الخضوع:

هي ثقافة تسود في المجتمعات الأكثر تطورا والتي تركز على مؤسسات سياسية أو ما يطلق عليها الدولة الوطنية، بإمكان هذه الثقافة أن تكون نوع من الأحاسيس والوعي وإصدار أحكام قيمية اتجاه النظام السياسي ككل دون أن تقتصر على الأنظمة الفرعية كالعشيرة والطائفة وغيرها، هذه الثقافة تجدها أكثر دراية ومعرفة لمؤسسات اتخاذ القرارات السياسية وعملياتها بمدخلات ومخرجات العملية السياسية، إلا أنها بالمقابل تنمي لدى الأفراد السلبية اتجاه الحياة السياسية، لهذا تجدهم دائما في انتظار تدخل النظام لتحقيق الاحتياجات وتوفير الخدمات العامة، ولكن في خضوع تام، ولهذا هم أبعد ما يكون عن المشاركة في السياسة لا اعتقادهم بأن لا دور لهم فيها ولا تأثير في عملياتهم.²

¹ مولود زايد الطيب: علم الاجتماع السياسي، ط 1، منشورات جامعة السابع من ابريل، ليبيا، 2007، صص (184-185).

² سليم بوسقيعة: الثقافة السياسية ودور الإعلام في تنميتها، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 11، جامعة قسنطينة 2- الجزائر، مارس 2015، صص 118.

3- ثقافة المشاركة:

ثقافة تشدد على مشاركة المواطنين في العملية السياسية، فالمواطن يرى أنه يستطيع أن يؤثر على النظام السياسي كاختيار الحكومة وضع القرار، ويتأثر بقرارات هذا النظام، فالأفراد فاعلون ومشاركون ومؤثرون في النظام السياسي، تسود هذه الثقافة في المجتمعات المتقدمة ذات البنية الديمقراطية.¹

ب_ وظائف الثقافة السياسية:

تعدد وظائف الثقافة السياسية حيث يستطيع من خلالها الباحثين المختصين في علم الاجتماع السياسي وغيرهم من المهتمين بدراسة هذه القضية والكشف عن الكثير من الأهداف العامة للنظام السياسي، ومن أهم هذه الوظائف ما يلي:

1- التعرف على طبيعة البناءات والنظم السياسية:

إن دراسة الثقافة السياسية يساعد في فهم مكونات وعناصر البناء السياسي الذي يوجد في أي مجتمع من المجتمعات، وهذا ما ساعد كل من "الموند و فيربا" مثلاً في دراستهم للثقافة السياسية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول، للكشف عن نوعية البناءات السياسية، وإلى حد تماثل هذه البناءات مع الثقافات السياسية ذاتها، فالباحث "الموند" افترض أن الثقافة السياسية تتميز باستقلال معين، وأكد مع ذلك أنها ترتبط بالثقافة العامة في المجتمع، لأنها تضم نماذج للتوجهات إزاء الظاهرة السياسية تتجاوز حدود النظام السياسي.²

2- تحليل العلاقة بين المواطنين والسلطة السياسية:

تعكس نوعية الثقافة لدى المواطنين مدى توقعاتهم من السلطة السياسية، وما ينبغي أن تقوم به السلطة في تلبية الحاجات السياسية التي يتطلع إليها هؤلاء المواطنين، فالمواطنون ذوو الثقافة المشاركة يستطيعون أن يحفزوا السلطة على تلبية حاجياتهم من خلال مشاركتهم الفعالة النشطة، وذلك على عكس المواطنين ذات المشاركة الضيقة.

¹ وسام محمد جميل صقر: مرجع سابق، ص 33.

² عبد الغفار رشاد القصبي: التطور السياسي والتحول الديمقراطي، "الكتاب الأول" التنمية السياسية وبناء الأمة، ط1، د ب، القاهرة، 2006، ص 187.

3- دراسة عملية المشاركة السياسية وكيفية تحديثها:

إن المشاركة السياسية تعتبر العنصر الأساسي لتطوير العمليات السياسية، ولاسيما أن عملية التحديث الثقافي السياسي تساعد على خلق نوع من الدافعية والعمل، ونمو النشاط الديمقراطي الفعال في الحياة السياسية، هذا لن يحدث إلا من خلال وجود نوع من الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع.¹

4- خلق الشخصية القومية:

إن عملية الاهتمام بالثقافة السياسية يساهم في تطوير سبل المشاركة السياسية وتطويرها من الثقافة المحدودة أو الضيقة إلى الثقافة المشاركة لأن وجود الثقافة المحدودة أو الضيقة يعكس عموماً درجات التجانس الثقافي والسياسي، وتعكس أنماط من اللامبالاة السياسية وعدم المشاركة في وضع القرارات السياسية سواء على المستوى المحلي أو القومي، ما يؤثر بصورة سلبية على ظهور الشخصية القومية التي تظهر نوعية الأداء السياسي والاجتماعي لدى أفراد المجتمع تجاه قضاياهم الوطنية وتحقيق المصالح العامة.

5- الثقافة السياسية وحقوق المواطنة:

كلما تحسنت مستويات الثقافة بمفهومها العام والثقافة بمفهومها السياسي، كلما استطاع المواطن أن يحصل على كل حقوقه الطبيعية والمدنية، فالثقافة تستطيع أن تزيد الوعي الفردي والجماعي نحو أهمية الحصول على هذه الحقوق والمحافظة عليها وتحقيق درجات مناسبة من الإشباع النفسي والعاطفي والوجداني لدى المواطنين عن طريق تلبية حاجياتهم الأساسية، ومنها حق الحصول على الثقافة السياسية التي تؤهلهم إلى أداء وظائفهم السياسية التي تتمثل في حقوق الانتخابات والمعارضة أو المظاهرات والاستفادة من المشاركة في الأحزاب السياسية التي تساهم جميعاً في خلق روح المواطنة التي تتمثل في عدد من الحقوق والواجبات والمسؤوليات.

6- الثقافة السياسية والتحديث والتنمية الشاملة:

تعتبر عملية التعليم السياسي جزءاً من مكونات العملية التعليمية والثقافية التي يسعى الفرد لاكتسابها باعتباره عضواً في المجتمع، وهذا ما تحرص عليه النظم السياسية المتقدمة التي تسعى إلى تطوير وتحديث مجتمعاتها، فالثقافة السياسية هي جزء من الثقافة العامة، تساهم جميعاً في عمليات التنمية الشاملة.²

¹ نبيل خليلو: التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد حيدر- بسكرة، 2011-2012، ص 96.

² عبد الله عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2001، ص (441-442).

سادسا: أهمية الثقافة السياسية في تعزيز الممارسة الديمقراطية

يرى معظم الباحثين أن الديمقراطية لا تقتصر فقط على شكل الحكم، إنما هي أيضا فلسفة ونمط عيش معتقد، ولكي تتحقق الديمقراطية عمليا في الواقع السياسي، ولا تبقى مجرد فكرة أو شعار لا قيمة فعلية له، يجب أن يكون الشعب مدركا لأهمية الديمقراطية في الحياة السياسية ومؤمنا بالديمقراطية كقيمة بذاتها وبقيمة مبادئها، وهو ما يتطلب قدرا من النضج السياسي والثقافة السياسية، ذلك أن الثقافة السياسية شرط أساسي يسبق الدعوة للديمقراطية، إذ أن الثقافة السياسية متغير شديد الأهمية في تفسير مستقبل الديمقراطية واستشرافها على أكثر من مستوى، وعلى هذا فإن الانتقال إلى نظم حكم ديمقراطية ليبرالية يتوقف على خلق ثقافة سياسية تحترم قيم الديمقراطية ومؤسستها ومنها التسامح السياسي وقبول الآخر وقيم الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر، والمشاركة السياسية ومؤسسات التنافس السياسي والتمثيل السياسي مثل الأحزاب والانتخابات والبرلمان وغيرها، فالثقافة السياسية تعد عاملا ضروريا في بناء نظام ديمقراطي وعنصرا شديد الفعالية لنجاح هذا النظام وترسيخ قيمه في وعي أفراد المجتمع.¹

تعد أيضا الثقافة السياسية الجديدة التي تفترضها إستراتيجية الانتقال الديمقراطي هي باختصار الثقافة التي تحمل النزعة النسبية في وعي السياسة والمجال السياسي محل النزعة الشمولية أي "التوتاليتارية"، وتحمل التوافق والتراضي، والتعاقد، والتناول المتبادل، محل قواعد التسلط، والاحتكار، والإلغاء وغيرها، فتفتح المجال السياسي بذلك أمام المشاركة الطبيعية للجميع، وتفتح معه السلطة أمام إرادة التداول السلمي عليها. هذا يعني أن في قاع هذه الثقافة السياسية النظري مفهوما مركزيا تأسيسيا للسياسة والسلطة، إن كثيرا من التناقضات والتوترات السياسية والاجتماعية الداخلية، لا يمكن معالجتها بدون ثقافة سياسية جديدة، تؤسس لنمط جديد من العلاقة والتواصل بين مكونات المجتمع وقواه قوامها التسامح والحرية وسيادة القانون وقيم حقوق الإنسان.²

¹ حسين علي أفلاحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، صص(128-129).

² عثمان الزباني: تجديد الثقافة السياسية كمدخل للبناء الديمقراطي في دول الربيع العربي، كتب في 21/04/2015، تاريخ النسخ 16/08/2020، على الساعة 19:30، على الرابط <https://studies.aljazeera.net/ar/issues/2015/04/201542182130404427.html>

خلاصة

حاولنا في هذا الفصل من الدراسة التطرق إلى متغير الثقافة السياسية بصورة ديناميكية توضح الاختلافات الموجودة في عملية التعريف، والتي تعكس تعقد وتشابك المعاني والأبعاد في المصطلح، كما تم التركيز في هذا الفصل بصورة أساسية على مناقشة الخصائص والمكونات المميزة للثقافة السياسية، والتي تتسم هذه الأخيرة في كونها جزء من الثقافة العامة السائدة في المجتمع، كما أنها لا تقتصر على جانب معنوي أو تطبيقي في حين تكمن مكوناتها في المرجعية و الإحساس بالهوية، كون أن إحساس الأفراد بالولاء للنظام السياسي يساعد على إضفاء الشرعية على النظام، إضافة إلى التوجه نحو العمل والنظام السياسي أي ضرورة الولاء له والتعلق به، كما تناولنا أيضا أنماط الثقافة السياسية ووظائفها وأهميتها في تعزيز الممارسة الديمقراطية.

الفصل الرابع:

مساهمة الإعلام الجديد في تنمية

الثقافة السياسية لدى الطلبة

الجامعيين

تمهيد

أولاً: مراحل تطور الثقافة السياسية في الجزائر

ثانياً: مصادر الثقافة السياسية في الجزائر

ثالثاً: الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية

رابعاً: الثقافة السياسية وواقع الإعلام الجزائري

خامساً: وسائل الإعلام الجديد وتنمية الثقافة السياسية لدى الجزائريين

سادساً: دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي

خلاصة

تمهيد

يتناول هذا الفصل الرابع من الدراسة متغيرين أساسيين سنحاول إبرازهما وتبسيط الضوء عليهما وهما على التوالي: الإعلام الجديد والثقافة السياسية، حيث بات الإعلام الجديد اليوم، يشكل فاعلا سياسيا في شتى مجالات الحياة ولم يستثن أحد منها سواء كانت اجتماعية اقتصادية وحتى سياسية منها، حيث انتشر انتشارا يشبهه البعض أنه الغزو السلمي، إذ أصبح الإعلام الجديد آلية في تنمية الثقافة السياسية من خلال الدور الفعال الذي لعبته هذه الوسائط في رفع مستوى المشاركة السياسية وتشكيل وتوجيه الرأي العام.

حاولنا في هذا الفصل تبيان دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي وتفعيل الممارسة السياسية، مركزين على مراحل الثقافة السياسية في الجزائر وأهم مصادرها كذلك تناولنا الثقافة السياسية وواقع الإعلام الجزائري ودور الوسائط الإعلامية الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي.

أولاً: مراحل تطور الثقافة السياسية في الجزائر

عرف النظام السياسي الجزائري شكلين من الثقافة السياسية في ظل التوجه الاشتراكي والأحادية الحزبية، ففي المرحلة الأولى من الاستقلال وإلى غاية نهاية السبعينيات طبعت النظام السياسي ثقافة سياسية ضيقة أقصى فيها الشعب وغيب في كثير من المحطات المهمة في الحياة السياسية، يكفي أن نشير إلى أنه وإلى غاية 1976م لم يتوفر للشعب الجزائري مجلساً شعبياً منتخباً، يعبر من خلاله على آرائه ويساهم في القرار السياسي للبلد، امتثل الشعب في هذه المرحلة إلى مخرجات النظام السياسي الذي احتكرت سلطة قراره نخبة من العسكر (مجلس الثورة) دون أي ردة فعل، يرجع ذلك إلى الأمية المتفشية في أوساط المجتمع وقهر المعارضة السياسية التي أرغمت على الخروج من الجزائر، واعتبرها بأنها إما قوى ظلامية أو قوى معادية مدعومة من الخارج، وإنتاج سياسة التوافقات الفعلية بدلا عن فتح الباب أمام التنافس بين المجموعات المعترف بها رسمياً واعتماد تعبئة جماهيرية واسعة تكون شكلياً مصدراً للشرعية وأداة للهيمنة من قبل الفئات المسيطرة.¹

المرحلة الثانية بدأت مع مطلع الثمانينات وامتدت إلى غاية أحداث أكتوبر 1988م التي مثلت محطة انهارت فيها شرعية النظام السياسي الجزائرية، فقد طبعت بثقافة سياسية تابعة ذلك أن مؤسسة الرئاسة وبحكم نزعتها الليبرالية لم تبق سياسة القبضة الحديدية التي مورست في الفترة الأولى بل خففت قليلاً من سيطرتها على حركة المجتمع فازدهرت كثيراً من القوى المعارضة خاصة منها الإسلامية والبربرية، يضاف إلى ذلك تحسن مستوى التعليم وإدراك كثير من شرائح الشعب حجم الرهانات والتحديات التي يواجهها المجتمع، لكن الخوف من القمع والممارسات البوليسية كانت تحول دون التعبير عنها والمطالبة بالحلول المناسبة لها إلى أن بلغ الاحتقان الشعبي مداه بسبب الفشل في السياسات التنموية، وسوء توزيع الثروة داخل المجتمع وصراع الأجنحة في أعلى هرم السلطة مما مهد إلى أحداث أكتوبر 1988م ودخول النظام في أزمة متعددة الأبعاد فسحت المجال إلى بروز شكل جديد من الثقافة السياسية.²

¹ محمد بوضياف: الثقافة السياسية في الجزائر (1962-1988)، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر - بسكرة، ماي 2007، ص 119.

² إبراهيم زغوان، ياسين زغدي: دور الانترنت في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الاتصالي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2015-2016، ص (46-47).

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

ينظر للدولة حسب الثقافة السياسية في ظل الأحادية الحزبية على أساس أنها المسؤولة عن تقديم الخدمات والمحرك الأساسي لعملية التصنيع والراعي لحقوق المواطن، وأنها عامل إصلاح وتغيير المجتمع، في حين أن فريقا آخر من الجزائريين كان ينظر إلى الدولة على أساس أنها "حائنة" للمجتمع، فهي تستغله عوض أن تخدمه، وأنها غير فعالة وبيروقراطية وتساوم على حساب الكفاءة والجدارة.¹

ثانيا: مصادر الثقافة السياسية في الجزائر

تتعدد وتنوع مصادر الثقافة السياسية الجزائرية، من مؤثرات جغرافية وتفاعلات تاريخية إلى محددات حضارية وسياقات اقتصادية واجتماعية وخيارات سياسية سنحاول استعراضها كالتالي:

أ- المؤثرات الجغرافية:

تمتلك الجزائر موقعا جغرافيا إستراتيجيا مميزا، ذلك باعتبار موقعها المغاربي ومكانتها على الصعيدي العربي والإسلامي، وبعده الإفريقي والمتوسطي، إضافة إلى انخراطها في الحياة السياسية الدولية بشكل فيه كثير من الحماسة والفعالية، عملت على مناصرة حركات التحرر ضد الاستعمار وناضلت من أجل نظام اقتصادي دولي أكثر عدلا ومساواة وتبنت كثيرا من قضايا العالم الثالث في مجالات التنمية، أضفت هذه الحيوية والطاقة طابعا متميزا للجزائر وجعلت منها وجودا حضاريا يتمتع بأعلى درجات الوعي التاريخي.²

ب- الأرضية التاريخية:

ليست الجغرافيا وحدها التي شكلت ميزات الأمة الجزائرية الثقافية والحضارية، بل إن تاريخ الجزائريين الممتد عبر الزمن والذي لا يمكن فصله عن تاريخ المغرب ككل، قد تميزوا بحبهم للحرية والاستقلال ورفضهم للحدود والظلم والتمييز ولم يمكن تعاقب الغزاة المحتلين على أرضهم من إخضاعهم واستيعابهم، بالرغم من استعصاء الجزائريين على الغزاة وتميزهم كأفراد بخصائص نفسية ودينية عالية وتوفرهم على كثير من الفضائل والاستعدادات الفطرية، فهم لم يمارسوها بشكل إيجابي بحيث تتحول إلى دواعي للتجمع وإلى دلائل للوعي المولد للمؤسسات السياسية والأنظمة الاجتماعية لم تؤهلهم إلى بلورة

¹ إبراهيم زغوان، ياسين زغدي، مرجع سابق، ص 120.

² محمد العربي ولد خليفة: النظام العالمي ماذا تغير فيه؟ وأين نحن من تحولاته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 288.

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

وعى سياسي وطني للدفاع عن بلادهم واكتفائهم بانتفاضة قبائل مقدامة أو شخصيات كبيرة، هو ما قد يفسر أن أمتنا أنجبت أبطال حرب وتحرير أكثر من أبطال بناء وحضارة وأن التحديات كانت دائما تبدو لنا أكثر جاذبية من الدعوة إلى الانخراط في أعمال ومشاريع تتطلب الجهد والنفس الطويل اعتمادا على المثابرة والانضباط والانسجام.

ج- البعد العربي الإسلامي:

مثلت اللغة العربية والدين الإسلامي الأساس الأول لمقومات المجتمع الجزائري الثقافية والحضارية السمة الغالبة التي تطيع الصراع الحضاري بين المشروعين الإسلامي والتغريبي وظلت هذه الثقافة تمثل أهم قنوات التنشئة الاجتماعية والسياسية التي صقلت توجهات الفرد ثقافيا وتربويا فأصبحت بذلك أهم المصادر للثقافة السياسية التي تسود المجتمع الجزائري.¹

ثالثا: الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية

مع انتشار استعمال وسائل الاتصال الحديثة، ازداد اللجوء إليه كأداة للتعبئة، كما تعد أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد "المدونين" وبداية تشكل فضاء عام جديد "الشبكة الإلكترونية" وعليه نتطرق إلى الإمكانيات التي توفرها تلك التكنولوجيا على مستوى تفعيل الممارسة السياسية.

أ- الإعلام الجديد والتعبئة السياسية:

ازداد استعمال وسائل الإعلام الجديد كأداة للتعبئة السياسية يعد الصحفيون والمنظمات الحكومية من أكثر الهيئات استخداما للانترنت في عملهم المهني كما تلجأ الأحزاب المعارضة بدورها إلى الانترنت والرسائل الإلكترونية من أجل تنظيم الاحتجاجات.

¹ إبراهيم زغوان وياسين زغدي: مرجع سابق، ص ص(45-46).

ب- المدونات والممارسة السياسية:

من خلال الاستفادة من تقنيات المدونات يعمل الأفراد على إنتاج صفحاتهم وأفكارهم فينشرون أعمالا لا تخضع للرقابة المسبقة لسلطات الاتصال وهم يعرفون بالصحفيين المواطنين، يمكن للأفراد العاديين بإعادة انخراطهم في السياسة.

ج- الشبكات الاجتماعية والممارسة السياسية:

تلعب الشبكات الاجتماعية دورا رياديا في مجال الممارسة السياسية للأفراد، حيث تتيح لهم إمكانية التعبير عن آرائهم وأفكارهم سواء في شكل نصوص أو بأصواتهم أو من خلال الفيديو وبذلك يعرضون وجهات نظرهم اتجاه مختلف القضايا، كما تتيح لهم الفرصة للمشاركة مع الآخرين في المظاهرات والاحتجاجات التي يخطط لها على مستوى الشبكات الاجتماعية وتعطي الفرصة للأفراد لإعلان مساندتهم للشخصيات المرشحة للانتخابات.¹

رابعا: الثقافة السياسية وواقع الإعلام الجزائري

الثقافة السياسية ذات تأثير هام على العمليات السياسية المختلفة في المجتمع، فاتجاهات المواطنين نحو النسق السياسي تؤثر في نوعية المطالب وكيفية التعبير عنها واستجابة السلطة لهذه المطالب التي يتم تجميعها وهيكلتها من طرف الجماعات ذات الطابع الاجتماعي والأحزاب ووسائل الإعلام خاصة. لكن نظرا للنظام السياسي الذي ساد المجتمع الجزائري في هذه الفترة، والذي تميز بنظام الحزب الواحد وتركيز السلطات في فئة القيادة السياسية، جعل وسائل الإعلام في الجزائر مجرد قناة ناقلة لخطاب السلطة السياسية خلال فترة الحزب، نظرا لاحتكار السلطة الحاكمة لقطاع الإعلام وفرضها الرقابة على الأخبار وهو ما أدى إلى غياب ثقة الجمهور في المؤسسات الإعلامية في الجزائر.

كان من المفروض على وسائل الإعلام أن تقوم بنقل المدخلات وهي مختلف المطالب والمواقف والآراء التي يعبر عنها أفراد المجتمع للحكام من جهة، كما تقوم في الجهة المقابلة بنقل المخرجات (وهي تمثل مختلف القرارات التي تصدرها السلطة) إلى المواطنين، بحيث تعد خير قناة يعتمد عليها الحكام لشرح

¹ بدر الدين بلمولاي: مرجع سابق، ص ص(8-9).

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

سياستهم وقراراتهم، لكن الواقع أظهر عكس ذلك إذ أنه في هذه الفترة كان النظام السياسي يصدر مخرجات ليست ناتجة عن المطالب التي يتقدم بها المجتمع وإنما كانت نابعة عن مطالب تمت صياغتها على مستوى جماعات في الأجهزة السياسية التي كانت تشكل النظام السياسي، فسياسة القيد والوصاية التي فرضتها السلطة على الصحافة جعلت دورها يقتصر فقط على الحركة النازلة، وجردها من دورها في الرقابة والنقد، حيث أنها لم تسع لأن تكون أداة ضغط على السلطة السياسية من خلال رفعها لمطالب المجتمع والتعبير عن تطلعاته وإنما كانت أداة ضبط وتكييف للمجتمع بحكم طبيعة النظام السياسي، فقد تحولت الصحافة إلى عملية للسلطة تحاول تكييف الاتجاهات السياسية للمحكومين، انطلاقاً من خدمتها للسلطة، والتزامها بالمعلومات التي تقيدها بها. وهذا ما أدى إلى تهميش المجتمع الذي وجد نفسه غير معني بمختلف القرارات، ولم يسمح له بحق إبداء رأيه والتعبير عن انشغالاته اليومية بحرية.

عانت وسائل الإعلام كثيراً من غياب الديمقراطية في الجزائر، سواء فيما يخص مضمون الرسائل التي يقدمها الصحفي ذاته، أو المساحة التي تخصص للجمهور لكي يعبر عن مختلف اهتماماته وآرائه تجاه ما يستقبل من رسائل، وما تقدمه المادة الإعلامية من موضوعات تهم قضاياها وانشغالاته اليومية.

ما يمكن استنتاجه من كل ما سبق هو دور الصحفي في صناعة القرار السياسي في الجزائر قبل التعددية بسبب تجاهل المسؤولين السياسيين لدور الصحافة في نقل مطالب المجتمع إلى السلطة وسعيهم لجعلها قناة لتمرير الخطاب الرسمي إلى القاعدة، لكن بفضل أحداث أكتوبر 1988م تغيرت الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في الجزائر مما أدى إلى ظهور متغيرات جديدة على الساحة كالظهور المكثف للأحزاب وتكاثر الصحف، وزوال مبدأ الحزب الواحد، وبما أن الثقافة السياسية قابلة للتعديل بمرور الزمن نتيجة للإصلاحات الثورية أو ظهور الاختراعات أو الاستعارة من ثقافة أخرى، وبما أن وسائل الإعلام والحركات والأحزاب السياسية هي من أهم العوامل المؤدية إلى تغيير الثقافة السياسية.¹

¹ حياة فزادري: مرجع سابق، ص ص(84-86).

❖ أهداف استخدام النظام السياسي لوسائل الإعلام الجديد:

يعد الإعلام السياسي أحد وظائف النظام السياسي وسياسته الخارجية، القرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة ومناسبة وهي تكون كذلك إذا حصلنا عليها بواسطة أداة إعلام جديدة تعبر عن الواقع الذي نريده وتمدنا بالحقائق التي نحتاجها دون تشويه أو تحريف. يستخدم النظام السياسي وسائل الإعلام من أجل تحقيق أهداف متعددة وهي كالتالي:

1_ التثقيف السياسي:

تحرص أنظمة الحكم وعلى الخصوص الشمولية منها التي تخضع لسلطة مركزية على الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها بهدف خلق وعي سياسي اتجاه قضية معينة سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو إيدولوجية وغيرها.

2_ التأثير في اتجاهات الرأي العام:

تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام وتحديد مواقفه المساندة لسياستها وبرامجها السياسية والاقتصادية الاجتماعية ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض والمعارضة لهذه السياسات.

3_ التسويق السياسي:

هو محاولة عرض الأفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام بهدف تسويقها والتسليم بها، إن السياسيين في عملهم هذا إنما يشبهون في عرض أفكارهم مثل أصحاب المتاجر حيث يعرضون سلعهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها وبيعها، ويستخدم التسويق السياسي عادة في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية كالرئاسة والمجالس البلدية.¹

خامسا: وسائل الإعلام الجديد وتنمية الثقافة السياسية لدى الجزائريين

تعتبر وسائل الإعلام واحدة من الأدوات الهامة في العملية التنموية ولها ارتباط بينها وبين الثقافة ولهذا كان لوسائل الإعلام دور في تنمية الثقافة السياسية من خلال تدخلها في التثقيف السياسي.

¹ محمد الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار أسامة للنشر والتوزيع، د ط، الأردن، 2008، صص (70-71).

أ- وسائل الإعلام والتنشئة السياسية:

لفهم الثقافة السياسية فهما صحيحا لابد من التمحيص في مورد عناصرها الثقافية، إنها ترد إلى عملية على غاية من الأهمية وهي التنشئة السياسية، وهي تؤديها مؤسسات اجتماعية أهمها وسائل الإعلام هذا يعني أن وسائل الإعلام تتدخل في تشكيل الثقافة السياسية بأدائها لدورها في التنشئة السياسية يمكن التأكيد على ذلك بما ورد عن "روبن" (Rubin Alin) في تعريفه للتنشئة السياسية بأنها "عملية تطويرية تتم عبر وسائل اجتماعية متعددة يكتسب بها الفرد معلومات ويكوّن بها مواقف تمكنه من فهم الأشخاص والمؤسسات والأشياء الأخرى في البيئة السياسية".

أخذت وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة أبعادا كثيرة في الحياة السياسية للمجتمعات مما دعم موقعها باعتبارها السلطة السياسية الرابعة، لقد كانت منذ وجودها رفيق السياسة والسياسيين لا لشيء إلا أنها رفيقة الجماهير ومبتغى الأفراد والجماعات في حياتهم اليومية، ذلك ما جعل منها مصدرا من مصادر التنشئة ومحلا لالتقاء الحياة العامة بالحياة السياسية والشعب بالسلطة.

إن أهمية وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية في التنشئة السياسية تكمن في قوة تأثيرها على الأفراد والجماهير، من بين جوانب هذا التأثير نجدتها تعمل على تراكم مكاسب الثقافة والمعارف والمعلومات السياسية، بناء المواقف السياسية، تعزيز المواقف والأفكار السابقة والتحفيز على المناقشة والحوار. اعتبارا لهذه الحقائق التي جاءت نتيجة الدراسات الكثيرة التي أجريت حول العلاقة بين التنشئة السياسية ووسائل الإعلام، يتأكد الأثر المباشر الذي تحدثه الوسائل تلك في تنشئة الفرد سياسيا على مختلف مراحل عمره، كما أن بعض الدراسات الإمبريقية استخلصت احتلال وسائل الإعلام الريادة في عملية تحديث المجتمعات وبلورة ثقافة سياسية موحدة، بل إن الباحث "نيل هولند" (N Holland) يقول أن هذه الوسائل أصبحت تؤدي دور الوالدين التقليدي في عملية التنشئة السياسية المعاصرة.

ب- مستويات تدخل وسائل الإعلام في تنمية الثقافة السياسية:

يحدد المختصون في الاتصال السياسي مستويات ثلاث لتدخل وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية تمثل الأبعاد الثلاث لتأثيرها في ترسيخ واستقرار الثقافة السياسية على حد رأي "الموند" وهي:

1_المستوى المعرفي:

يقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، فوسائل الاتصال تستطيع أن تؤثر على التوجهات المعرفية للفرد وتنمي ثقافته السياسية المتعلقة بالقضايا والمؤسسات السياسية في مجتمعه وعن رجال السياسة أنفسهم، فإنها تقدم المعلومات الضرورية والمتعلقة بالمتغيرات الأساسية للبيئة السياسية مثل النظام السياسي والقيم السياسية السائدة في المجتمع وكيفيات ممارسة السياسة من طرف الأشخاص أو المؤسسات.

2_المستوى العاطفي:

يقصد به مدى تأثير وسائل الإعلام في تحديد المواقف وتشكيل الاتجاهات التي يتبناها الأفراد تجاه القضايا المتعلقة بالبيئة السياسية، معناه أن مرحلة الوعي الثقافي والمعرفة بالقضايا السياسية يقود إلى مرحلة آخر من مراحل التأثير وهي الاهتمام والرغبة في هذه القضايا ومتابعتها، هذا التغير والانتقال من مرحلة إلى أخرى يؤثر ويتأثر بدوافع وأنماط التعرض لوسائل الإعلام.

خلصت جل الدراسات كدراسة كل من "أتكين" و"جالواي"، "نيمان" (Atkin, Gallaway, Nyman) حول وسائل الإعلام وثقافة الناخب، دراسة "جونسون" (Johnson Norris) حول التلفزيون والتنشئة السياسية، إلى أن هناك علاقة إيجابية بين التعرض لوسائل الإعلام وبين متغيري المعرفة السياسية والاهتمام بقضايا البيئة السياسية.

3_المستوى السلوكي:

يقصد به العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية، إنه الترجمة الفعلية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية وما أنتجته هذه الأخيرة من مواقف واتجاهات تساعد على تشكيل أنماط سلوكية متعددة للمشاركة، بداية من طرح الأفكار ومناقشة الأحداث مع الآخرين إلى المشاركة الفعلية في مجرياتها، هو ما يمثل قمة المشاركة في العملية السياسية، تفيد نتائج الدراسات أنه كلما زاد تعرض الأفراد لوسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص كلما زادت إمكانية مشاركتهم في الأنشطة السياسية المتاحة لهم.

ج- الإعلام ودوره في ترسيخ ثقافة المشاركة السياسية:

تحددت الأدوار المنوطة بوسائل الإعلام والأهداف المفترضة بها في إطار التنمية السياسية وهي أساسا تنميط الثقافة السياسية بما يتماشى مع العملية التنموية الشاملة وتحديدًا عملها على ترسيخ عناصر الثقافة السياسية التشاركية، هو ما يؤكد "صموئيل هنتنجتون" في كتاباته حيث يعتبر أن التنمية السياسية هي تنمية للمشاركة السياسية بالدرجة الأولى.¹

تتعدد الأدوار التي يقوم بها الإعلام في مجال دعم المشاركة السياسية يمكن تقسيمها في هذا المجال إلى ثلاثة مجموعات وهي:

1_ التأثيرات المعرفية للإعلام في مجال المشاركة السياسية:

- تعريف المواطنين بحقوقهم السياسية كما كفلها الدستور والقانون لهم.
- تعريف المواطنين بواجباتهم السياسية كما حددها الدستور والقانون أيضا.
- تعريف الجمهور بمفردات البيئة السياسية المحيطة وكافة مواقع صنع القرار في المجالس المنتخبة.

2_ التأثيرات الوجدانية للإعلام في مجال المشاركة السياسية:

- تتعدد التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام في هذا المجال يمكن تلخيصها في النقاط التالية:
- تشكيل اتجاهات وأراء الأفراد نحو المؤسسات السياسية الفاعلة في المجتمع.
 - تشكيل اتجاهات الأفراد وأرائهم بشأن النظام الانتخابي المعمول به.
 - تشكيل اتجاهات الأفراد وأراء المواطنين حول مخاطر عزوف الأفراد عن المشاركة والآثار السلبية المترتبة على ذلك اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا.

3_ التأثيرات السلوكية للإعلام في مجال المشاركة السياسية:

تتعدد التأثيرات السلوكية التي يؤديها الإعلام في مجال المشاركة السياسية يمكن أن نوردتها على النحو الآتي:

- تشجيع المواطنين من ساقطي القيد على إثبات قيدهم رسميا واستخراج الأوراق الرسمية.
- تشجيع المواطنين على القيد بجداول الانتخابات واستخراج البطاقة الانتخابية.
- تشجيع المواطنين ممارسة حقوقهم السياسية التي كفلها الدستور واستخدام صوته الانتخابي.²

¹ سليم بوسقيعة: مرجع سابق، صص (123-126).

² ليلي بن برغوث: الإعلام المرئي والمشاركة السياسية "تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2010-2011، صص (216-218).

سادسا: دور الوسائط الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

لعبت وسائط الإعلام الجديد دورا أساسيا في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي ويظهر ذلك في الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر والذي دام من 22 فيفري 2019 إلى غاية 6 ديسمبر 2019 تمثل هذا الحدث السياسي في مطالبة الشعب الجزائري بإسقاط النظام السياسي الحاكم ورفض ترشح عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة، هذا ما أحدث غضبا عارما لدى الشعب الجزائري الذي استخدم الوسائط الالكترونية وسيطا لنقل صوته وانشغالاته ومطالبه وأهدافه، مطالبا بالتغيير السياسي من خلال تنظيم الاحتجاجات والمظاهرات وشملت مختلف فئات المجتمع الجزائري دون إغفال دور الفئة الطلابية المتميز خلال هذا الحراك الشعبي فقد خرجوا في مسيرات سلمية على مستوى القطر الجزائري، ذلك بفضل مواقع التواصل الاجتماعي التي ساعدت على نجاح هذا الحراك السياسي حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما في تحقيق الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين من خلال نشر الوعي السياسي وتنمية المعرفة السياسية لديهم ونهاية ثقافة الخوف السياسي وظهور ثقافة سياسية جديدة.

لعبت مواقع التواصل الاجتماعي على غرار فيسبوك، تويتر، يوتيوب دورا مهما في صناعة المشهد السياسي الجزائري مؤخرا فكانت بمثابة المحركات الأساسية للمظاهرات السلمية التي شهدها الشارع الجزائري فيفري 2019 من خلال بث الأخبار والمعلومات عن الأحداث بشكل مستمر ومنتظم، ساهمت هذه الشبكات في التأثير على البعد السلوكي للثقافة السياسية للطلبة الجامعيين من خلال رفع مستوى مشاركتهم في الحراك السياسي والحياة السياسية بصفة عامة فمواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الشباب الجامعي فقد أصبحت مصدرا للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية وأداة لمتابعة مجريات الأحداث السياسية ووسيلة لنقل الأخبار والتعليمات والصور والفيديوهات بأسرع وقت وأقل تكلفة، فالفيسبوك مثلا تحول إلى أداة سياسية يستخدمها الطالب الجامعي للتعبير عن آرائهم وتنظيم المظاهرات فكان بمثابة موقعا إخباريا ينقل أولا بأول آخر الأخبار موثقة بالصور ومقاطع الفيديو، والذي بدوره ساهم في بلورة الرأي العام الأمر الذي حول الموقع من وظيفته الأساسية التواصل الاجتماعي إلى وظيفة تنمية الثقافة السياسية حتى أصبح أحد المنابر الهامة التي تدور فيها الحوارات والمناقشات السياسية

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

وإطلاق الدعوات للتظاهرات، فقد كان الطلبة يخرجون في مسيرات سلمية كل يوم ثلاثاء على مستوى القطر الجزائري، فاستخدام وسائل الإعلام الجديد في المجال السياسي يعطي كفاءة في التنظيم الجماهيري وتنمية الثقافة السياسية، كما تساعد الناشطين السياسيين على الإعداد والحشد للاحتجاجات التي سهلت من عملية الاتصال بين المناضلين وتوفير منصة جديدة للتداول والرصد وإحداث التغيير الفعال. إن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في الحركات الاجتماعية والسياسية والإعلامية على نحو يفوق تأثير وسائل الإعلام التقليدية، "فيتضح لنا تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تحقيق الثقافة السياسية في دول الحراك العربي من خلال نقل ومشاركة الأخبار والأحداث والمعلومات السياسية التي ساعدت على حشد وتعبئة الجماهير للخروج في احتجاجات والمطالبة بتغيير وتعزيز الديمقراطية، والتي بدورها ساعدت على زيادة وتنمية المعرفة والوعي السياسي لديهم بخصوص القضايا السياسية والقدرة على تشكيل آراء نحوها، وبخصوص العمليات السياسية وأهميتها ومعرفة المواطن بما عليه من واجبات اتجاه وطنه والنظام السياسي والتزام هذا الأخير بإعطاء المواطن حقوقه، حيث ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير مواقف واتجاهات جماهير الحراك إزاء قضايا وظواهر سياسية معينة حيث ساعدت في القضاء على ثقافة الخوف التي كانت تعاني منه الدول العربية قبل الحراك وساهمت في تحديد مستوى مشاركتهم في الحياة السياسية. ونقل القيم والمعايير والأفكار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ساعدت المجتمع على ترسيخ قيم الولاء والانتماء للوطن وللأمة لديهم".¹ ذلك من خلال إتاحة فرصة المشاركة لكل مستخدم لهذه التقنية والتعبير عن رأيه في مختلف القضايا بكل حرية ودون خوف، الأمر الذي مكن الطلبة الجامعيين من إحداث تغييرات جوهرية في إدراكهم لكل القضايا، كما عززت لديهم أهمية المشاركة السياسية ودعم ثقافة المواطنة من خلال تعزيز انتمائهم الوطني وثقتهم بحقوقهم وواجباتهم.

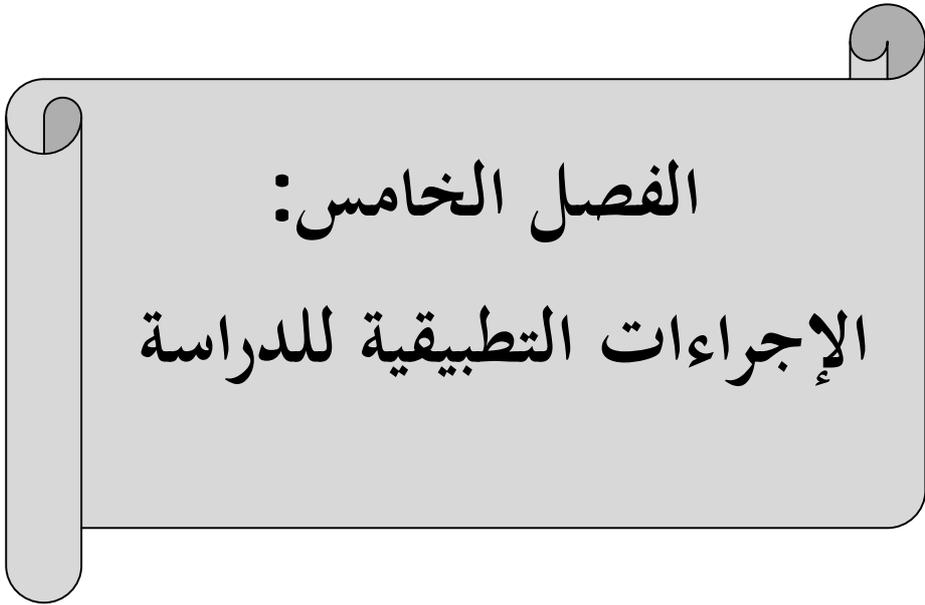
¹ هناء قيصران: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلد 16، العدد 4، 2019، ص 46.

الفصل الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

ما يمكن استنتاجه من كل ما سبق هو دور الصحفي في صناعة القرار السياسي في الجزائر قبل التعددية بسبب تجاهل المسؤولين السياسيين لدور الصحافة في نقل مطالب المجتمع إلى السلطة وسعيهم لجعلها قناة لتمرير الخطاب الرسمي إلى القاعدة، لكن بفضل أحداث أكتوبر 1988 تغيرت الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية في الجزائر مما أدى إلى ظهور متغيرات جديدة على الساحة كالظهور المكثف للأحزاب وتكاثر الصحف، وزوال مبدأ الحزب الواحد، وبما أن الثقافة السياسية قابلة للتعديل بمرور الزمن نتيجة للإصلاحات الثورية أو ظهور الاختراعات أو الاستعارة من ثقافة أخرى، وبما أن وسائل الإعلام والحركات والأحزاب السياسية هي من أهم العوامل المؤدية إلى تغيير الثقافة السياسية.

خلاصة

حاولنا في هذا الفصل من الدراسة التطرق إلى الدور الفعّال الذي يلعبه الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الأفراد، تطرقنا أيضا إلى مصادر الثقافة السياسية في الجزائر والتي تتعدد وتتنوع من مؤثرات جغرافية وتفاعلات تاريخية وغيرها، دون أن ننسى مراحل تطور هذه الثقافة في الجزائر والتي أخذت شكلين في ظل التوجه الاشتراكي والأحادية الحزبية، تناولنا أيضا أهم عنصر في هذا الفصل وهو دور وسائل الإعلام في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي التي تعتبر هذه الوسائل من الأدوات الهامة في العملية التنموية من خلال التثقيف السياسي كونها أخذت أبعادا كثيرة في الحياة السياسية للمجتمعات مما دعم موقعها، فقد كانت منذ وجودها رقيقة السياسة والسياسيين ورقيقة الجماهير ومبتغى الأفراد والجماعات في حياتهم اليومية، كما أشرنا إلى أهم محور وهو التنشئة السياسية، هي أساس تكوين الثقافة السياسية ودور وسائل الإعلام الجديد في تكوينها لدى الأفراد ومختلف شرائح المجتمع، كذلك تناولنا الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية. وأخيرا أشرنا إلى أهداف استخدام النظام السياسي لوسائل الإعلام الجديد والذي يعد هذا الأخير أحد وظائف النظام السياسي وسياسته الخارجية.



الفصل الخامس:
الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد

يتناول هذا الفصل من الدراسة الجانب التطبيقي الذي تم فيه تحليل البيانات الميدانية المتحصل عليها من خلال استمارة استبيان إلكتروني، الذي تم توزيعه على المبحوثين، حيث قمنا بتقسيمه إلى أربعة محاور أساسية هي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام الجديد.

المحور الثالث: اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومة السياسية.

المحور الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

قمنا بتبويب الإجابات في شكل جداول بسيطة ومركبة تحمل تكرارات ونسب مئوية، ثم التعليق عليها كما وكيفاً، بعد ذلك تفسيرها وتحليلها، كما جرت العادة إعطاء قيم عددية صحيحة، تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة التي اخترناها محددة بـ 90 مفردة من طلبة علوم الإعلام والاتصال لجامعة جيجل.

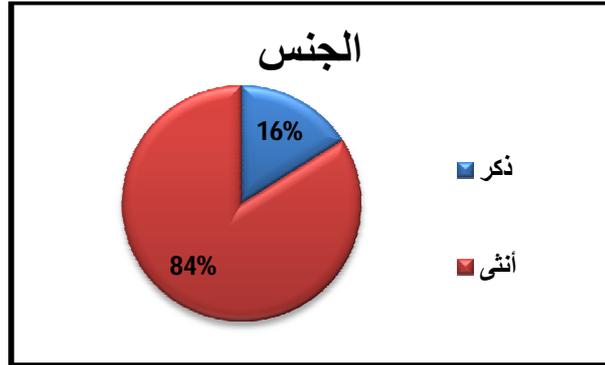
أولاً: تحليل بيانات الدراسة ومناقشتها:

1_1: التحليل الكمي والكيفي للدراسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول والشكل (01): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المتغير	التكرار	النسبة
ذكر	14	16%
أنثى	76	84%
المجموع	90	100%



المصدر: إعداد الطالبتين.

تكشف لغة الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه، أن أغلب أفراد العينة المتمثلة في طلبة الإعلام والاتصال بجامعة جيجل من جنس الإناث، حيث بلغت نسبتهم (84%) أي ما يعادل 76 مفردة من مجموع 90، في حين بلغت نسبة الذكور (16%) أي ما يعادل 14 مفردة من مجموع 90.

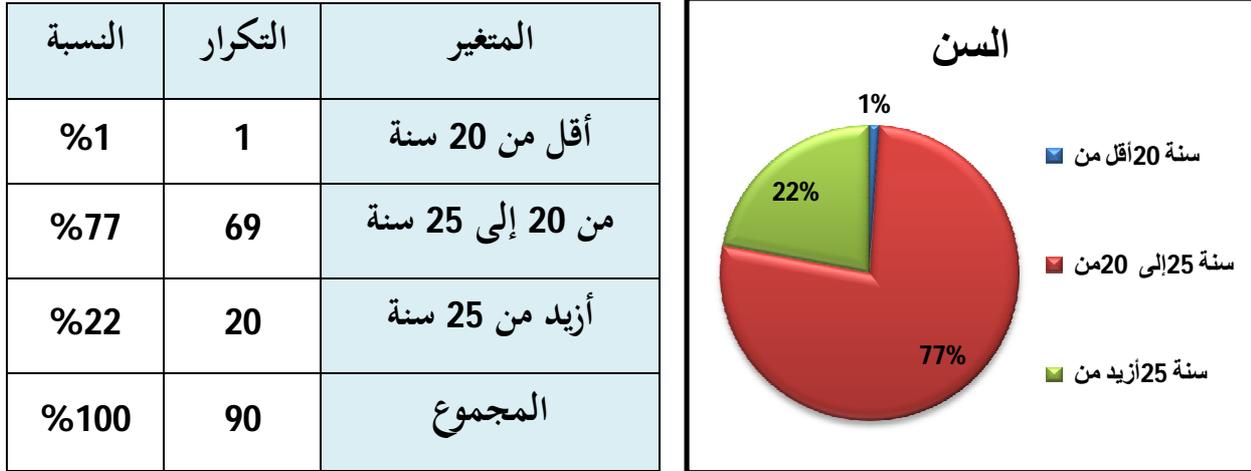
يعود سبب ظهور معظم أفراد العينة من جنس الإناث، إلى كون عدد الإناث في المؤسسات الجامعية أكبر من عدد الذكور في الجزائر عامة وفي جامعة جيجل خاصة، "حيث بلغت نسبة الطالبات سنة 2017 (62.5%) من العدد الكلي للطلبة المسجلين وكذا قدرت نسبتهم بـ (65.6%) من حاملي الشهادات لذات السنة"¹، هذا ما يفسر سبب تغلبهن ضمن أفراد العينة المبحوثة.

¹ _ الهام بوتلجي: وزير التعليم العالي يستعرض حصيلة قطاعه بباريس، "2 مليون طالب بالجامعات الجزائرية في 2019"، بوابة الشروق، الجزائر،

26/05/2018، تاريخ التصفح 09/08/2020، على الساعة 13:00، على الرابط:

<https://www.echoroukonline.com/2%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86>

الجدول والشكل (02): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:



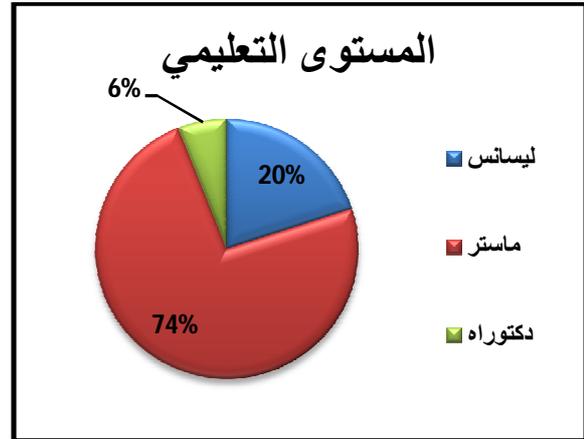
المصدر: إعداد الطالبتين.

يبين الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة الجامعيين في قسم الإعلام والاتصال من الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة، حيث بلغت نسبتها (77%) أي ما يعادل 69 مفردة من مجموع 90 مفردة، ثم تليها الفئة العمرية أزيد من 25 سنة، بنسبة (22%) ما يعادل 20 مفردة من أصل 90 مفردة، في حين نجد الفئة العمرية أقل من 20 سنة (1%) أي بمعدل مفردة واحدة.

يعود سبب ظهور معظم أفراد العينة من الفئة العمرية من 20 سنة إلى 25 سنة، هذا يدل على أن جل الطلبة الملتحقين بمدرجات الدراسة بالجامعة الجزائرية وبالتحديد كلية الإعلام والاتصال بجامعة جيجل هي هذه الفئة السنية، تليها الفئة العمرية أزيد من 25 سنة تعود أغلبها إلى فئة ماستر ودكتوراه، أما فيما يخص الفئة العمرية أقل من 20 سنة فهي ذات نسبة ضعيفة ومكونة من طلبة ليسانس.

الجدول والشكل (03): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

المتغير	التكرار	النسبة
ليسانس	18	%20
ماستر	67	%74
دكتوراه	5	%6
المجموع	90	%100



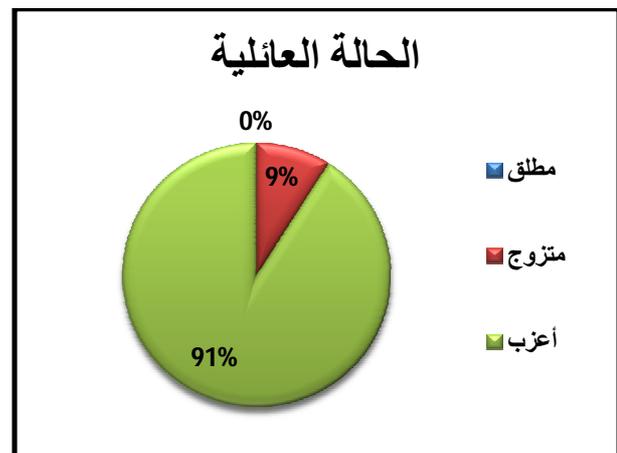
المصدر: إعداد الطالبتين.

يكشف الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة من طلبة ماستر حيث بلغ عددهم 67 مفردة من أصل 90 مفردة أي بنسبة (74%)، في حين بلغ عدد طلبة الليسانس 18 مفردة أي ما يعادل (20%) وطلبة الدكتوراه 5 مفردات ما يعادل (6%).

يعود سبب ظهور أغلب الأفراد المستجوبين من طور ماستر، كون جل من أجاب على الاستمارة الالكترونية الموزعة زملاء تقاسمنا معهم المشوار الجامعي الدراسي وهم اقرب للاهتمام وهكذا عمل، لذا وجدت اهتماما اكبر من المستويات التعليمية الأخرى، لكن هذا لا يعني غياب أطوار أخرى حيث ظهر مستوى ليسانس وكذا دكتوراه.

الجدول والشكل (04): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية:

المتغير	التكرار	النسبة
أعزب	82	%91
متزوج (ة)	8	%9
مطلق (ة)	-	-
المجموع	90	%100

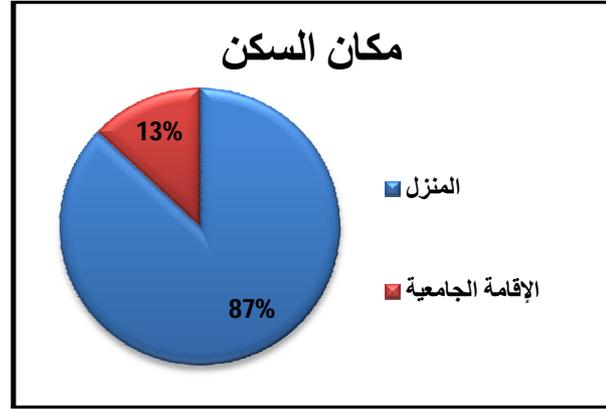


المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة من الفئة العازبة بنسبة (91%) ما يعادل 82 مفردة من أصل 90 مفردة، وتليها نسبة المتزوجين (9%) ما يعادل 8 مفردات فقط من أصل 90 مفردة. يعود سبب ظهور أغلب أفراد العينة المدروسة عزاب كونهم في مرحلة الشباب والذي تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة وهو السن الملائم للبحث العلمي وهو ما يتيح فرصة التعلم وحب الاكتشاف وتثقيف الذات عن طريق الإطلاع على مختلف المواضيع والأحداث والمستجدات، وذلك بفضل تصفح وسائط الإعلام الجديد والمختلفة، "حسب آخر معطيات الديوان الوطني للإحصاء فإن معدل سن الزواج عند النساء أصبح 29 سنة"¹، ثم تليها نسبة الطلبة المتزوجين وعددهم 8 مفردات، تتمثل هذه الفئة في الطلبة ذو النظام الكلاسيكي ويزاولون دراسة ماستر وهي ذات نسبة قليلة.

الجدول والشكل (05): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان السكن:

المتغير	التكرار	النسبة
المنزل	78	87%
الإقامة الجامعية	12	13%
المجموع	90	100%



المصدر: إعداد الطالبتين.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن أغلب أفراد العينة يقطنون بمنازلهم، حيث بلغ عددهم 78 مفردة من أصل 90 مفردة ما يعادل (78%)، ثم تليها نسبة الطلبة المقيمين بالسكن الجامعي (13%) ما يعادل 12 مفردة من أصل 90 مفردة.

يعود سبب ظهور معظم أفراد العينة من الفئة المقيمة في منازلها وذلك لتركزهم وتوفر الجامعة بالقرب منهم هذا ما يجعلهم أكثر استخداما لوسائط الإعلام الجديد كونهم يملكون خطوط الانترنت في البيت نظرا لتوفرها وتوفر الوقت، على عكس الفئة المقيمة في الحرم الجامعي فنجد نسبتها منخفضة وهذا راجع إلى مكوثهم بعيدا عن الجامعة وكذلك قلة الانترنت في الجامعة.

¹ -وهيبة سليمان: نساء يتزوجن الشهرية ورجال يفضلون الحرام، "ارتفاع العنوسة والعزوبة وسط الجزائريين بـ12 ألف حالة سنويا"، بوابة الشروق، الجزائر 18/01/2018، تاريخ التصفح 09/08/2020، الساعة 10:00، الرابط:

<https://www.echoroukonline.com/%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9->

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين للوسائط الإعلامية الجديدة
الجدول (06): يوضح مدة استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد حسب متغير السن:

الجنس						
المجموع		أنثى		ذكر		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%2	02	%3	02	—	—	أقل من سنة
%8	07	%9	07	—	—	سنة إلى 03 سنوات
%90	81	%88	67	%100	14	أزيد من 03 سنوات
%100	90	%100	76	%100	14	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

أظهرت نتائج الجدول أعلاه، أن أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديد منذ أزيد من 03 سنوات بنسبة (100%) لفئة الذكور ونسبة (88%) لفئة الإناث، في حين تبين البيانات استخدام الطلبة الجامعيين للفئتين (الذكر والأنثى) من سنة إلى 03 سنوات بلغت نسبتها بـ (9%) للإناث، و (8%) بالنسبة لفئة الذكور، فيما يتعلق استخدام الفئة العمرية الأقل من سنة للوسائط الجديدة فبلغ نسبة (3%) للأنثى، أما فئة الذكور فقد كانت منعدمة تماما، لهذا لم يتم إدراجها في جدول النسب.

يمكن تفسير سبب استخدام الفئة العمرية وسائل الإعلام الجديد لأزيد من 03 سنوات، كونها دخلت كل مفاصل الحياة وأضحت ضرورة لا غنى عنها للفرد والمجتمع، ذلك لتعاظم دورها وتعدد وظائفها وعمق تأثيرها، نتج عنه إقبالا واسعا لما تسمح لهم بالتواصل وتبادل الأفكار والتعبير عنها، لاسيما أن ثورة الاتصالات والوسائل التقنية جعلت من الإعلام الجديد وسيلة تواكب هذا العصر بمختلف تغيراته، ومن الملاحظ أن كثيرا من الناس وجدده وسيلة لإيصال صوته ومطالبه وترويج فكره، هذا ما جعل طلبة الإعلام والاتصال يقبلون عليه سواء في حياتهم الشخصية أو في مجال البحث العلمي، والسبب يعود لدور هذه الوسائط في تلبية الحاجات دون خسائر مادية و معنوية خاصة الطلبة.

الجدول (07): يوضح أكثر المواقع تصحفا من قبل الطلبة حسب متغير الحالة العائلية:

الحالة العائلية						
المجموع		متزوج		أعزب		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%98	88	%100	08	%98	80	مواقع التواصل الاجتماعي
—	—	—	—	—	—	المنتديات الإلكترونية
%2	02	—	—	%2	02	المدونات الإلكترونية
—	—	—	—	—	—	الصحف الإلكترونية
%100	90	%100	08	%100	82	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول أعلاه تقارب نسب تصفح الفئتان "العازبة والمتزوجة" مواقع التواصل الاجتماعي حيث قدرت بـ (100% و98%) على التوالي، في حين أن الولوج للمدونات الإلكترونية كان بنسبة جد ضئيلة لم تتجاوز (2%) لحالة العازبة ومنعدمة في حالة متزوج، أما فيما يخص المنتديات الإلكترونية والصحف الإلكترونية فنسبتها منعدمة كليا وبالتالي لم تسجل أي مفردة.

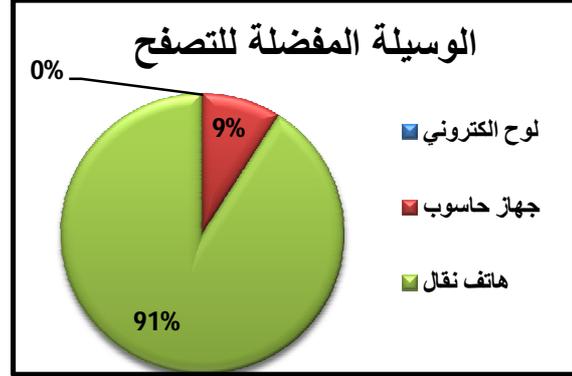
يعود سبب ارتفاع تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي (الأعزب والمتزوج) كونها وسائط لنقل المعلومات وركنا مهما في بناء منظومة الإنسان الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والثقافية في ظل التحولات والتطورات المعرفية لهذا العصر. وفي هذا الصدد أثبتت بعض الدراسات أن إجمالي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بلغ نحو أكثر من (4,5) مليار إنسان حول العالم، بزيادة سنوية تصل إلى (14,2%)¹ وهذا راجع لكونها من أكثر المواقع التي تمكن الطلبة تبادل الأفكار والآراء.

¹ إسلام النجار: مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا في 2020، مجلة رواد الأعمال، كتب منذ 4 أشهر، تاريخ التصفح 2020/08/09، الساعة 19:24،

الرابط: <https://www.rowadalaamal.com/7%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9>

الجدول (08) والشكل (06): يوضحان الوسيلة الأكثر استخداما في تصفح الوسائل الجديدة:

المتغير	التكرار	النسبة
هاتف ذكي	82	91%
جهاز حاسوب	8	9%
لوحة إلكترونية	-	-
المجموع	90	100%

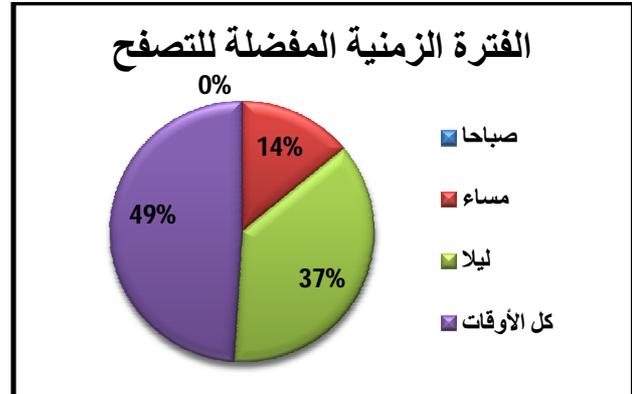


المصدر: إعداد الطالبتين.

أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهاتف الذكي لدى تصفحهم لوسائل الجديدة وذلك بنسبة (91%) ما يعادل 82 مفردة من أصل 90 مفردة، في حين سجل جهاز الحاسوب (9%) ما يعادل 8 مفردات من مجموع 90 في حين لم يسجل اللوح الإلكتروني أي مفردة. يعود سبب استخدام أغلب أفراد العينة للهاتف النقال لدى تصفح وسائل الإعلام الجديد لتوفر الهاتف النقال وبساطة استخدامه وإمكانية استعماله في أي مكان، وكذلك استخداماته المتعددة والمتطورة، في حين نجد استخدام 8 مفردات فحسب لجهاز الحاسوب نظرا لحجمه وصعوبة التنقل به من مكان لآخر فهو يفضل للدراسة أكثر، أما سبب عدم الاعتماد على اللوح الإلكتروني بسبب كبر حجمه وتكلفته العالية مقارنة بالوسائل الأخرى.

الجدول (09) والشكل (07): يوضحان الفترة الزمنية المفضلة لتصفح وسائل الإعلام الجديد:

المتغير	التكرار	النسبة
صباحا	-	-
مساء	13	14%
ليلا	33	37%
كل الأوقات	44	49%
المجموع	90	100%



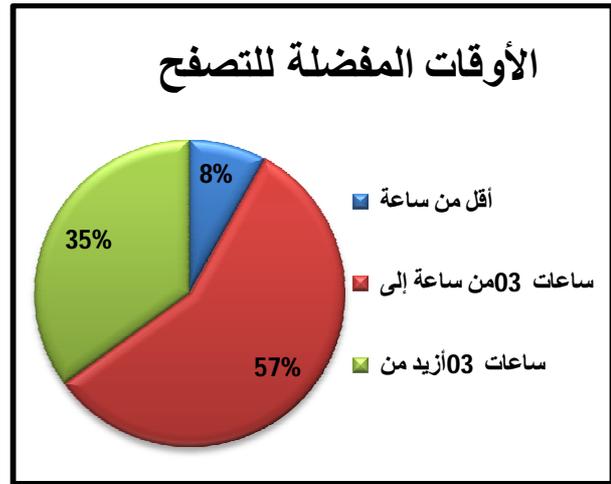
المصدر: إعداد الطالبتين.

تبرز المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد في كل الأوقات بنسبة (49%) ما يعادل 44 مفردة، في حين تفضل 33 مفردة تصفح الوسائط الجديدة ليلا بنسبة (37%)، بينما سجلت الفترة المسائية نسبة (14%) ما يعادل 13 مفردة، ولم تسجل الفترة الصباحية ولا مفردة.

يعود سبب تصفح معظم أفراد العينة لوسائل الإعلام الجديد في كل الأوقات أي ليس هناك وقت محدد كون أنه لكل شخص وقت فراغ معين وبإمكانه الولوج لوسائل الإعلام الجديد في أي وقت ومكان يريد له سهولة الاستعمال وبساطة الاستخدام بفضل الهاتف الذكي كما ذكرنا في الجدول السابق، في حين نلاحظ أيضا تفضيلهم للفترات المسائية والليلية لأنها الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة خاصة الفترة الليلية فهي فترة راحة وبالتالي الفترة المفضلة للتفرغ للانترنت، ويمكن تبرير عدم تصفح وسائل الإعلام الجديد في فترة الصباح باعتبارها فترة عمل ودراسة.

الجدول (10) والشكل (08): يوضحان الأوقات المفضلة لتصفح وسائل الإعلام الجديد:

المتغير	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	7	8%
من ساعة إلى 3 ساعات	51	57%
أزيد من 3 ساعات	32	35%
المجموع	90	100%



المصدر: إعداد الطالبتين.

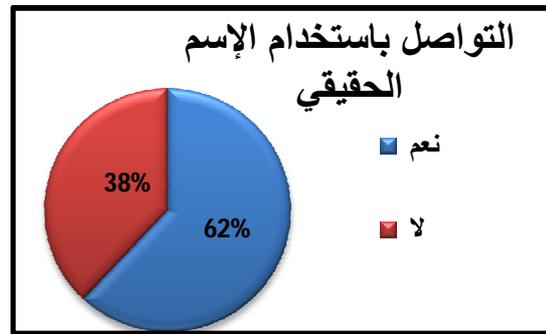
يظهر الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يقضون من ساعة إلى 3 ساعات في تصفح وسائل الإعلام الجديد بنسبة (57%) ما يعادل 51 مفردة من مجموع 90 مفردة، في حين سجلت الفترة أزيد من 3 ساعات (35%) ما يعادل 32 مفردة من أصل 90 مفردة، تليها نسبة (8%) ما يعادل 7 مفردات لأفراد العينة الذين يتصفحون وسائل الإعلام الجديد أقل من ساعة.

يعود سبب استخدام معظم أفراد العينة لوسائل الإعلام الجديد من ساعة إلى 3 ساعات كونها تشبع رغباتهم واحتياجاتهم اليومية، وبما أنهم طلبة فهم يحتاجونها في بحثهم العلمي بكثرة نظرا لتوفر هذه

الوسائل وتعدد خدماتها، فالطالب يحتاجها للدراسة والإطلاع على المواضيع المختلفة والتواصل وتبادل التجارب والمعارف والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، في حين يمكن تفسير تسجيل (35%) لأزيد من 3 ساعات في المتعة التي يشعر بها أفراد العينة وقت استخدامهم لمواقع الإعلام الجديد ومشاركتهم لأصدقائهم الآراء والأفكار يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح هذه المواقع، في حين سجلت نسبة أقل من ساعة (8%) وهي نسبة ضعيفة بالنظر إلى النسبتين الأولى والثانية وهذا يدل على أن الطلبة من العينة المدروسة يستغرقون وقتاً أطول في تصفح الوسائط الجديدة.

الجدول (11) والشكل (09): يوضحان تواصل الطلبة عبر الوسائط الجديدة بالاسم الحقيقي:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	56	62%
لا	34	38%
المجموع	90	100%

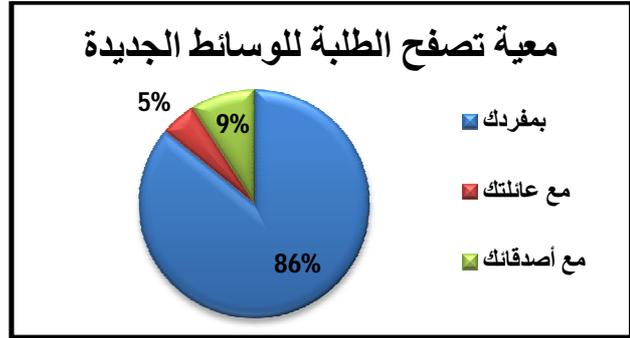


المصدر: إعداد الطالبتين.

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يستخدمون اسمهم الحقيقي في تواصلهم عبر وسائل الإعلام الجديد بنسبة (62%) ما يعادل 56 مفردة من أصل 90 مفردة تليها نسبة (38%) ما يعادل 34 مفردة من أصل 90 مفردة للذين لا يستخدمون اسمهم الحقيقي في مواقع الإعلام الجديد. يمكن تفسير استخدامهم لاسمهم الحقيقي لإبراز الهوية الحقيقية وإيجاد الحساب والتعرف عليه بسهولة ما يسهل عملية التواصل بين الأشخاص، أما بالنسبة للذين يستخدمون اسماً غير حقيقي في مواقع الإعلام الجديد وذلك للولوج فيها بأريحية والتعبير عن آرائهم ووجهة نظرهم دون التعرف عليهم.

الجدول (12) والشكل (10): يوضحان معية تصفح الطلبة للوسائط الإعلامية الجديدة:

المتغير	التكرار	النسبة
بمفردك	77	86%
مع عائلتك	5	5%
مع أصدقائك	8	9%
المجموع	90	100%



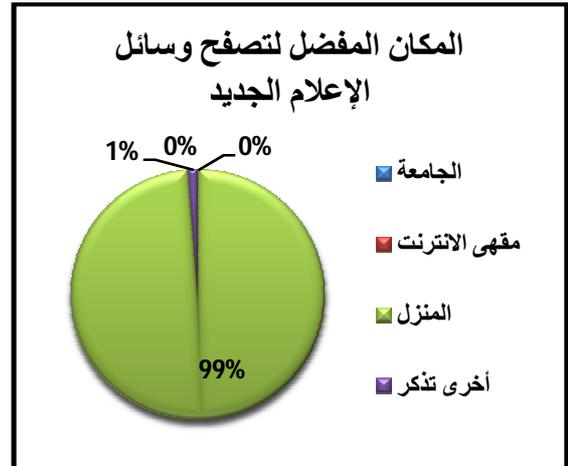
المصدر: إعداد الطالبتين.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد بمفردهم بنسبة (86%) ما يعادل 77 مفردة من أصل 90 مفردة، تليها نسبة (9%) ما يعادل 8 مفردات من أصل 90 مفردة يفضلون تصفحها مع أصدقائهم، وتحتل المرتبة الأخيرة نسبة (5%) ما يعادل 5 مفردات من أصل 90 مفردة الذين يتصفحون مواقع الإعلام الجديد مع العائلة.

نفسر سبب تفضيل أفراد العينة تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد بمفردهم وذلك حفاظاً على خصوصيتهم، في حين فضل البعض منهم تصفح وسائل الإعلام الجديد مع الأصدقاء والعائلة وذلك لاهتمامهم بتبادل الأفكار والآراء حول مختلف المواضيع التي تهمهم.

الجدول (13) والشكل (11): يوضحان المكان المفضل لتصفح الطلبة وسائل الإعلام الجديد:

المتغير	التكرار	النسبة
المنزل	89	99%
مقهى الانترنت	-	-
الجامعة	-	-
أخرى تذكر	1	1%
المجموع	90	100%



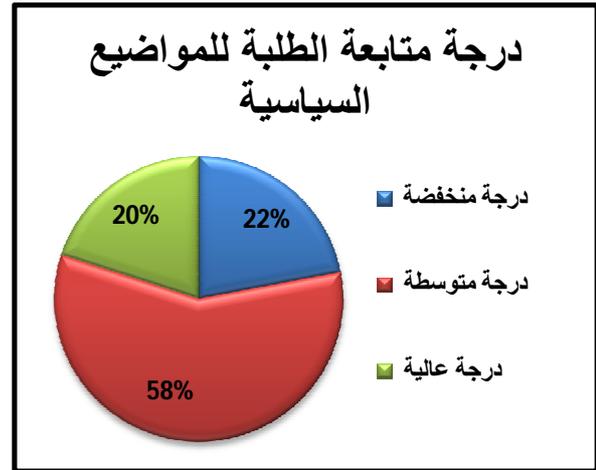
المصدر: إعداد الطالبتين.

يظهر الجدول أعلاه تفضيل أغلبية أفراد العينة تصفح وسائل الإعلام في المنزل بنسبة (99%) ما يعادل 89 مفردة من أصل 90 مفردة، بينما اختارت مفردة واحدة مكان آخر ما يعادل (1%).

نفسر سبب تفضيل غالبية أفراد العينة تصفح وسائل الإعلام الجديد في المنزل وهذا راجع لانشغال الطلبة باقي الأوقات بالدراسة في الجامعة كذلك توفر الانترنت في المنزل، وكما ذكرنا سابقا فمعظم أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد في الفترة الليلية وبالتالي يكون تواجههم في المنزل، في حين لم تسجل تصفح في الجامعة بسبب غياب وضعف شبكة الانترنت في الجامعة، أما بالنسبة لمقهى الانترنت فلم تعد لها اهتمام كبير بسبب توفر الانترنت عبر الهاتف الذكي خاصة مع ظهور الجيل الثالث والرابع وكذلك توفر الانترنت في المنازل وحتى المناطق الريفية.

المحور الثالث: اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومة السياسية
الجدول (14) والشكل (12): يوضحان درجة متابعة الطلبة المواضيع السياسية عبر الوسائط الجديدة:

المتغير	التكرار	النسبة
درجة منخفضة	20	22%
درجة متوسطة	52	58%
درجة عالية	18	20%
المجموع	90	100%



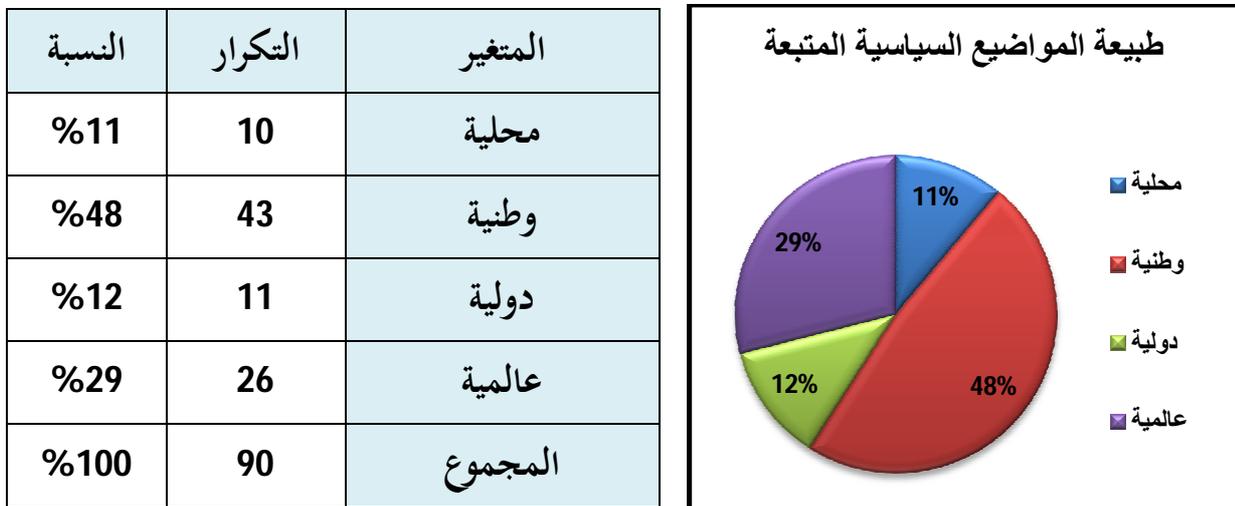
المصدر: إعداد الطالبتين.

تبرز المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة بنسبة (58%) ما يعادل 52 مفردة من أصل 90 مفردة، تليها الدرجة منخفضة بـ 20 مفردة ما يعادل نسبة (22%)، في حين سجلت درجة عالية نسبة (20%) ما يعادل 18 مفردة من أصل 90 مفردة.

يعود سبب متابعة أفراد العينة بدرجة متوسطة للمواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد إلى عدم اهتمامهم بالمجال السياسي مقارنة بباقي المجالات الأخرى، نظرا لطبيعة المواضيع

المتحدث فيها، في حين جاءت الدرجة المنخفضة بنسبة (22%) وهذا يدل على ميولهم إلى مجالات أخرى واهتمامهم بالمواضيع العلمية التي تدخل في نطاق دراستهم ومجالهم العلمي كونهم طلبة، فهم يميلون إلى كل ما هو ثقافي أو اجتماعي ويهتمون بالمواضيع الهزلية ذات الطابع الاجتماعي الثقافي، في حين سجلت درجة عالية نسبة (20%) تعكس مدى تتبعهم للأحداث السياسية وثقتهم بالمعلومات السياسية التي تنشر عبر وسائل الإعلام الجديد وسعيهم بمعرفة أهم المستجدات الحاصلة في مجال السياسة.

الجدول (15) والشكل (13): طبيعة المواضيع السياسية التي يتابعها الطلبة عبر الوسائط الجديدة:



المصدر: إعداد الطالبتين.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية الوطنية بنسبة (48%) ما يعادل 43 مفردة من أصل 90 مفردة، تليها المواضيع السياسية العالمية بنسبة (29%) ما يعادل 26 مفردة، في حين سجلت الدولية نسبة (12%) ما يعادل 11 مفردة، بينما تحتل المواضيع المحلية المرتبة الأخيرة بنسبة (11%) ما يعادل 10 مفردات من أصل 90 مفردة.

يعود سبب متابعة أغلب أفراد العينة المواضيع السياسية الوطنية بغية الاطلاع على الأحداث والقضايا السياسية داخل وطنهم ووعيهم بها، الشيء نفسه بالنسبة للمواضيع السياسية العالمية فهي تدل على اهتمامهم ومحاولة معرفة المستجدات السياسية في العالم، في حين نجد نسبة المواضيع السياسية المحلية والدولية ضعيفة مقارنة بالأولى والثانية وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يهتمون بمتابعة مواضيعهم.

الجدول(16): تفاعل الطلبة مع الموضوعات السياسية عبر الوسائط الجديدة حسب الجنس:

الجنس						المتغير
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%52	47	%54	41	% 43	06	إعجاب
%42	38	%42	32	%43	06	تعليق
%6	05	%4	03	%14	02	مشاركة الصور و الفيديوهات
%100	90	%100	76	%100	14	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

توضح نتائج الجدول أعلاه أن الطلبة يفضلون التفاعل مع القضايا السياسية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الجديد عن طريق الإعجاب، وظهر ذلك لدى فئة الإناث بنسبة قدرت بـ (54%) أما الذكور قدرت بـ (43%)، ما فيما التفاعل عبر التعليق فقد تم تسجيل نسب متقاربة تتراوح ما بين (43%) و (42%) لكلا الفئتين، أما فيما يتعلق بمشاركة الصور والفيديوهات فقد لاحظنا تسجيل النسبة الأكبر لفئة الذكور قدرت بـ(14%)، في حين قدرت نسبة الإناث بـ(04%).

يعود سبب تفضيل أفراد العينة التفاعل مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد باكتفائهم بوضع إعجاب و فقط هو مرور الكرام لطبيعة الموضوع في حد ذاته، بينما يرجع ارتفاع نسبة التعليق لدى الذكور والإناث فهي محاولة من الجنسين التعبير عن آرائهم بكل حرية وإيصال وجهات نظر حول مختلف القضايا والموضوعات السياسية المتعلقة بالبلد، في حين يفضل البعض من أفراد العينة التفاعل عن طريق مشاركة الصور والفيديوهات من خلال اهتمامهم في إيصال أكبر قدر من المعلومات السياسية لجميع أفراد الوطن لتكوين الرأي العام.

الجدول (17): دافع تصفح الطلبة للمعلومات السياسية الالكترونية حسب المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								
المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
3%	03	20%	01	3%	02	—	—	توفر المعلومات السياسية
26%	23	40%	02	29%	19	11%	02	الآنية في نقل الأحداث
32%	29	20%	01	34%	23	28%	05	إمكانية التفاعل
18%	16	—	—	15%	10	33%	06	تنمية المعارف السياسية
21%	19	20%	01	19%	13	28%	05	متابعة الأحداث السياسية
100%	90	100%	05	100%	67	100%	18	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

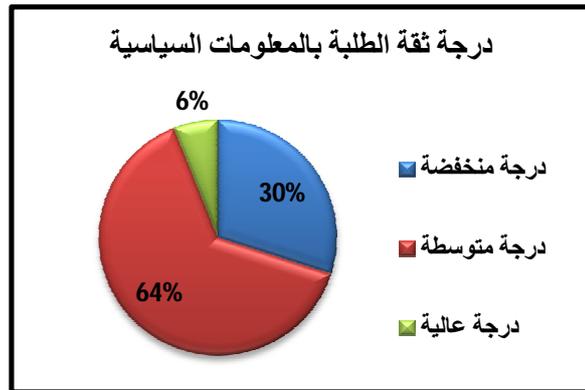
يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الطالب الجامعي يملك عدة دوافع تجعله يتصفح المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد، وكانت البيانات متقاربة لمعظم الخيارات باستثناء خيار الآنية في نقل الأحداث فقد سجلنا فرقا واضحا خصوصا بالنسبة لطلبة الدكتوراه، حيث سجلت نسبة (40%)، في حين النسب متفاوتة بالنسبة لطلبة ماستر وليسانس تراوحت بين (29%- 11%)، وسجلت المستويات الثلاث أنهم يتصفحونها رغبة منهم في إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر توجه معين حول مختلف القضايا السياسية وقدرت نسبتها ما بين (34%) لفئة ماستر تليها نسبة (28%) لفئة ليسانس أما فئة الدكتوراه فهي ثالث نسبة قدرت بـ (20%)، أما فيما يتعلق بتنمية المعارف السياسية لاحظنا أن أعلى نسبة سجلتها فئة ليسانس والتي قدرت بـ (33%) ونسبة (15%) تم تسجيلها لفئة ماستر وأخيرا فئة الدكتوراه فلم تسجل أي مفردة، وفي نفس السياق لاحظنا نفس النتائج لطلبة الليسانس فيما يخص متابعة الأحداث السياسية نصا و صوتا وصورة بنسبة (28%) ونسب متقاربة بالنسبة لطلبة الدكتوراه و ماستر تراوحت بين (20% - 19%). وفي الأخير لاحظنا أن الطلبة يتصفحون وسائل الإعلام الجديد لكونها توفر المعلومات والأخبار السياسية فقد سجلت فئة الدكتوراه نسبة قدرت

ب (20%)، في حين أن فئة ماستر فكانت نسبتها شبه منعدمة والتي قدرت بـ(3%) أما فئة الليسانس فلم تسجل أي مفردة في هذا المجال.

يعود السبب الذي يدفع الطلبة لتصفح المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد، كون هذه المواقع الأسرع في النقل والمتابعة المستمرة للأحداث دون انقطاع مع تدارك الآراء وإعطاء فرصة لحرية التعبير عن مختلف القضايا السياسية العالقة في المجتمع.

الجدول (18) والشكل (14): درجة ثقة الطلبة بالمعلومات السياسية المنشورة عبر الوسائط الجديدة:

المتغير	التكرار	النسبة
درجة منخفضة	27	30%
درجة متوسطة	58	64%
درجة عالية	5	6%
المجموع	90	100%



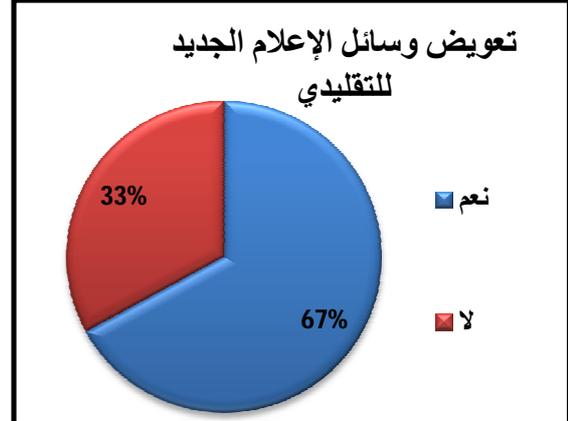
المصدر: إعداد الطالبتين.

يبين الجدول أعلاه أن معظم الباحثين يثقون في المعلومات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة، حيث ظهر ذلك بـ 58 مفردة من أصل 90 مفردة ما يعادل نسبة (64%)، تليها درجة منخفضة بنسبة (30%) ما يعادل 27 مفردة، بينما تثق 05 مفردات بدرجة عالية بنسبة (6%).

يعود سبب ثقة أغلب أفراد العينة بالمعلومات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة وليس بدرجة عالية كونهم يشكون في مصداقيتها، كون المصدر غير مؤكد في بعض المعلومات، بما أنه يمكن لكل شخص عادي النشر عبر وسائط الإعلام الجديد.

الجدول (19) والشكل (15): تعويض وسائل الإعلام الجديد للتقليدي في نشر المعلومة السياسية:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	60	67%
لا	30	33%
المجموع	90	100%



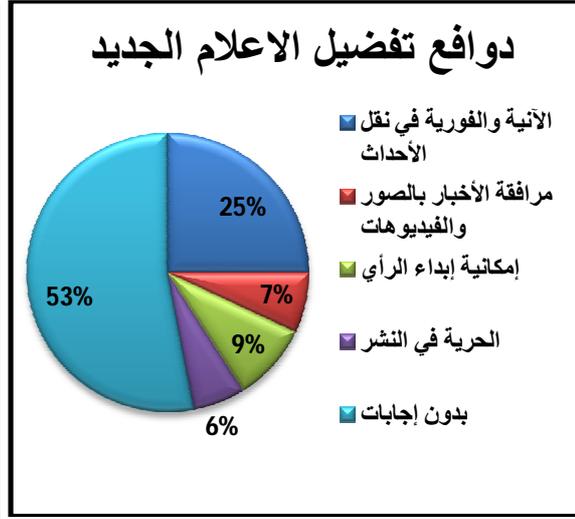
المصدر: إعداد الطالبتين.

تكشف نتائج الجدول أعلاه إقرار أغلب أفراد العينة أن الإعلام الجديد يعوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية، حيث ظهر ذلك لدى يعادل 60 مفردة من أصل 90 مفردة بنسبة (67%)، في حين ما ترى 30 مفردة ما يعادل (33%) أن الوسائط الجديدة لا تعوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية.

يعود سبب تفضيل أغلب المبحوثين الإعلام الجديد في نشر المعلومة السياسية نظرا لتطوره وتنوع وسائله وتمكنه من تحقيق انتشار واسع في فترة زمنية قصيرة، وأصبح مفتوحا وينشر الأخبار بسرعة فائقة بآنية وفورية مع سهولة استخدام وسائطه وميزة التفاعل والمشاركة مع مختلف أفراد المجتمع، في حين نجد فئة قليلة تفضل الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية لأن منصات الإعلام هي أداة لإيصال المعلومة للجماهير.

الجدول (20) والشكل (16): دوافع اختيار الإعلام الجديد بدل الإعلام التقليدي:

النسبة	التكرار	المتغير
25%	23	الآنية والفورية في نقل الأحداث
7%	6	مرافقة الأخبار بالصور
9%	8	إمكانية إبداء الرأي
6%	5	الحرية في النشر
53%	48	بدون إجابات
100%	90	المجموع



المصدر: إعداد الطالبتين.

تبين نتائج الجدول الموضحة أعلاه أن أغلب أفراد العينة ما يقارب 48 مفردة لم يحددوا سببا واضحا لتفضيل الإعلام الجديد بدل الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية بنسبة قاربت (53%)، في حين ترى نسبة (25%) من المبحوثين أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي من خلال الآنية والفورية في نقل الأحداث، بينما نجد أن هناك من يعتبر أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي كون أن الإعلام الجديد يمكن الأفراد من إبداء الرأي حول مختلف القضايا والموضوعات السياسية التي يتم بثها عبر مختلف المواقع وقدرت نسبتها بـ (9%)، كما نجد أن نسبة (7%) من أفراد العينة يعتقدون أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية من خلال نشر الأخبار والأحداث السياسية بالصور والفيديوهات، وأخيرا نجد نسبة (6%) تعتقد أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية كون أن الوسائط الجديدة تسمح بنشر الأخبار بحرية دون قيود مفروضة.

يعود سبب عدم إجابة أفراد العينة ما إذا كان الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي لقلة الاهتمام واللامبالاة، في حين نجد أغلب أفراد العينة قدموا بعض الإجابات تدل على أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي من حيث السرعة والآنية في نقل الأحداث والوقائع وإمكانية المشاركة وإبداء الرأي حول مختلف القضايا التي تطرحها الوسائل الإعلامية الجديدة.

المحور الرابع: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين
الجدول(21): يوضح مفهوم الثقافة السياسية لدى الطلبة حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي								
المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%5	04	—	—	%3	02	%11	02	الانخراط في الأحزاب
%11	10	—	—	%12	08	%11	02	نشر توجه معين
%1	01	—	—	—	—	%6	01	مناصرة حزب معين
%10	09	%20	01	%12	08	—	—	التنشئة السياسية
%19	17	%40	02	%19	13	%11	02	المشاركة السياسية
%54	49	%40	02	%54	36	%61	11	تكوين الرأي العام
%100	90	%100	05	%100	67	%100	18	المجموع

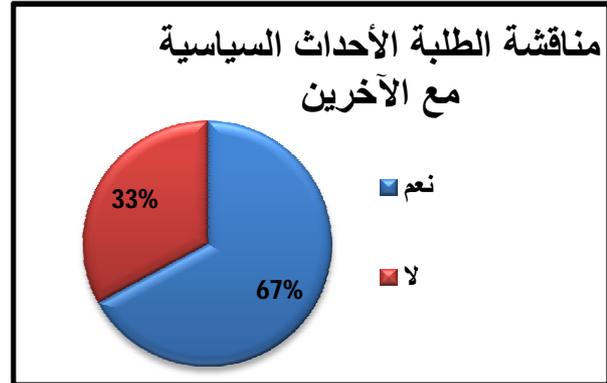
المصدر: إعداد الطالبتين.

تظهر نتائج الجدول أعلاه أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة المتمثلة في المستويات الثلاث (ليسانس، ماستر، دكتوراه) يصطلحون على أن مفهوم الثقافة السياسية هو تكوين الرأي العام حيث كانت أعلى نسبة لفئة ليسانس بـ (61%) تليها (54%) لفئة الماستر و (40%) للدكتوراه، في حين هناك من يرون أن الثقافة السياسية هي عبارة عن المشاركة السياسية حيث قدرت نسبتها بالنسبة لفئة الدكتوراه بـ (40%) و (19% و 11%) لفئتي الليسانس و الماستر، كما نجد نسب متقاربة تراوحت ما بين (20% و 12%) كانت للفئتين دكتوراه و ماستر أجابوا على أن الثقافة السياسية هي التنشئة السياسية أما فئة الليسانس لم تسجل أي إجابة، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن الثقافة السياسية هي نشر توجه معين كانت النسب لا تتعدى (12% و 11%) سجلتها كل من فئة الليسانس و الماستر أما فئة الدكتوراه فلم تسجل أي إجابة، في حين نجد نسب قليلة جدا تراوحت ما بين (11% و 3%) من المبحوثين يرون بأن مفهوم الثقافة السياسية هي مناصرة حزب معين لكل من فئة الليسانس و الماستر، أما آخر نسبة فجاءت بـ (6%) لفئة الليسانس يرون أن الثقافة السياسية هي مناصرة حزب معين في حين لم يسجل المستويين الماستر و الدكتوراه أي إجابة.

تختلف آراء الباحثين حول مفهوم الثقافة السياسية ويعود سبب أن أغلبيتهم يرون أن مفهومها هو عبارة عن تكوين الرأي العام من خلال مختلف القضايا والموضوعات السياسية التي تطرح عبر وسائل الإعلام الجديد تجعل من الطالب ينمي ويكون آراء مختلفة حولها.

الجدول (22) والشكل (17): مناقشة الطلبة الأحداث السياسية مع الآخرين عبر الوسائط الجديدة:

المتغير	المتغير	التكرار
نعم	60	67%
لا	30	33%
المجموع	90	100%



المصدر: إعداد الطالبتين.

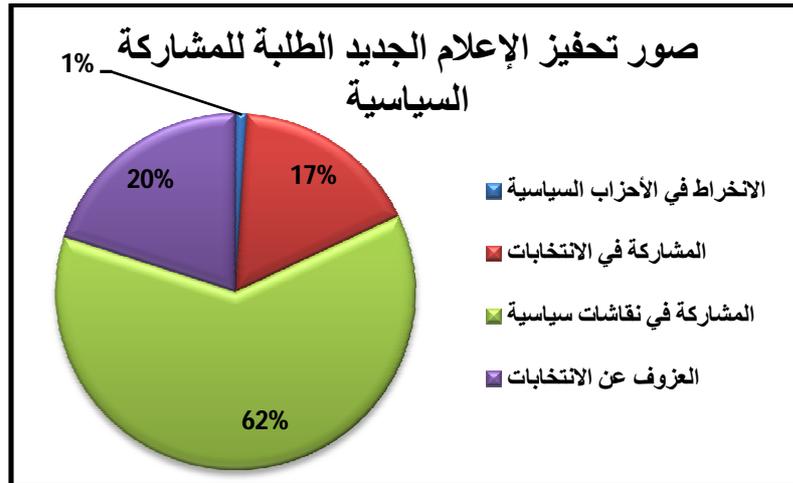
يكشف الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يناقشون الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد وذلك بـ 60 مفردة من أصل 90 مفردة بنسبة (67%)، في حين ما يعادل 30 مفردة لا يناقش الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين بنسبة (33%).

يعود سبب مناقشة أغلب أفراد العينة للأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد إلى اهتمام الباحثين بالقضايا السياسية ومحاولتهم معرفة ما يدور في الساحة السياسية الوطنية، وتفاعلهم معها خاصة في هذه الفترة الأخيرة التي عرفت الكثير من التغيرات.

الجدول (23) والشكل (18): صور تحفيز الإعلام الجديد الطلبة الجامعيين للمشاركة السياسية:

المتغير	التكرار	النسبة
الانخراط في الأحزاب السياسية	1	1%
المشاركة في الانتخابات	15	17%
المشاركة في نقاشات سياسية	56	62%
العزوف عن الانتخابات	18	20%
المجموع	90	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.



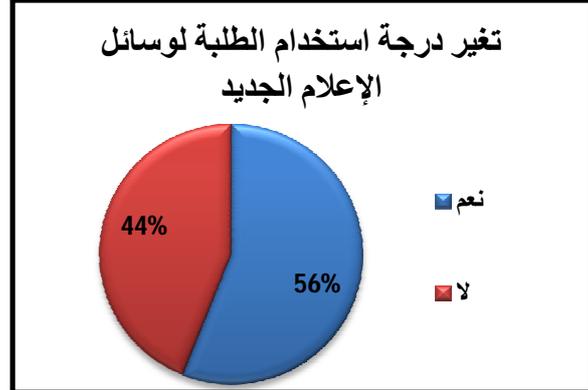
المصدر: إعداد الطالبتين.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أعلاه أن وسائل الإعلام الجديد تدفع معظم أفراد العينة إلى المشاركة السياسية عبر المشاركة في نقاشات سياسية، وظهر ذلك بـ 56 مفردة من أصل 90 مفردة ما يعادل نسبة (62%)، في حين ترى 18 مفردة أن الوسائط الجديدة تدفعها للعزوف عن الانتخابات بنسبة (20%)، تليها المشاركة في الانتخابات بنسبة (17%) ما يعادل 15 مفردة، وفي المرتبة الأخيرة تحفز الوسائط الحديثة الطالب للانخراط في الأحزاب السياسية بمفردة واحدة من أصل 90 مفردة بنسبة (1%).

يعود سبب مشاركة معظم أفراد العينة في نقاشات سياسية كونهم يهتمون بتبادل الأفكار والآراء ونشر توجه معين وتبنيه واهتمام الشباب بالمجال السياسي، في حين يعود سبب العزوف عن الانتخابات إلى عدم قناعتهم بأهمية العملية الانتخابية لاعتقادهم الدائم بعدم نزاهتها وفيركتها وتزوير نتائجها أكثر من مرة، في حين نجد المشاركة في الانتخابات بنسبة (17%) وهذا يدل على أن البعض يعتقدون أنها واجب وطني، في حين نجد الانخراط في الأحزاب السياسية بنسبة ضعيفة جدا وذلك لعدم اهتمام المبحوثين بالنشاط الحزبي، فهم لا يرون فيها فائدة ولا يؤمنون بفاعليتها على أرض الواقع، فأغلبهم لا يعرفون أسماء الأحزاب السياسية ولا رؤسائها نظرا إلى السياسة الديكتاتورية التي ينتهجها رؤساء الأحزاب، حيث يتم التعيين في المناصب داخل الحزب عن طريق الوساطة، مما أدى إلى عدم الاحتكام للكفاءة والقدرة على التسيير ولا يملكون أدنى مستوى وأدنى ثقافة سياسية ممكنة، كما أن نسبة كبيرة من الجزائريين يرون أنه لا يوجد حزب سياسي يمكنه أن يعبر عن طموحاتهم السياسية.

الجدول (24) والشكل (19): تغير درجة استخدام الطلبة للإعلام الجديد خلال الحراك الشعبي:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	50	56%
لا	40	44%
المجموع	90	100%



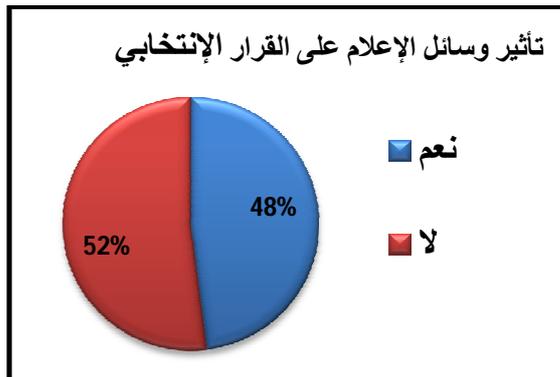
المصدر: إعداد الطالبتين.

تبين نتائج الجدول أعلاه تغير درجة استخدام معظم أفراد العينة للإعلام الجديد منذ بداية الحراك الشعبي في الجزائر ما يعادل 50 مفردة من أصل 90 مفردة بنسبة (56%)، في حين لم تتغير درجة الاعتماد على الوسائط الجديدة لدى 40 مفردة ما يعادل نسبة (44%) من العينة.

يعود سبب تغير درجة استخدام معظم المبحوثين للإعلام الجديد منذ بداية الحراك الشعبي في الجزائر لقوة تأثير هذه المنصات على الأفراد، لما تتمتع به من آنية وفورية في نقل الأحداث نصا وصوتا وصورة خلال فترة الحراك الشعبي، كذلك إمكانية المشاركة والتفاعل وتبادل الآراء، ما يزيد الطالب معرفة ووعي أكثر حول الوضع السائد ما يدفعه إلى تبني توجه معين واهتمامه بالمشاركة السياسية.

الجدول (25) والشكل (20): تأثير وسائل الإعلام على القرار الانتخابي للطلبة الجامعيين:

المتغير	التكرار	النسبة
نعم	43	48%
لا	47	52%
المجموع	90	100%



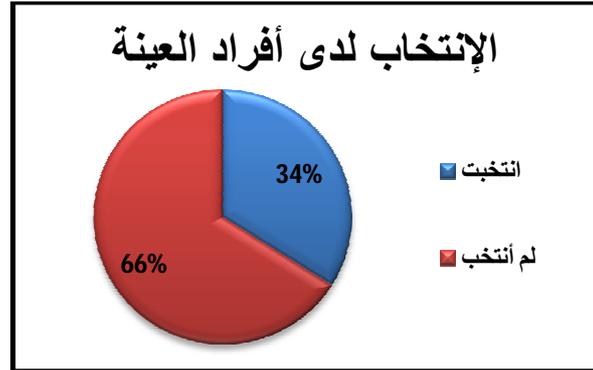
المصدر: إعداد الطالبتين.

يظهر الجدول أعلاه أن وسائل الإعلام الجديد لم تؤثر في القرار الانتخابي لمعظم أفراد العينة، وذلك بنسبة (52%) ما يعادل 47 مفردة من أصل 90 مفردة، في حين أثرت الوسائط الجديدة على قرار 43 مفردة من أصل 90 مفردة ما يعادل (48%) من أفراد العينة.

يعود سبب أن معظم المبحوثين لم تؤثر وسائل الإعلام الجديد على قرارهم الانتخابي لعدم اهتمامهم بالعملية الانتخابية فالشباب عامة لم يعد يثق في نزاهة العمل السياسي في الجزائر نظرا للظروف التي مرت بها الجزائر وكذا لضعف الديمقراطية فيها وعدم ثقتهم واقتناعهم بالشخصيات المرشحة.

الجدول (26) والشكل (21): يوضحان الفئة الطلابية التي انتخبت في رئاسيات 2019:

المتغير	التكرار	النسبة
انتخبت	31	34%
لم أنتخب	59	66%
المجموع	90	100%



المصدر: إعداد الطالبين.

يبين الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة لم تنتخبوا في آخر استحقاق رئاسي وذلك بنسبة (66%) ما يعادل 59 مفردة من أصل 90 مفردة، في حين بلغت النسبة التي انتخبت حدود (34%) ما يعادل 31 مفردة من أصل 90 مفردة.

يعود سبب عدم انتخاب معظم أفراد العينة المدروسة لعدم امتلاكهم لبطاقة الناخب، لأنهم لا يهتمون لمثل هذه القضايا، ويرون أنها مضيعة للوقت وعدم قناعتهم بأهمية العملية الانتخابية بنسبة كبيرة ولاعتقادهم الدائم بعدم نزاهتها وفبركتها وتزوير نتائجها وهو تحصيل حاصل للسؤال السابق، إضافة إلى ما ميز هذه الانتخابات نوع من الصراع داخل أجهزة الحكم، يدل ذلك أيضا على انشغالهم هي من حالت دون المشاركة في الانتخابات، في حين نجد نسبة المنتخبين بلغت (34%) وهذا يدل على اهتمامهم بالعملية الانتخابية واعتبارها واجب وطني، إضافة أن الدولة اشترطت في وقت سابق امتلاك بطاقة الناخب لكل فرد يريد تقديم طلب توظيف في مؤسسة عامة أو خاصة، مما أدى إلى اندفاع الشباب للانتخاب خوفا من إقصائهم من المسابقات التي تجربها مختلف المؤسسات العمومية.

الجدول (27): مدى مساهمة الوسائط الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة:

الجنس						المتغير
المجموع		أنثى		ذكر		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%19	17	%21	16	%7	01	درجة منخفضة
%63	57	%63	48	%64	09	درجة متوسطة
%18	16	%16	12	%29	04	درجة عالية
%100	90	%100	76	%100	14	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين.

توضح لنا نتائج الجدول أعلاه إقرار غالبية المبحوثين أن وسائل الإعلام الجديد تساهم بدرجة متوسطة في تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي، ونلمح ذلك من خلال النسب العالية المسجلة التي تراوحت ما بين (63_64%) لدى ذكور وإناث، وعلى غرار ذلك فإن البعض يظن أن وسائل الإعلام الجديد تساهم بدرجة عالية في تنمية الثقافة السياسية بنسب قدرت بـ (29%) لدى فئة الذكور أما الإناث فسجلت نسبة (16%)، فيما ترى نسبتها ضئيلة لدى الذكور والتي قدرت بـ (7%) ولدى الإناث (21%) أن مساهمتها جد منخفضة.

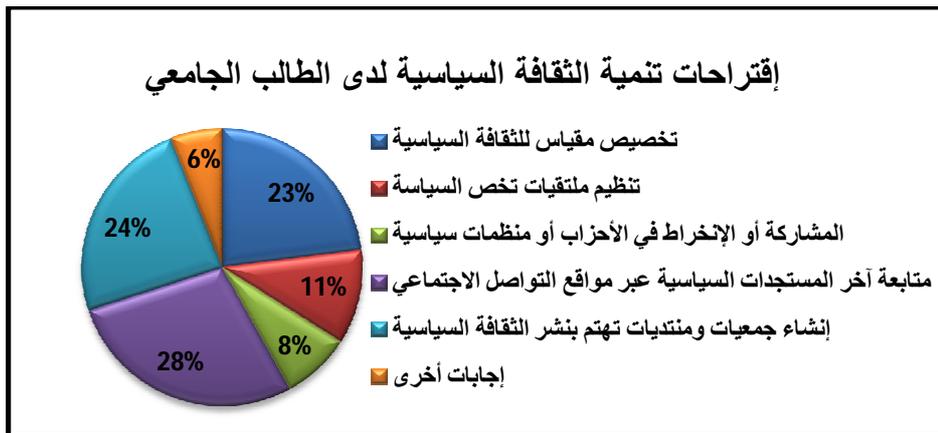
نستخلص من نتائج الجدول أن وسائل الإعلام الجديد تلعب دورا محوريا في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة بدرجة متوسطة والسبب هي المشاركة في مختلف الصفحات والمواقع التي تنشر الموضوعات السياسية والاطلاع على أهم الأحداث التي تحدث في البلد، مكنت الطالب الجامعي من التفاعل معها وتكوين الرأي العام حولها وإبراز وجهات نظر حول مختلف القضايا السياسية، من جهة أخرى نجد البعض من أفراد العينة يرى أن مساهمة وسائل الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية منخفضة، وهذا يعود لعدم اهتمامهم بالمجال السياسي وعدم قناعتهم بما يدور في الساحة السياسية، في حين نجد بعض أفراد العينة يقر أن وسائل الإعلام الجديد تنمي ثقافتهم السياسية بدرجة عالية، وهذا راجع لقوة تأثير الإعلام الجديد عليهم بواسطة وسائطه المتعددة وإلمامهم بالمجال السياسي والانتشار الواسع للصفحات والمجموعات السياسية والنقاشات المفتوحة على منصات الإعلام الجديد.

الجدول(28): اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين:

المتغير	التكرار	النسبة
تخصيص مقياس للثقافة السياسية	21	23%
تنظيم ملتقيات تخص السياسة	10	11%
المشاركة أو الانخراط في الأحزاب أو منظمات	7	8%
متابعة آخر المستجدات السياسية عبر مواقع	25	28%
إنشاء جمعيات ومنتديات تهتم بنشر الثقافة	22	24%
إجابات أخرى	5	6%
المجموع	90	100%

المصدر: إعداد الطالبتين.

الشكل (22): اقتراحات أفراد العينة لتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين:



المصدر: إعداد الطالبتين.

يبين الجدول أعلاه الاقتراحات التي قدمها أفراد العينة حول تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، حيث يتضح من خلال البيانات المحصل عليها أن أعلى نسبة كانت ضرورة متابعة آخر المستجدات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ب (28%)، بينما حظي الاقتراح المتمثل في إنشاء جمعيات ومنتديات تهتم بنشر الثقافة السياسية بنسبة (24%)، تليها نسبة (23%) والتي جاء اقتراحها بتخصيص مقاييس للثقافة السياسية حتى يتمكن الطالب الجامعي من تنمية ثقافته السياسية، في حين نجد نسبة (11%) من المبحوثين كان اقتراحهم تنظيم ملتقيات تخص السياسة من أجل تنمية الثقافة

السياسية لدى الطلبة الجامعيين، بينما جاء اقتراح المشاركة أو الانخراط في الأحزاب أو منظمات سياسية بنسبة (8%)، وأخيرا نجد نسبة (6%) كانت عبارة عن إجابات أخرى.

يعود سبب تقديم جل أفراد العينة اقتراحات حول تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي لاهتمامهم بالمجال السياسي وتكوين ثقافة سياسية، باعتبارها إطارا مرجعيا للأحداث السياسية من أجل التعامل بطريقة سليمة مع مختلف المستجدات في الحاضر والمستقبل، فكانت معظم اقتراحاتهم تصب حول إعطاء أولوية لهذه النخبة وتشجيعهم على صنع القرار، كما يجب إدخال الثقافة السياسية ضمن المقاييس الواجب تدريسها وإنشاء منظمات طلابية تهتم بكل ما هو جديد ويخدم الطلبة حول السياسة والانخراط في الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني لتنمية الحس الوطني، إضافة إلى المصادقية في نقل الأخبار لكي تزداد ثقة الطلبة في الأخبار السياسية المتداولة عبر المنصات الإعلامية، وأن يكون الطالب مشاركا وليس متفرجا ويتابع الحوارات السياسية ويشارك في الملتقيات ذات الطابع السياسي، وفتح المجال له في طرح الأفكار والاطلاع على الأخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وإنشاء منصة رقمية خاصة بالمواضيع السياسية للتعرف على القضايا الراهنة، كما يجب إقامة محاضرات من قبل أساتذة وخبراء سياسيين وغيرها، كما وجدنا أيضا بعض الإجابات لا تصب في الموضوع.

ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:

1 - عرض نتائج الفرضية رقم 01

يستخدم الطلبة الجامعيين وسائط الإعلام الجديد بشكل مكثف

- ❖ للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:
- ❖ يوضح الجدول (06) استخدام غالبية المستجوبين وسائط الإعلام الجديد لأزيد من 3 سنوات.
- ❖ يوضح الجدول (07) أن أغلب أفراد العينة يفضلون الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ يوضح الجدول (08) تفضيل أفراد العينة استخدام الهاتف الذكي لتصفح وسائط الإعلام الجديد.
- ❖ يوضح الجدول (09) أن معظم الأفراد يتصفحون وسائط الإعلام الجديد في كل الأوقات.
- ❖ يوضح الجدول (10) أن معظم الطلبة يقضون من ساعة إلى 3 ساعات في تصفح الوسائط

الجديدة.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الأولى تحققت، حيث يستخدم أغلب الطلبة الجامعيين وسائط الإعلام الجديد بشكل مكثف.

2- عرض نتائج الفرضية رقم 02:

يعتمد الطلبة على وسائط الإعلام الجديد كمصدر للمعلومة السياسية

- ❖ للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:
- ❖ يوضح الجدول (14) متابعة معظم الأفراد المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ❖ يوضح الجدول (15) أن معظم أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية الوطنية.
- ❖ يوضح الجدول (17) تصفح معظم الطلبة يتصفحون المعلومات السياسية عبر الوسائط الجديدة لما تتميز به من إمكانية التفاعل والمشاركة وإبداء الرأي ونشر توجه معين حول مختلف القضايا السياسية.
- ❖ يوضح الجدول (18) أن أغلب الطلبة يثقون بالمعلومات السياسية المنشورة عبر الوسائط الجديدة.
- ❖ يوضح الجدول (19) أن أغلب أفراد العينة يرون أن وسائط الإعلام الجديد عوضت الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الثانية تحققت، حيث يعتمد معظم الطلبة على وسائط الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومة السياسية.

3- عرض نتائج الفرضية رقم 03**يسهم الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة**

- للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائجها:
- ❖ يوضح الجدول (22) أن معظم أفراد العينة يناقشون الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لوسائط الإعلام الجديد.
 - ❖ يوضح الجدول (23) أن وسائط الإعلام الجديد تدفع معظم أفراد العينة إلى المشاركة السياسية.
 - ❖ يوضح الجدول (24) أن معظم أفراد العينة تغيرت درجة استخدامهم للإعلام الجديد منذ بداية الحراك الشعبي في الجزائر نظرا لقوة تأثيرها على الطلبة.
 - ❖ يوضح الجدول (27) مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى أغلب أفراد العينة.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الثالثة تحققت، حيث ساهم الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى أغلب أفراد العينة.

ثالثا- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية:

1 - مناقشة النتائج في ضوء المقاربة البنائية الوظيفية

اعتمدنا في دراستنا الموسومة ب: "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" على المقاربة البنائية الوظيفية حيث سناقش نتائج الاستمارة في ضوء مسلمات النظرية عرض المسلمة رقم 01

في كل مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة تساهم في إعادة تشكيله واستقراره

يتضح من خلال الجدول (07) أن معظم أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح وسائل الإعلام الجديد كونها تشبع رغباتهم واحتياجاتهم اليومية.

يتضح من خلال الجدول (14) أن معظم المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد.

يتضح من خلال الجدول (23) أن وسائل الإعلام الجديد تدفع معظم أفراد العينة إلى المشاركة السياسية عبر المشاركة في نقاشات سياسية.

يتضح من خلال الجدول (24) تغير درجة استخدام معظم أفراد العينة للإعلام الجديد منذ بداية الحراك الشعبي في الجزائر لقوة تأثير هذه المنصات على الأفراد لما تتمتع به من آنية وفورية في نقل الأحداث.

نستنتج أن المسلمة تحققت، فوسائل الإعلام الجديد تكمن وظيفتها في تزويد الأفراد بالمعلومات والأخبار والقضايا السياسية الراهنة، بالتالي تحافظ على استقراره

عرض المسلمة رقم 02

إن المحتوى الترفيهي الهابط هو القادر على جذب أكبر عدد من الجماهير، وأي محتوى يشير الاهتمام حتى لو كان متسما بالذوق الهابط سوف يؤدي إلى زيادة عدد الجمهور الذي يشاهد الإعلانات، وبالتالي يحقق أهداف النظام.

يتضح من خلال الجدول (14) أن غالبية أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد كونها تسمح لهم بتلقي المعلومات والأخبار المختلفة حول العديد من المواضيع.

يتضح من خلال الجدول (18) أن معظم المبحوثين يثقون في المعلومات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة.

يتضح من خلال الجدول (19) إقرار أغلب أفراد العينة أن الإعلام الجديد يعوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية نظرا لتطوره وتنوع وسائله وتمكنه من تحقيق انتشار واسع في فترة زمنية قصيرة.

يتضح من خلال الجدول (27) أن غالبية المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي.

نستنتج أن المسلمة السابقة لم تتحقق، كون أن وسائل الإعلام الجديد تقدم خدمات ذات محتوى راقى كالمواضيع السياسية، فقد بينت نتائج الدراسة أنها تساهم في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين وهذا يدل على أنها تحظى باهتمام أفراد العينة

عرض المسلمة رقم 3

تكون وسائل الإعلام أحد عوامل الخلل الوظيفي حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من التوازن والاستقرار.

✚ يتضح من خلال الجدول (11) أن أغلب أفراد العينة يستخدمون اسمهم الحقيقي في تواصلهم عبر وسائل الإعلام الجديد وذلك لتسهيل عملية التواصل مع الزملاء.

✚ يتضح من خلال الجدول (14) أن غالبية أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد كونها تسمح لهم بتلقي المعلومات والأخبار حول العديد من المواضيع.

✚ يتضح من خلال الجدول (22) أن معظم أفراد العينة يناقشون الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد لاهتمامهم بالقضايا السياسية ومحاولتهم معرفة ما يدور في الساحة السياسية الوطنية.

✚ يتضح من خلال الجدول (23) أن معظم المبحوثين تدفعهم وسائل الإعلام الجديد إلى المشاركة السياسية في نقاشات سياسية كون يهتمون بتبادل الأفكار والآراء ونشر توجه معين واهتمام الشباب بالمجال السياسي.

نستنتج أن المسلمة تحققت، حيث أن وسائط الإعلام الجديد تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي إذا كان تأثيرها هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف، وأحيانا تساهم في الاستقرار من حيث إتاحتها لعدة خصائص كالسرعة والآنية والتفاعلية مما يساهم في استقرار النسق الاجتماعي.

2 - مناقشة النتائج في ضوء مقارنة الاستخدامات والاشباعات

اعتمدنا في دراستنا المعنونة " الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" على نظرية الاستخدامات والاشباعات، حيث سنعرض في هذا العنصر نتائج الدراسة بناء على أهم مسلمات النظرية.

عرض المسلمة رقم 01

جمهور وسائل الإعلام مشاركون ايجابيون وفاعلون في عملية الاتصال

يتضح من الجدول (06) أن أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام الجديد أزيد من 3 سنوات كونها دخلت كل مفاصل الحياة وأضحت ضرورة لا غنى عنها للفرد والمجتمع.

يتضح من الجدول (09) أن معظم أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد في كل الأوقات لمتابعة القضايا والأخبار التي تهمهم.

يتضح من خلال الجدول (10) أن غالبية المبحوثين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح وسائل الإعلام الجديد كونها تشبع رغباتهم واحتياجاتهم اليومية.

يتضح من خلال الجدول (15) معظم أفراد العينة يتابعون المواضيع السياسية الوطنية بغية الاطلاع على الأحداث والقضايا السياسية.

يتضح من خلال الجدول (23) أن وسائل الإعلام الجديد تدفع معظم أفراد العينة إلى المشاركة السياسية عبر المشاركة في نقاشات سياسية كونهم يهتمون بتبادل الأفكار والآراء ونشر توجه معين وتبنيه.

نستنتج أن المسلمة تحققت، حيث أن الطلبة الجامعيين يشاركون ويتفاعلون مع مختلف القضايا والأحداث السياسية عبر منصات ووسائل الإعلام الجديد.

عرض المسلمة رقم 02

يستخدم الجمهور وسائل الإعلام الجديد لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم وهو الذي يختار المضمون الذي يشبع حاجاته.

- ✚ يتضح من خلال الجدول (07) أن غالبية أفراد العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي كونها وسائط نقل المعلومات وركنا مهما في بناء منظومة الإنسان الاجتماعي.
- ✚ يتضح من خلال الجدول (09) أن أفراد العينة معظمهم يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد في كل الأوقات لمتابعة القضايا والأخبار التي تهمهم.
- ✚ يتضح من خلال الجدول (11) أن أغلب الطلبة يفضلون استخدام أسمائهم الحقيقية في التواصل عبر وسائل الإعلام الجديد والتعبير عن آرائهم بكل حرية واستقلالية.
- ✚ يتضح من خلال الجدول (12) أن غالبية العينة يفضلون تصفح وسائط الإعلام الجديد بمفردهم وهذا راجع إلى اهتماماتهم الخاصة وخصوصيتهم في اختيار المواضيع التي يريدون الاطلاع عليها.
- ✚ يتضح من خلال الجدول (16) أن الطلبة يفضلون التفاعل مع القضايا السياسية التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الجديد عن طريق الإعجاب بالمنشورات أو التعليق أو مشاركتها وهذا للتعبير عن آرائهم بكل حرية وإيصال وجهة نظر حول مختلف القضايا والموضوعات السياسية.

نستنتج أن المسلمة تحققت، حيث أن الطلبة الجامعيين قادرين على تحديد أهدافهم واهتماماتهم والتعبير عنها بكل حرية واستقلالية عبر مختلف وسائط الإعلام الجديد واختيار نوع الوسيلة التي يتصفحونها والأخبار والمعلومات التي يريدون الاطلاع عليها.

عرض المسلمة رقم 3

الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

يتضح من خلال الجدول (09) أن معظم أفراد العينة يفضلون تصفح وسائل الإعلام الجديد في

كل الأوقات حيث بإمكانهم الولوج إليها في أي وقت ومكان يريده لسهولة الاستعمال.

يتضح من خلال الجدول (14) أن غالبية العينة يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل

الإعلام الجديد كونها تسمح لهم بتلقي المعلومات والأخبار المختلفة حول العديد من المواضيع.

يتضح من خلال الجدول (18) أن معظم المبحوثين يثقون في المعلومات السياسية المنشورة عبر

الوسائل الجديدة بدرجة متوسطة حيث يكون المتلقي في أغلب الأحيان أعلى درجة من الناشر.

يتضح من خلال الجدول (19) أن معظم الطلبة يفضلون الإعلام الجديد على الإعلام التقليدي

لخصائصه العديدة وثقتهم في ما يقدمه.

نستنتج أن المسلمة تحققت، حيث أن الطلبة هم من يتحكمون في وقت تصفحهم لوسائل الإعلام الجديد، ويتخذون مواقف معينة في شأن المواضيع السياسية.

رابعاً: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

نناقش في هذا العنصر النتائج المتوصل إليها في دراستنا المعنونة بـ "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين" في ضوء 4 دراسات سابقة، تم اعتمادها في الفصل المنهجي للدراسة لمعرفة مدى التوافق بين نتائجهم.

عرض الدراسة السابقة رقم 01

الدراسة الأولى بعنوان "الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي بالسودان". توصلت الباحثة لمجموعة من النتائج أهمها:

✚ الفاييسبوك، واتساب، يوتيوب، وانستغرام هم الأكثر من بين وسائل الإعلام الجديد التي تسهم في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي.

✚ كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد أصبحت جزءاً رئيسياً في الحياة اليومية للشباب، ومكنتهم من التعبير عن أنفسهم بحرية.

✚ وسائل الإعلام الجديد جعلت الشباب يغيرون نظرتهم لبعض العادات والتقاليد وجعلتهم يستمعون للموسيقى والأغاني الغربية والعربية.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا منها:

✚ مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يفضل الطلبة الولوج إليها، حيث تسهم في تنمية الثقافة السياسية لديهم.

✚ معظم الباحثين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد أضحت جزءاً رئيسياً في الحياة اليومية للطلبة.

✚ أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح المواضيع والقضايا السياسية الوطنية.

نستنتج من خلال عرض الدراستين السابقة والحالية أنهما تتوافقان في بعض النقاط وتختلفان في عناصر كثيرة.

عرض الدراسة السابقة رقم 02

دراسة الباحثة ريم فتيحة قدوري " دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري" دراسة وصفية تحليلية لموقع "الجزيرة نت" نموذجا.

توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى مجموعة من النتائج منها:

✚ ارتفاع حجم الاهتمام السياسي للجمهور الجزائري المتصفح لموقع "الجزيرة نت" .

✚ يعمل موقع "الجزيرة نت" على عرض وتقديم مضامين سياسية تهتم بالقضايا الداخلية "المحلية" والعلاقات الدولية والدبلوماسية .

✚ رغم توفر التفاعلية وأدواتها بموقع "الجزيرة نت" إلا أن غالبية الجمهور الجزائري لا يتفاعل مع تعليقات الجمهور ولا يقوم بمشاركة ما ينشر عبر هذا الموقع.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة، نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا ومنها:

✚ أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح المواضيع والقضايا السياسية الوطنية.

✚ أغلبية الباحثين يتفاعلون مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد من خلال الإعجاب والتعليق ومشاركة الصور والفيديوهات.

✚ الدافع الذي يجعل الباحثين يتصفحون وسائل الإعلام الجديد هي إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر موقف معين حول مختلف القضايا السياسية.

نستنتج من خلال عرض أهم النتائج المتوصل إليها في كلتا الدراستين أنهما مختلفتين، هذه الاختلافات راجعة للعينة المدروسة فالدراستين تشتركان في متغير "الإعلام الرقمي".

عرض الدراسة السابقة رقم 03

دراسة الباحثة كيجل فتيحة "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي" دراسة استخدامات واقع التواصل الاجتماعي موقع الفايسبوك نموذجاً.

توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى مجموعة من النتائج منها:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداماً لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفايسبوك في مقدمة المواقع الأكثر ولوجاً.

فيما يخص الإشباع فإن الإشباع المعرفية هي أكثر أنواع الإشباع المحققة لأفراد العينة والتي تشمل أساساً زيادة الوعي البيئي بنسبة **43.54%** تليها الإشباع التي يسعى لبلوغها المبحوثين في المجال البيئي بنسبة **61.21%**.

إن غالبية الإشباع الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الاطلاع على الأحداث البيئية بنسبة **46.23%** في حين الإشباع النفسية مؤخرة الترتيب.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا ومنها:

مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يفضل الطلبة الولوج إليها.

يتصفح المبحوثين الوسائط الجديدة من ساعة إلى ثلاث ساعات.

أغلب أفراد العينة يثقون بالقضايا السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة.

نستنتج أن الدارستين تتوافق في بعض النقاط وتختلف في عناصر كثيرة كاختلافها في متغير الثقافة السياسية ومجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة.

عرض الدراسة السابقة رقم 04

دراسة الباحثة حمودي سميرة " الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين".

خلصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✚ أظهرت النتائج أن الجانب المعرفي المتعلق بالجانب السياسي في الجزائر ومعلوماتهم عن الأحزاب السياسية كانت متوسطة رغم أن مصدرها لم يكن الجامعة بل مؤسسات أخرى أهمها وسائل الإعلام.
- ✚ ظهور صور جديدة للمشاركة السياسية خارج الأطر التقليدية التي لم يتم كيفية الاستفادة منها حتى الآن كالانترنت والمحادثة الالكترونية ليعبر الطلاب من خلالها على آرائهم عن المشاركة السياسية.
- ✚ انتشار بعض السلوكيات السلبية كالعزوف عن المشاركة السياسية خاصة لدى فئة الشباب وتدني الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي وتعتبر وسائل الإعلام خاصة التلفزيون مصدر رئيسي للمعلومات السياسية.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا مع هذه الدراسة السابقة نعرض نتائج الجداول الخاصة بدراستنا ومنها:

- ✚ يرى أغلبية المبحوثين أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية كونه يتسم بالآنية والسرعة في نشر الأخبار وإمكانية إبداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية.
- ✚ تساهم الوسائط الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة بدرجة متوسطة.
- ✚ أثبتت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد لم تؤثر على القرار الانتخابي للطلبة.

نستنتج أن الدراستين مختلفتين في النتائج المتوصل إليها، فالدراستين تشتركان في متغير الثقافة السياسية فقط.

خامسا: النتائج العامة للدراسة:

- نعرض في هذا الجزء أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة الموسومة بـ "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"، وكان ذلك بعد قراءة وتحليل وتفسير بيانات الجداول، ويمكن إيجاز أهم النتائج في النقاط التالية:
- ◀ معظم الباحثين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد منذ أزيد من 03 سنوات، وبالتالي فإن وسائل الإعلام الجديد أضحت جزء رئيسيا في الحياة اليومية للطلبة.
 - ◀ تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر المواقع التي يفضل الطلبة الولوج إليها، حيث تسهم في تنمية الثقافة السياسية لديهم تليها المدونات الإلكترونية بنسبة شبه منعدمة.
 - ◀ يعتبر الهاتف الذكي الوسيلة الأكثر استخداما من قبل الطلبة حين تصفحهم للوسائط الجديدة.
 - ◀ يبلغ الحجم الساعي الذي يقضيه الباحثون في تصفح الوسائط الجديدة ساعة إلى ثلاث ساعات، ويعتبر المنزل المكان المفضل للباحثين من الأماكن الأخرى.
 - ◀ أغلب أفراد العينة يفضلون تصفح المواضيع والقضايا السياسية الوطنية.
 - ◀ أغلبية الباحثين يتفاعلون مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد من خلال الإعجاب بما تليها خدمة التعليق ومشاركة الصور والفيديوهات.
 - ◀ الدافع الذي يجعل الباحثين يتصفحون وسائل الإعلام الجديد هي إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر موقف معين حول مختلف القضايا السياسية، تليها الآنية والفورية في نقل الأحداث.
 - ◀ معظم أفراد العينة يثقون بالمواضيع والقضايا السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد بدرجة متوسطة، في حين نجد من يثق بها بدرجة منخفضة.
 - ◀ يرى أغلبية الباحثين أن الإعلام الجديد عوض الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية كونه يتسم بالآنية والسرعة في نشر الأخبار وإمكانية إبداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية.
 - ◀ غالبية الباحثين يناقشون الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفح الوسائط الجديدة.
 - ◀ أثبتت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديد لم تؤثر على القرار الانتخابي للطلبة.

- ◀ تساهم الوسائط الجديدة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة بدرجة متوسطة.
- ◀ يقترح معظم المبحوثين دمج الثقافة السياسية كمقياس ضمن البرنامج الدراسي، وكذا إنشاء صفحات تخص المواضيع السياسية، واشتراك الطالب الجامعي فيها، لمعرفة أهم المستجدات عن الساحة السياسية وغيرها.

اقتراحات الدراسة:

- بعد استعراض نتائج الدراسة مكنا الخروج بمجموعة من الاقتراحات المبنية على تصورات شخصية، ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:
- ◀ إدراج الثقافة السياسية كمقياس في البرنامج الدراسي الجامعي تمكنه من فهم واستيعاب مفرداتها.
- ◀ إنشاء مركز متخصص في الجامعات يهتم بتنمية وثقيف الطلبة بالقضايا السياسية للوطن.
- ◀ إتاحة الفرصة أمام الطلبة للانخراط في الأحزاب والمنظمات السياسية لتنمية الحس الوطني لديهم.
- ◀ إنشاء الشخصيات السياسية رؤساء الأحزاب حسابات لهم عبر وسائل الإعلام الجديد تمكن الجمهور وبصفة خاصة الطلبة من التواصل معهم لحل مختلف مشاكلهم.
- ◀ يتوجب على الطلبة توخي الحذر عند انتقاء وتداول المعلومات والقضايا السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد ، والتأكد من مصادرها وصحتها.
- ◀ متابعة أهم الحوارات والبرامج السياسية التي تبث نقاشات سياسية المتعلقة بالنظام السياسي في الجزائر المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ◀ يتوجب على الوسائط الجديدة أن تعبر عن الواقع السياسي الذي يريده الطالب الجامعي وتمده بالحقائق التي يحتاجها الطلبة دون تشويه أو تحريف.
- ◀ الاهتمام بالمواضيع السياسية من خلال تصفح وسائل الإعلام الجديد أثناء تغطيتها للشأن السياسي والتفاعل معها وإعطاء رأي صائب حولها.
- ◀ يسهم الإعلام الجديد في التعرف على الأوضاع الداخلية والشؤون العامة، والأحداث والتطورات السياسية الوطنية، وبالتالي تقوم على تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

خاتمة

يعد الإعلام الجديد بتطبيقاته ووسائله ووسائله المختلفة، أهم ما توصلت إليه البشرية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بداية الألفية، وقد شغل بال المفكرين والباحثين في العديد من المجالات نظرا للثورة التي جاء بها في مختلف نواحي الحياة، حيث غير العديد من المسلمات والعادات التي كانت سائدة قبله فقد جاء بثورة اتصالية غير مسبوقه سهلت ويسرت التواصل والتفاعل بين الأفراد مهما كانت المسافات الفاصلة بينهم، وربطت أجزاء العالم بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، كما ساهم في تطوير العديد من الميادين والمجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، ففي المجال السياسي غير الإعلام الجديد قواعد النشاط السياسي فقد سهل المشاركة السياسية للأفراد فأصبح بإمكان الفرد أن يكون ناشطا سياسيا دون الحاجة إلى الانخراط في أي حزب سياسي ويكتفي بإنشاء مدونة أو حساب على الشبكات الاجتماعية ومن خلاله يبت أفكاره وآرائه إزاء مختلف القضايا السياسية التي تشغل باله ويحصل على المساندة من أفراد آخرين لهم نفس الاهتمام، فقد ارتبط الإعلام الجديد في صنع الثقافة السياسية بإضعاف بيروقراطية الدولة لصالح الأفراد من خلال قضائه على احتكار المعلومات وتوفيره لوسائل جديدة لا يمكن التحكم فيها، فظهور الإعلام الجديد جاء ليحرر الأفراد من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر عليه باحتكار المعلومات فقد وفر سرعة غير مسبوقه في توصيل المعلومات السياسية للأفراد عن طريق التغطية الإخبارية المتكاملة والمعمقة التي تساهم في الوصول إلى مستوى كافي من الإلمام والإحاطة بالموضوعات والشؤون السياسية مما ينمي ثقافتهم السياسية وحسهم ووعيهم السياسي ما يدفعهم إلى تبني أفكار واتجاهات سياسية مختلفة.

كما ساهم الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين ووعيهم السياسي فقد وفرت فضاء لكافة الطلبة المستخدمين لممارسة حرية الرأي والتعبير والتحفيز على المشاركة الفاعلة في القضايا السياسية فقد استطاع أن يحولهم من أفراد خاضعين أو تابعين إلى أفراد مساهمين أو مشاركين أو فاعلين داخل المجتمع، حيث تحولت إلى أداة سياسية يستخدمها الطالب الاجتماعي لتنمية ثقافته السياسية عن

طريق الأخبار والتعليمات والصور والفيديوهات التي تنشر وتبث من مواقع الحدث عبر مختلف المواقع الإلكترونية، وهذا ما أكدته دراستنا الميدانية فقد توصلنا إلى نتائج أهمها:

- أن أغلب الطلبة من أفراد العينة يفضلون المواضيع والقضايا السياسية الوطنية.
 - الدافع الذي يجعل المبحوثين يتصفحون وسائل الإعلام الجديد هي إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر توجه معين حول مختلف القضايا السياسية.
 - أغلبية أفراد العينة يناقشون القضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفح وسائل الإعلام الجديد.
- من هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام الجديد تساهم في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين بكلية الإعلام والاتصال بجامعة جيجل، وذلك من خلال الدور الفعال الذي تلعبه في نقل الحدث السياسي بسرعة وامتيازته بالتفاعلية اللامحدودة التي مكنت الطلبة من التواصل والتفاعل فيما بينهم وتزويدهم بالمعلومات السياسية المختلفة وكذلك دور الإعلام الجديد في تشكيل الاتجاهات السياسية من خلال تأثيره على الرأي العام وتوجيههم إلى تبني أفكار واتجاهات سياسية مختلفة.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً_ القواميس والمعاجم

- 1_ فاروق مداس: قاموس مصطلحات علم الاجتماع، د ط، دار مدني للنشر والتوزيع، د ب، 2003.
- 2_ مجاني الطلاب: معجم لغوي عربي، ط1، دار المجاني للنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، 2004.
- 3_ ناصر قاسيمي: مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات المدرسية، 2017.

ثانياً_ الكتب

- 1_ إبراهيم عبد العزيز الدعيلج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 2_ احمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون-الجزائر، 2007.
- 3_ احمد عارف العساف ومحمود الوادي: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإدارية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 4_ الصديق بخوش: منهجية البحث العلمي، ط1، قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- 5_ أماني عمر الحسيني: الدراما التلفزيونية وأثرها في حياة أطفالنا، د ط، عالم الكتب، مصر، 2005.
- 6_ أمين رضا: الإعلام الجديد، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2015.
- 7_ أيمن منصور، شيماء ذو الفقار زغيب: دراسات في نظريات الرأي العام، ط1، برس للطباعة والنشر، مصر، 2004.
- 8_ بالقاسم سلاطنية: منهجية العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر، 2004.
- 9_ باية سيفون: الانترنت والصحافة الالكترونية " دراسة في طبيعة العلاقة والتأثير"، د ط، دار الخلدونية، الجزائر، 2016.

- 10_ بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 11_ بسام عبد الرحمان الجرايدة: الإعلام وقضايا حقوق الإنسان، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 12_ بشار عباس: ثورة المعرفة والتكنولوجيا "التعليم بوابة مجتمع المعلومات"، د ط، دار الفكر، دمشق، 2001.
- 13_ جواد علي مسلماني: الإعلام والمجتمع، د ط، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 14_ حارث عبود ومزهر العاني: الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 15_ حسام مرسى: مدخل العلوم السياسية، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2012.
- 16_ حسين علي أفلأحي: الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسات في صور ومظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 17_ حسين علوان: إشكالية بناء ثقافة المشاركة في الوطن العربي، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009.
- 18_ حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 19_ حسين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الالكترونية، د ط، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، د ب، 2015.
- 20_ حياة فزادري: الصحافة والسياسة (الثقافة السياسية والممارسة الإعلامية في الجزائر)، د ط، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 21_ خالد احمد فرحان المشهداني ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي: مناهج البحث العلمي، د ط، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 22_ خليدة صديق: مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

- 23_ رضوان بلخيري: المدخل إلى الإعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 24_ سمير العبدلي: ثقافة الديمقراطية في الحياة السياسية لقبائل اليمن، حقوق الطبع والنشر والتوزيع محفوظة لمركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
- 25_ طارق السيد: علم اجتماع التنمية، ط1، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 26_ عباس محجوب: دور التنمية في العملية التربوية، ط1، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2013.
- 27_ عباس ناجي حسن: الصحفي الالكتروني، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 28_ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد " المفاهيم والوسائل والتطبيقات "، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2008.
- 29_ عبد الرزاق انتصار إبراهيم، صفد حسام الساموك: الإعلام الجديد " تطور الأداء والوسيلة والوظيفة"، د ط، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2011.
- 30_ عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 31_ عبد العظيم كامل أجميلي وثناء إسماعيل العاني: الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، د ط، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 32_ عبد الغفار رشاد القصبي: التطور السياسي والتحول الديمقراطي، "الكتاب الأول" التنمية السياسية وبناء الأمة، ط1، د د ن، القاهرة، 2006.
- 33_ عبد المحسن حامد أحمد عقيلة: الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة- العراق، 2015.
- 34_ عبد النور ناجي: النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 2008.
- 35_ عبد الله عبد الرحمن: علم الاجتماع السياسي، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.

- 36_ علاء الدين محمد غفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، ط1، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
- 37_ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد " شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014.
- 38_ غني ناصر حسين القريشي: المداخل النظرية لعلم الاجتماع، د ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 39_ فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 40_ فيصل مفتاح حداد: منهجية البحوث والرسائل العلمية (دراسة منجية)، ط1، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2008.
- 41_ كمال المنوفي: مفهوم الثقافة السياسية دراسة نظرية تأصيلية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية، د ط، د د ن، د ب، 2008.
- 42_ ليلي أحمد جرار: الفايسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2012.
- 43_ ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 44_ مجد الهاشمي: الإعلام الدبلوماسي والسياسي، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 45_ محمد العقاب: الانترنت وعصر المعلومات، ط1، دار هومة، الجزائر، 1999.
- 46_ محمد بن مسعود البشر: نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014.
- 47_ محمد عبد الجبار خندقجي ونواف عبد الجبار خندقجي: مناهج البحث العلمي "منظور تربوي معاصر"، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2012.
- 48_ محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، د ب، 2009.

- 49_ محمد العربي ولد خليفة: النظام العالمي ماذا تغير فيه؟ وأين نحن من تحولاته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.
- 50_ محمد غزالي، لامية صابر: دراسات في الإعلام الجديد، د ط، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الجزائر، 2016.
- 51_ مسعود بوسعدية وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة " الاستخدام والتأثير"، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 52_ مصطفى يوسف كافي: وسائل الإعلام والطفل، ط1، دار الجاهد للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 53_ مولود زايد الطيب: علم الاجتماع السياسي، ط1، منشورات جامعة السابع من ابريل، ليبيا، 2007.
- 54_ مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.
- 55_ ياسر خضير البياتي: الإعلام الجديد " الدولة الافتراضية الجديدة"، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2014.

ثالثا_ الرسائل الجامعية

- 1_ إبراهيم زغوان وياسين زغدي: دور الانترنت في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علم الاجتماع الاتصالي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2015-2016.
- 2_ أميرة غالب حسن ذياب : دور الثقافة السياسية في الوحدة الوطنية الفلسطينية، أطروحة مكملة للحصول على درجة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية في نابلس، فلسطين، 2007-2015.
- 3_ رجاء خالد احمد يوسف علقم، الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي بالسودان، بحث مقدم لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2017-2018.

- 4_ رشيدة يوتقرايت: ظاهرة الاهتمام باللباس عند الشباب الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، ملحققة بوزريعة، الجزائر، 2006-2007.
- 5_ ريم فتيحة قدوري، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والإسلامية، جامعة وهران، احمد بن بلة، 2017-2018.
- 6_ عائشة ربيعي: الثقافة السياسية وإشكالية الممارسة الانتخابية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012-2013.
- 7_ عبد الله حميد العنزي: دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي، مذكرة مكملة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013_2014.
- 8_ سميرة حمودي: الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.
- 9_ فتيحة كيجل: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.
- 10_ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين " دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية العربية نموذجا"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية في الدانمارك، كلية الآداب والتربية، الدانمارك، 2012_2013.
- 11_ ليلي بن برغوث: الإعلام المرئي والمشاركة السياسية "تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة خلال الحملة الانتخابية 2009"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2010-2011.
- 12_ منذر السيد احمد الحلوي : الثقافة السياسية وأثرها على التحولات الديمقراطية في المجتمع الفلسطيني، قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، غزة، فلسطين، 2009-2010.

- 13_ نبيل حليلو: التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2011-2012.
- 14_ وسام محمد جميل صقر: الثقافة السياسية وانعكاساتها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، مذكرة مكملة للحصول على درجة ماجستير في العلوم السياسية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، غزة، 2005-2009.
- 15_ وفاء نصري: تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستوى الثقافي والعلمي للطلاب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، 2014_2015.

رابعاً_ المجالات العلمية

- 1_ الرقابة القانونية على الإعلام الرقمي: مصر لا تزال تعتمد في دساتيرها على القوانين التقليدية: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2016.
- 2_ بدر الدين بلمولاي: دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، الجزائر، جوان 2017.
- 3_ بشرى جميل إسماعيل: مدخل الإعلام الجديد: "المفهوم والنماذج"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، 2011.
- 4_ عباس مصطفى صادق: الإعلام الجديد " دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة، العدد 2، د ب، 2007.
- 5_ رضوان سلامن وسامي علي مهني: البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "المفاهيم والضوابط"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 1، الجزائر، 2019.
- 6_ زين العابدين معو: دور الثقافة السياسية في ترسيخ الديمقراطية في المجتمعات العربية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 5، جامعة أم البواقي، الجزائر، جوان 2016.
- 7_ سحر خليفة الحبوري: الإعلام البديل.. الواقع والآفاق "دراسة نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل"، مجلة الباحث الإعلامية، العدد 15، العراق، د س ن.

- 8_ سليم بوسقيعة : الثقافة السياسية ودور الإعلام في تنميتها، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 11، جامعة قسنطينة 2- الجزائر-، مارس 2015.
- 9_ صليحة كباي: الهوية والثقافة السياسية كمدخل للتحوّل الديمقراطي في الشرق الأوسط ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، المجلد ب ص، جامعة قسنطينة 3، الجزائر 2016.
- 10_ عبدالله احمد العوامله وخالد حامد شنيكات: درجة وعي طلبة جامعة البلقاء التطبيقية بمفهوم الثقافة السياسية وأبعادها، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39، العدد 2، 2012.
- 11_ محمد بوضياف: الثقافة السياسية في الجزائر (1962-1988)، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، ماي 2007.
- 12_ مشتاق طلب فاضل: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، د ب، 2017.
- 13_ هناء قيصران: دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلد 16، العدد 4، 2019.

خامسا_ المواقع الالكترونية

- 1_ إسلام النجار: مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا في 2020، مجلة رواد الأعمال، كتب منذ 4 أشهر تاريخ التصفح 2020/08/09، الساعة 19:24، الرابط:
<https://www.rowadalaamal.com/7%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9>
- 2_ الهام بوثلجي: وزير التعليم العالي يستعرض حصيلة قطاعه بباريس، "2 مليون طالب بالجامعات الجزائرية في 2019"، بوابة الشروق، الجزائر، 26/05/2018، تاريخ التصفح 09/08/2020، على الساعة 13:00، على الرابط:
<https://www.echoroukonline.com/2%D9%85%D9%84%D9%8A%D9%88%D9%86>
- 3_ عثمان الزباني: تجديد الثقافة السياسية كمدخل للبناء الديمقراطي في دول الربيع العربي، نشر 2015/04/21، تاريخ التصفح 2020/08/16، الساعة 19:30، الرابط
<https://studies.aljazeera.net/ar/issues/2015/04/201542182130404427.html>

- 4_ محمد أمين بويوسف: الثقافة السياسية في الجزائر، نشر في 28 نوفمبر 2012، تاريخ التصفح
2020/07/21، على الساعة 11:32، عبر الرابط: <https://guelma.yoo7.com/t676-topic>
- 5_ وهيبة سليمان: نساء يتزوجن الشهرية ورجال يفضلون الحرام، "ارتفاع العنوسة والعزوبة وسط
الجزائريين بـ12 ألف حالة سنويا"، بوابة الشروق، الجزائر 18/01/2018، تاريخ التصفح
09/08/2020، على الساعة 10:00، الرابط:
<https://www.echoroukonline.com/%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9->

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

صحافة مطبوعة وإلكترونية

استمارة استبيان بعنوان:

الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة

الجامعيين

-دراسة مسحية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال -جامعة جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

تحية طيبة أما بعد:

يسعدنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة لإنجاز مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بعنوان "الإعلام الجديد ودوره في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين"، التي تتكون من مجموعة من الأسئلة، ونطلب من سيادتكم المحترمة التعاون معنا بالإجابة عنها وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، ونحيطكم علما أن هذه الإجابات هي لغرض البحث العلمي فقط، وستحظى الإجابات بالسرية التامة، وشكرا لحسن تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

إيدير شيباني

إعداد الطالبتين:

أحلام زليش

نصيرة كروي

السنة الجامعية: 2020/2019

المحور 1: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة أكبر من 25 سنة
- 3- المستوى التعليمي: ليسانس ماجستير دكتوراه
- 4- الحالة الاجتماعية: أعزب متزوج(ة) مطلق(ة)
- 5- مكان الإقامة: المنزل إقامة جامعية

المحور 2: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام الجديد

- 6- منذ متى وأنت تستخدم وسائل الإعلام الجديد؟
أقل من سنة من سنة إلى 3 سنوات أكبر من 3 سنوات
- 7- ما هي أهم المواقع التي تفضل الولوج إليها؟
* مواقع التواصل الاجتماعي
* المنتديات الإلكترونية
* المدونات الإلكترونية
* الصحف الإلكترونية
- 8- ما هي الوسيلة الأكثر استخداماً أثناء تصفحك لوسائل الإعلام الجديد؟
هاتف ذكي جهاز حاسوب لوح إلكتروني

09- ما هي الفترة الزمنية التي تفضلها لتصفحك وسائل الإعلام الجديد؟

- صباحاً مساءً ليلاً كل الأوقات
- 10- ما هي الأوقات التي تقضيها في تصفح وسائل الإعلام الجديد؟
أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكبر من 3 ساعات

11- هل تتواصل عبر وسائل الإعلام الجديد باستخدام اسمك الحقيقي؟

نعم لا

12- مع من تفضل تصفح وسائل الإعلام الجديد؟

بمفردك مع عائلتك مع أصدقائك

13- ما هو المكان المفضل لك لتصفح فيه وسائل الإعلام الجديد؟

المنزل مقهى الانترنت الجامعة

المحور3: اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام الجديد كمصدر للحصول على المعلومة السياسية

14- ما درجة متابعتك للمواضيع السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

درجة منخفضة درجة متوسطة درجة عالية

15- ما طبيعة المواضيع السياسية التي تتابعها عبر وسائل الإعلام الجديد؟

محلية وطنية دولية عالمية

16- كيف تتفاعل مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

مشاركة الصور والفيديوهات إعجاب تعليق

17- ما الذي دفعك لتصفح المعلومات السياسية عبر وسائل الإعلام الجديد؟

*توفر المعلومات والأخبار السياسية

*الآنية والفورية في نقل الأحداث

*إمكانية التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي ونشر توجه معين حول مختلف القضايا السياسية

*تنمية المعارف السياسية

*متابعة الأحداث السياسية نصا وصوتا وصورة

18- ما درجة ثقتك بالمعلومات السياسية التي تنشر عبر وسائل الإعلام الجديد؟

درجة منخفضة درجة متوسطة درجة عالية

19- حسب رأيك، هل عوض الإعلام الجديد الإعلام التقليدي في نشر المعلومة السياسية؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة نعم: كيف ذلك:

.....
.....

المحور 4: مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

20- ما مفهومك للثقافة السياسية؟

* الانخراط في الأحزاب السياسية

* نشر توجه معين

* مناصرة حزب معين

* التنشئة السياسية

* المشاركة السياسية

* تكوين الرأي العام

21- هل تناقش الأحداث والقضايا السياسية مع الآخرين أثناء تصفحك لوسائل الإعلام الجديد؟

نعم لا

22- كيف تدفعك وسائل الإعلام الجديد للمشاركة السياسية؟

* الانخراط في الأحزاب السياسية

* المشاركة في الانتخابات

* المشاركة في نقاشات سياسية

* العزوف عن الانتخابات

23- هل تغيرت درجة استخدامك للإعلام الجديد منذ بداية الحراك الشعبي في الجزائر؟

نعم لا

24- هل أثرت وسائل الإعلام الجديد على قرارك الانتخابي؟

نعم لا

- كيف ذلك؟ : انتخبت لم تنتخب

25- ما درجة مساهمة وسائل الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لديك؟

درجة منخفضة درجة متوسطة درجة عالية

26- ما هي أهم الاقتراحات لتنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

.....

.....

.....