

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع والديموغرافيا



دور الاعلام الجديد في التنشئة السياسية لدى الشباب الجزائري
- دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الأغواط -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص : علم إجتماع الإتصال

المشرف:

د/محمد تهامي

إعداد الطالب:

رماش عبدالله

2020/2019

اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ وَبَارِكْ عَلَى نَبِيِّكَ مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ



تصريح وتعهد

أنا الطالب (ة) الممضي (ة) أسفله :

الطالب (ة): رماس عبد الله

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 204957529 الصادرة بتاريخ

: 2019/08/25 عن دائرة: الاغواط ولاية الاغواط

رقم التسجيل: 201539012029

التخصص: علم اجتماع ابيصال

عنوان مذكرة نهاية الدراسة: دور الاعلام الحديث في التثمين السياسي
لدى الشان الجزائري

أصرح بشرفي أنني قمت بانجاز مذكرة نهاية الدراسة المذكور عنوانها أعلاه
بجهدي الشخصي وفقا للمنهجية المتعارف عليها في البحث العلمي وبذلك أتحمّل
المسؤولية كاملة عن أي مخالفة لقواعد الأمانة العلمية وحقوق الملكية الفكرية وما
يترتب عن ذلك من متابعة بما فيها الإجراءات الإدارية المتعلقة بالنظام الداخلي
للجامعة وكذلك القرارات الوزارية المعمول بها.

الاغواط في: 2019/12/16

توقيع الطالب (ة):

Abdallah
AB

ملخص الدراسة :

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الحديثة (الإعلام الجديد) في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب، وقد تم الاعتماد في هاته الدراسة على المنهج الوصفي وإستخدام الإستبيان كأداة للدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- 1- أكدت الدراسة أن الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تأتي في مقدمة وسائل الإعلام الحديثة التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات السياسية، وكذلك في التعرف على القضايا السياسية.
- 2- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه المواضيع السياسية (وعي مشارك).
- 3- كشفت الدراسة أن الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي للإشباع الفكري والاجتماعي أكثر من الإشباع السياسي.
- 4- أوضحت الدراسة أن الشباب لا يشاركون في الانتخابات.

Summary:

The study aims at knowing the role of the mass Modern media and new media in creating political awareness among youth. The study was based on the descriptive approach and the Use of questionnaire as a study tool.

The study reached a number of results, the most important of which are :

- 1-The study confirmed that the Internet and social media sites are in the forefront Modern media on which young people depend for political information, And in identifying political issues.
- 2-The study showed that social media contributes to creating trends Positive toward political subjects (shared awareness)
- 3-The study revealed that the youth use social media for intellectual and social satisfaction more than political satisfaction.
- 4-The study clarified that youth do not participate in elections

Key words : new media _ Youth _ political upbringing

الإهداء

الإهداء

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المُستنير؛
فلقد كان له الفضل الأوّل في بلوغي التعليم العالي
(والدي الحبيب)، علي أطال الله في عُمره.
إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط الجأش،
ورعتني حتى صرت كبيراً
(أمي الغالية)، مسعودة عبير أطال الله في عُمرها.
إلى إخوتي؛ من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات
والصعاب.

إلى جميع أساتذتي الكرام؛ أخص بالذكر د/محمد تهامي ممن لم
يتوانوا في مد يد العون لي.

وآخر دعوانا أن الحمد لله ربّ العالمين

عبد الله

الشكر

كلمة شكر وعرقان

اللهم لك الحمد و الشكر و انت المستعان

و افضل الصلاة والسلام على نبيك المصطفى العنان

وعلى اله وصحبه ومن تبعه باحسان الى يوم الدين

وشكرا جزيلا وعرقاننا جميلا الى أستاذي المشرف

وكل الأساتذة بجامعة الأغواط

عبد الله



الفهرس

فهرس المحتوى

الصفحة	الموضوع
	ملخص الدراسة
	الاهداء
	شكر وعرقان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ	المقدمة
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
5	الإشكالية
7	فرضيات الدراسة
8	أسباب إختيارالموضوع
8	أهداف الدراسة
8	مصطلحات الدراسة
10	الدراسات السابقة
الفصل الثاني : الاعلام الجديد	
15	تمهيد
16	تعريف الإعلام الجديد
18	تكنولوجيا الإعلام الجديد
20	خصائص الإعلام الجديد
25	الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية
27	دور الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية

فهرس المحتوى

29	خلاصة الفصل
ثانيا : التنشئة السياسية	
31	تمهيد
32	تعريف التنشئة السياسية
33	تطور التنشئة السياسية عبر المراحل العمرية
37	أهداف وأهمية التنشئة السياسية
38	التنشئة السياسية والثقافة السياسية
40	خلاصة الفصل
الفصل الثالث : الجانب الميداني	
42	تمهيد
42	مجالات الدراسة
42	منهج الدراسة
43	أداة الدراسة
43	عينة الدراسة
44	تحليل البيانات الميدانية للميدانية للدراسة
48	نتائج الدراسة
50	الخاتمة
52	قائمة المراجع
56	قائمة الملاحق

فهرس المحتوى

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
44	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
44	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
45	توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	03
45	مصدر إكتساب الثقافة السياسية حسب المبحوثين	04
46	علاقة المدة التي يخصصها الشباب في اليوم لوسائل الإعلام الجديد بتنمية ثقافته السياسية	05
47	الإنتماء الحزبي للمبحوثين	06
47	إمكانية مشاركة المبحوثين في الانتخابات الماضية	07

مقدمة

شكل عصر انفتاح الفضاء الإلكتروني على النقل الحر للمعلومة في العالم بروز شكل جديد من أشكال الإعلام، وهو الإعلام الجديد، الذي استفاد من ثورة عالم الإنترنت وطوعها لتكون وسيلة مناسبة لنقل الرسالة الإعلامية إلى جمهور واسع وشكل التطور المتواصل في عالم البرمجيات المستخدمة من إكساب هذا النوع الجديد من الإعلام بعد تفاعلية مع الجمهور ربما غاب في وسائل الإعلام التقليدي من بينها التلفزيون ، ذلك أن هذا النوع من الإعلام يستخدم الصور والصور المتحركة والأشكال والرسومات والفيديوهات بطريقة تجعل القارئ يتفاعل بشكل أكبر مع الموضوع ، وتميزت سهولة التعليق على الأخبار في هذا النوع من الإعلام في سرعة التغذية الراجعة من الجمهور ، وبالتالي سرعة تطوير المحتوى الإعلامي بما يجذب المزيد من الجمهور . (عبد الرزاق الدليمي، 2015، 177)

ووسط هذه الثورة الجديدة في عالم الاتصال ارتفعت أصوات عديدة حول العالم تحذر من بروز خطر حقيقي أمام وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون خصوصا أمام تزايد وتيرة وسائل الإعلام الجديد، التي باتت تجذب الكثير من المتابعين وحتى من إعلامي وصحفي التلفزيون، نظرا لأهميتها البالغة في تغطية الأحداث ، في وقت قلل متابعون للواقع الإعلامي من خطورة الموقف، ورأوا في الأمر أنه طبيعي عند ظهور أي نوع جديد من وسائل الإعلام ويقولون أن الشعور بالخطر والتهديد كان يظهر مع بروز أي وسيلة إعلام جديدة فهو ظهر مع بروز الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ورغم ذلك استمرت جميع هذه الأنواع من وسائل الإعلام ، ولكل وسيلة جمهورها . ومن جهة أخرى اعتبر متابعون آخرون أن بروز الإعلام الجديد في المنطقة شكل اختراقا لحصون الإعلام التقليدي ، خصوصا في الدول التي تضع قيودا كبيرة على حرية ترخيص وسائل الإعلام التقليدية ، وشكلت في الوقت نفسه متنفسا لنسبة كبيرة من الجمهور للتعبير عن آرائهم بصورة أسهل

وهذا ما ساعد وسائل عدة من الإعلام الجديد كشبكات التواصل الاجتماعي على جذب جمهور واسع ، مما جعلها تشكل بالفعل تحديا للكثير من القنوات التلفزيونية خاصة منها الإخبارية التي باتت تخسر نقراً غير قليل من جمهورها ، وهذا ما دفع الكثير من تلك القنوات إلى دخول حفل الإعلام الجديد ، من خلال فتح صفحات ومواقع لها على شبكات التواصل الاجتماعي للتعريف بمضامينها الإعلامية الكترونياً ومحاولة منها لكسب أكبر قدر ممكن من الجمهور فيما يعرف بالحشد الإلكتروني خاصة في ظل تنامي ظاهرة الصفحات الإخبارية الحرة التي أصبحت بحسب خبراء إعلاميين منافساً لتلك القنوات في الحصول على المعلومة ونقلها وتداولها متجاوزة كل الحدود الزمانية والجغرافية كما يمكن القول أن وسائل الإعلام التقليدي على شاکلة تلك القنوات كانت ولا زالت بمثابة الوسيط بين مؤسسات الدولة من جهة ، والمجتمع المدني من جهة أخرى ، من خلال تقديم مشاكل المواطن إلى السلطة ومحاسبة أداء المسؤولين . (محمد علاوة، 2017، ص161)

ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام الجديد تريد أن تتموقع في هذه الخارطة وتصح دور الوسيط في اعداد وتكوين الشباب مايسمى بالتنشئة السياسية وتعد التنشئة السياسية موضوع أساسية من موضوعات علم الاجتماع السياسي ، كما تركز جميع المجتمعات على اعداد النشي وبناء شخصية الفرد الذي يعتبر عصب الحياة في التنشئة السياسية تؤثر على علاقة المواطن بالنظام السياسي وتفاعله معه . فهنال مجتمعات تتميز بقوة الولاء والانتماء للوطن على أمام المواطنة مما يعزز مشاركة السياسية .

ويحقق الاستقرار السياسي في المجتمع تعاني مجتمعات اخرى من أزمات متعددة اقتصادية اجتماعية ، سياسية التولد لدى أفراد شعوراً بالاعتراب في وطنهم

نتيجة اتساع الهوة بينهم وبين ويزداد حقد الأفراد على النظام السياسي الحاكم فيرونه نظام تسلطى بخرد الفرد من كل رغباته وميوله وحقوقه الشخصية .

ونبدأ معاناة أفراد هذه المجتمعات من الشعور بعدم الاستقرار ، والقلق الدائم على المستقبل وخاصة ما يشركون لي الام السياسي ولا الى الانفصال عن مجتمعاتهم ، وهذا ما يهدد استقرار النظام. (فريدة قصري، ب ت، ص1) وقد اعتمدت هاته الدراسة على الجانب النظري ,المنهجي, التطبيقي, وكل ما يخص الاعلام الجديد وتعزيز الثقافة السياسية.

وقد تطرقنا في هذه الدراسة الى التالي:

ففي الفصل الاول تطرقنا إلى الإطار المنهجي للدراسة والذي شمل الإشكالية وفرضيات الدراسة وكذا أسباب إختيار الموضوع وأهدافه كما تطرقنا إلى تحديد أهم المفاهيم الخاصة بالموضوع مع ذكر بعض الدراسات السابقة حول موضوع الإعلام الجديد ودوره في التنشئة السياسية للشباب، وقد خصصنا الفص الثاني إلى الإعلام الجديد والفصل الثالث للتنشئة السياسية في حين خصص الفصل الرابع للجانب الميداني حيث تطرقنا فيه بسرد مجالات الدراسة وكذا المنهج والأدارة المستخدمة وموضحين كذلك نوع العينة التي إستعنا بها ثم عرضنا البيانات وقمنا بتحليلها وصولا إلى نتائج الدراسة .

الفصل الأول

الاطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة:

أحدثت الثورة الرقمية قفزة نوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، مما ساهم في إنتشار المعلومات والبيانات بشتى أنواعها، وفي جل المجالات التي نعيشها اليوم ، الأمر الذي أدى إلى انتقال من مجتمع صناعي إلى مجتمع معلوماتي ، وذلك بفضل هذه التكنولوجيات ولهذا سمي بعصر الثورة المعلوماتية ، ويتم تبادل هذه المعلومات باستخدام العمليات الاتصالية التفاعلية بين الأفراد ، حيث لم تعد عملية الاتصال تقتصر على التلقي فقط بل تجاوزت ذلك إلى إرسال واستقبال وتخزين المعلومات في أن واحد، وكل هذا كان نتيجة لظهور وانتشار الانترنت و ظهور الجيل الثاني للشبكة العالمية(ويب2.0)، الأمر الذي جعل العالم عالما افتراضيا ، وحوله على قرية صغيرة على حد قول ماكلوهان .

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي الإطار الافتراضي الاتصالي و التفاعلي بين الأفراد ، لصناعة الكيان الشخصي والاجتماعي ، كونها وسيلة للنقاش والحوار ، ومع تأكيدها على خاصية تقريب المسافات فقد استطاعت أن تستقطب العديد من الأفراد حول العالم ، نتيجة ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في كل مناطق العالم بشكل يقدر ب 3.12 مليار ، وهو ما يقارب نسبة 42.4% من سكان العالم ، وفي الجزائر أكثر من 66.6 مليون مستخدم وهذا راجع بطبيعة الحال إلى التطور التكنولوجي الحاصل على كل الوسائل الاتصالية الحديثة ، إذ تشير توقعات الخبراء إلى أن كل 80 % من سكان العالم ، سيملكون بحلول عام 2015م هواتف ذكية وأجهزة لوحية أو محمولة .

وتعتبر شبكة الفيسبوك من أهم الشبكات الاتصالية الرائجة في عصرنا الحالي ، كونها من أبسط الشبكات وأسهلها استعمال ، وهو وحدة تفاعلية يلتقي فيها الأفراد لتبادل المعارف والمعلومات ولتكوين صداقات وتبادل الاراء السياسية،وهي أقوى تأثيرة من الوسيلة المسموعة والمرئية كالإذاعة والتلفزيون ، واهتمت السياسة الإعلامية الجزائرية في ضوء الإمكانيات المتاحة

بالإذاعة والصحافة والتلفزيون إدراكا منها لما لهذه الأجهزة من أثر خطير في تشكيل الثقافة السياسية ، وبالتالي تشكيل الرأي العام ، وتحديد المواقف تجاه القضايا المطروحة بالمجتمع ومما لا شك فيه أن هناك إرتباط بين الإعلام بالسياسة ، ولكنه تماما في الآونة الأخيرة حي أصبح له تأثير كبير على التنشئة السياسية وكذا الممارسات السياسية، فقد أصبح الإعلام الجديد بوسائطه المختلفة و العديدة كمواقع التواصل الإجتماعي والمدونات واليوتيوب ... وغيرها، يلعب دورا مهما في التنشئة السياسة للأفراد من خلال العمل على تثقيفهم سياسيا وكذا تشكيل وعيهم السياسي وإكسابهم معايير وقيم واتجاهات سياسية، كما يتيح الإعلام الجديد للأفراد فرصة للعب دور في الحياة السياسية والمساهمة في صنع وإتخاذ القرارات السياسية (بدر الدين بلمولاي، 2017، ص : 1)

لاسيما أن الثقافة السياسية تمثل موقف الجماهير في مجتمع معين من النظام السياسي القائم فيه والعناصر الأساسية التي تتكون منها ، وهي تعني كيفية تقييم جماهير المواطنين لمؤسساتهم السياسية الرسمية والشعبية ، أي أن الثقافة السياسية تؤخذ على محمل كونها وسائل اندماج وتلاحم بين الأفراد ضمن النظام ، قائمة على أساس التوجهات الثقافية السياسية المتمائة والمتناسقة والملائمة بالنسبة إلى المؤسسات السياسية ، فالثقافة السياسية هي تلك التوجهات السياسية الجماهيرية عبر النظام السياسي مأخوذة بكيئته .

وكون الهدف الأول لبعض الأنظمة العربية هو استمرار بقائها في الحكم ؛ لذا تسعى إلى تشكيل ثقافة سياسية لدى الشعوب بما يتوافق وتوجهاتها ؛ ذلك باللجوء للإقناع السياسي من خلال وسائل التأثير وبرزها الاعلام الجديد وهي وسائل التواصل الاجتماعي والوسائل الأخرى من فنون الحرب النفسية ، ولما كان هذا العصر هو عصر الإقناع و الاعلام السياسي ، وتحويل اتجاهات الرأي العام ، فقد غدا السلاح الإعلامي أكثر أهمية في تقريره لمصير النظام السياسي والناس ، باعتباره هو الوحيد القادر على خلق حالة من الولاء او الخضوع والخنوع بدلا من

حالة الرفض والتحرر والمطالبة بالكرامة الإنسانية ، ومما يساعد الأنظمة الحاكمة على حسن استخدامها لأجهزة الإعلام السياسي ، الطبيعة السيكولوجية للناس إذ أن الإنسان يكره العزلة وجبل على الحالة الاجتماعية والاختلاط مما يجعله معرضا بالتواصل والتأثير بالآخرين ، وهذا هو سر النجاح الأول في الإقناع السياسي و التأثير على الرأي العام ، إذ يعمل الحزب السياسي او رئيس النظام الحاكم على الاستفادة من هذه الغرائز ، ليزرع افكاره السياسية ، معتمدة على استخدام فن وتكنولوجيا الاعلام لإبراز المنجزات التي حققها القائد السياسي ليرسم لهم الحلم الزاهي ، الذي سيكون للشعب اذا ما اتبعوا توجيهاته و إشاراتة ، وسيحققون مكاسب على ليس على المستوى المادي المالي فقط ، بل على مستوى الفلسفة والآداب والأفكار والفنون ، ومن هنا يكون التأثير المباشر للإقناع السياسي باعتباره يخاطب الفكر والعقل لدى الرأي العام ويعمل على استقطاب أعضاء جدد للحركة الجماهيرية ، وتعزز ثقافتهم السياسية بما يتفق وتوجهات النظام ، لقد لعب الإعلام الجديد دورا بارزا وهاما في تشكيل ثقافة الأفراد وتنشئتهم لاسيما أنه عنصر هام من عناصر التنشئة الإجتماعية، بما فيها الثقافة السياسية من خلال أدواته المتعددة، وتتمثل مشكلة الادرسة على الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي : ما هو دور

الاعلام الجديد في التنشئة السياسية لدى الشباب الجزائري؟

• التساؤلات الجزئية :

- هل يساهم الإعلام الجديد في إكتساب الشاب ثقافة سياسية ؟
- هل يساهم الاعلام الجديد في عزوف الشباب عن المشاركة السياسية ؟

2-فرضيات الدراسة :

2-1- الفرضية العامة :

يساهم الإعلام الجديد في إكتساب الشباب الثقافة السياسية وكذا عزوفهم عن المشاركة

السياسية.

2-2- الفرضيات:

- يساهم الاعلام الجديد في إكتساب الشباب ثقافة سياسية .
- يساهم الإعلام الجديد في عزوف الشباب عن المشاركة السياسية .

3- أسباب اختيار الموضوع :

تأتي أسباب اختيار الموضوع من جملة اعتبارات نظرية وعملية منها :

- 1- التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد (وسائل التواصل الاجتماعي)
- 2- إثراء المكتبة العربي بالمزيد من الدراسات النظرية المتعلقة دور وسائل الإعلام الجديدة في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري .

4-أهداف الدراسة :

- تعرف على مدى مشاهدة الشباب الجزائري لوسائل الاعلام الجديد
- تعرف مدى استمتاع الشباب الجزائري لمنصات التواصل الاجتماعي
- تعرف مدى اهتمام الشباب الجزائري للمواد السياسية
- التعرف على دور الاعلام الجديد تعزيز الثقافة السياسية لدى الشاب الجزائري

5-مصطلحات الدراسة :

أ- تعريف وسائل الإعلام :

هي الوسائل التي يتم من خلالها الوصول للجماهير على اختلافهم واختلاف طرقهم المفضلة

التعريف الإجرائي :

ونقصد بها في دراستنا الوسائل التي توصل المعلومات والأخبار إلى الناس.

ب - تعريف الإعلام الجديد :

هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي : الكمبيوتر - الشبكات - الوسائط المتعددة .

كما إعتبره إبراهيم إسماعيل في كتابه الإعلام المعاصر مصطلح من المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل الإعلام التقليدي وظهور وسائل أخرى لم تكن من قلب شيئاً مذكوراً، كشبكات الإنترنت والهاتف المحمول التي دخلت بشكل قوي كعناصر أساسية في حياة المجتمعات والناس بكل شرائحهم، معرفاً مفهوم الإعلام المعاصر المرادف لمفهوم الإعلام الجديد أنه " ذلك الإعلام الذي يقوم على إستخدام التكنولوجيا الرقمية وتطبيقات النشر والبث الإلكترونية متيحة المشاركة للجميع كمنتجين ومتلقين للمادة الإعلامية ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة " (محمد علاوة، 2017، ص

ص : 163-164)

التعريف الإجرائي :

نقصد به في دراستنا الإعتماد على الوسائل الرقمية في إستيقاء المعلومات السياسية .

ج - التنشئة السياسية :

يعني تنمية الفرد في الأمور التي يتضمنها مدلول مصطلح السياسة لكي يمارس سلوكيات سياسية بوعي وإدراك وتفهم (كوثر وناس، 2015، ص : 14)

التعريف الإجرائي :

التنشئة السياسية هي تلك العملية التي تسعى كافة مؤسسات المجتمع من خلالها إلى إكساب الفرد القيم والمعايير والتوجهات السياسية اللازمة والضرورية .

د - الثقافة السياسية:

الثقافة السياسية هي عبارة عن مجموعة الانطباعات والأحاسيس والتوجهات والمسلمات التي تضفي الثبات والاستقرار على السلوك السياسي، وتتضمن الثقافة السياسية أموراً أخرى كالمثل والأعراف السياسية بالإضافة إلى التراكم التاريخي والتجارب السياسية الخاصة بالأفراد (أيمن شاهين، 2010، ص : 23)

التعريف الإجرائي :

هي تلك المعلومات السياسة التي يكتسبها الفرد من خلال وسائل الإعلام الجديد .

6- الدراسات السابقة:

أ - الدراسة الأولى : من إعداد عبد الله حميد العنزي: دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي ، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي. وكانت أسئلة الدراسة كالتالي :

- ما متوسط الوقت الذي يتعرض فيه المبحوثين للتلفزيون المحلي ؟
 - ما متوسط الوقت الذي يستمع فيه المبحوثين للإذاعة المحلية ؟
 - ما متوسط قراءة الصحف المحلية لدى المبحوثين ؟
 - هل يختلف دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي باختلاف نوع الوسيلة الإعلامية (صحف، إذاعة، قنوات تلفزيونية) ؟
 - ما دور وسائل الإعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي ؟
- وتكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة جامعة الكويت ، وجامعة الخليج للعلوم والتكنولوجيا ، وكلية التربية الأساسية ، وتم اختيار عينة طبقية عشوائية مقدارها (324) مديراً ومديرة ، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات .

وكانت أهم النتائج كالتالي :

وأظهرت نتائج الدراسة أن متوسط قراءة الصحف لدى أغلب أفراد عينة الدراسة أقل من نصف ساعة في اليوم ، وأن متوسط التعرض لقنوات التلفزيون المحلية لدى غالبية أفراد عينة أقل من ساعتين ، كما أن متوسط الاستماع للإذاعة المحلية لدى غالبية أفراد عينة أقل من ساعتين أيضا . وأظهرت نتائج الدراسة أن دور وسائل الإعلام المحلية (الصحف، القنوات التلفزيونية، الإذاعة) في تعزيز الثقافة السياسية لدى الطلبة بشكل عام جاء بدرجة متوسطة ، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($u < 0.05$) في اختلاف مستوى التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام المحلية تعزى لاختلاف كل من متغيري الجنس ، العمر ، بينما لم تظهر فروق تعزى لمتغير الجامعة . ن وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha > 0.05$) في مستويين وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha > 0.05$) في مستوى التأثيرات المعرفية الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام المحلية ، تبعا لمتغير المدة التعرض الوسائل الإعلام المحلية في اليوم " ، ولصالح مدة التعرض الأطول ولجميع المجالات.

ب - الدراسة الثانية : من إعداد هالة عبد الله أحمد تحت عنوان " دور الإعلام الجديد في

تكوين الوعي السياسي لدى الشباب: " كلية الإعلام - جامعة أم درمان الإسلامية

*التساؤلات:

يدور البحث حول سؤال محوري رئيس وهو دور الإعلام الجديد "وسائل الإعلام الحديثة"في

تكوين الوعي السياسي لدى الشباب؟ وينبثق من هذا السؤال عدة تساؤلات منها:

-هل يعتمد الشباب على وسائل الإعلام الحديثة في استقاء المعل ومات السياسية؟ ولماذا؟

-هل هناك مصداقية لدى الشباب تجاه وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؟

-هل يمكن أن تقوم وسائل الإعلام الحديثة بتوجيه الرؤى السياسية لدى الشباب؟

- هل يرى الشباب أن الإعلام الجديد "وسائل الإعلام الحديثة" أكثر حرية وأقل مصداقية من الصحافة الورقية وغيرها من وسائل الإعلام التقليدية؟
- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات لدى الشباب تجاه المواضيع السياسية سواء كانت هذه الاتجاهات اتجاهات إيجابية أو سلبية؟
- ما هي الوسائل والمصادر التي يعتمد عليها الشباب في التعرف على القضايا السياسية والمشاركة في العمل السياسي؟
- ما هي إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيس بوك بصفة خاصة على الشباب؟
- هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام الحديثة (الإعلام الجديد) في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب.
- وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:**
- أكدت الدراسة أن الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي تأتي في مقدمة وسائل الإعلام الحديثة التي يعتمد عليها الشباب في الحصول على المعلومات السياسية, وكذلك في التعرف على القضايا السياسية.
- أوضحت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تكوين اتجاهات إيجابية تجاه المواضيع السياسية (وعي مشترك).
- كشفت الدراسة أن الشباب يستخدمون الفيس بوك للإشباع الفكرالاجتماعي أكثر من الإشباع السياسي.
- أوضحت الدراسة أن هناك بعض السلبيات لاستخدام الشباب لوسائل الإعلام الحديثة (أهمها مواقع التواصل الاجتماعي) منها العزلة وإهدار الوقت.

ج - التعليق على الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى :

أدنتنا هاته الدراسة في بناء المتغير التابع للدراسة وكذا الإطلاع على متغير الثقافة السياسية .

الدراسة الثانية :

تم الإستفادة من هاته الدراسة في بناء بعض أسئلة الإستبيان وكذا في صياغة فرصيات الدراسة .



الفصل الثاني
الإعلام الجديد

تمهيد :

لعب الإعلام الجديد دورا بارزا في نشر المعلومات وحتى المعارف بشتى أنواعها، وبما أن أغلب المحتكين بوسائل الإعلام الجديد هم الشباب نلاحظ مدى تأثيرهم به وبما أن موضوع بحثنا يتمحور حول دور الإعلام الجديد في عملية تنشئة الشباب سياسيا عرضنا في هذا الفصل العناصر التالية :

- مفهوم الإعلام الجديد، وبعض المصطلحات المتقاربة .
- تكنولوجيا الإعلام الجديد .
- خصائص الإعلام الجديد .
- الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية.
- دور الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية.

1- تعريف الإعلام الجديد :

هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر :

- الكمبيوتر - الشبكات - الوسائط المتعددة

استنادا إلى هذا الطرح سنعرض ، هنا ، مجموعة من التعريفات الإجرائية لمفهوم الإعلام مع نقاشها لتوضيح مفهومه وغاياته . وقبل البدء في ذلك ؛ يجب الإقرار بأن الإعلام الجديد الذي تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية الكمبيوتر وشبكاته ، تعددت أسماؤه ، ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ، وتدل الأسماء المتعددة للتطبيقات الإعلامية المستحدثة ، على أرضية جديدة لهذا النوع من الإعلام ، نجملها في الآتي : (محمود الفطافطة ، ب، س، ص 11)،

عرف الاعلام الجديد كذلك بأنه : جميع اشكال الاعلام الرقمي ,الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت ,فضلا عن استخدام جهاز الكمبيوتر كأداة محورية من اجل عملية الانتاج والعرض ,وان التفاعلية هي جزء منه وهي ايضا ما يميزه ومن اهم سماته (صاحبى صبيحة، 2018، ص : 29)

ونذكر بعض المفاهيم المرتبطة بالإعلام الجديد :

• الإعلام التفاعلي Interactive Media :

جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة . 2- الإعلام الشبكي الحي : على خطوط الاتصال Online Media جاءت هذه التسمية من خلال التركيز على تطبيقاته في الانترنت وغيرها من الشبكات .

• الوسائط السيبرونية Media Cyber :

جاءت تسمية الإعلام الجديد بهذا الوصف من تعبير الفضاء السيبروني Space Cyber الذي أطلقه كاتب روايات الخيال العلمي ويليام غبسون في روايته التي أصدرها

عام 1984 م باسم Neuromancer ، والتعبير مأخوذ من علم السيبرنطيقا Cybernetics المعروف عربيا بعلم التحكم الآلي ، ويعني تعبير « السايبر ميديا » العالم المصنوع من المعلومات الصرفة التي أخذ ، لي سفيزيائيا شكل المادة ، ويصف التعبير وسائل التحكم الالكتروني التي حلت محل الأداء البشري ، ولكنه يستخدم هنا لوصف فضاء المعلومات في شبكة الانترنت .

• **إعلام المعلومات info Media :**

للدلالة على التزاوج داخله بين الكمبيوتر والاتصال ، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلوماتية ويندمج فيها .

• **إعلام الوسائط التشعبية Hypermedia :**

وصف بهذا الاسم لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة مع بعضها بوصلات شعبية أو وصلات قاطرة . نحن هنا معنيون بميزات خاصة بشبكة الانترنت التي أعطت ميزة التشعبية والوصلات links لما ينشر او يبيث داخلها .

• **إعلام الوسائط المتعددة MULTIMEDIA :**

لحالة الاندماج التي تحدث داخل الإعلام الجديد ، أي بين النص والصورة والفيديو .

• **الإعلام الرقمي DIGITAL MEDIA :**

يرتكز تعريف الاتصال الرقمي **DIGITAL COMMUNICATION** بالدرجة الأولى على استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية للاتصال بين أطرافه ولا يبتعد هذا المفهوم كثيرا عن مفهوم الاتصال من خلال الكمبيوتر، أو الاتصال بمساعدة الكمبيوتر، أو الاتصال القائم عن طريق الكمبيوتر **COMMUNICATION COMPUTER**، وكلها مفاهيم تؤكد دور الكمبيوتر في عملية

الاتصال . (محمد عبد الحميد ، 2004 ، ص 103)

أما البهبهاني والبرغوثي، يعرفان الإعلام الجديد : بأنه عملية عرض العالم الجديد بكل أبعاده العقلية والسياسية والاقتصادية من دون حاجات إلى عبارات مثل أصبح الإعلام حاجة حيوية للكيانات الجماعية والمجتمعات ، ذلك أن الإعلام لم يصبح كذلك، بل كان كذلك منذ كان ، أما تقنيات بثه واستيداعه واسترجاعه في تطورات مادية جاءت ضمن سياق التطور الإنساني الذي يجعل كماليات اليوم ضروريات الغد . (بشير البرغوثي، 2004، ص 31)

كما اعتبره إبراهيم إسماعيل في كتابه الإعلام المعاصر مصطلح من المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة تطور وسائل الإعلام التقليدي وظهور و سائل أخرى لم تكن من قبل شيئاً مذكوراً ، كشبكات الإنترنت والهاتف المحمول التي دخلت بشكل قوي كعناصر أساسية في حياة المجتمعات والناس بكل شرائحهم ، معرفاً مفهوم الإعلام المعاصر المرادف المفهوم الإعلام الجديد انه : " ذلك الإعلام الذي يقوم على استخدام التكنولوجيا الرقمية ، وتطبيقات النشر والبث الإلكتروني ، متيحاً المشاركة للجميع كمنتجين ومتلقين للمادة الإعلامية ووسطاء لتداولها والتفاعل معها بحرية ومرونة . " ووفقاً لهذا التعريف تم تحديد بداية عصر هذا الإعلام ببدايات النصف الثاني من تسعينيات القرن الماضي مع انتشار شبكة الإنترنت في العالم العربي و إدخال التكنولوجيا الرقمية في عمل وسائل الإعلام التقليدي. (إسماعيل إبراهيم ، 2014 ، ص 22)

2- تكنولوجيا الإعلام الجديد :

- تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه فمشاهدي التلفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (Passive) بحيث وسألهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فان قليلاً منهم

سيتذكر ذلك ، أما الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة . تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت أيضا إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة و الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى بشكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، فجريدة نيويورك تايمز مثلا أصبحت جريدة إلكترونية بكل ما تحمله هذه الكلمة من معنى فهي تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى عدة مراكز طباعة في نفس الوقت وتستخدم الكمبيوتر في كافة عملياتها بل انه يمكن قراءتها مباشرة على الانترنت نفس الشيء بالنسبة للتلفزيون والانترنت اندمجا أيضا بشكل شبه كامل (علي عبد الفتاح كنعان، 2014،

ص 164)

- تكنولوجيا الإعلام الجديد تسمح بالقراءة المتخصصة، فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح مثلا الصحف بحثا عن موضوع معين أو انتظار برنامج خاص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبحت التكنولوجيا الإعلام الجديد إمكانية الاطلاع على الموضوع الذي تريد في الوقت الذي تريد .

- تسمح بإيصال الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي يتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة ، فهذه تحدها حدود المكان فلا يتجاوز بعضها مساحة معينة من البسيطة كما تحدها حدود المكان فلا يستطيع الجميع الوصول إليها ، لأنها غير مجانية بخلاف تكنولوجيا الإعلام الجديد (الانترنت ... الخ) فلا تحده حدود المكان وهو مجاني أو شبه مجاني في العادة. (باسل عبد المحسن، 2007،

ص 13،14)

- تكنولوجيا الإعلام الجديد جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها ، فالشبكة العنكبوتية العالية مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالانترنت أن يصبح ناشرا وان يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر ، هناك أيضا على الانترنت

عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم ، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك ، تويتر ويوتيوب والمدونات إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية والقدرة على الارتباط بالانترنت من أي مكان أدت إلى رفع سقف حرية التعبير والحصول على المعلومة والقدرة على الاتصال بشكل غير مسبق . (علي عبد الفتاح كنعان ، 2014 ، ص165)

- قابلية التواصل بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المنشئ للمحتوى. وهو ما يجعلنا نقول أن تكنولوجيا الإعلام الجديد أصبحت حتمية وضرورة لدى وسائل الإعلام التقليدية والقائمين عليها، وذلك اتضح في العديد من المضامين الإعلامية والإخبارية لتلك الوسائل والتي تعتمد على مخرجات الإعلام الجديد ، الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو .. الخ، مما جعله يقارع وينافس كبريات وسائل الإعلام التقليدية كالقنوات الإخبارية ، في نقلها للأخبار ومعالجتها للأهم القضايا والأحداث، ما أدى إلى اندماج تلك الوسائل مشكلة نسيج تواصلية لتقديم خدمات إعلامية إخبارية للمتلقي، هذا الأخير في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الإعلام الجديد وكثرة وسائله جعلته يصل فيها بغية تلبية حاجاته على اختلافها من جهة ، ومن جهة أخرى يلعب دور القائم بالاتصال فيصبح هو الناشر والصحفي، مما خلق تذبذبا في تعرضه واستخدامه لوسائل الإعلام التقليدي كالتلفزيون .

3- خصائص الإعلام الجديد :

للتحدث عن خصائص الإعلام الجديد الذي يرتبط بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر، الوسيلة، الرسالة، المتلقي، الاستجابة في محاولة لفهم عملية الاتصال الإعلامي الجديد في ضوء ذلك). (نفس المرجع السابق، ص168)

• مركزية الإعداد (المصدر) :

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات، فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى، أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور، إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد ثورة في مركزية وسائل الإعلام المجتمعية، وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري

• المحتوى (الرسالة) :

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض محتوى الاحترافية المطلوب، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بأعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية ، وبتكلفة منخفضة جدا، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي

• التوزيع (الوسيلة) :

في الوقت الذي تحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بني تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فإننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الانترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم ، بالإضافة إلى ذلك فإن التوسع الحالي في التواصل عبر الطرق اللاسلكية وبشكل خاص باستخدام الهواتف الجواله يمثل فرصا كبيرة بهذا الصدد نظرا لمعدلات اختراقه العالية التي وصلت في بعض الدول

مثل المملكة العربية السعودية إلى حوالي 84 % إضافة إلى التطورات الكبيرة المتواصلة في قدرات تلك الهواتف وفي خدمات الانترنت عريضة النطاق .

• التلقي :

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكن الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم حتى أثناء تجواله، هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة للوسائل الإعلامية التقليدي والتي إذا فات المتلقي جزءا فانه لا يمكنه استرجاعه بسهولة

• الاستجابة :

في حالة الإعلام التقليدي نجد أن عملية الاتصال تتم في اتجاه واحد من المصدر إلى المتلقي، مع إمكانية بسيطة جدا أو متأخرة للتفاعل المصدر، في حين أن ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره فقد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، ثم ومع ظهور المنتديات والمجموعات الإخبارية والقوائم البريدية امتلك المتلقي مزيدا من الحرية النسبية على التعبير، حتى أصبح ذلك المتلقي يمتلك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التوصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية والموسوعات الحرة مثل ويكيبيديا، حيث مثلت هذه المواقع مرحلة الانتقال إلى ما بعد التفاعلية مما يؤكد على الاختلاف الموجود بين عناصر العملية الاتصالية في وسائل الإعلام الجديد وفي وسائل الإعلام التقليدي، تجلى أكثر في تداول المعلومات وتدفقها بين تلك العناصر بطرق وأساليب متعددة ومتنوعة وبأقل جهد وتكلفة في وسائل الإعلام الجديد عنه في وسائل الإعلام التقليدي، ما جعل هذه الأخيرة تنتهج إستراتيجية إعلامية اتصالية بغية مواكبة ذلك التطور، من خلال الاعتماد على تفاعلية تلك الوسائل والكم الهائل من

المعلومات المتدفقة عبرها، واستغلالها في صناعة وأنسجة مضامينها الإعلامية بغية استقطاب اكبر قدر ممكن من الجمهور، وما التلفزيون والقنوات الإخبارية التي عمدت إلى إنشاء مواقع الكترونية و صفحات فيسبوكية خاصة بها لدليل واضح على ذلك، ما جعل أغلبية أطراف العملية الاتصالية مشاركين بطريقة أو بأخرى في صنع الرسالة الإخبارية مع السعي إلى نشرها وتدفقها كإستراتيجية قائمة على التكامل في الرسالة الإخبارية مع السعي إلى نشرها وتدفقها كإستراتيجية قائمة على التكامل في بعض الأحيان في أحيان أخرى على التنافس مع وسائل الإعلام التقليدي .

كما تطرق الباحث احمد الشورى أبو زيد في كتابه " الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية " إلى عدة خصائص للإعلام الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي نذكر منها :

• الفاعلية :

وتعني الفاعلية انتهاء فكرة الاتصال الخطي أو الاتصال في اتجاه واحد من المرسل إلى المتلقي وهو ما كان يتسم به الاتصال الجماهيري والجمعي، معتمدا على وسائل الاتصال الجماهيري التقليدي، وأصبح الاتصال في اتجاهين تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويكون لكل طرف فيها القدرة والحرية في التأثير على عملية الاتصال في الوقت والمكان اللذين يناسبانه وبالدرجة التي يراها. (أحمد الشورى، 2015، ص15)

حيث أن في الإعلام التقليدي كان المرسل لا يهتم كثيرا برد الفعل ولا يقيم لرأيه وزنا ، كان واقع الحال الصحافة أن اعتاد حراس البوابة على انتقاء ما يتفق مع سياسة الصحيفة من رسائل القراء وردود أفعالهم للسماح بمرورها للنشر ، وفي الإذاعة والتلفزيون كان يقطع أي رأي على الهواء إذا تعارض مع وجهة نظر المؤسسة، أما في منظومة الإعلام الجديد المعاصر اضطر القائمون بالاتصال واضطرت معهم المؤسسات إلى قبول اكبر قدر من آراء أو ردود أفعال المتلقين، لا لشيء إلا حرصا على وجودها من خلال الاحتفاظ بأكبر قدر من هؤلاء المتلقين، في ظل تزايد أعداد مؤسسات الإعلامية ودخول منظومة الإعلام

وسائل إعلام جديدة أوسع انتشارا وأكثر جذبا وأقوى تأثيرا وقل تكلفة، ومتاحة للقاصي والداني هي شبكة الانترنت بما تحويه من مواقع إخبارية وأخرى للتواصل الاجتماعي، وشبكات الهاتف المحمول الذي جمع خصائص بقية وسائل الإعلام. (اسماعيل براهيم ، 2014، ص24)

• التنوع :

مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على التخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي، تنوعت عناصر العملية الاتصالية، والتي وفرت للمتلقى اختيارات اكبر لتوظيف عملية الاتصال . علاوة أيضا على تنوع المحتوى الذي يختاره على المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت، سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته أو المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة.

• تجاوز الحدود الثقافية :

مع تزايد مستخدمي الانترنت في كل دولة من دول العالم بطريقة غير مسبوقة نتيجة توفير إمكانيات الاتصال ورخص تكلفتها ، مما أدى بالتالي إلى تجاوز الحدود الجغرافية وتميز الاتصال بالعالمية أو الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال سواء على المستوى الثنائي أو الجمعي الذي يحقق أهداف هذه الأطراف .

• تجاوز وحدة المكان والزمان :

إن الاتصال الرقمي لا يحتاج إلى تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد ، حيث وفرت أجهزة الترميز وشبكات الاتصال عن بعد، سواء كانت الحواسيب أو الهواتف النقالة ، إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات أو تحركت بين أطراف عملية الاتصال ، ومن ناحية أخرى فإن التزامن الذي يعتبر شرطا للاتصال ألمواجهي لم يعد ضروريا للإمكانيات الأجهزة والبرامج الرقمية في الاستقبال والتخزين والتحميل.

• الاستغراق في عملية الاتصال :

من الخصائص المميزة للاتصال الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها ، كذلك تطور المعلومات ونظم الاتصال بتكلفة زهيدة ، مما شجع المستخدمين للأجهزة الحاسب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي ومن خصائص الإعلام الجديد نستنتج أن المتتبع لثورة الاتصال والإعلام في عصر المعلومات، يدرك أن الإعلام أصبح محوريا لا بسبب التقنيات التي استخدمها فقط ، وإنما بسبب طبيعة الرسالة الإعلامية عبر هذه التقنيات، وخير مثال على ذلك التزايد التصاعدي لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد كمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك بالنظر لطبيعة المضامين الإعلامية المتداولة بحرية مطلقة عبرها وتنوعها وكثرتها مقارنة بالمضامين المتداولة عبر وسائل الإعلام التقليدي، مما جعل المتلقي ينحاز في الكثير من الأوقات الوسيلة إعلام جديدة لتلبية حاجات ومتطلبات إعلامية لم توفرها له وسائل الإعلام التقليدي.

4- الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية :

مع انتشار استعمال وسائل الاتصال الحديثة في البلدان العربية، 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". وتتأثر هذه الاتجاهات بدرجة انتشار تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمعات العربية وبطبيعة أنظمتها السياسية، وما يطرحه ذلك من سؤال الحرية. وعليه، سنتطرق إلى الإمكانيات التي توفرها تلك التكنولوجيا على مستوى تفعيل الممارسة السياسية.

أ- الإعلام الجديد والتعبئة السياسية :

ازداد استعمال وسائل الإعلام الجديد كأداة للتعبئة السياسية في الدول العربية. ويعد الصحفيون والمنظمات غير الحكومية من أكثر الهيئات استخداما للانترنت في عملهم

المهني. كما تلجأ الأحزاب المعارضة بدورها إلى الانترنت والرسائل الإلكترونية من أجل تنظيم الاحتجاجات، بل إن النشطاء يقومون بالتقاط صور العسكريين ورجال الشرطة وهم يقومون بضرب المحتجين، ثم يسربون الصور عبر الانترنت لإطلاع الرأي العام الوطني والدولي عليها.

كما صارت رسائل الهاتف النقال قناة قوية لخطاب حر، حيث يستعمل المتظاهرون تلك الرسائل من أجل حشد الأتباع، ومراوغة السلطات، والالتحاق بسرعة بمواقع الاحتجاج. وهي القناة نفسها التي يستعملها المرشحون لدعوة أنصارهم إلى صناديق الاقتراع، ويستعملها النشطاء الذين لا يكشفون على هوياتهم للمس بخصومهم من خلال الشتائم والنكت والقصائد الفكاهية السياسية.

ب - المدونات والممارسة السياسية :

من خلال الاستفادة من تقنيات المدونات، يعمل عدد من الأفراد في الوطن العربي على إنتاج صحافتهم وأفكارهم، فينشرون أعمالاً لا تخضع للرقابة المسبقة لسلطات الاتصال، وهم يعرفون بالصحفيين المواطنين " **Journalists Citizen** " وقد بدأ المدونون يحدثون تأثيرات واضحة في عدد من البلدان العربية، بما يمكن للأفراد العاديين بإعادة انخراطهم في السياسة، وشحذ ممارساتهم التحليلية والجدلية، وتجاوز الخطوط الحمر التي تضعها الدولة.

ج - الشبكات الاجتماعية والممارسة السياسية :

تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً ريادياً 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 في الانتخابات،

وهؤلاء المرشحين بإمكانهم كذلك فتح حسابات على الشبكات الاجتماعية، لشرح برامجهم وخططهم المستقبلية. كما تتيح الشبكات الاجتماعية الفرصة للأحزاب السياسية لعرض أفكارها عبر صفحات هذه الشبكات والتواصل مع المناضلين فيها وأعضائها المسيرين بكل سلاسة.

وهكذا فقد سهلت الشبكات الاجتماعية والمدونات وكل وسائل الإعلام الجديد الممارسة السياسية سواء للأفراد أو للهيئات المختلفة من جمعيات ونقابات وأحزاب سياسية، وحتى للدولة إذ بإمكان أي مسؤول حكومي التواصل مع الجماهير العريضة عبر وسائل الإعلام الجديد (بدر الدين بلمولاي، 2017، ص ص : 8-9)

5- دور الإعلام الجديد في عملية التنشئة السياسية :

يبرز دور الإعلام في التنشئة السياسية بدرجة أكبر من مؤسسات التنشئة السياسية الأخرى التي يتعاطم دورها في مرحلة عمرية معينة من حياة الفرد، كالأُسرة التي يتعاطم دورها في مرحلة تنشئة الطفل الأولى التي تسلمه للمدرسة في سنة السادسة من عمره، ومن ثم الحزب الذي يجذب الفرد في مرحلة الشباب، وأمام عجز الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني عن أداء دورها بشكل فعال في تعبئة المواطنين بسبب تضيق الأنظمة الإستبدادية وغياب الديمقراطية خاصة في المنطقة العربية، أدى ذلك إلي نفور المواطنين من هذه المؤسسات وحلت وسائل الإعلام الجديد محلها في لعب دور هام في الحراك السياسي والإجتماعي الذي شهدته المنطقة العربية مؤخراً وكذلك في نقل الوقائع الميدانية بشكل مباشر .

بينما تنتشر وسائل الإعلام في المجتمعات المتقدمة بشكل واسع وتمثل أداة رئيسية في نقل قرارات الصفوة السياسية إلي الجماهير والعكس، و لك من أجل توطيدة الثقافة السياسية السائدة.

تتفق العديد من الدراسات الغربية على دور الإعلام الإجمالي البارز في التنشئة السياسية، إذ أثبتت دراسة قامت بها جامعة كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية أن العلاقة بينهما علاقة طردية، حيث كشفت أن قضاء وقت ما في المجتمعات الإلكترونية تلحقه زيادة في معدلات المشاركة في الأعمال التطوعية والخيرية، وفي معدلات الحوار البناء لمعالجة القضايا المهمة للمجتمع الواقعي.

ووجدت الدراسة أيضاً أن تعلم الشباب كيفية التعامل مع أدوات الإعلام الإلكتروني ساهم في ارتفاع معدل إطلاعهم على وجهات نظر ثرية ومتنوعة مما دفع بالتالي إلى زيادة احتمال مشاركتهم في الأنشطة الاجتماعية والسياسية (علي مصباح محمد الوحيشي، 2015، ص ص : 284-285).

خلاصة الفصل :

من خلال ما سبق التطرق إليه نلاحظ أن الإعلام الجديد بخصائصه وتطبيقاته العديدة ساهم وبدور كبير في عملية التنشئة السياسية للأفراد لاسيما من خلال إكتسابهم جملة من المعلومات السياسية التي شكلت لديهم نوع من الثقافة السياسية المحلية أو الخاصة بالمجتمعات العربية .

الفصل الثالث

التنشئة السياسية

تمهيد :

إن عملية التنشئة السياسية مستمرة تتجلى في إكتساب الأفراد رصيد ثقافي ينمي لديه الوعي السياسي وبما أننا ربطنا موضوعنا بإكتساب التنشئة السياسية بفعل الإعلام الجديد تكون المعلومة السياسية منتشرة ومتوفرة تلعب فيها الأطراف والجهات دورا في توجيه وتسريب المعلومات السياسية، حيث تناولت في هذا الفصل مفهوم التنشئة السياسية كما تطرقنا إلى مراحل تطور التنشئة السياسية عبر المراحل العمرية للإنسان معرجين كذلك على دور وأهمية التنشئة السياسية وكذا دور وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية .

1- تعريف التنشئة السياسية:

أ- لغويا:

كلمة تنشئة مشتقة من الفعل نشأ بمعنى ربا وشب من الشب، والشباب، أي الفتاء، والحدائة ويقال شب الغلام يشب شبابا، وشببية بمعنى كبر وارتفع عن حد الصبا، وقرب من الإدراك. (ابن منظور، ب ت، 480)

ونشأ فلان في بني فلان أي ترعرع فيهم وكبر ومن هنا جاء الفعل نشأ ينشئ، وتنشئة بمعنى ربي يربي تربية.

ب- واصطلاحا:

مفهوم كلمة تنشئة ينبثق من المدلول العام والشامل لها، ويقابل مصطلح Socialisation من الفعل Socialiser في اللغة الفرنسية؛ ومصطلح Socialization من الفعل socialize To في اللغة الإنجليزية.

وقد وردت لمصطلح تنشئة عدة تعريفات، وشروحات في العديد من القواميس، وبمختلف اللغات من بينها القاموس الفرنسي "لاروس الصغير" الذي يعرفها كالتالي "العملية التي يستبطن من خلالها الطفل العناصر المتنوعة من البيئة الثقافية المحيطة به (قيم، معايير، تعابير رمزية، وقواعد السلوك) ويندمج في الحياة الاجتماعية .

وفي التعبير والتفكير العربي- الإسلامي تعني التنشئة أنسنة الآدمي بوساطة عملية المربي" فحسب منطق ابن خلدون المولود الجديد كان يسمى آدميا وبعد خضوعه لعملية المربي - التي يتعلم فيها ويكتسب منها أنماطا للتصرف المسترشدة بالضوابط العرفية السائدة في مجتمعه - يسمى إنسانا.

وعليه فإن التنشئة كمصطلح يطلق على عملية توجيه الكائن البشري الذي يولد عاجزا وجاهلا اجتماعيا. وإكسابه لثقافة الجماعة التي يعيش بينها، وطرق السلوك، والتفكير فيها

حتى ينمو ليصبح فردا يقوم بدوره الفعال كعضو في جماعته. (محمد لبيب النجحي ،1981، ص174).

وتعرف التنشئة السياسية على أنها تنمية الفرد في الأمور التي يتضمنها مدلول مصطلح السياسة لكي يمارس سلوكيات سياسية بوعي وإدراك وتفهم (كوثر وناس، 2015، ص : 14)

2- تطور التنشئة السياسية عبر المراحل العمرية :

يشير العديد من المفكرين من بينهم لوسيان باي (Pye Lucian) أن تطور عملية التنشئة السياسية يتم عبر ثلاثة مراحل :

مرحلة تحديد انتماء الطفل لثقافة، تاريخ، ونظام معين.

مرحلة تفهم الطفل لهويته، ونمو إدراكه للعالم السياسي والأحداث السياسية.

مرحلة مشاركة الفرد في الحياة السياسية من خلال عمليات التصويت أو تولي المناصب السياسية وهذه المراحل الثلاث تدل على أن التنشئة السياسية تتطور بتطور نمو الفرد، هذا الأخير الذي يتم عبر عدة مراحل.

أ- مرحلة الطفولة :

يعتبر الأطفال جزءا من المجتمع السياسي يتوجب على النظام السياسي الاهتمام بهم، وتربيتهم ليصبحوا مواطنين قادرين على القيام بأدوار سياسية، واجتماعية معينة في المستقبل. لأن سلوك الفرد الناضج هو عبارة عن مردود لعمليات التنشئة في مرحلتي الطفولة والمراهقة، ولهذا فالتنشئة السياسية للطفل تتم عبر مرحلتين :

- مرحلة الطفولة المبكرة :

أثبتت الدراسات أن التنشئة السياسية للطفل تبدأ في سن الثالثة من عمره، حيث يبدأ بالتطلع للتعرف على ما يثير انتباهه، وفهم ما يجري حوله . لكن ذلك لا يعني أنه سيكتسب المفاهيم السياسية بل تقتصر عملية التنشئة على اكتسابه للمهارات الاجتماعية كالارتباط

عاطفيا برموز بلده كالعلم الوطني، وهيكل وصور نظامه السياسي كالشرطي... كما يبدأ إعجابه بالأشياء المحلية، ووعيه بالبيئة الخارجية التي تشكل جزءا من خبرته الشخصية كالحقائق والملاعب... (كريمة حوامد، 2008، ص : 34)

- مرحلة الطفولة العادية أو المتقدمة (قبل المراهقة):

تبدأ هذه المرحلة بالتحاق الطفل بالمدرسة التي تعد إحدى القنوات الهامة في عملية التنشئة السياسية، من خلال مناهجها الدراسية والعلاقات الاجتماعية التي يكونها الطفل، والتي تربطه سواء بمدرسيه، أو بزملائه، خاصة أن الطفل في سن التمدرس يميل إلى تقليد ومحاكاة الكبار والمحيطين به ممن يعجب بشخصيتهم، ومع نهاية هذه المرحلة ترسخ في ذهن صورة عن مؤسسات، وعمليات النظام السياسي، ومفاهيمها المجردة من حكومة، ديمقراطية، تصويت، حرية، مواطنة....

ب- مرحلة المراهقة :

المراهقة هي مرحلة أو فترة يشهد فيها الفرد تغيرا رئيسيا، وتطورا هاما، من النواحي الجسمانية والنفسية والاجتماعية. "تمتد عادة بين سن الثالثة عشر والثامنة عشر". تكتسب التنشئة السياسية للمراهقين اهتماما خاصا من قبل علماء الاجتماع السياسي، باعتبارهم الفئة التي تتحمل قيادة العمل السياسي آجلا أم عاجلا. فهم مستقبل المجتمع، ونجاحهم في تحمل مسؤولياتهم، وقيامهم بأدوارهم المستقبلية مرهون بنجاح عملية تنشئتهم السياسية ومدى مشاركتهم في بناء وتغيير مجتمعهم. وتكتسي هذه المرحلة أهميتها بتحمل الشباب لبعض واجبات المواطنة (الخدمة العسكرية، الانتخاب...) والشعور بالمسؤولية الاجتماعية. فتكثر محاولاتهم لفهم ومناقشة المشكلات الاجتماعية العامة والسياسية، وتظهر لديهم أساليب للتقييم والإدراك السياسي. فيما تصبح انتماءاتهم، وارتباطاتهم السياسية بارزة المعالم، ومشاعرهم العاطفية تجاه المؤسسات والسلطات، والرموز السياسية أكثر دعما بمعرفة أدوار ووظائف كل منها. والشيء الذي يزيد من أهمية هذه المرحلة، هو

معايشة الشباب لمؤسسات جديدة كالأحزاب، التنظيمات السياسية ... وعموما تتلخص التنشئة السياسية خلال فترة المراهقة فيما يلي :

• نمو القدرة الإدراكية :

كإدراك أسباب ونتائج المشاكل المختلفة، والقدرة على تبرير الاختيارات السياسية بالرجوع إلى قيم عامة، أو مبادئ خلقية فردية، مع إدراك آثار حل مشكلة اجتماعية معينة.

• ظهور الإحساس بالجماعة :

بالانتقال من دائرة الأنا الضيقة إلى دائرة اجتماعية أكثر اتساعا، وذلك من خلال استيعاب هيكل وعمل النظام الاجتماعي، ككل يتشكل من عدة مؤسسات اجتماعية، والافتقار بأن التصرف الجماعي هو السبيل لحل المشاكل السياسية. وتعتبر النزعة الاجتماعية لدى المواطنين شرطا لازما لتخطيط السياسة، وهي الباعث الرئيسي لاستعداد هؤلاء المواطنين لقبول الحل الجماعي للمشكلات التي تواجه المجتمع، وإضفاء صفة الشرعية عليه .

• ميلاد الأطر الفكرية :

إذ تتحول المشاعر والعواطف بمرور الوقت إلى أفكار، أو استعدادات إيديولوجية؛ لكنها تظل منقطعة، وغير ثابتة ولا تصل إلى مستوى العمومية كما أنها تميل ذاتيا إلى التناقض، هذا فضلا عن سهولة رفضها.

ج- مرحلة الشباب :

هناك اختلاف واسع في تحديد المساحة الزمنية لمرحلة الشباب، فبعضهم يقصرها على المرحلة الممتدة ما بين نهاية المراهقة ونهاية الدراسة الجامعية، أي ما بين 17 - 24 سنة وسطياً، وهناك من يوسع إطارها. لكن يمكن أن نقول بصفة إجمالية إنها الفترة الواقعة بين نهاية المراهقة وبلوغ مرحلة النضج. مرحلة الشباب باعتبارها إحدى مراحل نمو الإنسان تلي مرحلة المراهقة فهي كذلك بداية لتجدد مواقف الفرد من النظام السياسي وتوجهها نحو

النضج بالتميز بين السلطة كوظيفة سياسية، ومن يتولاها من أشخاص؛ كما أنه مرحلة يبرز فيها استقلال الفرد عن الجماعات المرجعية الأولية كالأسرة والمدرسة وانضمامه في جماعات أوسع أساس بنائها المصلحة (نفس المرجع السابق، ص : 39) .
ومن أهم ما يميز الأفراد الذين ينتمون إلى هذه المرحلة العمرية امتلاكهم لبعض الصفات وتمتعهم ببعض الخصائص لعل أهمها :

- نمو القدرات العقلية التي تساعد على زيادة وبلورة الإدراك لدى الفرد بصورة ملحوظة، وتوظيفها يضفي للحكم على الأشياء منطق وتجريد أكثر مما كان عليه .
- زيادة الدور الاجتماعي والسياسي للفرد نتيجة لانتقاله من مرحلة -الإعالة - الاعتماد على الآخرين إلى مرحلة - الإنتاج - الاعتماد على النفس.
- الميل إلى التحزب السياسي ليحقق الشباب طموحاته السياسية العديدة يميل إلى المشاركة في الحياة السياسية بالانخراط في والانضمام إلى المنظمات ذات الطابع السياسي وعلى رأسها الأحزاب السياسية.

د- مرحلة النضج:

تولي دراسات التنشئة السياسية لهذه المرحلة قدرا معقولا من التحليل لأن تنشئة الفرد الناضج وإن كانت تتوقف على ما تلقن هـ من قيم واتجاهات ومعرفة سياسية خلال مرحلتي الطفولة والمراهقة إلا أنها تستمر إلى أبعد من هاتين المرحلتين، إذ تضاف إليهما خبرات جديدة خاصة وأن الفرد الناضج يخضع لمؤثرات جديدة تنشئه على قيم واتجاهات قد تتعارض مع ما تراكم لديه من معارف وقيم سابقة، مما يؤدي إلى حدوث تغييرات، وتعديلات جوهرية في السلوك السياسي . إذ تلعب المهنة، وعضوية الفرد بالمنظمات الطوعية، وتطور اهتمامات وقت الفراغ ونمو الآراء والاتجاهات بتأثير وسائل الإعلام ... دورا هاما في التأثير على السلوك السياسي والحياة السياسية للفرد. (نفس المرجع السابق، ص : 42).

3- أهداف وأهمية التنشئة السياسية:

تتمثل أهداف عملية التنشئة السياسية في:

أ- تنمية المعرفة السياسية :

إذ تهدف التنشئة السياسية إلى تكوين الفرد سياسياً، وجعله يكتسب قدراً من المعرفة، والفهم لما يدور حوله من مسائل سياسية كنظم الحكم، وتصرفات القادة ... مما ينمي قدراته ويساعده على تنظيم خبراته وبنائها عن العالم السياسي الذي يحيط به . وإن نمو المعرفة هو أحد العناصر الأساسية والهامة في تكوين الشخصية السياسية.

ب- المشاركة والاندماج في الحياة السياسية :

إن مظاهر الارتباط بين التربية والنظام السياسي هي عملية تهيئة الأفراد للمواقع السياسية الهامة أو اختيار وانتقاء الصفوة السياسية كما يقول مورفيك (Murvick) وذلك من خلال عدة عمليات هي الأدوات الرئيسية للتنمية السياسية وتتمثل في:

• عملية التعبئة أو التجنيد السياسي :

أي اندماج الأفراد في الحياة السياسية بشغل مناصب سياسية، أو أداء أدوار سياسية بطرق رسمية (انتخاب، اختيار) أو بطرق غير رسمية تطوع.

• المشاركة السياسية :

أي تلك الأنشطة الإدارية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع ما في اختيار حكامه، وفي صناعة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر.

والمشاركة السياسية قد تكون إيجابية بمشاركة الفرد في مستوى من مستويات العمل والنظام السياسي التي تتدرج كما حددها بعض العلماء كما يلي:

- تقلد منصب سياسي أو إداري .
- السعي نحو منصب سياسي أو إداري .
- العضوية النشطة في التنظيم السياسي (كالعضوية في الحزب).
- العضوية العادية في التنظيم السياسي (كالترشح للانتخاب).
- العضوية النشطة في التنظيم شبه السياسي (كمؤسسات المجتمع المدني).
- العضوية العادية في التنظيم شبه السياسي (كالنقابات العمالية).
- المشاركة في الاجتماعات السياسية العامة (كالمعرفة والوقوف على المسائل العامة).
- المشاركة في المناقشات السياسية غير الرسمية (كالمشاركة في الهيئات التطوعية).
- الاهتمام العام بالسياسة (التصويت).

كما قد تكون المشاركة السياسية سلبية، وتأخذ السلبية السياسية عدة صور أهمها:

اللامبالاة :

أي عدم الاهتمام بالأفراد، والظواهر، ولا بالمواقف الاجتماعية بصفة عامة أو خاصة.

الشك السياسي :

في أحوال وأقوال الآخرين في المجتمع خاصة القيادات، والنظر أو الشعور بأن العمل السياسي عمل رديء، وأن الثقة في رجال العمل السياسي أمر مستحيل . (عبد الهادي الجوهري، 2000، ص 60)

4- التنشئة السياسية والثقافة السياسية :

تمثل الثقافة السياسية الأهداف المشتركة والقواعد العامة المقبولة، وتعرف الثقافة السياسية أنها التوجهات القيمية والسيكولوجية للجماعات أو الأفراد نحو المسائل السياسية، أما المنوفا فعرف الثقافة السياسية بأنها : مجمل الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاما ومعنى للعملية السياسية ، وتحكم تصرفات الأفراد داخل النظام السياسي.

وعرف سكران الثقافة السياسية بأنها : مجموعة من الاتجاهات والمشاعر، والأفكار والآراء والمعارف والمعلومات ، والأخلاقيات والقيم والمعتقدات، التي تنظم و تحدد وتوجه كافة الممارسات والإجراءات السياسية الرسمية وغير الرسمية، وتزويد الأفراد والجماعات والهيئات والمؤسسات بالقواعد والمعايير والأسس والقيم اللازمة لتنظيم وتوجيه وتحديد السلوك السياسي وصنع واتخاذ القرارات السياسية في المجتمع .

وترتبط التنشئة السياسية بالثقافة السياسية ارتباطاً عضويًا، فالأولى هي المحيط العام أو النسق الذي تتفاعل فيه التنشئة وتستمد منها مضمونها الاجتماعي والسياسي . أما الأخرى فهي جزء من الثقافة بمفهومها العام.

إن الثقافة السياسية هي الإطار الفكري و القيمي الذي تعمل من خلاله التنشئة السياسية وتسعى إلى إكسابه للأفراد الذين تمارس عليهم عملية التنشئة. (بدرية بنت صالح بن عبد الرحمان الميمان، 2008، ص : 29).

خلاصة الفصل :

من خلال ماسبق نستنتج أن عملية التنشئة السياسية هي عملية دائمة ومستمرة، يكتسب فيها الفرد جملة من السلوكيات والمعلومات التي تنمي لديه الثقافة السياسية، حيث ركزنا في دراستنا هاته على دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية للشباب لا سيما أن هاته الفئة أكثر إقبالا على إستعمال هاته الوسائل .



الفصل الرابع
الجانب الميداني

تمهيد :

نظرا للظروف الإستثنائية التي يمر بها العالم والجزائر على وجه الخصوص بسبب جائحة كورونا تعذر علينا القيام بالدراسة الميدانية والتواصل مع مفردات البحث لذلك اقتصرنا على إجراء دراسة تصويرية بناء على الدراسة الاستطلاعية .

1- مجالات الدراسة :**أولا / المجال المكاني :**

تم إجراء الدراسة الميدانية بمدينة الأغواط " هي إحدى الولايات الجزائرية الثمانية والخمسين تحمل الرقم (03) ضمن التقسيم الإداري للبلاد يحدها شمالا ولاية تيارت , غربا ولاية البيض، جنوبا ولاية غرداية وشرقا ولاية الجلفة، وعاصمة الولاية هي مدينة الأغواط. تتوسط بذلك منطقة الأطلس الصحراوي وبالتالي منطقة السهوب. تشتهر بالنخيل وبكرم أهلها كما أنها تعرف بتربية المواشي بحكم طابعها الرعوي والسهبي " .

(<https://ar.wikipedia.org/wiki>)

ثانيا / المجال البشري :

أجريت الدراسة الاستطلاعية على عينة من الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد بمدينة الأغواط وكان إختيارهم بطريقة قصدية من خلال التوجه إلى مقاهي الأنترنت وقد تم التحصل على 15 مبحوث.

ثالثا / المجال الزمني : تم إجراء الدراسة الإستطلاعية في الفترة الممتدة من 01 سبتمبر إلى 30 سبتمبر 2020.

2- منهج الدراسة :

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث " يقوم هذا المنهج على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها. ويشمل المنهج الوصفي أكثر من طريقة منها: طريقة المسح، وطريقة دراسة حالة

وتحتاج هذه الطرق إلى خبرة وجهد الباحث كما أنه ينبغي تفسير النتائج التي يتم الحصول عليها بكل عناية" (دليل الباحث، 2015-2016، 04)

3-أداة الدراسة : تم الاعتماد على الاستبيان الذي هو " أداة لجمع البيانات / المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إستمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها " (الدشلي، 2016، ص: 97).

حيث ضم إستبيان الدراسة 22 سؤال موزعين على 03 محاور، وقد شمل مجموعة من الأسئلة المفتوحة والمغلقة وكذا متعددة الإختيارات .

4-عينة الدراسة :

نظرا لكبر مجتمع الدراسة والمتمثل في عدد الشباب بمدينة الأغواط تم الاعتماد على عينة تتوفر فيها نفس شروط مجتمع الدراسة حيث تم الاستعانة بالعينة الغير إحتماالية والمتمثلة في العينة العرضية "يكون الإختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر من قبل الباحث، و حسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الإختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة "حيث تم التوصل خلال مدة الدراسة الى 15 شاب من مستخدمي الاعلام الجديد.(محمد الدر، 2017، ص315)

5- تحليل البيانات الميدانية للدراسة :

الجدول رقم (01) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	10	%66.67
أنثى	05	%33.33
المجموع	15	%100

يوضح الجدول أعلاه جنس المبحوثين، وجدنا أن هناك نسبة 66.67% ذكور ونسبة 33.33% إناث .

الجدول رقم (02) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
25 - 20	02	%13.33
31-26	09	%60
37-32	04	%26.67
المجموع	15	%100

من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه والمتعلقة بعرض سن مفردات العينة المدروسة والتي جعلناها في فئات عمرية فقد تبين أن نسبة 13.33% مجموع المبحوثين تتراوح أعمارهم بين (20 سنة و 25 سنة) ، وتأتي الفئة الثانية وهي الفئة التي تتراوح أعمار المبحوثين فيها (26 سنة و 31 سنة) حيث تقدر نسبتها 60% وهي الفئة الأكبر تلحقها الفئة العمرية الثالثة والتي بين 32 و 37 سنة وتقدر نسبة المنتسبين إليها من المبحوثين والتي هي الأخيرة.

الجدول رقم (03) : يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
20%	03	ثانوي
53.33%	08	جامعي
26.67%	04	مابعد التدرج
100%	15	المجموع

توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي حيث نلاحظ في المستوى للثانوي يمثل 20% تليها نسبة 53.33% بالنسبة للمستوى الجامعي ونلاحظ أنها أكبر نسبة للمبحوثين أما مابعد التدرج بنسبة 26.67%

الجدول رقم (04) يوضح مصدر إكتساب الثقافة السياسية حسب المبحوثين

النسبة	التكرار	المصدر
20%	03	التلفاز
13.33%	02	الإذاعة
6.67%	01	الجرائد
60%	09	الأنترنت
100%	15	المجموع

والذي يوضح المصدر الرئيسي لاكتساب الثقافة السياسية حيث جاءت نسبة 20% للتلفاز تليها الإذاعة بنسبة 13.33% بعدها الجرائد بنسبة 6.67% وتطغى الوسيلة الخيرة على المبحوثين وهي الأنترنت بنسبة 60% حيث يمكن القول ان الوسيلة المعتمدة للعينة في اکتساب الثقافة السياسية هي الأنترنت.

الجدول رقم (05) يوضح علاقة المدة التي يخصصها الشباب في اليوم لوسائل الإعلام الجديد بتنمية ثقافته السياسية

المجموع		من 4 ساعات فأكثر		من 1-3 ساعات		أقل من ساعة		المدة الثقافة السياسية
		%	ك	%	ك	%	ك	
46.67	07	66.67	04	40	02	25	01	جيدة
40	06	33.33	02	60	03	25	01	متوسطة
13.33	02	-	-	-	-	50	02	ضعيفة
100	15	100	06	100	05	100	04	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول التالي الذي يختص بالمدة التي يقضيها المبحوثين لتنمية الثقافة السياسية نبدا بنسبة 66.67 % وهي أكبر نسبة للعينة يقضون أكبر وقت من (4 ساعات فأكثر) بمستوى (جيد) بعدها نسبة 40% بمستوى (1-3 ساعات) ثم 25% بمستوى (أقل من ساعة) نأتي للمستوى المتوسط تكون نسبة 33.33% من أربعة ساعات فأكثر ثم 60% من (1-3 ساعات) غير ان التقدير الضعيف نسبته 50% من خلال هذا التحليل يمكن القول أن أكبر عدد من العينة يمضون أطول مدة زمنية للإعلام الجديد لاكتساب ثقافة سياسية .

الجدول رقم (06) : يوضح الإنتماء الحزبي للمبحوثين

النسبة	التكرار	الإحتمالات
26.67%	04	ينتمي
73.33%	11	لا ينتمي
100%	15	المجموع

والذي يوضح الانتماء الحزبي للمبحوثين حيث نسبة 26.67% فقط من ينتمون للاحزاب و 73.33% لاينمون للاحزاب .

الجدول رقم (07) : يوضح إمكانية مشاركة المبحوثين في الانتخابات الماضية

النسبة	التكرار	الإحتمالات
13.33%	02	إنتخب
86.67%	13	لم ينتخب
100%	15	المجموع

يوضح إمكانية مشاركة المبحوثين في الانتخابات الماضية جاءت نسبة 13.33% مارسوا الانتخاب ونسبة 86.67% لم يمارسوا الانتخابات .

6- نتائج الدراسة :

بعد إجراء الدراسة الميدانية الخاصة بموضوع (دور الاعلام الجديد في التنشئة السياسية لدى الشباب) وتفرغ بيانات الدراسة وتحليلها توصلنا إلى ما يلي :

- وجدنا أن هناك نسبة 60% من المبحوثين يفضلون إكتساب المعلومة السياسية من خلال الأنترنت ، وذلك راجع إلى التفتح لمعلوماتي للمجتمعات وكذا وتراجع مصداقية الاعلام القديم جعل من وسائل الإعلام الجديد المصدر الأولي والأبرز الذي يعتمد عليه الأفراد استقساء المعلومات السياسية.

- كما توصلنا إلى أن هناك نسبة 46.67% من المبحوثين يصرحون بأن ثقافتهم السياسية جيدة، أغلبهم من يستعمل وسائل الإعلام الجديد من 4 ساعات فأكثر في اليوم .

• ومنه نرى أن الإعلام الجديد ساهم بدرجة كبيرة في التنشئة السياسية للشباب من خلال إكتساب الثقافة السياسية خاصة من خلال مواقع التواصل الإجتماعي .

- كما وجدنا أن هناك نسبة 73.33 % أجابوا بأنهم لا ينتمون لأي حزب .

- كما وجدنا أيضا أن هناك نسبة 86.67 % من المبحوثين لم ينتخبوا في الانتخابات الماضية .

- وبهذا نخرج بنتيجة مفادها أن اعتماد الشباب الجزائري على الانترنت باعتبارها وسيلة اعلامية غير مقيدة أحيانا بسقف من الحرية ولا تخضع في الغالب لسلطة الحكومة ويصعب عليها مراقبتها، الأمر الذي جعل منها منبر للتيارات المعارضة التي تعتمد عليها كوسيلة رئيسية لمخاطبة جمهور الإعلام الجديد الذي يستهوي فئة الشباب.

• على الرغم من أن للإعلام الجديد دور في تنمية الثقافة السياسية لدى الشباب إلا أننا لاحظنا أنه ساهم في تشكيل ثقافة العزوف لدى أغلبهم

خاتمة

خاتمة:

الحمد لله رب العالمين حمد الشاكرين لآلائه ونعمه الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

مع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية التكيف مع المتغيرات التي فرضتها وسائل الإعلام الحديثة "الإعلام الجديد".

ومنه نطرح بعض التوصيات:

- ضرورة الاستفادة من وسائل الإعلام الحديثة توعية الشباب سياسياً.
- التكنولوجيا سلاح ذو حدين فيجب الانتباه إلى أهمية توعية الشباب حتى لا ينجر وراء التسلية وتضييع الوقت في الحديث مع الأصدقاء والأقارب في المواقع الاجتماعية ستكون مفيدة بشكل أكبر إذا تم استخدامها بشكل سليم وقد تتحول إلى عدو يضيع الشباب ويهدم المجتمعات إذا أسأنا استخدامها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا / الكتب :

- 1- ابن منظور (ب ت)، لسان العرب ، طبعة 2، المجلد 1، دار صادر، بيروت.
- 2- أحمد الشورى أبو زيد (2015) الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية، مكتبة الإسكندرية ، وحدة الدراسات المستقبلية ، مصر .
- 3- إسماعيل إبراهيم (ب ت)، الإعلام المعاصر ، وسائله ، مهارته ، تأثيراته ، أخلاقياته ، وزارة الثقافة
- 4- باسل عبد المحسن القاضي (2017)، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة ، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك .
- 5- بشير البرغوثي، يعقوب البهبهاني (2004)، النظام الإعلامي الجديد ، ط 2 ، دار رؤى للنشر والتوزيع ، عمان .
- 6- دليل الباحث في كتابة البحث وشكله - الخطة والبحث النهائي - (2015-2016)، لبنان ،إصدار رقم 2، جامعة الجنان ، شؤون التطوير ، طرابلس.
- 7- عبد الرزاق دليمي (2015)، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط 1، عمان .
- 8- عبد الهادي الجوهري (2000) ، أصول علم الاجتماع السياسي، ط 2 ، المكتبة الجامعية ، مصر، الإسكندرية.
- 9- علي عبد الفتاح كنعان (2014)، الإعلام والمجتمع ، دار البازوري العلمية ، الأردن.
- 10- فريدة قصري (ب ت)، التنشئة السياسية، بحوث ودراسات ، ب ب .
- 11- كمال الدشلي (2016) ، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حماة ، كلية الإقتصاد، سوريا.
- 12- محمد عبد الحميد (2004)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، الطبعة 03، عالم الكتب ، القاهرة.

13- محمد لبيب النجيجي (1981) ، الأسس الاجتماعية للتربية ، دار النهضة العربية، بيروت.

14- محمود الفطافطة (ب ت)، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجا ،المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ، فلسطين .

ثانيا / الرسائل الجامعية :

15- أيمن شاهين (2010)، الثقافة السياسية وإنعكاسها على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، مذكرة ماجستير تخصص العلوم السياسية، برنامج ماجستير العلوم السياسية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين .

16- بدرية بنت صالح بن عبد الرحمان الميمان (2008)، دور الأم المسلمة في التنشئة السياسية للابناء في ضوء متغيرات العصر، أطروحة دكتوراه في الفلسفة في التربية، تخصص تربية إسلامية، كلية التربية والعلوم الإنسانية، قسم أصول التربية، جامعة طيبة، السعودية.

17- صبيحة صاحبي (2017-2018) ، إتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكرة ماستر، تخصص إتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.

18- كريمة حوامد (2008) ، دور الجامعة في التنشئة السياسية لطلبة السنة الأولى والثانية علوم سياسية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، كلية الحقوق، قسم العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.

19- كوثر وناس (2014-2015)، دور التنشئة السياسية في ترسيخ الحكم الرشيد، مذكرة
ماجستير في العلوم السياسية، تخصص سياسات عامة مقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية،
قسم العلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر.

ثالثا / المجلات العلمية :

20- بدر الدين بلمولاي (2017) ، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة
السياسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح
ورقلة، الجزائر.

21- علي مصباح محمد الوحيشي (2015) ، دور الإعلام الجديد في التنشئة
السياسية، دعم ثقافة المواطنة، ترسيخ الثقافة الدستورية، مجلة علوم الإنسان
والمجتمع، جامعة محمد خيدر بسكرة، العدد 16، الجزائر.

22- محمد در (ب ت ي)، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة
للدراستات التربوية والنفسية ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، العدد 9، الجزائر.

23- محمد علاوة (2017) الإعلام الجديد المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه
عن الإعلام التقليدي، وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،
المجلد الأول، العدد الأول والثاني، جامعة العربي تبسي، تبسة، الجزائر .

رابعا / مواقع الأنترنت :

24- <https://ar.wikipedia.org/wiki>

الملاحق

ملحق (01) : إستبيان الدراسة
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإجتماعية
قسم علم الإجتماع والديموغرافيا
تخصص علم الإجتماع الإتصال



في إطار التحضير لإنجاز مذكرة ماستر تخصص علم الإجتماع الإتصال نضع أمامكم هذا الإستبيان
المتعلق بموضوع :

دور الإعلام الجديد في التننشة السياسية لدى الشباب

دراسة إستطلاعية على عينة من الشباب بمدينة الاغواط

نرجو منكم الإجابة على هاته الأسئلة مساهمة منكم في تشجيع البحث العلمي .

ملاحظة :

نملأ هذا الإستبيان يرجى الإجابة على هذه الأسئلة بوضع علامة (x) في المكان المناسب ، والإجابة

على الأسئلة التي تستدعي تعليق .

وشكرا

تحت إشراف الدكتور :

تهامي محمد

من إعداد الطالب :

رماش عبد الله

السنة الجامعية : 2020/2019

أولاً / محور البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن : سنة
- 3- المستوى التعليمي : ابتدائي ثانوي جامعي ما بعد التدرج
- 4- الحالة المهنية : عامل بطل
- 5- الحالة الإجتماعية : أعزب متزوج ارمل مطلق

ثانياً / محور خاص بالإعلام الجديد والثقافة السياسية

- 6- ماهي الوسائل الإلكترونية الأكثر إستعمالاً من قبلكم في تصفح المواضيع السياسية : الهاتف
الحاسوب اللوح الإلكتروني أخرى
- 7- كم هي المدة التي تخصصها لإستعمال وسائل الاعلام الجديد في اليوم ؟ أقل من ساعة
من 1 - 3 ساعات 4 ساعات فأكثر
- 8- هل تعتمد على وسائل الإعلام الجديدة في استقاء المعلومات السياسية ؟ نعم لا
- 9- ماهي أكثر المواقع التي تستعملها في إستقاء معلوماتك السياسية ؟.....
.....
- 10- ماهي أهم مصادر إكتسابك للثقافة السياسية :
التلفاز الإذاعة الجرائد الأتترنت
- 11- هل يمكن أن تؤدي وسائل الإعلام الحديثة إلى توجيه الرؤى السياسية لديك ؟ نعم لا
- 12- هل تهتم بتتبع الصفحات والمواضيع الخاصة بالسياسة على مواقع التواصل الإجتماعي :
نعم لا
- 13- ماهو تقييمك لثقافتك السياسية : جيدة متوسطة ضعيفة

ثالثاً / محور خاص بالعزوف السياسي :

14- هل تمتلك بطاقة إنتخاب : نعم لا

15- في حالة الإجابة ب لا لماذا ؟

.....
.....

16 - هل لديك إنتماء حزبي : نعم لا

17- في حالة الإجابة بنعم كم هي سنوات إنخراطك ؟

18- هل ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في دافعية للمشاركة في الانتخابات ؟

نعم لا أحيانا

19 - هل شاركت في الإستحقاقات الإنتخابية الماضية : نعم لا

20- في كلا الحالتين لماذا ؟

.....
.....

21- ماهو موقفك من السلطة الحالية : مؤيد معارض محايد

22- ماهو موقفك من الحراك الشعبي ؟

.....
.....