

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي
ميدان: العلوم الإنسانية و الإجتماعية
فرع: العلوم الإنسانية
التخصص: الإتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة
من إعداد الطالب: وليد حلّيمي

بعنوان

الممارسات السياسية للأحزاب الجزائرية عبر الوسائط الرقمية

- دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية في جامعة قاصدي مرباح ورقلة -

- في زمن الكورونا -

نوقشت وأجيزت بتاريخ:

2020 / 06 / 22

نوقشت أمام اللجنة المكونة من :

د : كاوجة محمد الصغير	. أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
د : قندوز عبد القادر	. أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا
د : غوتي زباني	. أستاذ محاضر	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وهدانا إلى هذا العمل وأكرمنا بالتقوى

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

الوالدين الكريمين أطال الله بعمرهما

الإخوة الأربعة كل باسمه

الجد والجدتين حفظهم الله وكل العائلة الكريمة

روح جدي وخالي محمد الطاهرتين رحمهما الله

كل من علمني حرفا

كل الأحابب والأصدقاء

إلى

كل محب للعلم أهدي هذا العمل

* شكر وتقدير *

﴿ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في

عبادك الصالحين﴾ سورة النمل الآية 19

أولاً أحمد الله و أشكره على نعمته التي أنعمها عليا وتوفيقه لي لإتمام هذا البحث المتواضع.

ثم أتوجه بجزيل الشكر و التقدير و الإحترام إلى:

الأستاذ الدكتور " قندوز عبد القادر " الذي رافقني في إنجاز هذا البحث و أنار لي طريق البحث العلمي

والذي كان صابراً معي على توجيهه و نصائحه القيمة

أعضاء لجنة المناقشة كل باسمه لقبولهم مناقشة هذا البحث المتواضع، فلكم مني أسمى عبارات التقدير و

الإحترام أساتذتي.

عميد كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، وكذا رئيس القسم، وكل الطاقم التدريسي و الطاقم الإداري

بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية.

كل الأساتذة الذين قاموا بتدريسي طوال مسار الدراسي

وكذا كل الأصدقاء و الزملاء الذين ساعدوني من قريب أو من بعيد.

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى إعتتماد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية.

ويتضمن مجتمع بحثنا كل الشباب الجزائري أما المجتمع المتاح فهم طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية في جامعة قاصدي مرباح ورقلة القطب الجامعي رقم 03، و المتكونة من 40 فردا من مختلف أطوار طلبة الإعلام و الإتصال في كلية العلوم الإنسانية بالجامعة لجمع البيانات، حيث واجهتنا بعض الصعوبات في الجانب الميداني و التطبيقي للدراسة ، الذي تزامن مع ظهور فيروس كورونا و إنتشاره السريع في العالم خاصة أثناء التواصل مع أفراد العينة بسبب إجراءات الحجر الصحي، الأمر الذي أدى بنا إلى تقليل عدد مفردات العينة إلى 40 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن الوسائط الرقمية تعتبر مصدرا مهما من مصادر إستقاء الأخبار للشباب الجزائري ، حيث أن معظم الأفراد يعتمدون عليها إعتمادا مباشرا و بصفة مستمرة في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية بشتى أنواعها.

- من خلال الدراسة إتضح لنا تراجع دور وسائل الإعلام و الإتصال التقليدية في مجال توفير الأخبار كالصحف المكتوبة على عكس الوسائل المرئية و السمعية أو الوسائط الرقمية.

- كشفت كذلك الدراسة أن المعلومات والأخبار السياسية الواردة ضمن صفحات الوسائط الرقمية تساعد الشباب على معرفة ما يجري في محيطهم المباشر أو غير المباشر ، و ذلك من خلال عديد الوسائط التي تنقل المعلومات والأخبار السياسية لحظة وقوعها مستفيدة من عامل السرعة و الأنية و الوصول إلى أكبر قدر ممكن من الأفراد و هي إحدى ميزات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال.

Study summary:

I aimed this is studying to me knowledge bezel approval young the algerian on electronic media at get on political information and news.

And community my research all young the algerian as for the society available understanding college students sciences humanity and social at university kassadi merbah ouargla university polenumber 03 ‘ and the formed fro 40 person from different sections students media and communication in college sciences humanity at university to collect data.

And concluded studying to the results next:

-Electronic media source important from sources get news for young people the algerian ‘where that most individuals they depend on them direct credit constantly getting political information and newsall types.

-From studying it turns out to me retreat the role of traditional media and communication in provide news like written newspapers reverse means visual and audio or electronic media.

- Revealed the study is that political information and news on electronic media pages help young people for knowing what is going on in their surroundings during many from the media which transfer political information and news the moment it happens benefiting from the speed factor and the connection to greater of individuals it is one of the advantages of information and communication technology.

فهرس المحتوايات

	مقدمة
الجانب المنهجي: إشكالية الدراسة و مدخلها النظري و إجراءاتها المنهجية	
أولاً: إشكالية الدراسة	
6	(1) تحديد المشكلة
9	(2) تساؤلات الدراسة
9	(3) أهمية الدراسة
10	(4) أهداف الدراسة
10	(5) أسباب إختيار الموضوع
12	(6) تحديد المفاهيم
ثانياً: المدخل النظري	
15	(1) مفهوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
16	(2) محتوى نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
16	(3) فرضيات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
17	(4) علاقة نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة
ثالثاً: الإجراءات المنهجية	
19	(1) نوع الدراسة ومنهجها
20	(2) مجتمع البحث و عينة الدراسة
21	(3) أدوات جمع البيانات
23	(4) مجال الدراسة
24	(5) الدراسات السابقة
الجانب التطبيقي	

أولاً: تحليل البيانات الميدانية	
37	(1) المحور الأول: البيانات الشخصية
40	(2) المحور الثاني: مدى إستخدام الشباب الجزائري للوسائط الرقمية
51	(3) المحور الثالث: إعتماد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية
	ثانياً: نتائج الدراسة
	خاتمة
قائمة المصادر و المراجع	

فهرس الجداول والأشكال

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول و الشكل
37	يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس	1
38	يوضح توزيع المبحوثين حسب السن	2
39	يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى و التخصص	3
40	يوضح توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم للإنترنت	4
41	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على الغرض من إستخدام الإنترنت	5
42	يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد مرات إستخدام الوسائط الرقمية	6
43	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على أهم الوسائط الرقمية التي يستخدمونها	7
45	يوضح توزيع المبحوثين تبعا للمدة المنقضية خلال إستخدامهم للوسائط الرقمية يوميا	8
46	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على الدور الحقيقي الذي تمثله الوسائط الرقمية بالنسبة لهم	9
47	يوضح توزيع المبحوثين تبعا للأسباب المتعددة التي تدفعهم لإستخدام الوسائط الرقمية	10
49	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إشباع رغبتهم من خلال الوسائط الرقمية	11
50	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إكتفائهم بالوسائط الرقمية عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى	12

13	يوضح توزيع المبحوثين حول ماهية المعلومات و الأخبار السياسية التي يبحثون عنها	51
14	يوضح توزيع المبحوثين حول أهم المصادر و الوسائل التي يستقون منها المعلومات و الأخبار السياسية	53
15	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة الوسائط الرقمية في تزويدهم بالمعلومات و الأخبار السياسية	54
16	يوضح توزيع المبحوثين حول نوعية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتابعونها عبر الوسائط الرقمية	56
17	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إعتمادهم المباشر على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية	57
18	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مصداقية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتحصلون عليها من خلال الوسائط الرقمية	59
19	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى تفاعلهم مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية	60
20	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى تواصلهم مع المعلومات و الأخبار المذاعة عبر الوسائط الرقمية	62
21	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساعدة المعلومات و الأخبار السياسية المستقاة من الوسائط الرقمية لهم على معرفة مايجري حولهم من أحداث سياسية	63
22	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة تكنولوجيات الإعلام و الإتصال عبر الوسائط الرقمية في تسهيل عملية إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية بمختلف أنواعها	65
23	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على إطلاعهم على المعلومات و الأخبار السياسية من خلال مواقعها المباشرة أو عبر الوسائط الرقمية	66

24	يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إستفادتهم من الوسائط الرقمية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية	67
25	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على كيفية تعاملهم مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية	69
26	يوضح توزيع المبحوثين بناءا على كيفية تلقيهم المعلومات و الأخبار السياسية عبر الوسائط الرقمية نظرا لكم الهائل و السريع لعرضها	70

مقدمة

مقدمة:

سايرت التكنولوجيا تطور المجتمعات منذ الأزل و لازمت تطور الإنسان على المستوى الفردي والجمعي ، وكانت أساليب التطور مرتبطة أشد الارتباط بأساليب التواصل الإنساني بشتى أنواعه الذي إرتقى بعلاقة الإنسان بمحيطه، و تعددت وسائط الإتصال و تطورت بتطور التكنولوجيا التي أحدثت ثورات في عالم الإتصال، وكانت النقلة النوعية التي شهدتها العالم إبان القرن الماضي وخصوصا بعد إبتكار شبكة الأنترنت وإنتشارها في أنحاء المعمورة ميلادا لنهج جديد من التواصل ميزته السرعة في نقل المعلومة لحظة ميلادها وأتاحت سبلا جديدة بين المجتمعات أذابت الحدود الفاصلة بينها وأحدثت تقاربا مميذا في التعارف وتبادل الخبرات على جميع الأصعدة، ونتيجة لتطور شبكة الأنترنت أعقبت من خلالها تيسير إستخدامها أمام جميع الأفراد و التصفح و الإستفادة من مضامينها، وكان لظهور المواقع الإلكترونية و محركات البحث وصفحات الدردشة و المحادثة أهمية كبيرة في إستقاء المعارف و الأخبار بكافة أنواعها لحظة وقوعها، بل و تغيرت مفاهيم التعامل مع الخبر نتيجة إستفادته من مميزات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في ظل السرعة الرهيبة وإمكانية التشارك و التفاعل معه وكذا إتاحة الفرص للتعبير والنقاش حول المضامين التي تبث عبر شبكة الأنترنت، و تسويقها والإعلان عنها ، وأضحى المعلومة سلعة متداولة بين جمهور المتصفحين حول العالم.

وفي خضم التطور عبر شبكة الأنترنت ظهرت وسائط أخرى أكثر تخصصا أبتكرت نتيجة للإهتمام المتزايد بإستخدام محركات البحث و صفحات الويب و مواقع الدردشة و خيارات التسويق و الإعلان وكذا الصحف الإلكترونية والمدونات و بوابات التي أتاحت لجميع الأفراد الفرصة في نقل معارفهم و تجاربهم على إختلاف مستوياتهم، باحثين أو سياسيين ، طلبة أو مخترعين، لتمحى من خلالها جميع الفوارق الجغرافية و تكون وسيلة إتصالية للتأثير في جل الأحداث اليومية ضمن محيط لا رقيب فيه حتى غدت في وقتنا الحالي و ضمن الأوضاع

العالمية السائدة أداة للتأثير السياسي بأتم معنى الكلمة وإحدى أهم عوامل التغيير السياسي و الاجتماعي نظرا لما تتيحه من سبل حديثة للتواصل وقفت أمامها وسائل الإتصال التقليدية موقف العاجز.

وكان لظهور الفضاءات الافتراضية على إختلاف مواقعها كالفيسبوك ، تويتر ، يوتيوب و غيرها فرصة جديدة لتبادل الصور و مقاطع الفيديو و إجراء المحادثات المباشرة ، مما أتاح للشباب التفاعل مع ما تنتجه هاته الفضاءات بإعتباره أهم فئة مستهدفة حسب الإحصاءات العالمية التي قدرت إستخدام الشباب الشهري للوسائط الرقمية ب 1.6 مليار شخص لموقع الفيسبوك وحده و ب 01 مليار شخص لموقع اليوتيوب هاته المواقع التي لم تكتفي بتوفير خيارات المحادثة و الدردشة و عرض الصور و السير الشخصية بل إلى تغطية الأخبار عبر العالم وأضحت وسائل الإعلام مجبرة على الإعتماد عليها لمسايرة التكنولوجيا والتماشي مع خيارات الشباب في إستقاء مختلف المعلومات و الأخبار عبر هاته الوسائط .

ومع تنوع مضامين الفضاءات الافتراضية التي أصبحت تعنى مباشرة بواقع الشباب و نقل إهتماماتهم و مشاكلهم و قصصهم بالإضافة إلى بث الأخبار ذات الصلة بالأوضاع السياسية والأمنية على الصعيد العالمي ، وكذلك نشر أخبار المشاهير من الفنانين و الأدباء و العلماء ورجال الدين و نقل يومياتهم ومن جهة أخرى بروز الصفحات المتخصصة للصحافة المحلية وصحافة المواطن و أضحى الإعلام على الوسائط الرقمية ميدانا جديدا بالنسبة إلى عدد المقبلين على هاته الوسائط و المرتادين ممن يبحثون عن المعلومة و الخبر الطازج والمصور تماشيا مع تطور الوسائل التكنولوجية الحديثة كالهواتف النقالة الحديثة و الأجيال الحديثة للحواسيب واللوحات الإلكترونية فائقة الذكاء.

ومن هذا المنطلق تأتي هاته الدراسة لتبيان مدى إعتماد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية بتناول موقع الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب كنماذج للدراسة و البحث

والتحليل ، وهي حسب الباحثين في ميدان الإعلام و الإتصال ميادين جديدة جدية بالبحث نظرا لإفتقار المكتبات بمثل هاته المواضيع الحديثة نسبيا.

وبناء على هذا الإختيار قمنا بتقسيم دراستنا إلى جانب منهجي و جانب تطبيقي جاءت كالتالي:

الجانب المنهجي: يتضمن إشكالية الدراسة و مدخلها النظري و الإجراءات المنهجية المتبعة في ذلك وخطوات الدراسة.

الجانب التطبيقي: يتضمن الدراسة الميدانية لعينة قصدية من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية في جامعة قاصدي مرباح ورقلة القطب الجامعي رقم 03.

الجانِب المنهجي

الإشكالية:

أحدثت التطورات التكنولوجية نقلة نوعية و ثورة في عالم الإتصال، حيث ساعدت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الرقمية على ربط التواصل بين الشعوب بمختلف تواجدها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية و السياسية، إذ يشهد عالمنا المعاصر تحولات كبيرة في تكنولوجيا الإتصال صاحبه الإنتشار الواسع للإنترنت في كافة أرجاء المعمورة، حيث مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب و التعارف و تبادل الآراء و الأفكار والرغبات.¹

فتطورت شبكات الإتصال العالمي عبر الأنترنت و ظهر بما يسمى الوسائط الرقمية و تطبيقاتها المساعدة كالفايسبوك، التويتر، اللينكد إن، اليوتيوب، فليكر، وبرامج مثل سكيب وخدمة (أر أس أس) وغيرها، والتي مكنت مئات الملايين من النشر و التواصل مع بعضهم البعض وقت مايشاؤون ومن أي مكان في العالم. بل نجحت الوسائط الرقمية بفعل ماعجز عنه شيء آخر،² و هو جمع الناس على إختلاف لغاتهم و ثقافتهم وعقائدهم في بوتقة التواصل عبر الشبكات الإجتماعية، إذ كان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والإجتماعي و خاصة المجال السياسي، ففي ظل التعددية الحزبية وكثرة الجماهير و صعوبة توجيه الناخبين لمرشح أو برنامج سياسي معين، أدركت العديد من الأحزاب السياسية ضرورة الإستعانة بالفضاءات الافتراضية حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الإجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن

¹ - أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجا"، مجلة الآداب و العلوم الإجتماعية، (د ع)، المملكة العربية السعودية، 2015، ص 397.

² - مشري مرسى، شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنان، جانفي، 2012، ص 157.

طريق إبداء آرائه و توجهاته،¹ و مختلف الممارسات كعملية الإستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك الفضاءات، حيث نجدها تلعب دورا كبيرا في الحراك الجماهيري و التفاعل مع الأحداث فهي تتمتع بالسرعة في نقل الأخبار و الأحداث و تحريك الرأي العام خاصة في المجالات السياسية، وهذا ما يظهر من خلال الممارسات السياسية التي يقوم بإعدادها و تنفيذها الأحزاب السياسية في أوقات دورية بإستخدامهم لكافة الإمكانيات و الوسائل الإعلامية المتاحة خاصة في فترة الإنتخابات من أجل حث الجماهير الناجبة و إقناعهم بتأييد مترشحهم بهدف تحقيق الفوز في الإنتخاب و الحصول على أكبر عدد ممكن من الأصوات.

وقد لفت المتخصصين في الوسائط الرقمية إلى أن السياسين و اثقون بأهمية هذه الوسائط في الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير، وذكر المتخصصين في هذا المجال أن إستخدام الإعلام الجديد يعد إضافة جديدة تحسب للأحزاب السياسية و تعكس رغبتها في خدمة المجتمع مضيئة أيضا إلى أنه بعد ما كانت وسائل الإعلام التقليدية من (إذاعة و صحف و فضائيات) إلى جانب إعلانات الطرق من أبرز الوسائل المستعملة في أبرز الممارسات السياسية لإقناع الجماهير بها، تغير الواقع في الأونة الأخيرة في ظل الطفرة التكنولوجية و تغير معه مكان هذه الممارسات، فأصبحت الفضاءات الافتراضية المكان الأبرز للدعاية السياسية.²

و يتم العمل بالوسائط الرقمية من خلال وضع صفحة شخصية و تحديد هوية الشخص، ويتم التعارف

¹ - سليمة راجي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر بين وسائط الإتصال الجديدة و أنماط

التبليغ التقليدية ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الإجتماعي ، بسكرة ، 9 سبتمبر 2012.

² - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي و أبعادها: التقنية الاقتصادية، الدينية، السياسية على الوطن العربي و العالم، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2013، ص 8، ص9، ص 10.

والتواصل مع جميع المشتركين لنقل المعارف و الأخبار و تكوين الرؤى دون قيود أو حدود، و هكذا يمكن القول أن هذه الوسائط أحدثت ظفرة نوعية ليس فقط في مجال الإتصال بين الأفراد و الجماعات بل في نتائج و تأثير هذا الإتصال.¹

و أصبحت الوسائط الرقمية اليوم تلقى منافسة شديدة من طرف وسائل الإعلام التقليدية في نشر الأخبار و تشكيل الرأي العام حول القضايا التي تثير الجدل و النقاش في المجتمع بإعتبارها اليوم واجهة إعلامية يطلع من خلالها الرأي العام على مستجدات الأحداث و المجرّيات، ومتابعة تطورات القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية سواء على الصعيد المحلي الوطني أو العالمي، فالنقل الأني للأحداث أصبح واقعا ملموسا بفضل تكنولوجيا وسائل الإعلام و الإتصال الحديثة، لكن هذا لم يمنع وسائل الإعلام التقليدية من قول كلمتها أو التنحي من الفضاء الإعلامي مما توجب عليها في خضم التطورات التكنولوجية السريعة أن تتأقلم، وتجد لنفسها طريقة إعلامية تميزها، وتسمح لها بالبقاء و مسايرة الإيقاع الإعلامي الجديد خاصة في المجال السياسي، ومن بين أهم الممارسات السياسية : الإنتخابات، التنشئة السياسية، التعبئة السياسية، التجنيد السياسي، حيث قامت العديد من الأحزاب السياسية بالإستعانة بالوسائط الرقمية من خلال نشر أيديولوجياتهم وأفكارهم وبرامجهم السياسية بهدف إقناع الجماهير بها و بالتالي جمع أكبر عدد ممكن من التأييد و الأصوات للحزب.²

¹ - موسى جواد الموسوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام، ط1 ، بغداد، 2011، ص 47.

² - صفوت العالم، الدعاية الإنتخابية ، الموسوعة السياسية للشباب، ج12، نهضة مصر للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، (د ب)، 2017، ص28 ، ص29.

و لمعرفة مضمون صفحات الأحزاب السياسية على الوسائط الرقمية، جاءت دراستنا للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

كيف إعتمدت الأحزاب السياسية الجزائرية على الوسائط الرقمية في تشكيل و نشر الوعي السياسي لدى مؤيديها؟

تساؤلات الدراسة:

1- ماهو أثر إستخدام الوسائط الرقمية في تشكيل الصورة الذهنية و نشر الوعي السياسي لدى الجماهير السياسية؟

2- هل يختلف إدراك القيم السياسية وفق متغير الجنس؟

3- إلى أي مدى يمكن للوسائط الرقمية أن تساهم في تكوين الوعي السياسي؟

4- هل تزود الوسائط الرقمية الجماهير السياسية بإشباعات سياسية؟ وكيف ذلك؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول وسائل مهمة من وسائل الإتصال الحديثة و التي تتمثل في الوسائط الرقمية ، التي أثارت جدلا واسعا بين المهتمين و صناع القرار، حول قدرتها على التأثير في مختلف المجالات خاصة المجال السياسي، حيث أدركت الأحزاب السياسية ضرورة الإعتماد على هذه الوسائط في تيسير أنشطتها السياسية، كما تكمن أهمية دراستنا في إعطاء بعد آخر للوسائط الرقمية كوسيلة لا تختص بالإتصال فقط، وإنما تتجاوزه لأبعاد سياسية.

أهداف الدراسة:

- 1- معرفة المضامين الإعلامية التي تركزت عليها الأحزاب السياسية في صفحاتها على الوسائط الرقمية.
- 2- معرفة الأدوات الفنية التي أستخدمت في صفحات الأحزاب السياسية على الوسائط الرقمية.
- 3- معرفة الأساليب الإقناعية التي إعتمدت عليها الأحزاب السياسية لعرض مضامينها الإعلامية في صفحاتها عبر الوسائط الرقمية.
- 4- معرفة إختلافات القيم السياسية من شخص لأخر بالنسبة لمستخدمي الوسائط الرقمية.
- 5- إفساح المجال لإهتمام متزايد بموضوع إستخدام الوسائط الرقمية و دراسة أثارها على القيم السياسية، من خلال طرح هذا الموضوع على متخذي القرار في المجال السياسي.
- 6- الإستفادة من نتائج هذه الدراسة، و فتح الطريق أمام إجراء دراسات أخرى في بيئات مشابهة للبيئة الجزائرية.
- 7- توجيه أنظار الباحثين و متخذي القرار في المجال السياسي لأهمية الإستعانة بالوسائط الرقمية في الممارسات السياسية في عصر تسوده اللغة الرقمية و البصرية.

أسباب إختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- 1- محاولة التعرف على أهمية الوسائط الرقمية في الممارسات السياسية.
- 2- الرغبة في معرفة مدى تأثير إستخدام الوسائط الرقمية على القيم السياسية لدى الجماهير السياسية.

3- محاولة معرفة محتوى و أثر منشورات الأحزاب السياسية الجزائرية على صفحاتها عبر الوسائط الرقمية التي تسعى لنشر الوعي السياسي لدى جماهيرها.

4- التعمق و إستكمال البحوث العلمية خاصة فيما يرتبط بهذا الموضوع من تأثيرات على المستوى السياسي لدى الجماهير السياسية و مدى إعتقاد هذه الجماهير على الوسائط الرقمية للحصول على الأخبار و المعلومات السياسية اللازمة عن الأحزاب المنخرطين فيها.

أسباب موضوعية:

- 1- المساهمة في التراكم المعرفي العلمي حول الموضوع.
- 2- الإنتشار الكبير لمستخدمي الوسائط الرقمية و تعدد إهتماماتهم خاصة السياسية منها الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي البحث و الدراسة.
- 3- تزايد إهمال القضايا السياسية و الحاجة إليها في شتى مناحي الحياة في ظل ظاهرة العولمة التي تسعى لطمس الهوية الوطنية.
- 4- تزايد الحديث حول المواضيع السياسية إذ أصبح بإمكان كل مستخدم للوسائط الرقمية نشر معلومة سياسية على هذه الوسائط دون التأكد من صحتها و مصدرها.
- 5- يعتبر موضوع الدراسة حيوي و حديث إلى قلة جانب الدراسات العربية و الجزائرية التي تدرس تأثير الوسائط الرقمية في الممارسات السياسية.
- 6- إنتشار إستخدام الوسائط الرقمية بشكل كبير بين مختلف الفئات في العالم و بالأخص في الجزائر.

تحديد المفاهيم:

1- مفهوم الممارسة السياسية:

" هي العملية الدعائية المنظمة و المستمرة و المخططة بعناية فائقة من المترشح السياسي نفسه، أو الحزب أو الكيان السياسي بإستخدام كافة إمكانات وسائل الإعلام المتاحة و الأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة (كالبيان، البرنامج الإنتخابي) إلى الجمهور".¹

" ويقصد بالممارسة السياسية أيضا كافة أشكال الأعمال و الأنشطة و الأساليب المستخدمة من جانب الأحزاب السياسية من أجل التأثير على الجماهير السياسية و كسبهم".²

التعريف الإجرائي:

" الممارسة السياسية هي وسيلة إتصالية سياسية، يتم نشرها عبر وسائل الإعلام و الإتصال المختلفة، وبالأخص على مواقع التواصل الإجتماعي من قبل الأحزاب السياسية لإيصال رسائل معينة (برامج، إيديولوجيات) قصد جمع أكبر عدد من المنخرطين للحزب".

2- مفهوم الوسائط الرقمية:

تعريف مهدي الحوساني:

هي مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني (للويب20) و يطلق عليها أيضا مصطلح مواقع التواصل

¹ - محمد منير حجاب، إدارة الحملات الإنتخابية طريقك للفوز في الإنتخابات، دار الفجر للنشر و التوزيع، (د ط)، القاهرة، 2007، ص 16.

² - يحي السيد الصباحي، النظام الرئاسي و الخلافة الإسلامية، دار الفكر العربي، (د ط)، القاهرة، (د س)، ص 69.

الإجتماعي وسميت إجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أي أشخاص لديهم إهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت و التعرف على مزيد من المواقع و المجالات التي تهتمه ، وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه و أصدقاء أصدقائه.¹

تعريف راضي:

" هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح فيها لمستخدمها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية".²

" تعرف أيضا على أنها المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الأنترنت خدمات لمستخدميها و تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين توفر وسيلة إتصال مع معارف منشيء الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام ، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الأنترنت".³

"و تعرف كذلك على أنها خدمات عبر شبكة الأنترنت و التي تتمثل في الملفات الشخصية، الأصدقاء ، وهم الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص و يضيفهم إلى قائمة الأصدقاء، كذلك إرسال الرسائل، الألبومات ، الصور، المجموعات، الصفحات".⁴

¹ - جبريل بن حسن العريشي، سلمى برت عبد الحمن محمد الدوسري، نقلا عن مهدي الحوساني، راضي، الشبكات الإجتماعية و القيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، ط1، (د ب)، 2015، ص 21.

² - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكة الإجتماعية، دار النفائس للنشر، ط1، عمان، 2013، ص24.

³ - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكة الإجتماعية، مرجع سابق ذكره، ص 25.

⁴ - زاهر راضي، إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، عمان، 2003، ص 23.

" كما تعرف أيضا على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة و البريد الإلكتروني والفيديو والبريد الخطي و الصوتي و المرئي، ومشاركتها مع الآخرين ".¹

" ويعرفها آخرون بأنها شبكات إجتماعية تتيح عملية تفاعلية تواصلية لمستخدميها بحيث توفر لهم الولوج إليها في أي وقت يشاؤون و في أي مكان من العالم ، ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات قليلة و قامت بتشكيل مفهوم جديد كليا للتواصل و التفاعل بين الأفراد خاصة و الشعوب عامة ، وتعمل على تعزيز العلاقات الإجتماعية و تطويرها و أبرزها شبكات التواصل الإجتماعي و هي: الفيسبوك، تويتر و اليوتيوب ".²

التعريف الإجرائي:

" هي مواقع إلكترونية موجودة على شبكة الأنترنت ، تتيح للأحزاب السياسية إنشاء صفحة شخصية معروضة لجمهور السياسين ضمن مواقع و تطبيقات ، وذلك من أجل التعريف ببرامجهم السياسية و الترويج لها قصد الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير السياسية و الحصول على تأييدهم ".³

ثانيا: المدخل النظري للدراسة:

يتم تحديد إطار البيانات المطلوبة من خلال المداخل النظرية لإتجاه الدراسة و كذا النتائج المحققة

¹ - Alain degenne et mihel forse، **les reseaux socaux une analyse structurale en sociologie**، Armand colin، Paris، 1994، P213.

² - Wasinee kittiwongvivat، pimontha rakkangan، **facebooking your dream**، master thesis، 2010، p20.

والمستهدفة، لذا سنحاول من خلال هذا المدخل تحديد أهم التصورات النظرية التي سنطلق منها في هذه الدراسة في تبيان الاعتماد على الوسائط الرقمية في الممارسات السياسية.

مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

لقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش" و "ملفين دي فلور" وزملائهما عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم.

ليتم فيما بعد ظهور مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل "سندرا روكيتش" و "دي فلور" في مؤلف بعنوان "نظريات وسائل الإعلام" الذي حاولا من خلاله ملء الفراغ وسد الثغرات التي خلفها نموذج الإستخدامات و الإشباع الذي أهل تأثير وسائل الإعلام وقوتها في ذلك ، لهذا فقد وضع "دي فلور" و "روكيتش" نموذج لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى و رأيا أن المؤسسة الإعلامية هي نظام اجتماعي ذو طبيعة تبادلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع وبالتالي يصعب فهم طبيعة أدوار وسائل الإعلام وتأثيرها ما لم يتم فهم طبيعة الاعتماد المتبادل والترابط الوثيق بينها وبين الأنظمة الأخرى (كالنظام السياسي، و النظام الإقتصادي) هذا من جهة، وما لم يتم أيضا تحديد المجالات التي يعتمد فيها الجمهور على هذه المؤسسة من جهة أخرى.¹

¹ - موقع، مخبر الدراسات الإعلامية و الإتصالية ، www.ceaid.net، 11-02-2020، 21:30.

محتوى نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

ركزت النظرية على أن العلاقة التي تربط وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من خلال الإعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، إذ أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من أجل فهم و إدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور، أي أن وسائل الإعلام هنا تمثل مصادرا رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات اللإستقرار والتحول والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الإعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي، هذا دون إغفال أن نشاط وسائل الإعلام لا يتم من جهة أخرى دون إعتمادها على المصادر المنتشرة داخل عناصر مكونات البناء الاجتماعي من هيئات ومؤسسات وبنى جزئية أو فرعية مشكلة للبناء الاجتماعي بصفة عامة ، ففيما يخص علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي فيرى "دي فلور" أنها علاقة إعتماد متبادل فهو لا يمكنه الإستغناء عنها من أجل نشر مبادئه وقيمه والترويج لها ، ولا هي بإستطاعتها الإستغناء عنه لدعم مشاريعها، وهو ما أكدته "هلبرت شيلر" الذي رأى أن العلاقة التي تربط المؤسسات الإعلامية بالنظام السياسي هي علاقة قائمة على رؤية هذا النظام لها بوصفها وسيلة وأداة منافسة لترويج أفكاره ومبادئه قصد بسط سيطرته على ثقافة وحياة المجتمع برمته كما هو الحال في المجتمعات ذات النظام الرأسمالي.¹

فرضيات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

1- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة والخبرات الخاصة بالجمهور.

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط3، مصر، 2004، ص 270، ص271.

2- نظام ونشاط وسائل الإعلام جزء أو صورة مجزأة للنسق الاجتماعي للمجتمع.

3- إستخدام وسائل الإعلام وتأثيرها لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي ينتمي إليه الجمهور و وسائل الإعلام.¹

4- حالات الإستقرار والأزمات التي تحدث في النظام الاجتماعي تزيد من حاجة الجمهور للمعلومات وبالتالي تزيد من إيماده على وسائل الإعلام لإشباع هذه الحاجة.

5- إيماد الجمهور على وسائل الإعلام يزداد كلما كان النظام الإعلامي قادرا على الإستجابة لإحتياجات النظام الاجتماعي والجمهور.²

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن إستخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله ، كما أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز و مكثف ، و بالتالي:

فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام بإعتبارها نظام فرعي من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر إستقاء الأخبار و التي تعتبر فيه وسائل الإعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الإتصال و نظرياته المعاصرة، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، (د ط)، (د ب)، 2000، ص 240.

² - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر، ط 1، (د ب)، 2003، ص 280.

حوله وبخاصة في حالات اللاإستقرار والتحولات والصراعات داخل البنية الإجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الإعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الإجتماعي، كما أن وسائل الإعلام تركز في نشاطها على المسائل والأحداث التي ترى بأهميتها للنظام الإجتماعي والجمهور معا، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم ، فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لإتخاذ القرارات الشخصية والإجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضاً في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام أكثر مما هي عليه، ولكنهم يستطيعون تحديد ما لم ينشر من رسائل، لأن وسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الإجتماعية ، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والإجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام ، و يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق العديد من الأهداف ، كالفهم مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات ، و الفهم الإجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل و الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

ومن خلال تساؤلنا: كيف إعتمدت الأحزاب السياسية الجزائرية على الوسائط الرقمية في تشكيل و نشر الوعي السياسي لدى جماهيرها المؤيدة لها؟ يمكننا أن نشير إلى أن الوسائط الرقمية كضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيات الإعلام والإتصال على واقعنا الإعلامي اليوم باتت حدا فارقا في السيولة السريعة للمعلومة التي تسعى الدراسات النظرية اليوم إلى إثباتها و دراستها و فق المنحى الإجتماعي العام والمنبثقة من البناءات النظرية الأولى على غرار نظرية الإعتماد المتبادل لوسائل الإعلام وباقي النظريات الأخرى في أدبيات الإعلام و التي تترجم قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى إستكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

ثالثا: الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة:

يرتبط إختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها و بما أن دراستنا هذه تهتم بجمع المعلومات حول مستخدمي الوسائط الرقمية ودور هذه الأخيرة في تشكيل الوعي السياسي لديهم ، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى إكتشاف الوقائع و وصف الظواهر وتحليلها تحليلًا دقيقًا، و تحديد خصائصها تحديدا كفيًا و كميًا، كما يقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية و تحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل.

بإختصار فإن الدراسة الوصفية تهتم بماضي الظواهر و حاضرها و مستقبلها.¹

منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات فكرية منظمة و عقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج مناسب لطبيعة الدراسة التي سنتناولها، كما أن معرفة المنهج المعتمد في الدراسة الميدانية ذو أهمية أكبر بالنسبة للباحث ، و تتمحور دراستنا حول " الممارسات السياسية للأحزاب الجزائرية عبر الوسائط الرقمية " فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام والإتصال و التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها و أبعادها والعلاقة بين متغيراتها بهدف الإنتهاء إلى وصف عملي دقيق

¹ - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، ط1، الأردن، 2000،

ومتكامل للظاهرة أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة.¹

و ضمن المنهج الوصفي إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرض ملامح الظاهرة بدقة و وضوح لتيسير فهمها و إدراكها و معرفة العناصر المكونة منها وعلاقة بعضها ببعض مع الإطلاع على الخلفية النظرية لموضوعات البحث تمهيدا لإجراء المزيد منها ، إضافة إلى ذلك جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المراد دراستها لإستخلاص دلالاتها ثم تشخيصها عن طريق الإجابة عن التساؤلات المصاغة سلفا.²

مجتمع البحث و عينة الدراسة:

لمجتمع البحث مجموعة من العناصر ذات الخاصية و التي تعرف حسب "مادلين قرافيت" بأنه المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.³

ويتضمن مجتمع بحثنا كل الشباب الجزائري أما المجتمع المتاح فهم كل طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة القطب الجامعي 03.

وتعتبر مفردات دراسة العينة مجموع الوحدات التي يجري عليها البحث و التقصي و أنها جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث لأساليب مختلفة و تضم عددا من الأفراد من المجتمع الأصلي حيث أن دراستنا تتمحور حول اعتماد طلبة جامعة قاصدي مرباح وقلة القطب الجامعي 03 على الوسائط الرقمية في الحصول

¹ - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1997، ص 93.

² - مورييس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبية، ط2، الجزائر، 2006، ص 62.

³ - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية و تحليل المحتوى المواقع الإعلامية، عالم الكتب، ط1، الأردن، 2010، ص 106.

على الأخبار و المعلومات السياسية عن الأحزاب السياسية الجزائرية فإن مفردات دراستنا تتمحور حول طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة ونظرا لإستحالة الدراسة على كل الطلبة فقد إختارنا عينة قصدية متكونة من 40 فردا من مختلف أطوار طلبة الإعلام و الإتصال في كلية العلوم الإنسانية بالجامعة والعينة القصدية (العمدية) هي العينة التي يقوم فيها الباحث بإختيار عدد من الوحدات أو المفردات الممثلة للمجتمع الكلي و التي هي على علاقة مباشرة بموضوع البحث من أجل تزويده بما يحتاجه من بيانات تعرفه بحقيقة هذا الموضوع ، وهي حسب

دراستنا العينة الأمثل حيث قمنا بإختيار عينة قصدية من طلبة تخصص إعلام و إتصال سنة ثالثة إتصال و سنة أولى ماستر إتصال جماهيري و سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري و قد وقع إختيارنا على هذه العينة بإعتبار أن طلبة علوم الإعلام و الإتصال هم الفئة الأقرب لموضوع دراستنا ، ومن جهة أخرى إمكانية الوصول إليها بسهولة.

أدوات جمع البيانات:

تتوقف دقة البحوث العلمية على الإختيار الأمثل للأدوات المناسبة التي تتأتى و طبيعة الموضوع المراد دراسته و كذا إمكانيات الباحث للحصول على البيانات و المعطيات الخادمة لأهداف الدراسة.¹

1- الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من الوسائل المنهجية التي يعتمد عليها في جمع المادة العلمية والحقائق من مكان إجراء

¹ - مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة مصطفى الأشرف و آخرون، دار القصة، للنشر، (د ط)، (د ب)، 2004، ص 98.

الدراسة،¹ والتي تتيح للباحث إمكانية ملاحظة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين و الإطلاع على أنماط تصرفاتهم إزاء الإستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام،² وقد أفادتنا الملاحظة على الإطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى كالمعلومات المتعلقة بالإستخدامات المختلفة للوسائط الرقمية وكذا العادات المتبعة في متابعة هذه الوسائط.

2- الإستبيان (الإستمارة):

يعرف الإستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل للأشخاص المعنيين عن طريق البريد،³ أو يجري تسليمها عن طريق اليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها وبواسطتها،⁴ يتم التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع والتأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق،⁵ حيث تعتبر الإستمارة من الأدوات المنهجية الهامة التي تستعمل في جمع البيانات المختلفة

¹ - ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، (د ط)، عمان، 2001، ص 10.

² - صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، دار الفائز، (د ط)، الجزائر، 2012، ص 196.

³ - عليا شكري و آخرون، قراءات معاصرة في الإعلام الإجتماعي، دار الكتاب للنشر و التوزيع، (د ط)، القاهرة، 1975، ص 206.

⁴ - النعيمي و آخرون، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن ، 2009، ص 79.

⁵ - عماربوحوش و محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، (د ط)، الجزائر، 1995، ص 56.

بموضوع الدراسة،¹ وهي عبارة عن مجموعات من الأسئلة مصممة بدقة و عناية تكون متسلسلة و واضحة الصياغة.²

و لقد إعتمدنا على هذه الأداة في دراستنا للجمهور المستهدف من الشباب الضخم عدديا والمتشنت و التي سهلت تغطية عدد كبير من الأفراد حسب العينة المختارة في أماكن جغرافية متباعدة وقد إستهدفت الدراسة بحث مدى إعتتماد طلبة جامعة قاصدي مرباح على الوسائط الرقمية في الحصول على الأخبار و هي المعلومات التي يمكن الوصول إليها عن طريق الإستمارة، هذا وقد مرت الإستمارة بمراحل عدة أولها النظر إلى التراث النظري للدراسة و معاينة الدراسات السابقة المشابهة لهذه الدراسة للإستفادة منها ثم صياغة أسئلة الإستمارة و تقسيمها إلى ثلاث محاور رئيسية كالآتي:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

المحور الثاني: مدى إستخدام الشباب الجزائري للوسائط الرقمية.

المحور الثالث: إعتتماد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية.

مجال الدراسة:

1- المجال المكاني:

جامعة قاصدي مرباح القطب الجامعي 03 - ورقلة - الواقعة بحي الخفجي ، كلية العلوم الإنسانية

¹ - طلعت إبراهيم، أساليب و أدوات البحث الإجتماعي، دار الغريبي للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، (د س)، ص 56.

² - علي عبد الرزاق، مناهج البحث الإجتماعي، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2007، ص 244.

والإجتماعية، حيث تضم قسمين: قسم العلوم الإنسانية و قسم العلوم الإجتماعية.

2- المجال الزمني:

تم الشروع في هذه الدراسة إبتداء من شهر ديسمبر 2019 إلى غاية شهر أفريل 2020، حيث باشرنا إجراء الجانب المنهجي من شهر ديسمبر 2019 إلى شهر فيفري 2020 و من ثمة إنتقلنا إلى الجانب الميداني و التطبيقي من شهر فيفري إلى شهر مارس، الذي تزامن مع ظهور فيروس كورونا و إنتشاره السريع في العالم حيث واجهتنا بعض الصعوبات خاصة أثناء التواصل مع أفراد العينة بسبب إجراءات الحجر الصحي، الأمر الذي أدى بنا إلى تقليل عدد مفردات العينة إلى 40 مفردة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

بعنوان: " الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي "

حيث تمحورت إشكالية الدراسة حول " الكشف عن طبيعة الإستخدامات السياسية لموقع التويتر و أغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي، حيث جاء التساؤل الرئيسي كالآتي: ما طبيعة الإستخدامات السياسية لموقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي؟

حيث تفرعت عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية كالآتي:

1- ما طبيعة الإستخدامات المختلفة لموقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل مستخدمييه من الشباب الكويتي؟

2- ما طبيعة الأغراض السياسية لإستخدام موقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي؟

وتتمثل أهمية هذه الدراسة: في كونها تسعى إلى معرفة الاستخدامات المتنوعة لموقع من مواقع التواصل

الإجتماعي يشهد تطوراً في الاستخدامات المختلفة و الاستخدامات السياسية منها على وجه الخصوص و

تهدف هذه الدراسة: إلى التعرف على طبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل

مستخدميه من الشباب الكويتي و معرفة الأغراض السياسية لإستخدام موقع التواصل الإجتماعي تويتر من قبل

الشباب الكويتي.

إستخدم الباحث في دراسته المهج الوصفي المسحي، كون الدراسة تسعى لوصف ظاهرة تتمثل في كيفية

إستخدام الشباب لموقع التواصل الإجتماعي تويتر و تأثير ذلك على الإتجاهات السياسية للشباب.

يتشكل مجتمع الدراسة من عدد من الفئات الشبابية للمجتمع الكويتي الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى

40 سنة وهم: طلبة جامعيين، موظفو قطاع خاص، موظفو قطاع عام، شباب ديوانيات، أندية و تجمعات

شبابية.

إعتمد الباحث في دراسته على العينة العشوائية البسيطة من الشرائح الخمس المشار إليها، كما إستخدم إستمارة

الإستبيان لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

أن موقع تويتر يحتل مركز الصدارة بين مواقع التواصل الإجتماعي الأخرى بفارق كبير جداً كما بينته

نتائج المحور المتعلق بطبيعة الاستخدامات المختلفة لموقع التواصل الإجتماعي تويتر.

كما بينت نتائج المحور المتعلق بطبيعة الأغراض السياسية لإستخدام موقع التواصل الإجتماعي تويتر من

قبل الشباب الكويتي أن فتراته حازت على وسط حسابي متوسط، ويلاحظ أن الدافع الأول من الدوافع السياسية

لم تنحصر في الرغبة في كشف الحقائق السياسية فحسب بل زاد على ذلك بالرغبة في نشرها على الملأ وهذا يعني

الرغبة في الإسهام في صناعة الرأي العام.¹

الدراسة الثانية:

بعنوان: " أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي للقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية "

حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول: ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية؟

تفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1- ما مستوى الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح؟

2- ما هو حجم تعرض طلبة جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

3- ماهي أبرز مظاهر تحول مواقع التواصل الاجتماعي من طابع إجتماعي بحث إلى مواقع ذات طابع سياسي؟

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول وسيلة مهمة من وسائل الإتصال الحديثة و التي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي التي أثارت جدلا واسعا بين المهتمين و صناع القرار حول قدرتها على التأثير في المجتمعات و تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة النجاح الوطنية كنموذج الجامعات الفلسطينية.

¹ - حسين قطيم طماح المطيري، الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، الشرق الأوسط، الكويت، 2013.

إتبعَت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي منهجا للدراسة، وذلك لملائمته لطبيعتها، فهو يعتمد على تجميع الحقائق و المعلومات، ثم مقارنتها و تحليلها و تفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة.

شمل مجتمع الدراسة جميع طلبة جامعة النجاح الوطنية، وقد إختارت الباحثة العينة الطبقية لعدد طلبة جامعة النجاح الوطنية.

إستخدمت الباحثة الإستبانة أداة لدراستها و قد تضمنت مجموعة من الأسئلة المغلقة و التي من خلالها يستطيع المبحوث أن يختار ما يتفق مع إجابته على السؤال و قد قامت بإعدادها كأداة لجمع البيانات.

نتائج الدراسة:

حاولت هذه الدراسة من خلال تناولها أثر مواقع التواصل الإجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية إثبات أن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت أحد العلامات البارزة في العصر الحديث و الأكثر تأثيرا على الأفراد خاصة الجامعيين منهم فهي تؤدي دورا في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية، و بناءا عليه فقد خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

- أن مواقع التواصل الإجتماعي أفضل و أسرع الأليات للحصول على المعلومات.
- أن مواقع التواصل الإجتماعي تعتبر مصدرا أوليا لطلبة جامعة النجاح الوطنية للحصول على المعلومات.
- مواقع التواصل الإجتماعي ليست وسيلة منفصلة عن باقي وسائل الإعلام التقليدية بل هي وسيلة مكملتها تخطت الحدود الجغرافية التي لايمكن الوصول إليها من خلال الإعلام التقليدي.
- تساهم مواقع التواصل الإجتماعي في سرعة الإستجابة للأحداث السياسية، و سهولة الحشد الجماهيري بسرعة كبيرة، من خلال إنشاء مناسبة أو حدث معين، أو إطلاقها שתاج لدعم قضية ما.

- عززت مواقع التواصل الاجتماعي وجود الدولة الفلسطينية في العالم الافتراضي ودعمت القضية الفلسطينية من خلال تفاعل الشباب الفلسطيني و إطلاق العديد من الفعاليات مثل: إطلاقها شتاج و الصفحات و الحملات التي تبث الوعي و تنشر الثقافة السياسية الهادفة.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي و تدعيم القيم السياسية و المشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث تمس القضية الفلسطينية.
- تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى مصدر أساسي للمعلومات و الصور و أشرطة الفيديو و نشاطات عامة للناس، فليجأ المواطن إلى تصوير الأحداث على الهاتف و مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- وفرت مواقع التواصل الاجتماعي، مجالا لكافة المستخدمين لممارسة حرية التعبير و الرأي بشكل أكبر للمشاركة في القضايا المجتمعية فقد أصبحت هذه المواقع مقصدا للأفراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها.¹

الدراسة الثالثة:

بعنوان: "تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي - برنامج المصالحة الوطنية نموذجاً"

حيث تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول: مامدى تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي

¹ - شدان يعقوب خليل يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي للقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015.

لجمهور الناخبين لولايات الغرب الجزائري من خلال عرضه لمضامين الحملة الانتخابية المتعلقة ببرنامج

المصالحة الوطنية التي أجريت في الجزائر سنة 2015؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- هل مارس التلفزيون الجزائري دوره بفعالية في التأثير على جمهور الناخبين و توجيههم إلى تبني سلوك إنتخابي

يتماشي مع أهداف الحملة الإنتخابية من خلال تناوله لبرنامج المصالحة الوطنية؟

- هل أثرت العوامل الوسيطة (الإتصال الشخصي، العلاقات الإجتماعية، الأسرة ...) في تحديد السلوك

الإنتخابي (جمهور الناخبين)؟

- إستعان الباحث في دراسته على المنهج المسحي الإجتماعي الذي يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة

في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن العناصر من خلال مجموعة من الإجراءات

المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصادرها و طرق الحصول عليها.

- إختار الباحث في هذه الدراسة إستمارة الإستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات و إختبار الفرضيات.

- يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مجموع الأفراد الناخبين البالغين 18 سنة فما فوق السن القانوني

لممارسة العملية الإنتخابية و القاطنين بولايات الغرب الجزائري، ذكور و إناث.

حيث ستجرى الدراسة على عينة قصدية متكونة من 450 طالب جامعي موزعين على الولايات التالية: وهران،

سيدي بلعباس، مستغانم.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

مدى قدرة العوامل الوسيطة الأخرى في التأثير على تحديد السلوك الانتخابي بحيث تم التوصل إلى أن نسبة كبيرة من جمهور الناخبين و بالموازاة مع تعرضهم لمضامين الحملة الانتخابية من خلال التلفزيون الجزائري كانوا يدخلون في نفس الوقت في إتصال شخصي مع الأفراد المحيطين بهم بخصوص برنامج المصالحة الوطنية، و تمثل جماعة الأصدقاء الفئة المفضلة لدى هؤلاء الأفراد لمناقشة هذا النوع من المواضيع ثم يليها أفراد الأسرة بدرجة أقل وعلى الرغم من أن هذا النوع من الإتصال لم يتم في أوقات منتظمة بالنسبة لكل أفراد العينة الذين كانوا يناقشون هذه المواضيع مع الآخرين نظرا لعدم تماثل درجة إهتمامهم بهذا الموضوع إلا أن نسبة كبيرة من مجموعهم كانت تظهر إستجابة أو رد فعل إيجابي إتجاه ما كانوا يحصلون عليه من معلومات وأراء عن طريق هذه المناقشات، و التي يستندون عليها فيما بعد في بناء و تشكيل سلوكهم الانتخابي و مقارنة بالتأثير المحدود للتلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي لدى جمهور الناخبين يلاحظ أن الإتصال الشخصي يمارس تأثيرا كبيرا في بناء و تشكيل هذا النوع من السلوك.¹

الدراسة الرابعة:

بعنوان: " دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي سنة 2013 أو بالأحرى في الفترة الممتدة من 2013-03-01 إلى غاية 2013-06-01 بالعراق"

وهي عبارة عن دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار و تكريت، حيث جاءت الإشكالية كالتالي: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الإجتماعي المتمثلة في الفايسبوك،

¹ - صرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي "برنامج المصالحة الوطنية نموذجا"، كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، وهران، 2007.

التويتر و ليوتيوب على تشكيل الإتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار و تكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم و في التأثير على السلوكيات السياسية و الفكر السياسي لديهم لا سيما مما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

إنبتق عن الإشكالية ثلاث تساؤلات وهي:

- ما طبيعة إستخدام طلبة جامعات الموصل و الأنبار و تكريت لمواقع التواصل الإجتماعي و أثرها في تشكيل الإتجاهات و السلوكيات و الفكر السياسي لديهم؟

- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار و تكريت مواقع التواصل الإجتماعي من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

- هل تسهم مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك - يوتيوب - تويتر) في طرح قضايا معاصرة لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت؟

كما أرفقت التساؤلات بعدة فرضيات:

- تسهم مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الإتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت.

- لا تسهم مواقع التواصل الإجتماعي (الفايسبوك - يوتيوب - تويتر) في تشكيل الإتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت.

وفي ما يخص المنهج فقد إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلاله التعرف على

دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل والأنبار و تكريت ويسعى

الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح و يفسر و يقيم نتائج الدراسة.

وبالنسبة لمجتمع الدراسة فتمثل في طلبة جامعات الموصل و الأنبار و تكريت في حين إستخدم الباحث العينة العشوائية وقام بتوزيع 430 مفردة على عينة الدراسة وقام بإسترداد 400 مفردة من عينة الدراسة و التي تمثل مانسبته (93%) من مجموع العينة التي تم توزيعها وإقتصرت هذه الدراسة على عينة عشوائية من جميع المراحل العمرية، ومن تخصصات علمية و أدبية وكليات مختلفة وهؤلاء الطلبة هم جزء من الجمهور الداخلي لجامعات كل من الموصل و الأنبار و تكريت وبالتالي جزء من الجمهور الداخلي الكلي للمجتمع العراقي.

كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك - يوتيوب - تويتر) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت.

- أظهرت نتائج الدراسة إستخدام ثلاث مواقع للتواصل الاجتماعي فيسبوك بنسبة 75.5%، و تويتر بنسبة 11،75% و اليوتيوب بنسبة 12،75%.

أظهرت النتائج بأن مانسبته 80% من أفراد العينة هم مقتنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كان محرضاً أساسياً على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة 20% من أفراد العينة مثلت الرفض.¹

¹ - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير جامعة البترا الأردنية، الأردن، 2013.

الدراسة الخامسة:

بعنوان: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني

سنة 2016 "

وكانت الدراسة على عينة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط أي أنها دراسة ميدانية، وتتمحور

مشكلة الدراسة في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي

بالقضايا السياسية المختلفة في حين كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

- ما طبيعة إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما دوافع إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟

- ما الدوافع السياسية لإستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

- ما أسباب إعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية

والأحداث الجارية؟

أما فيما يخص المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، كذلك تمثل مجتمع الدراسة في طلبة

جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس تحديداً، كما إعتمد الباحث على العينة القصدية

العشوائية، حيث تكونت عينة الدراسة من 435 مفردة.

وفي الأخير أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة إستخدامها هو موقع الفيسبوك، كما

أظهرت أيضاً وجود آثار معرفية و وجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة

إعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية بالإضافة إلى وجود أسباب تدفع بالطلبة إلى الإعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية و الأحداث الجارية بدرجة متوسطة.¹

التعليق على الدراسات السابقة:

ما من شك أن في الدراسات السابقة إسهامات علمية و نتائج مهمة وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده المنهجي و كذلك الإنطلاق من تراكم معرفي يساعدنا في إستنتاجات مبدئية للدراسة.

لقد تميزت الدراسة الأولى و التي تناولت طبيعة الإستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، في حين تميزت الدراسة الثانية بدراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحد العلامات البارزة في العصر الحديث و الأكثر تأثيراً على الأفراد، بينما إهتمت الدراسة الثالثة بتأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الإنتخابي لجمهور الناخبين، و تميزت الدراسة الرابعة بتناولها لموضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي بالعراق، وفيما يخص الدراسة الخامسة تميزت بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني.

وتعتبر الدراسات السابقة ذات أهمية بالغة حيث ساعدتنا في طرح التساؤلات و تبين أهمية دراستنا نظراً إلى أنها من البحوث الوصفية و التي إعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي و التي تقترب إلى موضوع دراستنا في شقه المتعلق بأهمية الوسائط الرقمية و معالجة القضايا السياسية، في حين أن هذه الدراسات تختلف عن دراستنا في كونها تسعى إلى دراسة الأثر أما دراستنا فجاءت لدراسة محتوى و مضمون صفحات الأحزاب السياسية على

¹ - أشرف عصام فريد صالح ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.

الوسائط الرقمية خلال الممارسات السياسية لهذا يجدر الإشارة أنه من الصعب بطبيعة الحال إسقاط جميع نتائج هذه الدراسات بصفة عامة على دراستنا لكن رغم ذلك ساعدت كثيرا في جانبها المنهجي.

و منهجيا يمكن القول أن الدراسات الخمس كانت واضحة الأهداف مما سهل الوصول إلى نتائج واضحة بإستخدام منهج مناسب هو المنهج الوصفي والذي ساعدنا في دراسة الوسائط الرقمية من الجانب الذي تمت دراسته في الدراسات السابقة.

الجانب التطبيقي

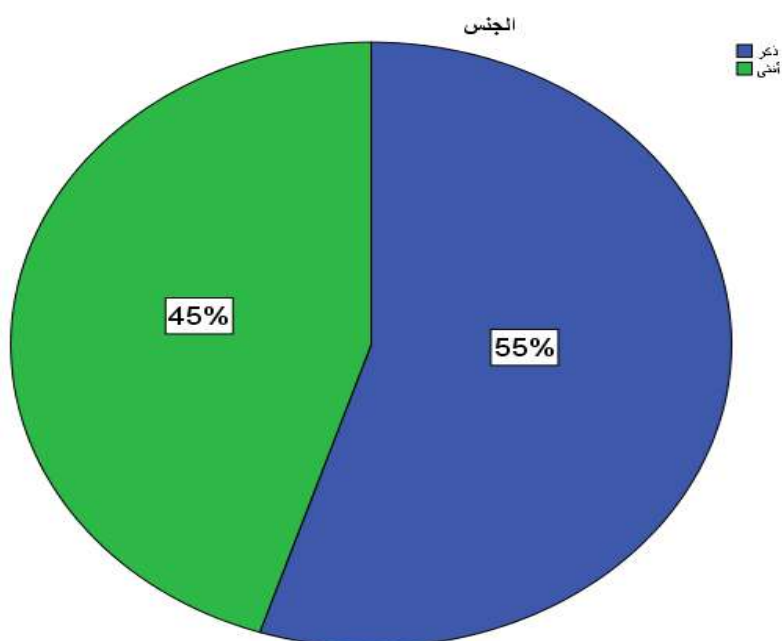
أولاً: تحليل البيانات الميدانية.

01- المحور الأول: البيانات الشخصية.

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح و خصائص المبحوثين و خلفياتهم و كثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات و المعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة و أهدافها و قد جاءت في ثلاث تساؤلات.

الجدول و الشكل رقم 01: يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس.

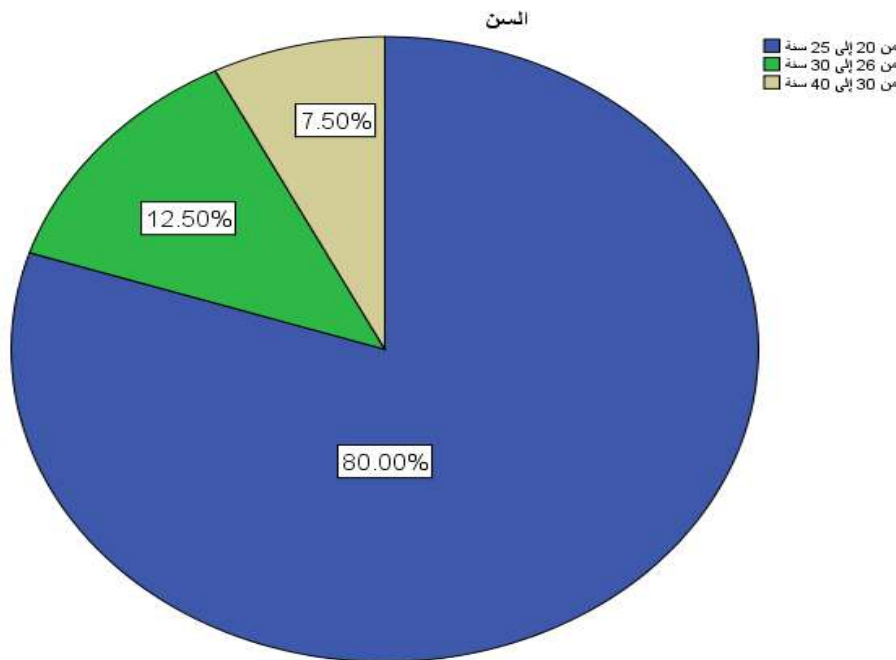
الجنس				
الجنس	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
ذكر	22	17.7	55.0	55.0
أنثى	18	14.5	45.0	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	



نلاحظ من خلال الجدول و الشكل السابق أن نسبة الذكور تقدر ب 55 % من نسبة الأفراد و نسبة الإناث تقدر ب 45 % من نسبة المبحوثين وهي نسبة عادية تكاد تكون متساوية بين الجنسين في إستخدام الوسائط الرقمية ضف إلى ذلك ظروف توزيع الإستمارة التي تزامنت مع نهاية العطلة الربيعية و ظهور وباء كورونا.

الجدول و الشكل رقم 02: يوضح توزيع المبحوثين حسب السن.

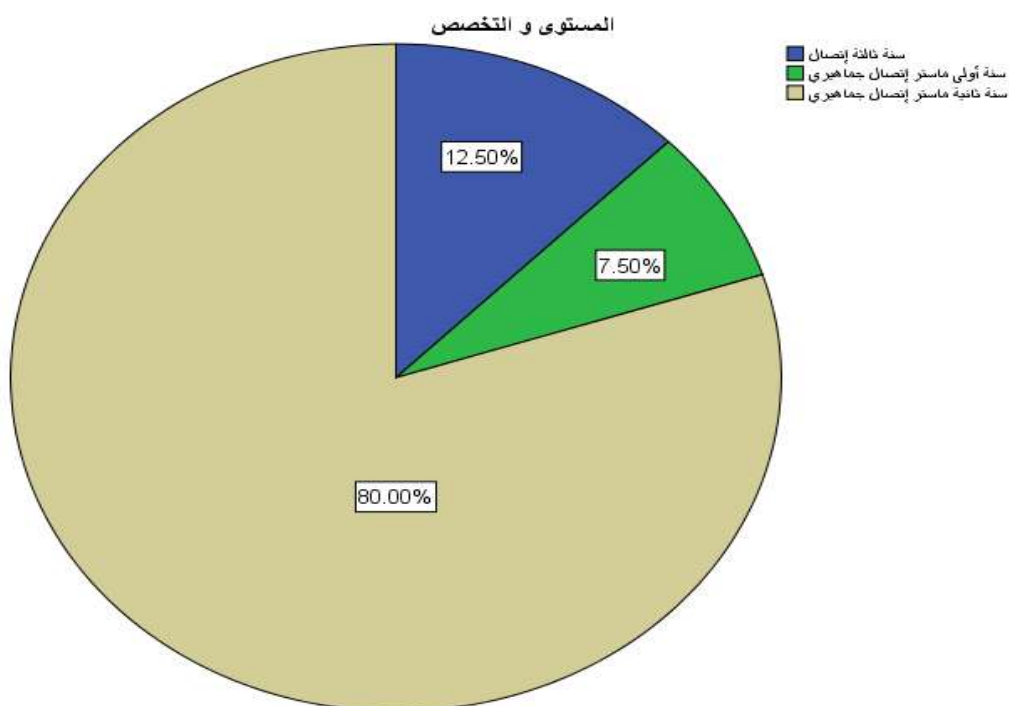
السن	السن			
	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
من 20 إلى 25 سنة	32	25.8	80.0	80.0
من 26 إلى 30 سنة	5	4.0	12.5	92.5
من 30 إلى 40 سنة	3	2.4	7.5	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	



من خلال هذا الجدول و الشكل يتضح لنا أن غالبية المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 20-25 سنة أي مايعادل نسبة 80 % و هذا طبيعي تبعا لسن الشباب العادي من خلال العينة المختارة و المشكلة لمجموع الطلبة من الفئة المبحوثة عدا بعض الإستثناءات القليلة.

الجدول و الشكل رقم 03: يوضح توزيع المبحوثين حسب المستوى و التخصص.

المستوى و التخصص				
النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجهين	المستوى و التخصص
12.5	12.5	4.0	5	سنة ثالثة إتصال
20.0	7.5	2.4	3	سنة أولى ماستر إتصال جماهيري
100.0	80.0	25.8	32	سنة ثانية ماستر إتصال جماهيري
	100.0	32.3	40	المجموع



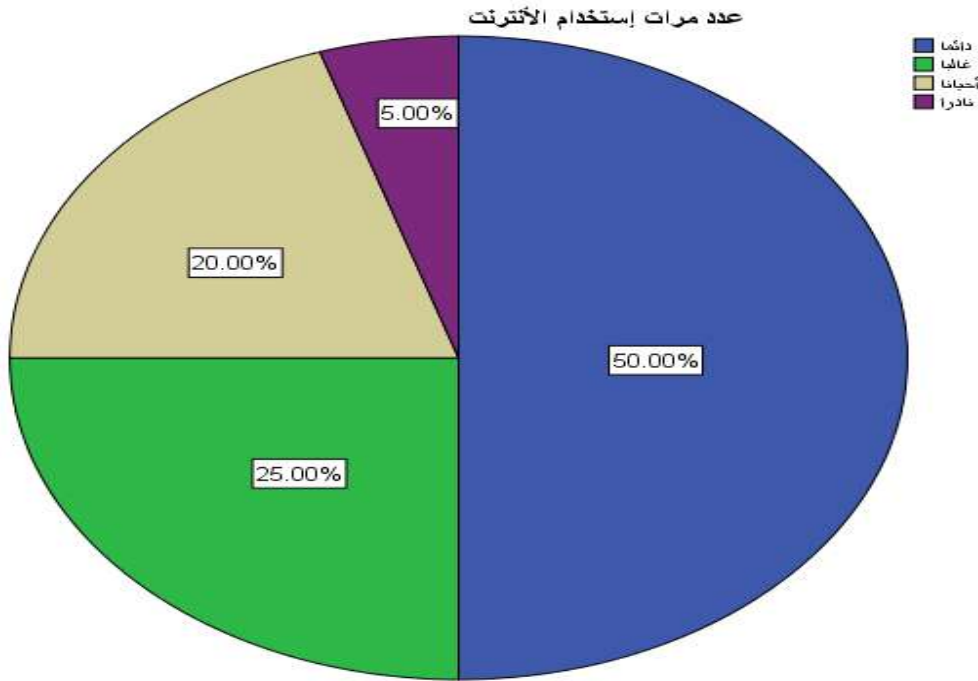
يوضح الجدول و الشكل أعلاه تقسيم نسبة المبحوثين على المستوى و التخصص ذات العلاقة بميدان الإعلام و الإتصال من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة القطب الجامعي رقم 03، فنجد أن نسبة 80 % شاركت في إستبيان البحث من تخصص الإعلام و الإتصال للسنة الثانية ماستر إتصال جماهيري وذلك تبعا لظروف توزيع الإستمارة، في حين توالى نسبة 12 و 07 % من باقي التخصصات وذلك لنفس الأسباب.

02- المحور الثاني: مدى إستخدام الشباب الجزائري للوسائط الرقمية.

الجدول و الشكل رقم 04: يوضح توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم للإنترنت.

عدد مرات إستخدام الإنترنت

مدى الإستخدام	عدد المبحوثين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
دائما	20	16.1	50.0	50.0
غالباً	10	8.1	25.0	75.0
أحيانا	8	6.5	20.0	95.0
نادرا	2	1.6	5.0	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	

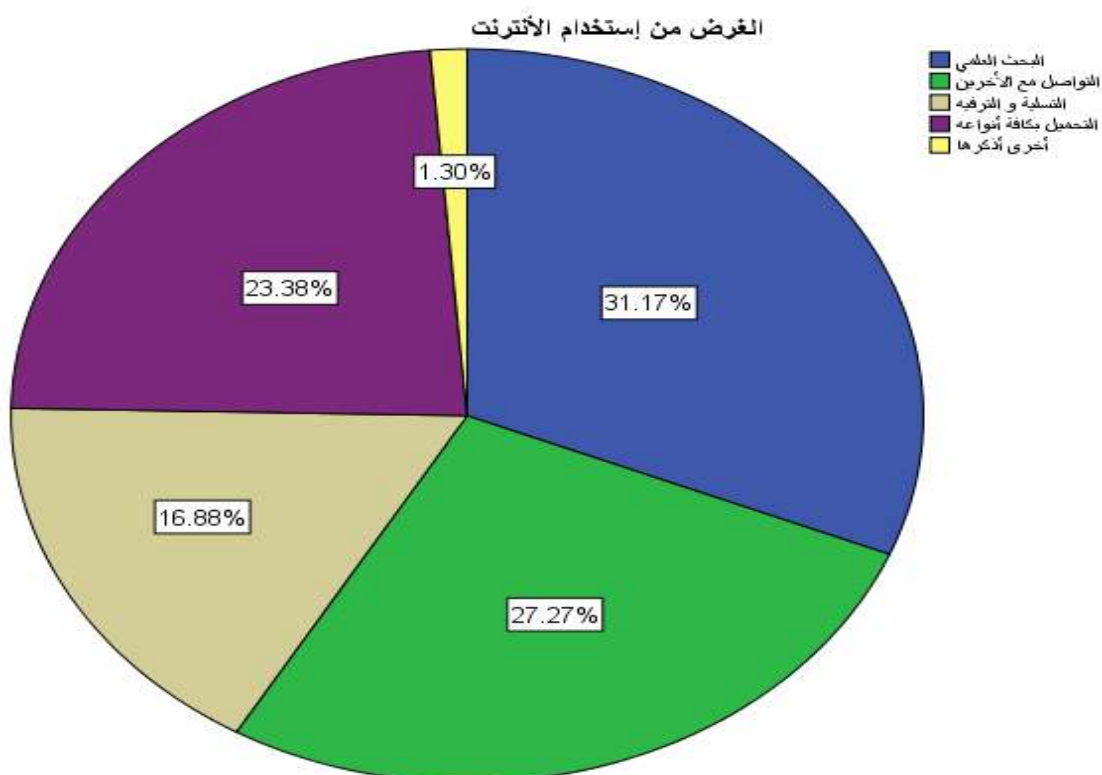


نلاحظ من الجدول و الشكل الذي يبين إستخدام المبحوثين لشبكة الإنترنت، حيث يرى الأفراد و التي تقدر نسبتهم ب 50 % أن إستخدامهم للإنترنت دائم لأهميتها كنمط إتصالي قائم بذاته، و يليها نسبة 25 % و 20 % وهي بنسب متقاربة لإحتمالات "غالباً و أحيانا" في حين نسبة 05 % من المبحوثين نادرا ما

يستخدمون شبكة الأنترنت و هذا راجع لعدة أسباب قد نرجعها إلى ضيق الوقت أو التفرغ للعمل أو إلى عدم الميل أصلا لإستخدامها.

الجدول و الشكل رقم 05: يوضح توزيع المبحوثين بناءا على الغرض من إستخدام الأنترنت.

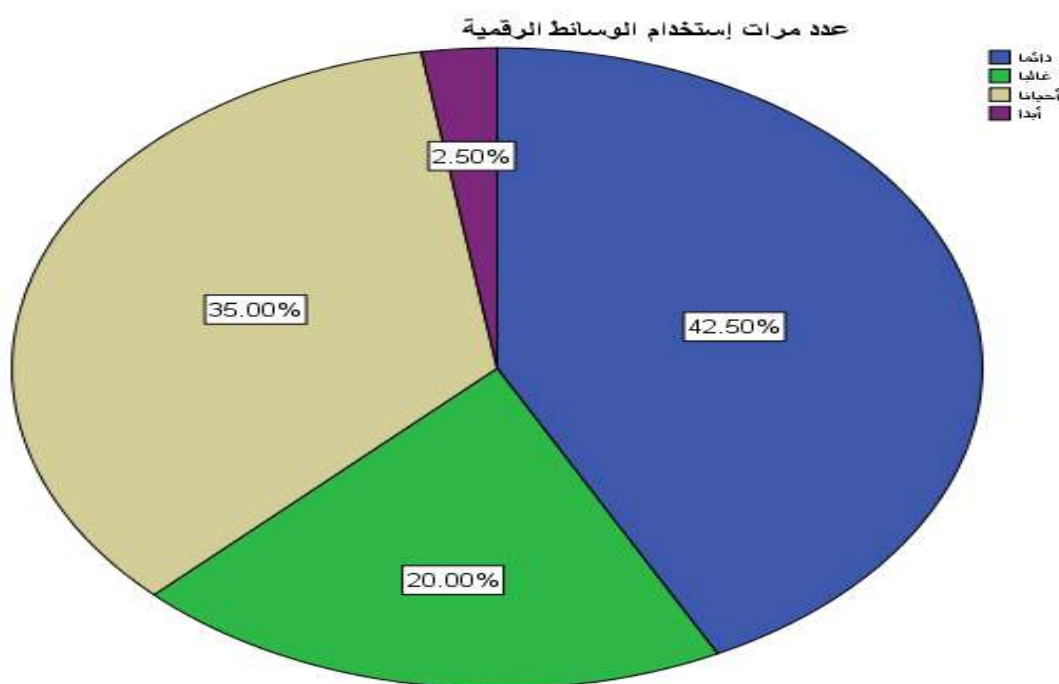
الغرض من إستخدام الأنترنت				
غرض الإستخدام	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
البحث العلمي	24	19.4	31.2	31.2
التواصل مع الآخرين	21	16.9	27.3	58.4
التسلية و الترفيه	13	10.5	16.9	75.3
التحميل بكافة أنواعه	18	14.5	23.4	98.7
أخرى أذكرها	1	.8	1.3	100.0
المجموع	77	62.1	100.0	



بناءً على الجدول و الشكل السابق نستنتج الاختلاف الواضح في إستخدامات الأنترنت من فئة إلى أخرى بدرجات تبدو متقاربة تتمحور أساساً حول التسلية و الترفيه بنسبة 16 % و كذا التحميل بكافة أنواعه بنسبة 23 % ضف إلى ذلك التواصل بنسبة 27 % و البحث العلمي بكافة أنواعه بنسبة 31 %، و هو أمر عادي يتعلق بالإتجاهات الشخصية لكل المبحوثين و إختياراتهم الخاصة.

الجدول و الشكل رقم 06: يوضح توزيع المبحوثين حسب عدد مرات إستخدام الوسائط الرقمية.

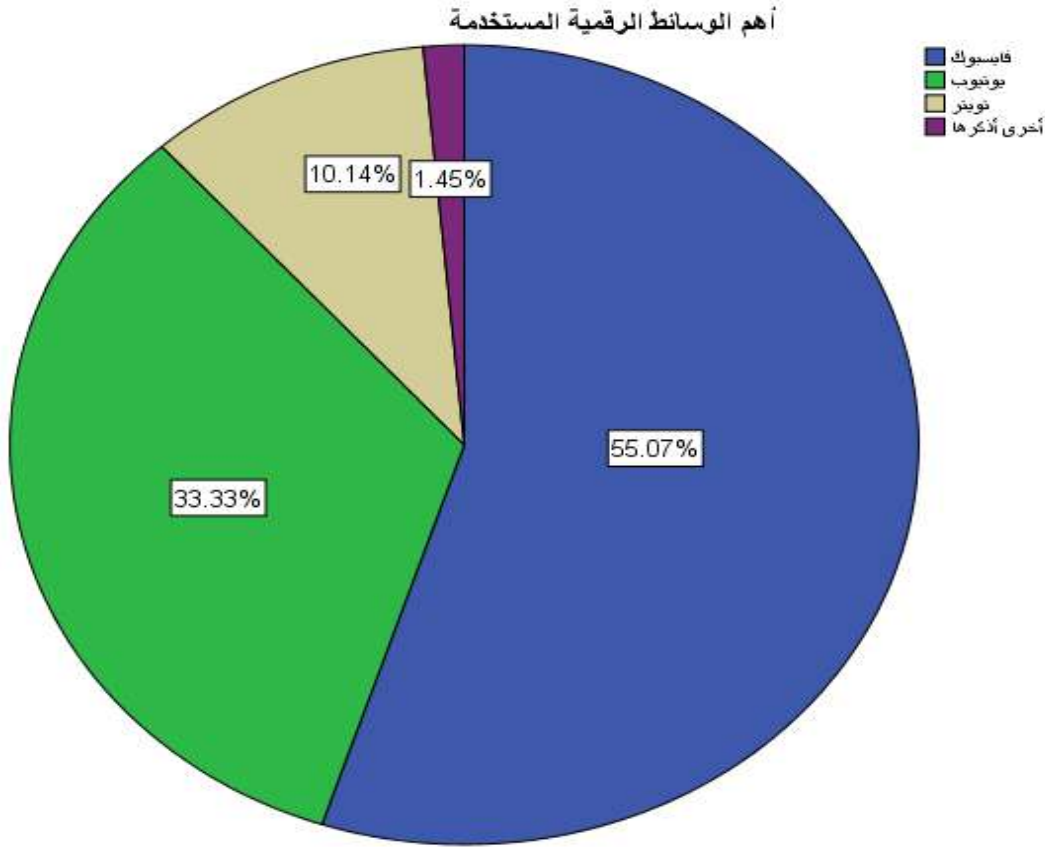
عدد مرات إستخدام الوسائط الرقمية				
النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	عدد مرات الإستخدام
42.5	42.5	13.7	17	دائماً
62.5	20.0	6.5	8	غالباً
97.5	35.0	11.3	14	أحياناً
100.0	2.5	.8	1	أبداً
	100.0	32.3	40	المجموع



من الجدول و الشكل السابق نرى أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الوسائط الرقمية بنسبة 97 % وهي نتيجة طبيعية تحتمه طبيعة النظام الاجتماعي الذي تسيطر عليه وبقوة الوسائط الرقمية و التي أضحت أداة للتواصل الإنساني في جميع الأصعدة، حيث أن نسبة 42 % منهم تستخدم و بصفة دائمة الوسائط الرقمية وبنسبة 20 و 35 % غالبا أو أحيانا ماتستخدمها في حين أن نسبة قليلة من المبحوثين تقدر بنسبة 02.5 % لاتستخدم هاته الوسائط.

الجدول و الشكل رقم 07: يوضح توزيع المبحوثين بناء على أهم الوسائط الرقمية التي يستخدمونها.

أهم الوسائط الرقمية المستخدمة				
الوسائط الإلكترونية المستخدمة	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
فايسبوك	38	30.6	55.1	55.1
يوتيوب	23	18.5	33.3	88.4
تويتر	7	5.6	10.1	98.6
أخرى أذكرها	1	.8	1.4	100.0
المجموع	69	55.6	100.0	

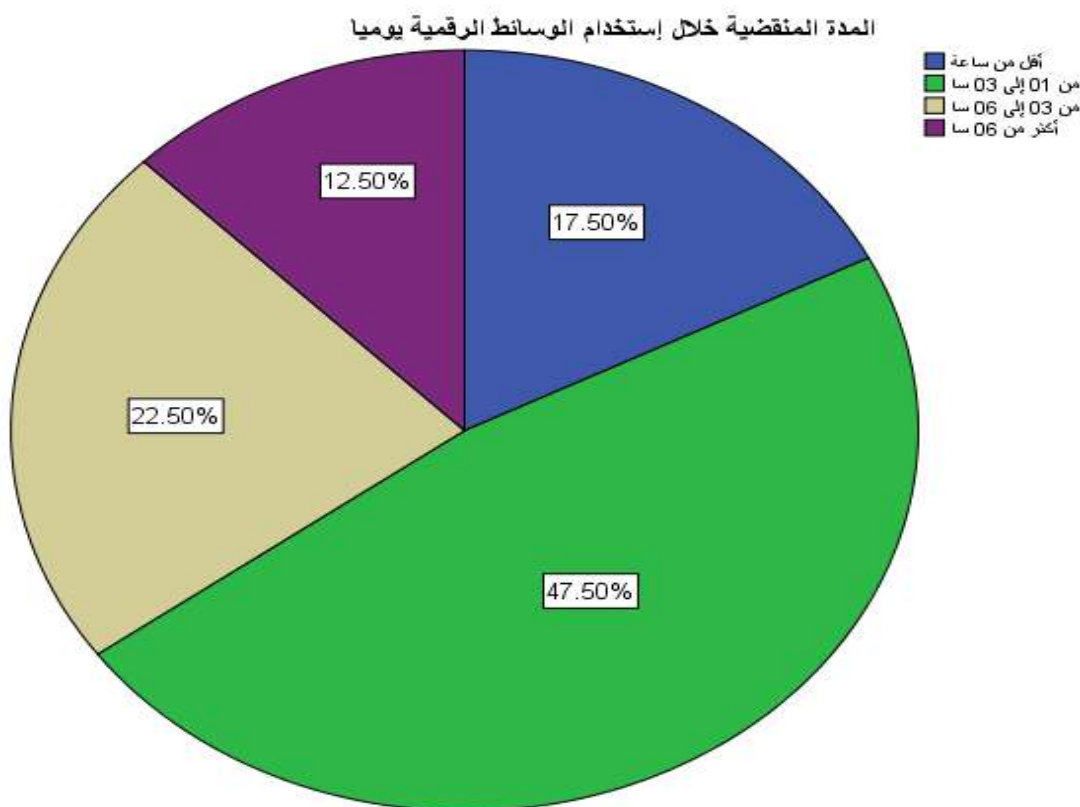


من الجدول و الشكل السابق نستنتج أن موقع الفيسبوك إحتل الصدارة في ترتيب إستخدامات المبحوثين للوسائط الرقمية بنسبة 55 % و هي ظاهرة عرفت إنتشارا واسعا خصوصا لدى الشباب نظرا لشعبية هذا الموقع و التطورات الكبيرة التي شملته سواء في التصميم و الإنجاز، يليه موقع اليوتيوب بنسبة 33 % الذي يعتمد عليه الشباب في التحميل و مشاهدة الفيديو يليه موقع التويتر بنسبة أقل 10 % و الذي تستخدمه بعض فئات البحث في خيارات متابعة التغريدات بمختلف مضامينها.

الجدول و الشكل رقم 08: يوضح توزيع المبحوثين تبعا للمدة المنقضية خلال إستخدامهم للوسائط الرقمية

يومية.

المدة المنقضية خلال إستخدام الوسائط الرقمية يوميا				
النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدة الإستخدام
17.5	17.5	5.6	7	أقل من ساعة
65.0	47.5	15.3	19	من 01 إلى 03 سا
87.5	22.5	7.3	9	من 03 إلى 06 سا
100.0	12.5	4.0	5	أكثر من 06 سا
	100.0	32.3	40	المجموع



نلاحظ من خلال الجدول و الشكل السابق أن المدة التي يقضيها المبحوثين في اليوم تتراوح بقوة من 01 إلى 03 ساعات بنسبة 47 % في حين يقضي باقي الشباب من 03 إلى 06 ساعات يوميا بنسبة 22 % و هي نسبة تحيل إلى الإستخدام المتواصل و اليومي من طرف الشباب و ما تحتمه مقتضيات العصر الحالي و التكيف مع

التكنولوجيا الراهنة و من جهة أخرى نجد نسباً أقل تقدر ب 12 % في الإستخدامات أكثر من 6 سا و هو أمر طبيعي يعود إلى مختلف الإنشغالات الخاصة بالشباب و كذا الميول المختلفة لهم.

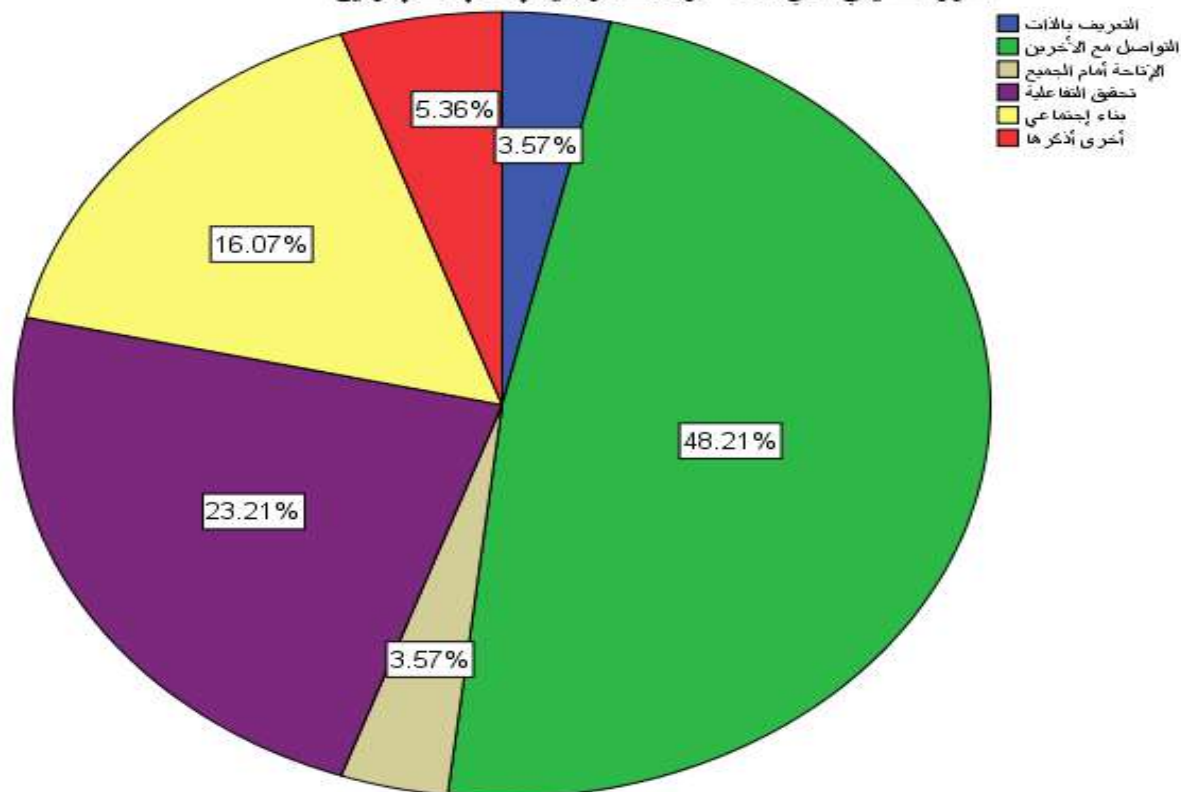
الجدول و الشكل رقم 09: يوضح توزيع المبحوثين بناءً على الدور الحقيقي الذي تمثله الوسائط الرقمية بالنسبة لهم.

لهم.

الدور الحقيقي الذي تمثله الوسائط الرقمية بالنسبة للمبحوثين

دور الوسائط للمبحوثين	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
التعريف بالذات	2	1.6	3.6	3.6
التواصل مع الآخرين	27	21.8	48.2	51.8
الإتاحة أمام الجميع	2	1.6	3.6	55.4
تحقيق التفاعلية	13	10.5	23.2	78.6
بناء إجتماعي	9	7.3	16.1	94.6
أخرى أذكرها	3	2.4	5.4	100.0
المجموع	56	45.2	100.0	

الدور الحقيقي الذي تمثله الوسائط الرقمية بالنسبة للمبحوثين



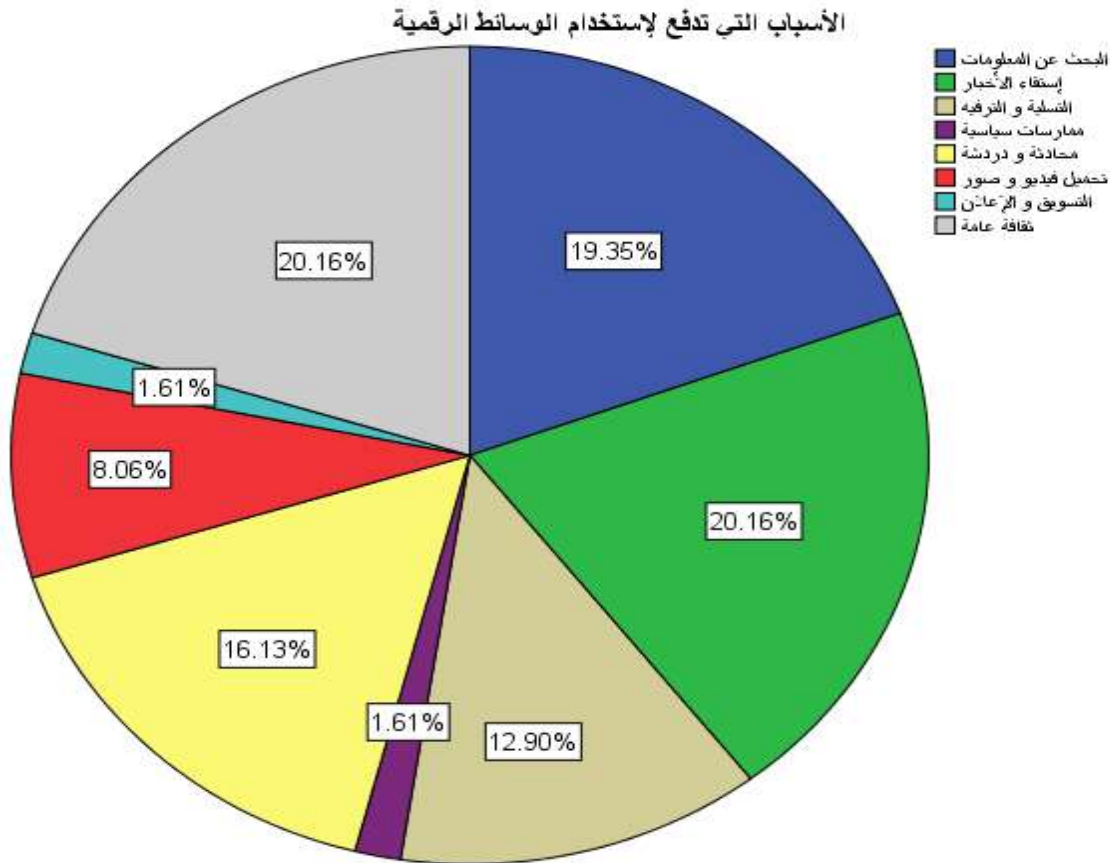
يوضح الجدول و الشكل السابق مختلف وجهات النظر للأفراد المبحوثين الذين تختلف وجهات نظرهم في رؤيتهم لما يمثلها إليهم الوسائط الرقمية ، حيث كانت ميزة التواصل مع الآخرين أهم خاصية بنسبة 48 % كون هاته الوسائط فضاء حر للتواصل بكافة أنواعه، تليه تحقيق التفاعلية بنسبة 23 % و التي تندرج في نفس سياق التواصل المرئي و المسموع و المكتوب، في حين جاءت الخيارات الأخرى بنسب أقل على غرار التعريف بالذات بنسبة 03 % و الإتاحة أمام الجميع بنسبة 03 % و كذا بناء إجتماعي جديد بنسبة 16 %، و هي أمور مردها إلى مختلف الخدمات التي توفرها الوسائط الرقمية و التي إستفادت من تكنولوجيات الإعلام والاتصال، ضف إلى ذلك التفضيلات الشخصية و المختلفة وفقا لما توفره الوسائط الإجتماعية الرقمية وكذا مختلف المضامين الواردة ضمنها و التي تبني عليها وجهات النظر.

الجدول و الشكل رقم 10: يوضح توزيع المبحوثين تبعا للأسباب المتعددة التي تدفعهم لإستخدام الوسائط

الرقمية.

الأسباب التي تدفع لإستخدام الوسائط الرقمية

أسباب إستخدام الوسائط	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
البحث عن المعلومات	24	19.4	19.4	19.4
إستقاء الأخبار	25	20.2	20.2	39.5
التسلية و الترفيه	16	12.9	12.9	52.4
ممارسات سياسية	2	1.6	1.6	54.0
محادثة و دردشة	20	16.1	16.1	70.2
تحميل فيديو و صور	10	8.1	8.1	78.2
التسويق و الإعلان	2	1.6	1.6	79.8
ثقافة عامة	25	20.2	20.2	100.0
المجموع	124	100.0	100.0	



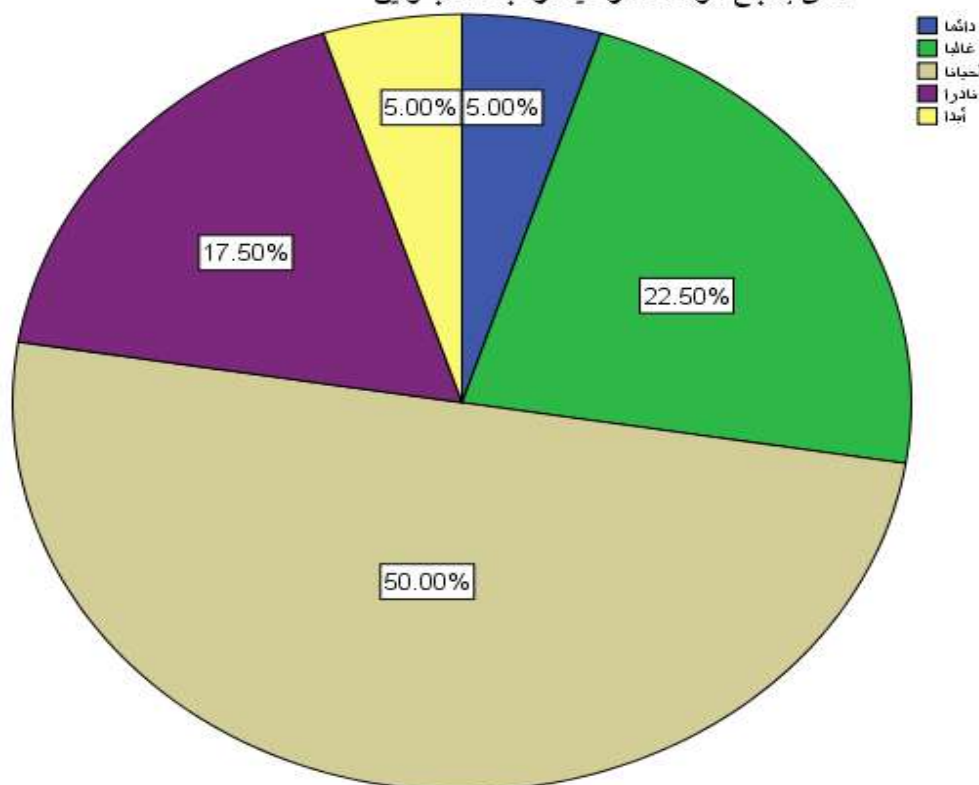
يوضح الجدول و الشكل السابق مجمل الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى إستخدام الوسائط الرقمية حيث نلاحظ أن "إستقاء الأخبار" و "الثقافة العامة" جاءا على رأس الخيارات بنسبة 20 % و هو مؤشر واضح يضاف إلى دراستنا و الذي يبين أهمية الأخبار لهاته الفئة، ضف إلى ذلك باقي الخيارات و الأسباب الأخرى على غرار البحث عن المعلومات بنسبة 19 % و التي تصب في نفس السياق، و من جهة أخرى نجد باقي الفئات تبحث عن التواصل و باقات المحادثة و كذا التسلية والترفيه و هو ماتوفره الوسائط الرقمية، في حين جاءت النسب الأخرى قليلة للتعبير عن دوافع أخرى كالتحميل بنسبة 08 % و التسويق و الإعلان بنسبة 01 % و مختلف الممارسات السياسية بنسبة 01 %.

الجدول و الشكل رقم 11: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إشباع رغباتهم من خلال الوسائط الرقمية.

مدى إشباع الوسائط الرقمية لرغبات المبحوثين

مدى إشباع الوسائط لرغبات المبحوثين	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
دائما	2	1.6	5.0	5.0
غالبا	9	7.3	22.5	27.5
أحيانا	20	16.1	50.0	77.5
نادرا	7	5.6	17.5	95.0
أبدا	2	1.6	5.0	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	

مدى إشباع الوسائط الرقمية لرغبات المبحوثين



من الجدول و الشكل السابق نرى أن فئة مهمة من مجتمع المبحوثين تقدر ب 50 % و 22 % من الشباب الجزائري يشبعون رغباتهم من خلال الوسائط الرقمية التي توفر لهم مختلف الخدمات الإلكترونية على غرار الأخبار،

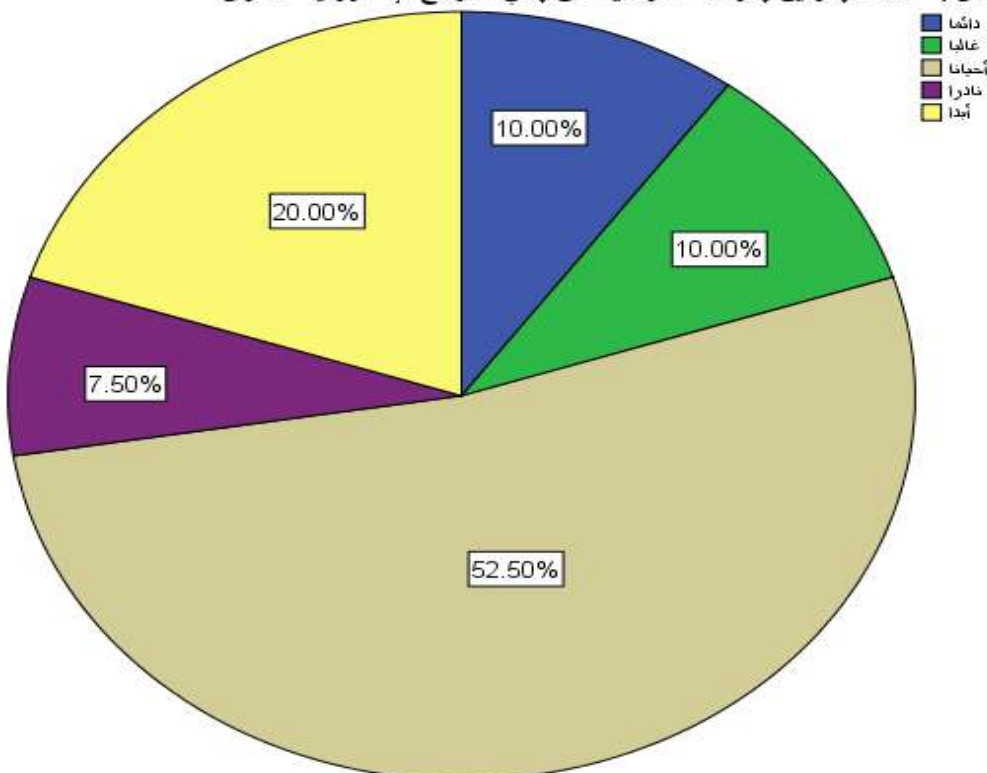
المحادثة و التواصل، التسلية و الترفيه، في حين جاءت خيارات أقل بالنسبة لمجتمع البحث بنسبة 17 % نادرا ما لا تمثل لها الوسائط الرقمية مصدرا هاما لإشباع رغباتهم.

المجدول و الشكل رقم 12: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إكتفائهم بالوسائط الرقمية عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى.

مدى إكتفاء المبحوثين بالوسائط الرقمية عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى

مدى إكتفاء المبحوثين بالوسائط الرقمية عن باقي المواقع الإلكترونية	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
دائما	4	3.2	10.0	10.0
غالبا	4	3.2	10.0	20.0
أحيانا	21	16.9	52.5	72.5
نادرا	3	2.4	7.5	80.0
أبدا	8	6.5	20.0	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	

مدى إكتفاء المبحوثين بالوسائط الرقمية عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى



من الجدول و الشكل السابق يتضح لنا أن نصف مجتمع البحث يرون بنسبة 52 % أن الوسائط الرقمية تغنيهم أحيانا عن باقي المواقع الأخرى نظرا للإثراءات المتنوعة و المتعددة التي تشهدها الساحة الإعلامية على مستوى الوسائط الرقمية و التي تتطرق تقريبا إلى كل المواضيع التي تهم الفرد و الجماعة، في حين رفضت باقي الفئات بنسب 20 % و 10 % و 07 % الإكتفاء بالوسائط الرقمية كمورد أساسي في إستقاء المعلومات عبرها، نظرا لكون محركات البحث القوية و المشهورة مثلا تمثل واسطة مهمة و بوابة زاخرة توفر العديد من البدائل في مجال الإبحار عبر الأنترنت.

03- المحور الثالث: إعتداد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار

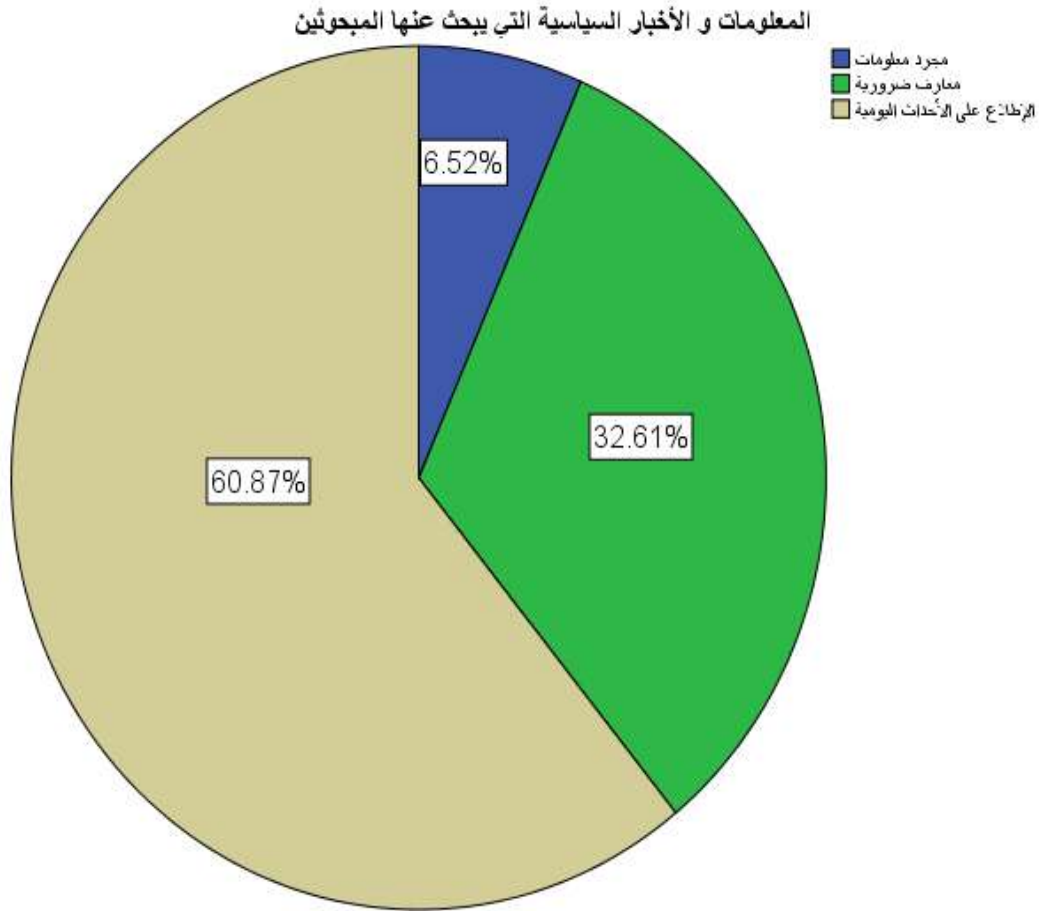
السياسية.

الجدول و الشكل رقم 13: يوضح توزيع المبحوثين حول ماهية المعلومات و الأخبار السياسية التي يبحثون

عنها.

المعلومات و الأخبار السياسية التي يبحث عنها المبحوثين

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	ماهية المعلومات و الأخبار السياسية
6.5	6.5	2.4	3	مجرد معلومات
39.1	32.6	12.1	15	معارف ضرورية
100.0	60.9	22.6	28	الإطلاع على الأحداث اليومية
	100.0	37.1	46	المجموع

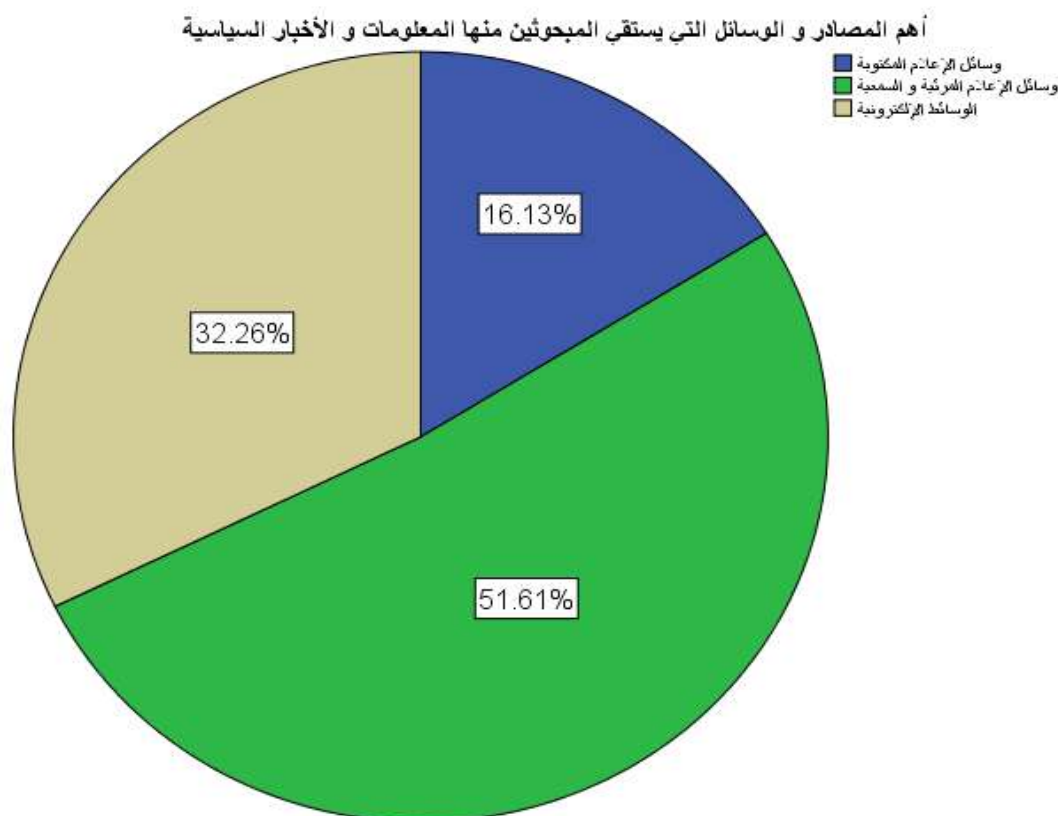


يوضح الجدول و الشكل السابق نسب توضيحية لماهية المعلومات و الأخبار السياسية بالنسبة للمبحوثين، حيث أغلبها تشير إلى مفهوم الإطلاع على الأحداث اليومية بنسبة 60 % و التي تحيلنا إلى حاجة الفرد للتزود بالمعلومات اليومية و هو أمر طبيعي خصوصا إذا تعلق بالمعلومات و الأخبار السياسية التي تهم محيطه المباشر وتخدم مصالحه و تشبع رغباته السياسية، في حين نرى نسب أخرى و بصفة أقل 32 % و 06 %، أن مفهوم المعلومات و الأخبار السياسية لدى الشباب يشير إلى مجموعة من المعارف و المعلومات الضرورية التي يتزود بها الفرد لمختلف الأسباب و الدوافع.

الجدول و الشكل رقم 14: يوضح توزيع المبحوثين حول أهم المصادر و الوسائل التي يستقون منها المعلومات و

الأخبار السياسية.

أهم المصادر و الوسائل التي يستقي المبحوثين منها المعلومات و الأخبار السياسية				
أهم مصادر إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
وسائل الإعلام المكتوبة	10	8.1	16.1	16.1
وسائل الإعلام المرئية و السمعية	32	25.8	51.6	67.7
الوسائط الإلكترونية	20	16.1	32.3	100.0
Total	62	50.0	100.0	



يستقي المبحوثين حسب الجدول و الشكل السابق مجمل المعلومات و الأخبار السياسية من الوسائط المرئية

و المسموعة بنسبة 51 %، حيث أن المعلومات و الأخبار السياسية السريعة و الجاهزة عبر التلفزيون و الإذاعة و

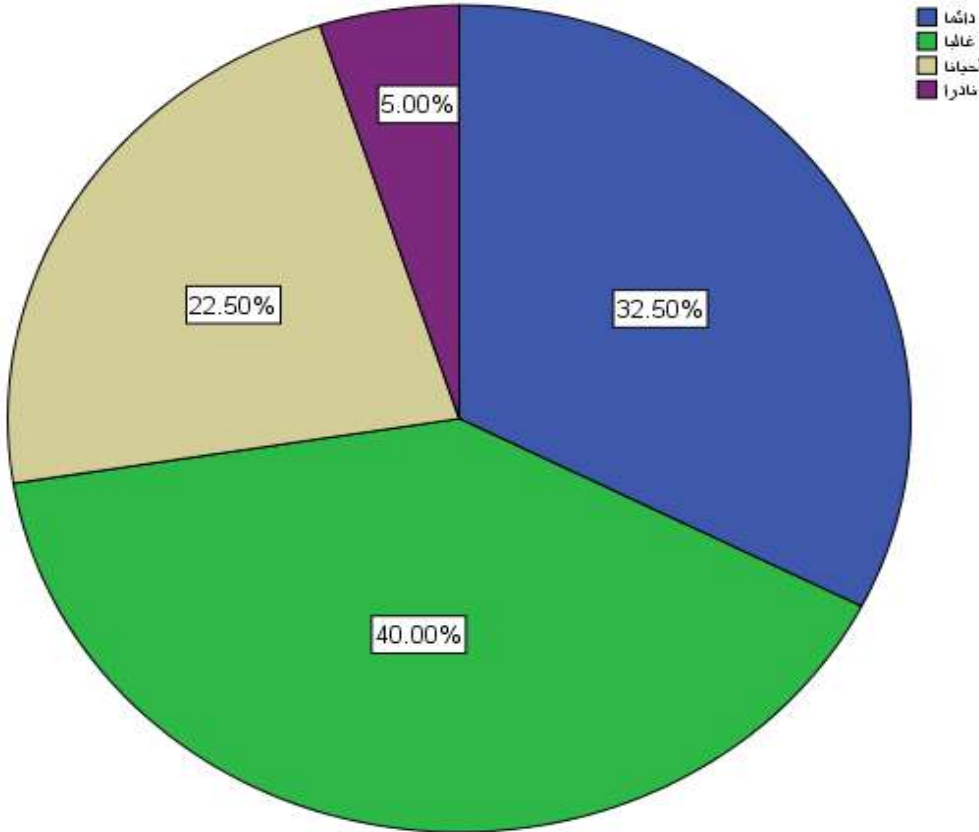
التي لا تكلف أي مجهود في إستقبالها تبقى من الوسائل المهيمنة و المسيطرة على الساحة الإعلامية ككل لا لشيء إلا لتمتعها بخصائص و ميزات معينة تجعل منها الأنسب بالنسبة للشباب الجزائري، في حين يفضل هذا الأخير الوسائط الرقمية بنسبة 32 % على غرار الأنترنت و الشبكات الإجتماعية التي تمثل نوعا آخر مميزا و جديدا يقدم الخدمات الإخبارية الجاهزة و السريعة أيضا بتكلفة أقل، في حين تبقى الوسائط التقليدية و المكتوبة الأقل نسبة في إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية بنسبة 16 % نظرا للهيمنة الكبيرة التي تشهدها الساحة اليوم في مضمار الإعلام.

الجدول و الشكل رقم 15: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة الوسائط الرقمية في تزويدهم بالمعلومات و الأخبار السياسية.

مدى مساهمة الوسائط الرقمية في تزويد المبحوثين بالمعلومات و الأخبار السياسية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى تزويد الوسائط بالمعلومات و الأخبار السياسية
32.5	32.5	10.5	13	دائما
72.5	40.0	12.9	16	غالبا
95.0	22.5	7.3	9	أحيانا
100.0	5.0	1.6	2	نادرا
	100.0	32.3	40	المجموع

مدى مساهمة الوسائط الرقمية في تزويد المبحوثين بالمعلومات و الأخبار السياسية



من خلال الجدول و الشكل السابق و بناء على التدرج في طرح الأسئلة نجد أن عينة البحث تعتمد بنسب 32 % و 40 % و 22 % على الوسائط الرقمية في إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية ، و التي تزودهم بمجمل المعلومات و الأخبار السياسية التي يحتاجونها يومياً، إذا أن السوق الوطنية و من خلال الإكتساح القوي للوسائط التكنولوجية و إتاحة فرص الإستخدام و الإستكشاف أمام الجميع أعطت للوسائط الرقمية مكانة مهمة إجتماعياً حيث أنها تساهم و بطرقها المباشرة في تزويد الشباب بما يحتاجونه من معلومات سواء على الصعيد المحلي أو الوطني أو الدولي بل و ربطهم بواقعهم المعاش مباشرة من خلال سيرورة المعلومة المتسمة بالسرعة الفائقة في التنقل، في حين أن نسبة قليلة فقط ب 05 % يرون عكس الفكرة لنفس الغرض و لنفس الدافع السابق ذكرها.

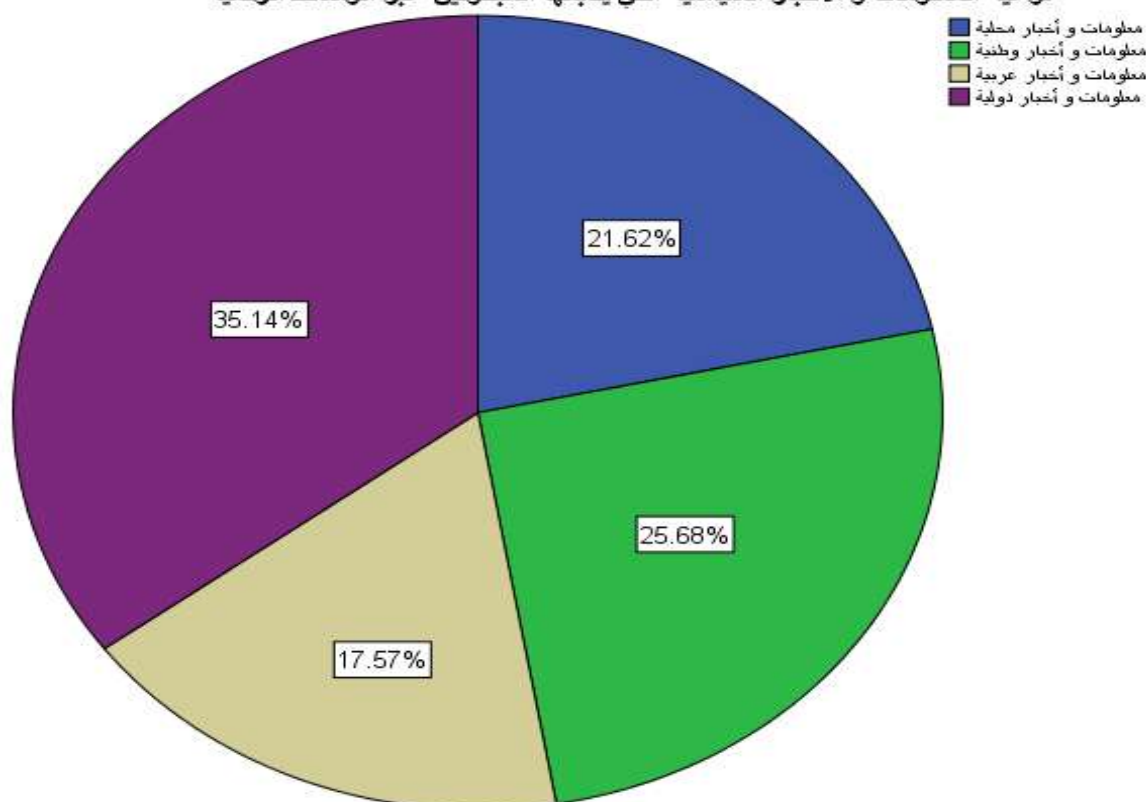
الجدول و الشكل رقم 16: يوضح توزيع المبحوثين حول نوعية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتابعونها عبر

الوسائط الرقمية.

نوعية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتابعها المبحوثين عبر الوسائط الرقمية

نوعية المعلومات و الأخبار السياسية	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
معلومات و أخبار محلية	16	12.9	21.6	21.6
معلومات و أخبار وطنية	19	15.3	25.7	47.3
معلومات و أخبار عربية	13	10.5	17.6	64.9
معلومات و أخبار دولية	26	21.0	35.1	100.0
المجموع	74	59.7	100.0	

نوعية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتابعها المبحوثين عبر الوسائط الرقمية



من خلال الجدول و الشكل السابق يتضح لنا أن آراء فئات المبحوثين متقاربة نوعاً ما في تفضيل نوعية الأخبار

فنجد أغلب الفئات تفضل الأخبار الدولية بنسبة 35 % لما لها من أهمية في ربطهم بالأحداث، ضف إلى ذلك

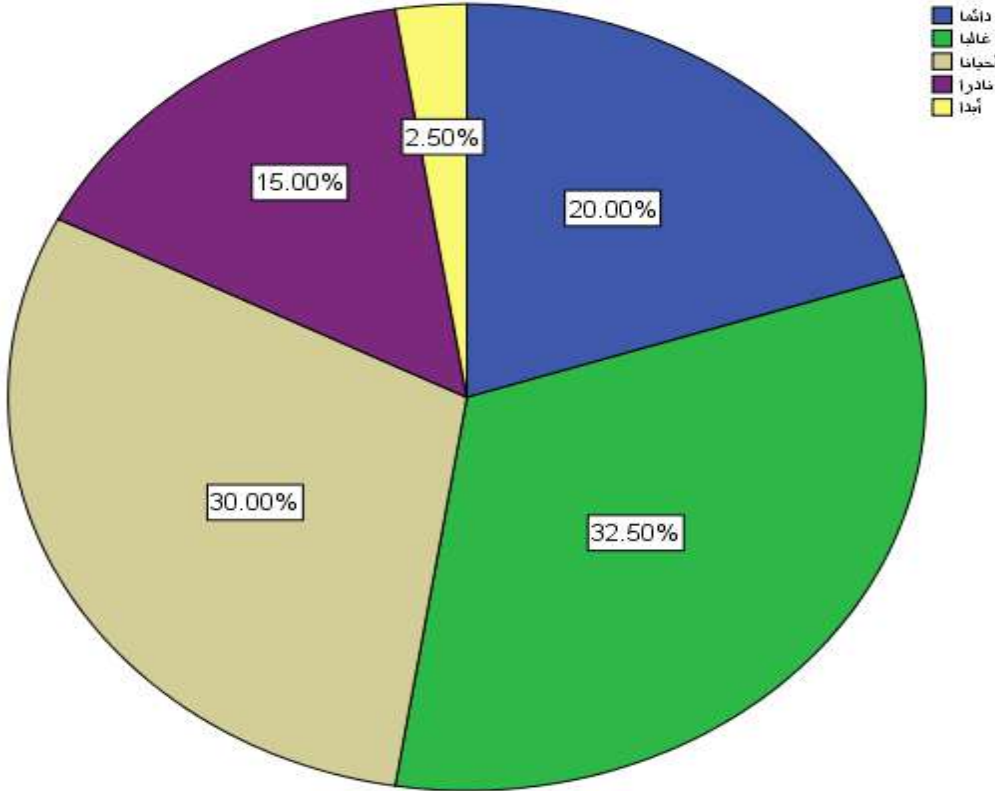
إختيارهم للأخبار ذات الطابع المحلي و الوطني بنسب أقل 21 % و 25 % وهي نسب مهمة في تحديد توجهات الشباب إزاء إختيارهم لنوعية الأخبار عبر الوسائط الرقمية و ذلك لما توفره من صفحات تعنى بالأحداث المحلية و التي لها قرب نفسي مهم جدا يفضلها أغلب المبحرون عبر هاته الوسائط، في حين تأتي الأخبار العربية في الأخير بنسبة 17 %، لما تكشفه ذات المواقع من أحداث إقليمية تهم الرأي العام المحلي كالقضية الفلسطينية.

الجدول و الشكل رقم 17: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إعتمادهم المباشر على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية.

مدى إعتماذ المبحوثين على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى الإعتماذ على الوسائط في الحصول على المعلومات و الاخبار السياسية
20.0	20.0	6.5	8	دائما
52.5	32.5	10.5	13	غالبا
82.5	30.0	9.7	12	أحيانا
97.5	15.0	4.8	6	نادرا
100.0	2.5	.8	1	أبدا
	100.0	32.3	40	المجموع

مدى إعتداد المبحوثين على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية



يوضح الجدول و الشكل السابق عنصر المباشرة في إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية من قبل المبحوثين على الوسائط الرقمية و هو عنصر تقني يعتمد على الإستخدام الألي للأفراد حيث أن الشباب و بمجرد ولوجهم للإنترنت فإن 82 % موزعة على الدائم و الغالب و الحين يعتمدون إعتقاداً مباشراً على الوسائط الرقمية في حصولهم على المعلومات و الأخبار السياسية و هي نسب مهمة تختصر من خلالها الفئات وقت الإتصال بحركات البحث و التقدم مباشرة إلى جل الوسائط الرقمية في تنقيط ما يرغبونه من معلومات أو قضايا قد تهمهم، كما أن نسبة 15 % و 02.5 % نادراً ما تعتمد بصفة مباشرة على هاته الوسائط في إستقائها و حصولها على المعلومات و الأخبار السياسية.

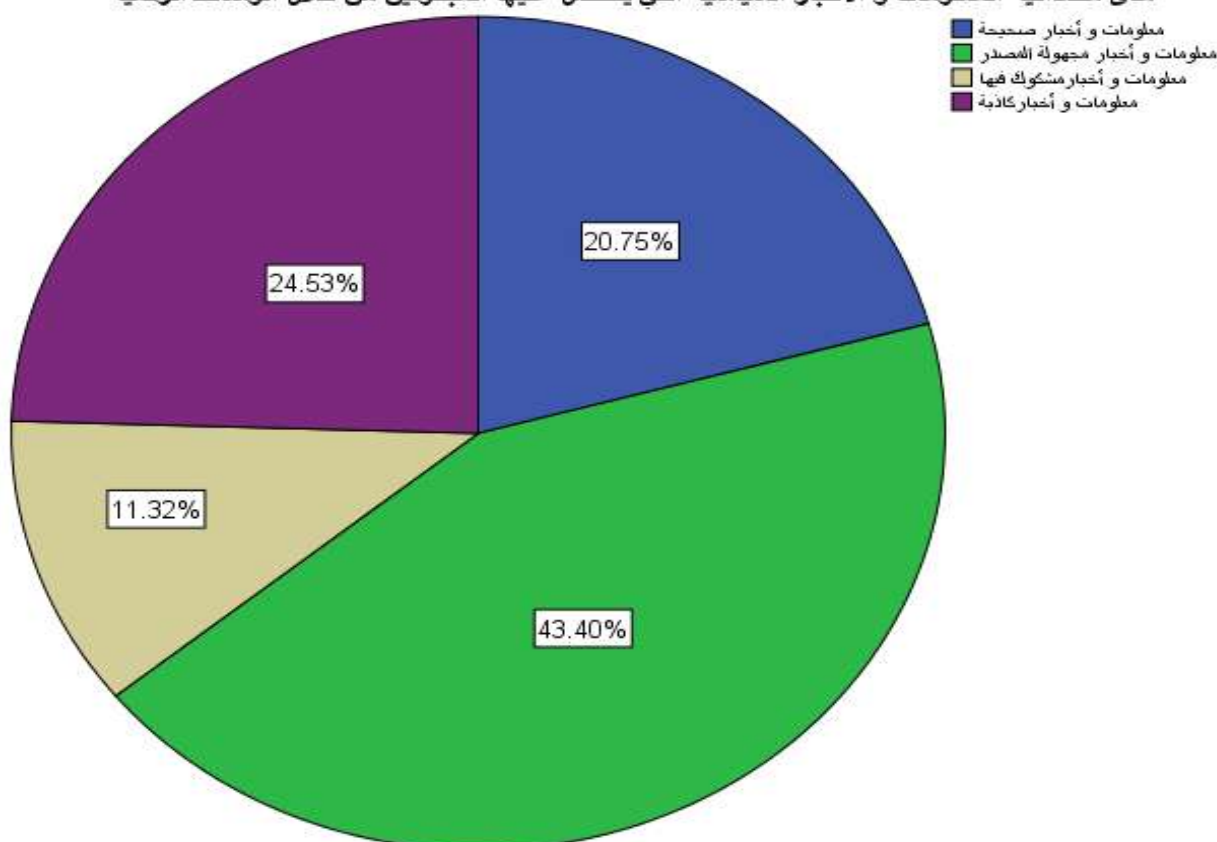
الجدول و الشكل رقم 18: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مصداقية المعلومات و الأخبار السياسية التي

يتحصلون عليها من خلال الوسائط الرقمية.

مدى مصداقية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتحصل عليها المبحوثين من خلال الوسائط الرقمية

مدى مصداقية المعلومات و الاخبار السياسية المتحصل عليها من الوسائط	عدد المبحوثين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
معلومات و أخبار صحيحة	11	8.9	20.8	20.8
معلومات و أخبار مجهولة المصدر	23	18.5	43.4	64.2
معلومات و أخبار مشكوك فيها	6	4.8	11.3	75.5
معلومات و أخبار كاذبة	13	10.5	24.5	100.0
المجموع	53	42.7	100.0	

مدى مصداقية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتحصل عليها المبحوثين من خلال الوسائط الرقمية



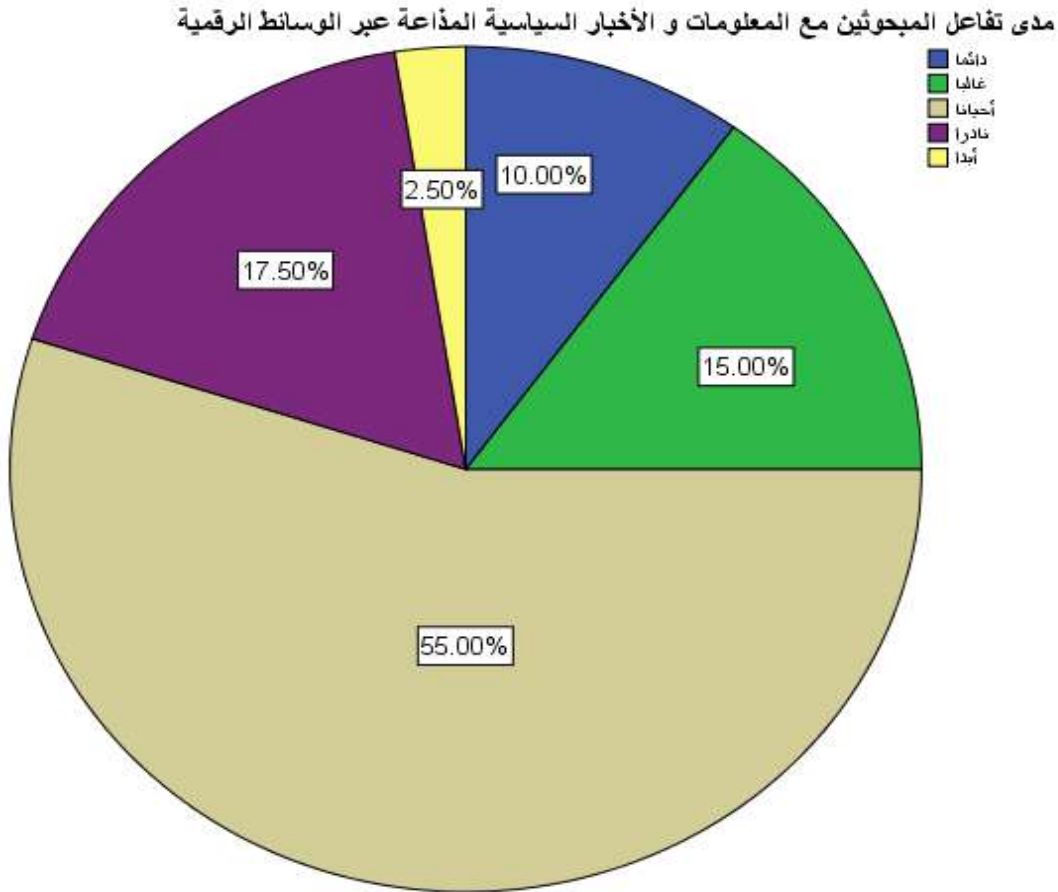
إن الجدول و الشكل السابق يوضح مصداقية المعلومات و الأخبار السياسية التي يتحصل عليها المبحوثين

من خلال الوسائط الرقمية حيث و رغم الإستخدام الكبير لهاته الوسائط فإن نسبة كبيرة منهم تجاوز النصف بنسبة 43 % تشكك في مصدر المعلومات و الأخبار السياسية المحصل عليها كما أن نسب 24 % و 11 % تكذب أو تفند هاته المعلومات و الأخبار السياسية في حين أن نسبة 20 % منهم تشير إلى صحتها و هي أرقام متفاوتة نظرا لإتاحة الوسائط الرقمية أمام الجميع و إفتقار المصدر الصحيح عذا المواقع الرسمية منها و التي يكتفي الشباب بتقصيها كما سبق ذكره من خلال الوسائل المرئية و المسموعة و التي تعتبر و سائطا مؤكدة المعلومات و الأخبار السياسية من خلال البث الرسمي و عنصر الصورة الحية الذي يلعب دورا مهما في نقل الحدث و الخبر .

الجدول و الشكل رقم 19: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى تفاعلهم مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية.

مدى تفاعل المبحوثين مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية

مدى التفاعل مع المعلومات و الاخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط	عدد المجيبين	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية التراكمية
دائما	4	3.2	10.0	10.0
غالبا	6	4.8	15.0	25.0
أحيانا	22	17.7	55.0	80.0
نادرا	7	5.6	17.5	97.5
أبدا	1	.8	2.5	100.0
المجموع	40	32.3	100.0	



يوضح الجدول و الشكل السابق مدى التفاعل الحاصل بين المتلقي من مجتمع البحث المدروس و الخبر المذاع عبر الوسائط الرقمية حيث نجد أن 55 % من فئة البحث يتفاعلون مع هاته المعلومات و الأخبار السياسية و قد يكون هذا التفاعل نفسي أو تقني في حين أن نسبة 17 % نادرًا ما تتفاعل مع المعلومات و الأخبار السياسية لعدة أسباب سبق و أن أتينا على عنصر المصادقية منها و الذي يشكل ركيزة أساسية في عملية التلقي و التقبل، ضف إلى ذلك هيمنة باقي الوسائل الأخرى و إحتكارها المعلومات و الأخبار السياسية ذات الصلة بطابع الرسمية و الذي يشكل فارقاً في تفاعل الفرد معه على غرار المعلومات و الأخبار السياسية و الإجتماعية و الإقتصادية.

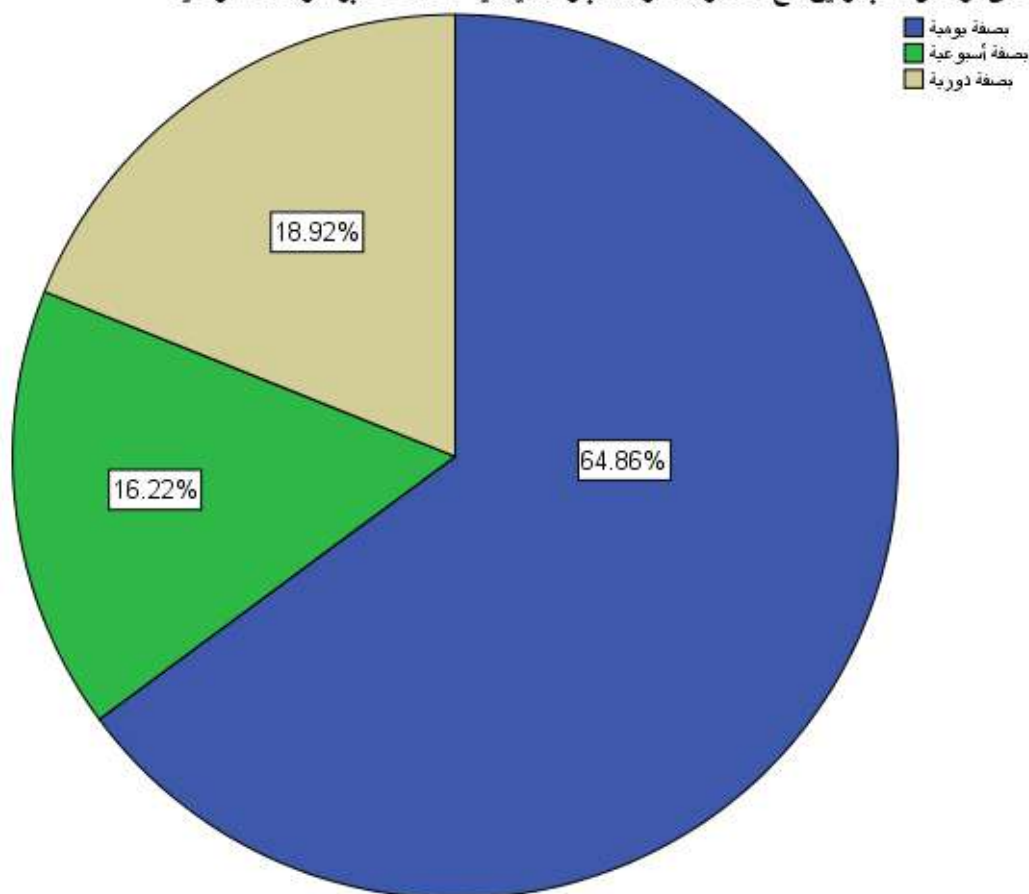
الجدول و الشكل رقم 20: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى تواصلهم مع المعلومات و الأخبار المذاعة عبر

الوسائط الرقمية.

مدى تواصل المبحوثين مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى التواصل مع المعلومات و الاخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط
64.9	64.9	19.4	24	بصفة يومية
81.1	16.2	4.8	6	بصفة أسبوعية
100.0	18.9	5.6	7	بصفة دورية
	100.0	29.8	37	المجموع

مدى تواصل المبحوثين مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية



يوضح الجدول و الشكل السابق أن نسبة 64 % من الأفراد المبحوثين يتواصلون مع المعلومات و الأخبار

السياسية الواردة عبر الوسائط الرقمية بصفة يومية وهي نسبة تحيلنا إلى أن الوسائط الرقمية تشغل حيزا هاما من

يوميّات الشباب الجزائري و خاصة ضمن المواقع الإخبارية و هو أمر طبيعي نظرا لحاجة الفرد إلى المعلومة و الخبر بصفة دائمة لمعرفة ما يجري حوله و للتأقلم مع المحيط الإجتماعي في ظل السيولة السريعة للمعلومة في ظل تكنولوجيات وسائل الإعلام و الإتصال، و من جهة أخرى نجد نسباً أقل (18 % و 16 %) تتواصل مع ذات المعلومات و الأخبار السياسية بصفة دورية أسبوعية أم شهرية، و على العموم فالتواصل من الناحية الوقتية أو الزمنية حاصل و لو بنسب متفاوتة و لكن الحاجة لتلقي المعلومة و التزود بها باقية برغم تعدد الوسائط.

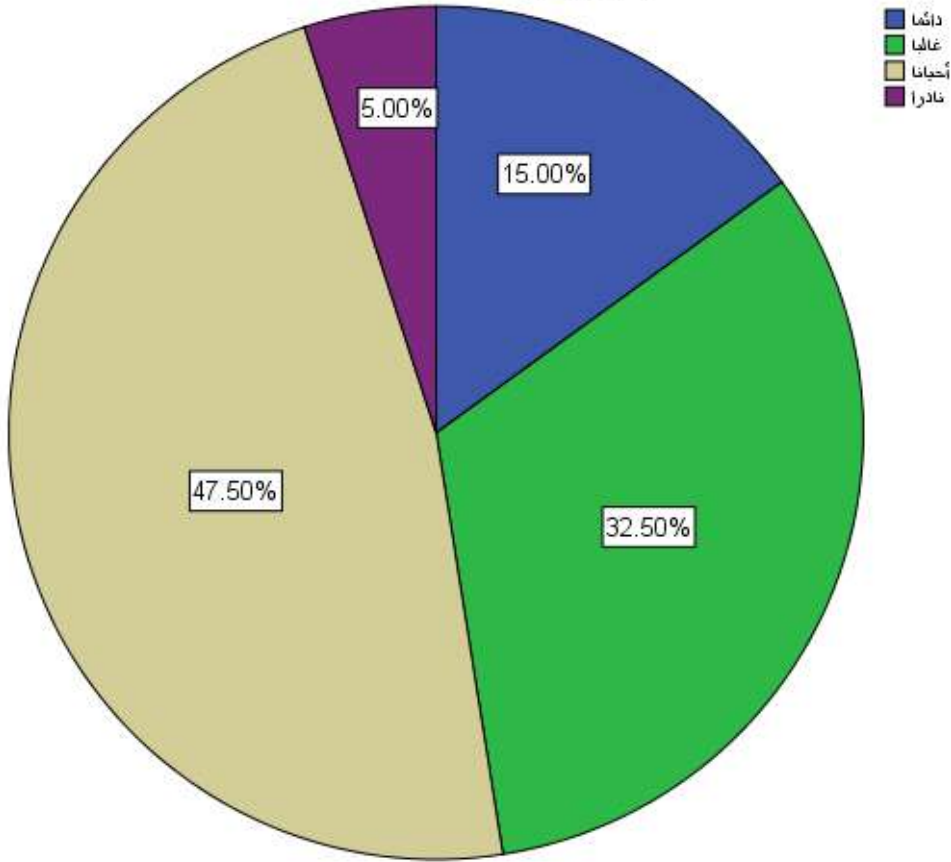
الجدول و الشكل رقم 21: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساعدة المعلومات و الأخبار السياسية المستقاة

من الوسائط الرقمية لهم على معرفة ما يجري حولهم من أحداث سياسية.

مدى مساعدة المعلومات و الأخبار السياسية المستقاة من الوسائط الرقمية على معرفة المبحوثين لما يجري حولهم من أحداث سياسية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى مساعدة المعلومات و الاخبار السياسية المستقاة من الوسائط على معرفة ما يجري من أحداث سياسية
15.0	15.0	4.8	6	دائما
47.5	32.5	10.5	13	غالبا
95.0	47.5	15.3	19	أحيانا
100.0	5.0	1.6	2	نادرا
	100.0	32.3	40	المجموع

مدى مساعدة المعلومات و الأخبار السياسية المستقاة من الوسائط الرقمية على معرفة المبحوثين لما يجري حولهم من أحداث سياسية



يوضح الجدول و الشكل السابق أن نسبة إجمالية تقدر ب 95 % موزعة على الدائم و الغالب و الحين (15 % و 32 % و 47 %) من مجتمع البحث في دراستنا أن المعلومات و الأخبار السياسية المستقاة من الوسائط الرقمية تساعدهم على معرفة مايجري حولهم، وخير مثال على ذلك ما توفره الصفحات المحلية من أخبار تقرب الفرد نفسياً إلى ما يحدث من قضايا قد تشغل باله، أو تربطه مباشرة بمحيطه الخاص و العام، وهي في الغالب طبيعة المعلومة و الخبر بغض النظر عن مصدره سواء مكتوباً أو مسموعاً أو مرئياً أو حتى إلكترونياً، و التي تكشف عن الأوضاع و القضايا السائدة عبر المحيط العام للفرد، في حين تبقى نسبة 05 % تعبر عن الآراء التي نادراً ما تساعدهم المعلومات و الأخبار السياسية الواردة عبر الوسائط الرقمية في معرفة ما يجري حولهم من أحداث تبعا لعدم تواصلهم مع ما ييثر أو إنقطاعهم لفترات عن إستخدام الأنترنت.

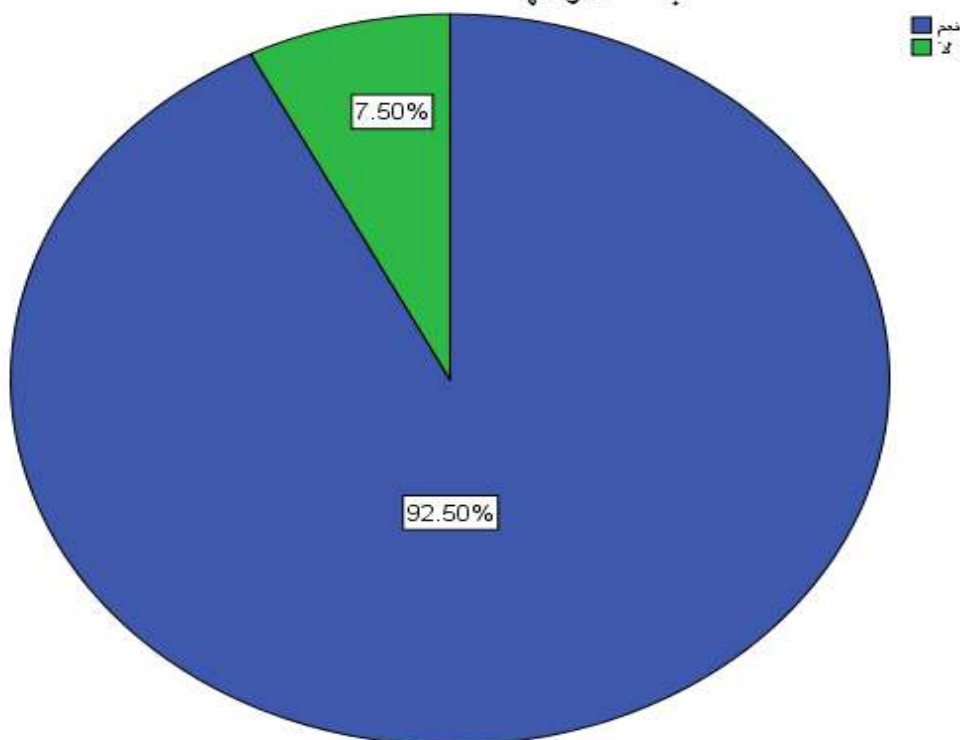
الجدول و الشكل رقم 22: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى مساهمة تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال عبر

الوسائط الرقمية في تسهيل عملية إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية بمختلف أنواعها.

مساهمة تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال عبر الوسائط الرقمية في تسهيل عملية إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية بمختلف أنواعها

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى مساهمة الوسائط في تسهيل عملية إستقاء المعلومات و الاخبار السياسية بمختلف أنواعها
92.5	92.5	29.8	37	نعم
100.0	7.5	2.4	3	لا
	100.0	32.3	40	المجموع

مساهمة تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال عبر الوسائط الرقمية في تسهيل عملية إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية بمختلف أنواعها



يوضح الجدول و الشكل السابق أن تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال تساهم بصفة عامة و بصفة أخص عبر

الوسائط الرقمية في عملية إستقاء المعلومات و الأخبار السياسية، من خلال نسبة 92 % التي أكدت هذا

الطرح، الذي يعتبر من محصلات تكنولوجيات الإتصال على عالم الإعلام الذي يتميز بخصائص متعددة أهمها: التفاعلية و المشاركة و السرعة في نقل المعلومة و الخبر من خلال التطور التقني الهائل على مستوى التقنية و الفكرة و البرامج.

الجدول و الشكل رقم 23: يوضح توزيع المبحوثين بناء على إطلاعهم على المعلومات و الأخبار السياسية من خلال مواقعها المباشرة أو عبر الوسائط الرقمية.

الإطلاع على المعلومات و الأخبار السياسية عن الأحزاب السياسية من خلال مواقعها المباشرة أو الوسائط الرقمية				
النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	الإطلاع على المعلومات و الأخبار السياسية عن الأحزاب من خلال مواقعها أو الوسائط
27.9	27.9	9.7	12	عبر المواقع مباشرة
100.0	72.1	25.0	31	عبر الوسائط الإلكترونية
	100.0	34.7	43	المجموع



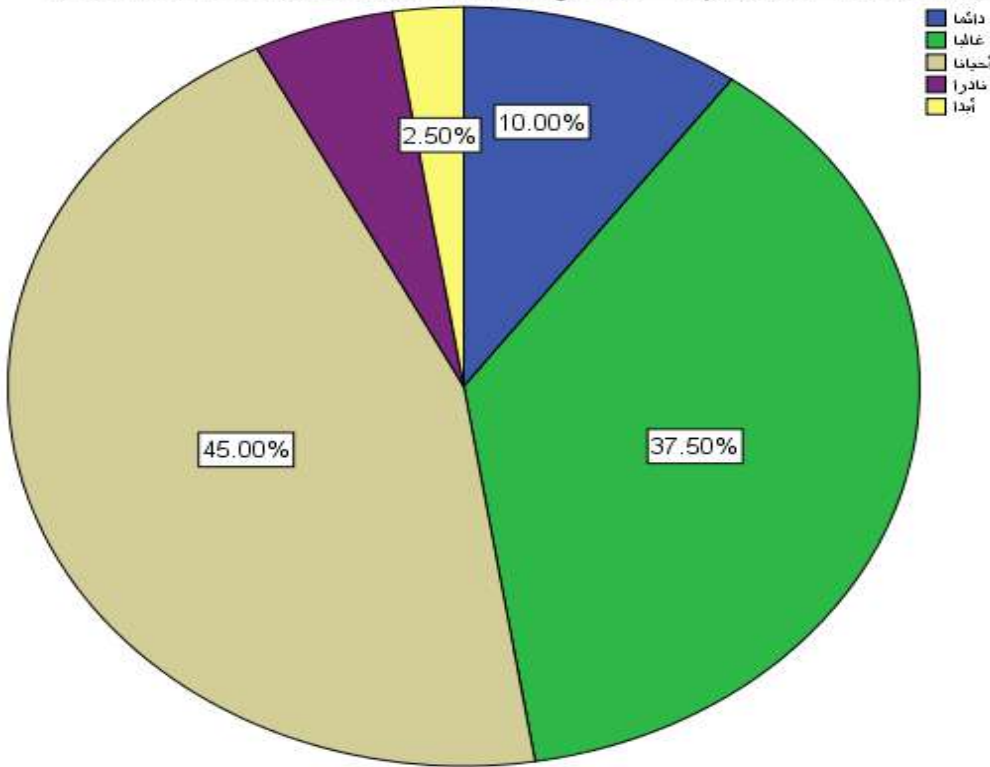
يوضح الجدول و الشكل السابق أن للصفحات المتعددة للوسائط الرقمية زخم كبير من المعلومات المتاحة عبرها و كذا التنوع الشديد و في المجالات مما جعلها حسب نسبة 72 % الموضحة بالجدول و الشكل أعلاه بديلا عن باقي المواقع الإلكترونية المباشرة الأخرى، في حين نجد أن نسبة 27 % من مجتمع البحث يبحرون عبر المواقع المباشرة تبعا لإستغلالهم لمختلف محركات البحث المعروفة أو للبوابات الإلكترونية الفعالة.

الجدول و الشكل رقم 24: يوضح توزيع المبحوثين حول مدى إستفادتهم من الوسائط الرقمية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية.

مدى إستفادة المبحوثين من الوسائط الرقمية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	مدى الإستفادة من الوسائط في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية
10.0	10.0	3.2	4	دائما
47.5	37.5	12.1	15	غالبا
92.5	45.0	14.5	18	أحيانا
97.5	5.0	1.6	2	نادرا
100.0	2.5	.8	1	أبدا
	100.0	32.3	40	المجموع

مدى إستفادة المبحوثين من الوسائط الرقمية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية



تشير الإحصاءات السابقة إلى أن 45 % من مجتمع البحث في الفئة المبحوثة أحياناً ما يستفيدون من الوسائط الرقمية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار السياسية ، كيف لا و هاته الوسائط أصبحت تحتوي على الملايين من المعلومات خاصة منها التي تهم الجوانب ذات الصلة بحياة الفرد ، فعلى سبيل المثال تجيب العديد من الصفحات الطبية على الفايسبوك على أسئلة المرضى وتجيب العديد من الأشرطة الوثائقية على الملايين من التساؤلات في ذات الغرض بالإضافة إلى أنه يمكنك التواصل على المباشر مع طبيبك الخاص على موقع التويتير لطرح الإنشغالات المختلفة لذا جاءت النسب 37 % و 10 % متواترة لتؤكد نفس الغرض أما باقي النسب فترى أن هاته الفكرة لا تتماشى مع طرق إستغلالهم للوسائط الرقمية.

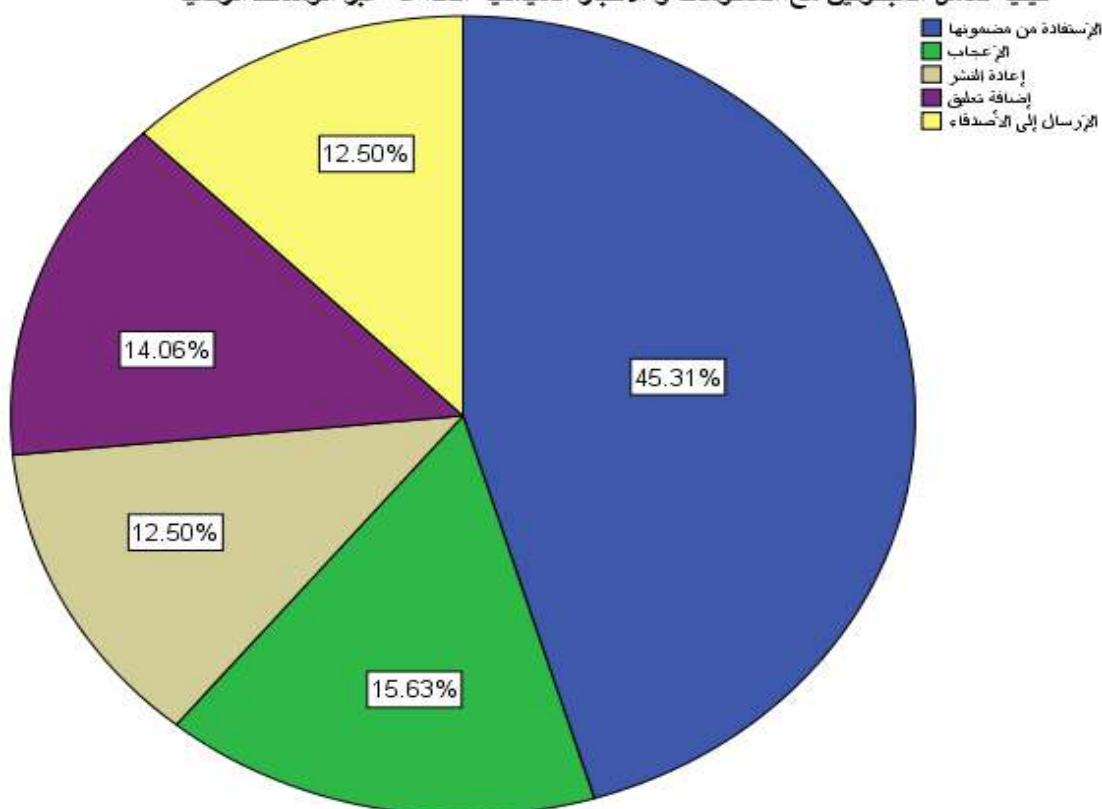
الجدول و الشكل رقم 25: يوضح توزيع المبحوثين بناءا على كيفية تعاملهم مع المعلومات و الأخبار السياسية

المذاعة عبر الوسائط الرقمية.

كيفية تعامل المبحوثين مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المجيبين	كيفية التعامل مع المعلومات و الاخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط
45.3	45.3	23.4	29	الإستفادة من مضمونها
60.9	15.6	8.1	10	الإعجاب
73.4	12.5	6.5	8	إعادة النشر
87.5	14.1	7.3	9	إضافة تعليق
100.0	12.5	6.5	8	الإرسال إلى الأصدقاء
	100.0	51.6	64	المجموع

كيفية تعامل المبحوثين مع المعلومات و الأخبار السياسية المذاعة عبر الوسائط الرقمية



و للجانب التقني أيضا نصيبه الحاصل من التفاعل الحاصل بين فئة المبحوثين من مستعملي الوسائط الرقمية و

الصفحات من خلال الخيارات المتاحة أمامهم للتعبير عن رضاهم من عدمه على نوعية المعلومات و الأخبار

السياسية المقدمة عليها فنجد نسبة 45 % تستفيد من مضامينه المختلفة في حين عبرت نسب 15 % و 12 % و 14 % عن خيارات أتت في نفس السياق كإعادة نشر المعلومة أو الخبر إذا كان يتماشى مع المضمون المخير أو إضافة تعليق بالإيجاب أو السلب أو التشارك مع الأصدقاء إذا كان الخبر أو المعلومة يهم أكبر عدد ممكن من الأفراد و هو دليل مهم على سيورة المعلومة في الأوساط الإجتماعية بل و تأكيد إجتماعية هاته الوسائط و تشاركيته و تأثيرها الواضح على مجتمع البحث ، و هي خيارات تقدمها الوسائط الرقمية يمكن الإعتماد عليها فيما بعد في النسب الإحصائية المختلفة و التي تمنا في تصنيفات مجتمع المبحوثين و إتجاهاتهم.

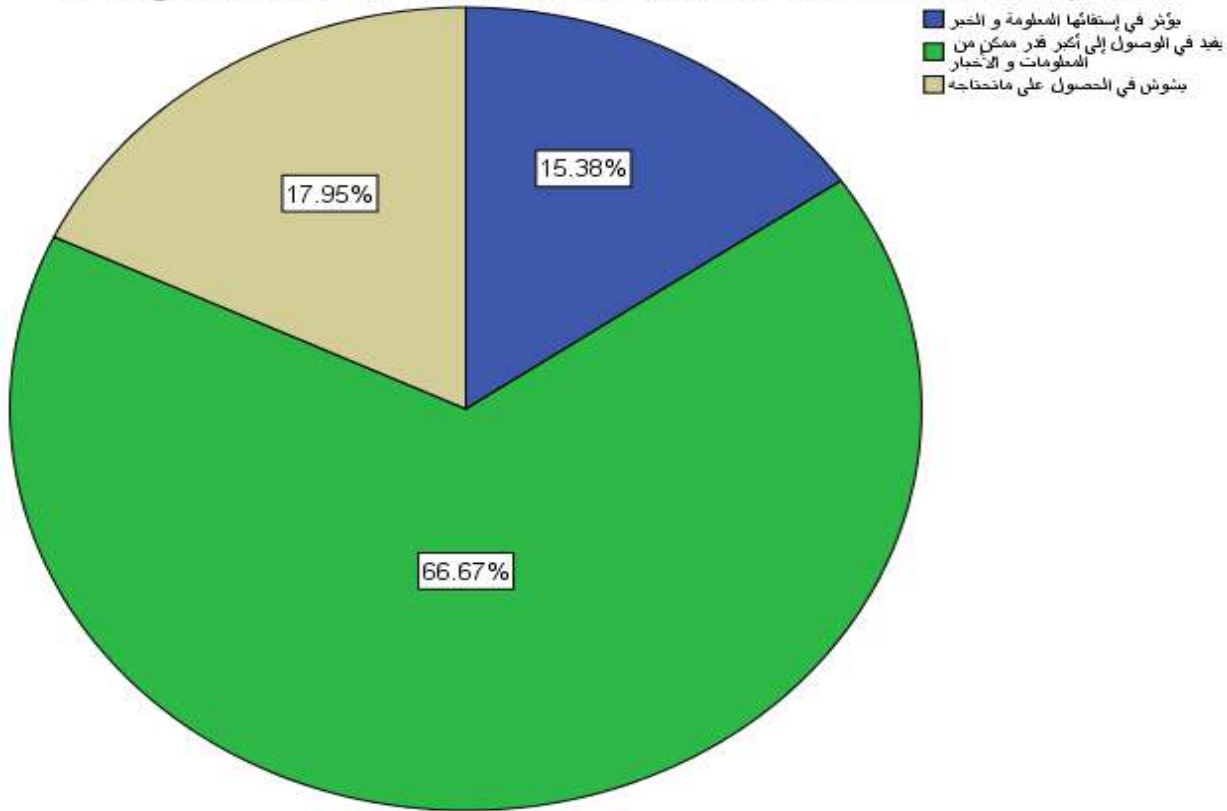
الجدول و الشكل رقم 26: يوضح توزيع المبحوثين بناء على كيفية تلقيهم المعلومات و الأخبار السياسية عبر

الوسائط الرقمية نظرا للكم الهائل و السريع لعرضها.

كيفية تلقي المبحوثين المعلومات و الأخبار السياسية عبر الوسائط الرقمية نظرا للكم الهائل و السريع لعرضها

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	عدد المبحوثين	كيفية تلقي المعلومات و الاخبار السياسية المتحصل عليها عبر الوسائط نظرا للكم الهائل لعرضها
15.4	15.4	4.8	6	يؤثر في إستقائها المعلومة و الخبر
82.1	66.7	21.0	26	يفيد في الوصول إلى أكبر قدر ممكن من المعلومات و الأخبار
100.0	17.9	5.6	7	يشوش في الحصول على ماتحتاجه
	100.0	31.5	39	المجموع

كيفية تلقي المبحوثين المعلومات و الأخبار السياسية عبر الوسائط الرقمية نظرا للكم الهائل و السريع لعرضها



إن إستقبال نفس المعلومة أو الخبر عبر الوسائط الرقمية و لكن بتفاصيل مختلفة تعيدنا إلى إحصائنا السابق عن مصداقية هذا الخبر و المعلومة عبرها و الذي حددت سابق أن مصداقيته تتضاءل شيئا فشيئا إذا كانت المعلومة و الخبر مجهول المصدر أو مشكوك فيه لذا عبرت نسبي 15 % و 17 % أن إستقبال المعلومة و الخبر في مثل هذه الظروف قد يؤثر على طريقة إستقباله أو إستقائه أو ربما قد يشوش عليه ، في حين أن نسبة 66 % قد حددت خيار أنه و في ظل الزخم الكبير لسيرورة المعلومات يفيد ذلك في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات من خلال الخيارات المتاحة عبر الوسائط الرقمية التي توفر الخبر و بألوان مختلفة ، سهلة و متاحة أمام الجميع.

ثانيا: نتائج الدراسة

يستخدم الشباب الجزائري الوسائط الرقمية بصفة دائمة و متصلة و يومية و هذا راجع إلى الطفرة النوعية التي أحدثتها هاته الوسائط لا في مجال الإتصال بين الأفراد و الجماعات فحسب بل ما يوفره هذا التواصل من خيارات و أساليب و بدائل جديدة تؤثر في المجال الإنساني و الإجتماعي و السياسي و الثقافي مكنت إلى درجة التغيير الإجتماعي عالميا و هذا نظرا لما تتيحه من سبل للتواصل و السرعة في إيصال المعلومة و التشارك في بثها و التفاعل مع مضامينها عبر تكنولوجيات وسائل الإعلام و الإتصال مما أذى بوسائل الإتصال التقليدية إلى التراجع للخلف نظرا لعجزها على إحداث الفرق أمام التأثير الواضح و الكثيف والمباشر و الفعال لوسائط التواصل الإجتماعي.

أما عن التباين في إستخدام الوسائط الرقمية فلاحظنا من خلال الدراسة إقبال مجتمع البحث بكثافة على الفايسبوك ثم اليوتيوب فالتويتر.

و على ضوء ذلك جاءت نتائج الدراسة كما يلي:

- أشار جميع المبحوثين إلى إستخدامهم لشبكة الأنترنت بنسبة 100 % بالإضافة إلى أن إستخداماتهم تتمحور أساسا حول التسلية و الترفيه و كذا التحميل بكافة أنواعه ضف إلى ذلك التواصل و البحث العلمي بكافة أنواعه و هو ما يؤكد الأهمية الكبيرة التي تشكلها شبكة الأنترنت في حياتنا.
- أفاد أغلب أفراد العينة إلى أنهم يستخدمون الوسائط الرقمية بصفة منتظمة دائمة بلغت نسبة 95 %، و خاصة موقع الفايسبوك بنسبة 95 % نظرا لإنتشاره الكبير في الأوساط الإجتماعية الحالية.

- أكد أغلب المبحوثين أن إستخدامهم للوسائط الرقمية تدوم من ساعة إلى 06 ساعات يوميا و هي نسب تعكس مدى إستغراق فئة الشباب يوميا في التواصل مع هاته الوسائط .
- أجمع أفراد العينة أن أهمية الوسائط الرقمية تكمن في أغلبها ضمن إطار التواصل بكافة أنواعه و تحقيق التفاعلية بين الأفراد بنسبة 67 % مع إعتبارها بناء إجتماعي جديد بنسبة 22 % كون التقنية طورت من نطاق التواصل الإجتماعي في مظهره الجديد.
- من جهة أخرى تشير نسبة 62 % إلى أن إستقاء الأخبار كان من ضمن الأسباب المتعددة لإستخدام الوسائط الرقمية بالإضافة إلى نسبة 60 % تغطي خيار البحث عن المعلومات كما تواترت الخيارات الأخرى بنسب أقل مشيرة إلى أسباب أخرى كالحادثة و الدردشة ، التحميل ، و باقي الممارسات الأخرى.
- أكد أغلب المبحوثين و بنسبة 80 % أن الشباب الجزائري يشبع رغباته من خلال ما يستقيه من الوسائط الرقمية و هو ما يعكس مدى ما توفره هاته الوسائط من مضامين تتماشى و إحتياجاتهم.
- ومن جهة أخرى جاءت نسبة 70 % لتؤكد أن الوسائط الرقمية تغني الشباب الجزائري عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى وهو ما يحيلنا إلى فكرة الزخم الكبير من المعطيات و المضامين التي تتوفر عليها الوسائط الرقمية و في شتى المجالات إذ أضحت بوابة كبيرة تضخ الكثير من المعلومات مما يحتاجه الشباب الجزائري.
- كما أكد مجتمع البحث أن الشباب الجزائري يستقي معظم أخباره من الوسائط المرئية و السمعية بالإضافة إلى الوسائط الرقمية بنسبة 80 و 50 % في حين يعتمد 10 % فقط منهم و بنسبة 10 % على الوسائط المكتوبة و هو ما يفسر طغيان ثقافة الإستهلاك السريع و السهل الذي توفره تكنولوجيا الإعلام و الإتصال للخبر بمفهومه الحديث.

- أما هل تساهم الوسائط الرقمية في تزويد الشباب الجزائري بالمعلومات والأخبار السياسية فقد أجاب مجتمع البحث بنسبة 70 % أنها تساهم في ذلك و هو شيء طبيعي نظرا لطبيعة الوسيلة و طبيعة التدفق السريع للمعلومات من خلالها.

- أكد 65 % من فئات البحث أنهم يفضلون متابعة المعلومات و الأخبار السياسية الدولية عبر الوسائط الرقمية في حين فضل 47 % و 40 % منهم المعلومات و الأخبار السياسية الوطنية و المحلية و هي خيارات خاصة تتعلق بمستوى أفراد البحث، و برغباتهم و تطلعاتهم إزاء ما يفضلونهم و إزاء الأوضاع الاجتماعية و الثقافية الراهنة.

- يرى عدد من المبحوثين بنسبة 80 % أنهم يعتمدون اعتمادا مباشرا في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية من الوسائط الرقمية و هو ما يفسر غدوها بوابات لا يستهان بها في تزويد المرتادين عليها بما يحتاجونه من معارف و معلومات.

- و في خطوة أخرى و لتقصي مصداقية المعلومات والأخبار السياسية الواردة و المستقاة عبر الوسائط الرقمية للشباب أكد 67 % أنهم يشككون فيها و بنسبة 32 % أنها مجهولة المصدر و هو ما يعكس مدى التدفق الحر و اللامراقب للكم الهائل من المعلومات الوافدة إلينا خصوصا في ظل الحرية المتاحة على هاته الوسائط.

- يتفاعل الشباب الجزائري حسب فئات البحث أحيانا بنسبة 55 % مع المعلومات والأخبار السياسية الواردة عبر الوسائط الرقمية كما أن نسبة 25 % منه تتفاعل بصفة دائمة.

- و يتعامل مجتمع البحث تقنيا مع المعلومة و الخبر السياسي المذاع عبر الوسائط الرقمية من خلال عدة خيارات توفرها هاته الوسائط فمثلا على موقع الفيسبوك يستفيد الشباب من خلال خيارات و إعدادات

الإعجاب أو إضافة تعليق أو إرسال إلى أحد الأصدقاء أو إعادة النشر و هي كلها تحيلنا إلى دوافع التفاعل مع الخبر نفسيا أو تقنيا يسهل قياسها و يعول عليها كثيرا في الإحصاءات البحثية.

- يكتسي الخبر و المعلومة السياسية بصفة عامة العديد من القيم لذا جاءت نسبة 57 % من فئة الباحثين تشير إلى أن المعلومة والخبر السياسي المذاع عبر الوسائط الرقمية يكتسي قيمة إخبارية بحتة في حين يكتسي لدى فئات أخرى قيمة مختلفة كالقيم الإجتماعية و المهنية و الثقافية وذلك حسب طبيعة المضمون المفضل على شبكة الأنترنت.

- إن الخبر المذاع على الوسائط الرقمية يساعد نسبة 50 % من فئات البحث على معرفة ما يجري حولهم و هذا راجع إلى السرعة في نقل المعلومة و الإتاحة أمام الجميع من خلال الفرص التي توفرها التكنولوجيا و إستفادة الخبر في حد ذاته من تكنولوجيات الإتصال.

وبالتالي:

- إستنتجنا من خلال الدراسة أن الوسائط الرقمية تعتبر مصدرا مهما من مصادر إستقاء الأخبار للشباب الجزائري ، حيث أن معظم الأفراد يعتمدون عليها اعتمادا مباشرا و بصفة مستمرة في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية بشتى أنواعها.

- أكدت نسبة كبيرة من الباحثين و بنسبة 60 % أنه ومن ضمن الأسباب المتعددة لإستخدام الوسائط الرقمية هو إستقاء المعلومات والأخبار السياسية و في نفس السياق أكدت نفس الفئة و بنفس النسبة على خيار تقصي المعلومات و الأخبار و البحث عن الحقائق بكافة أنواعها.

- أكدت الدراسة أنه و من خلال المضامين المتعددة على الوسائط الرقمية فإنه و بنسبة 80 % من فئات المبحوثين فإنهم يجدون ضالتهم من أخبار و معلومات و مواد إعلامية تلبي حاجاتهم السياسية.
- على غرار المواقع الإلكترونية المتعددة و المختلفة في مضامينها و موادها فإن الوسائط الرقمية تغني الشباب و بنسبة 70 % عن باقي البوابات الإلكترونية الأخرى وهذا يعود للتدفق الهائل للمعلومات على صفحات الفيسبوك على سبيل المثال و التي أضحت مضمرا لكافة المجالات الإخبارية المباشرة و الفعالة ، دون الحاجة إلى الولوج في المواقع الإخبارية لتقصي المعلومات والأخبار السياسية.
- من خلال الدراسة إتضح لنا تراجع دور وسائل الإعلام و الإتصال التقليدية في مجال توفير الأخبار كالصحف المكتوبة على عكس الوسائل المرئية و السمعية أو الوسائط الرقمية و ذلك بنسبة 80 و 50 % ، إذ إستفاد الخبر الإلكتروني من تكنولوجيات الإعلام و الإتصال و حل مكان الصحيفة الورقية و الهواتف الذكية و اللوحات الإلكترونية فائقة السرعة و الأجيال الجديدة للإنترنت.
- أجاب 70 % من فئات البحث أن الوسائط الرقمية تزود الشباب بما يحتاجونه من المعلومات والأخبار السياسية و هي نسبة مباشرة توضح مفهوم مواكبة التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام و الإتصال بالممارسات الإعلامية الحديثة ، و كذا سهولة و مجانية و مباشرة و سرعة المعلومة و تشاركيته بين الجميع في أن واحد.
- و من جهة أخرى و بالعودة إلى أدبيات الإعلام و الإتصال و علاقتها بالمعلومة و الخبر السياسي المذاع على الوسائط الرقمية و تحديد مصداقيته جاءت نسبة 67 و 32 % لتؤكد أنه و رغم إعتداد الشباب الجزائري على هاته الوسائط في إستقاء الأخبار إعتقادا كبيرا فإنهم يشككون في مصدر المعلومات والأخبار السياسية تفسيرا لبعض مساوئ تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في الكم الهائل من المعلومات والأخبار السياسية المتدفقة و الغير مراقبة على عكس بعض الوسائل الأخرى كالوسائط المرئية التي تهب المعلومات والأخبار السياسية

أهمية كبيرة من خلال المباشرة في نقلها و الإستناد إلى مصادرها الرسمية كوكالات الأنباء و التغطيات الحصرية و المباشرة.

- أشارت الدراسة أنه يمكن تقنيا التعامل مع المعلومات والأخبار السياسية الواردة عبر الوسائط الرقمية أو حتى قياسها حيث أن نسبة 80 % منهم تعبر عن تفاعلها مع الخبر عبر الخيارات المدرجة ضمن الصفحات ، فإعادة نشر المعلومات والأخبار السياسية إذا كان مهما في أكثر من صفحة هو نوع من التفاعل الإيجابي مع مضمون المعلومات والأخبار السياسية و السعي إلى تبليغه و تشاركه مع الآخرين ، من خلال الأعداد الهائلة للنشر نستطيع حصر الرقعة الجغرافية و قياس نسب التواصل معه.

- كشفت كذلك الدراسة أن المعلومات والأخبار السياسية الواردة ضمن صفحات الوسائط الرقمية تساعد الشباب على معرفة ما يجري في محيطهم المباشر أو غير المباشر ، و ذلك من خلال عديد الوسائط التي تنقل المعلومات والأخبار السياسية لحظة وقوعها مستفيدة من عامل السرعة و الأنية و الوصول الى أكبر قدر ممكن من الأفراد و هي إحدى ميزات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال ، كتجربة الصفحات المحلية عبر موقع الفيسبوك التي تعنى بنقل القضايا ذات الطابع الإجتماعي و التي تقوم أيضا بنقل مشاغلهم و تلبي حاجاتهم ، و منه أكدت نفس الفئة أن نسبة 50 % تستفيد من المضامين المختلفة عبر هاته الوسائط طالما أنها تعتبر ميدانا إخباريا خصبا و متنوع المجالات.

تعتبر الوسائط الرقمية فضاءا مميزا للتواصل بين الأفراد و لتبادل الخبرات و المعلومات و المعارف، و أضحت وسيلة مميزة و مؤثرة في الأحداث اليومية ، تجازوت بذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة ، يعتمد فيها الشباب على نقل الأحداث و الأفكار بل و يعتمدون عليها في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات والأخبار السياسية مهما كان وقت أو مكان وقوعها بناء على ما توفره التكنولوجيا من وسائط و خيارات تقنية

جعلت من المعلومة و الخبر وميضاً يجوب العالم لحظة وقوعه ، و غدت القيم الإخبارية مرتبطة بماته التكنولوجيا التي قلصت نوعاً ما دور الوسائل التقليدية التي خانتها ميزات الإعلام الحديث أو الجديد ، و إكتفت بالاحتفاظ على الأوفياء من المقلبين عليها ، و هذا رغم مساوئ و عقبات المعلومة و الخبر الإلكتروني الحديث الذي تنعدم فيه الرقابة و يشك في مصدره إلا أن التكنولوجيا تفصل في هذا الأمر كيف لا و نحن في عصر الضوء و عصر السرعة، فهذه الدراسة جاءت لتكمل هاته الفكرة ، ليتعدى تأثير الوسائط الرقمية المستوى الفردي إلى المستوى الجمعي و ليس على المستوى المحلي فقط بل إلى المستوى العالمي محدثة ظواهر جديدة و تأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات و البنى الاجتماعية.

خاتمة

خاتمة:

في يومنا الحاضر بات الحديث عن الوسائط الرقمية مرتبطا بالتأثيرات السياسية الراهنة على الصعيد العربي أو حتى العالمي و ما أحدثته هاته الوسائط من تغييرات سياسية و إجتماعية على غرار ما يعرف بثوارت الربيع العربي، و تميزت قنوات الإتصال عبرها بميزات تكنولوجيات الإعلام و الإتصال الحديثة على غرار السرعة والتفاعل و التشارك في طرح المعلومة ، ناهيك عن إستقاء الأخبار بكافة أنواعها و مضامينها و مجالاتها.

فقد أصبحت الوسائط الرقمية مضمارا رحبا لنشر و بث المعلومات و الأخبار و تداولها بكافة مضامينها و نتيجة لتأثر الشباب كفئة حساسة تعد الأكثر إرتيادا للإنترنت بتكنولوجيات الإتصال الذي أصبح يتحصل على كافة معارفه عبر الوسائط الحديثة، مما حذى بوسائط الإعلام التقليدية التنحي جانبا و إفساح المجال إلى المعلومة و الخبر الإلكتروني السريع و الفعال و المثير.

وقد حاولنا في دراستنا تقصي حقيقة إعتتماد الشباب الجزائري على الوسائط الرقمية في الحصول على المعلومات و الأخبار السياسية ، بدءا بالكشف عن سبل هذا الإعتتماد مع التركيز على الخيارات المتاحة التي تقدمها الوسائط الرقمية ضمن الإطار العام للخدمات الإخبارية و الإعلامية بكافة أنواعها مع توضيح إستفادة الجانب المعلوماتي و الإخباري من تكنولوجيات الإعلام و الإتصال الحديثة.

و قد خلصت الدراسة إلى أن الشباب الجزائري و من خلال عينة البحث المختارة، يعتمد إعتمادا كبيرا على الوسائط الرقمية في تقصي المعلومات و الأخبار السياسية و الحصول عليها نظرا للتطور التكنولوجي الكبير لأنظمة البحث و بروز الأجيال الجديدة من الوسائل الإلكترونية الفائقة الذكاء التي سهلت من مهام الإستقاء و البحث و المعالجة متجاوزة بذلك عنصري الزمان و المكان.

و كشفت الدراسة أيضا أن سهولة و مجانية الحصول على المعلومة و الخبر السياسي من الوسائط الرقمية لحظة وقوعه أضحي دافعا قويا لتفضيل الشباب الجزائري إستقائه و الإستفادة من مضامينه و تشاركه مع الآخرين و التفاعل معه، مع الحرية الكبيرة في منافشة المعلومة و الخبر في ظل غياب الرقابة عبر هاته الوسائط.

و في الأخير يمكننا القول أن التطورات في تكنولوجيات الإعلام و الإتصال و ما صاحبه من ثورات متتالية مكن من تغيير المشهد الإعلامي الحديث خاصة فيما يتعلق بإستقاء المعلومات و الأخبار خاصة السياسية منها لدى جمهورها المرتادين لها و التغير الحاصل في القيم الإخبارية الحديثة خاصة السياسية التي أصبحت بدورها تعتمد على الوسائط الرقمية التي تضم الملايير من المشتركين أساسا لتحقيق الشعبية و الربح و التأثير ضمن أطر إعلامية حديثة.

و تعد هاته الدراسة إحدى حلقات البحث المتتابعة لتوضيح علاقة الوسائط الرقمية و إتجاهات الجمهور إزاء الإعتماد و الإستفادة من مضامينها المتنوعة.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أ- كتب:

- 1 - جبريل بن حسن العريشي، سلمى برت عبد الحمن محمد الدوسري، نقلا عن مهدي الحوساني، راضي، الشبكات الاجتماعية و القيم رؤية تحليلية، الدار المنهجية للنشر و التوزيع، ط1، (د ب)، 2015.
- 2 - حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، مركز جامعة القاهرة لتعليم المفتوح، (د ط)، (د ب)، 2000.
- 3 - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكة الاجتماعية، دار النفائس للنشر، ط1، عمان، 2013.
- 4 - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي و أبعادها: التقنية الاقتصادية، الدينية، السياسية على الوطن العربي و العالم، دار النفائس للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2013.
- 5 - ذوقان عبيدات، البحث العلمي مفهومه و أدواته و أساليبه، دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع، (د ط)، عمان، 2001.
- 6 - صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، دار الفائز، (د ط)، الجزائر، 2012.

- 7 - طلعت إبراهيم، أساليب و أدوات البحث الإجتماعي، دار الغربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ، ط1، (د س).
- 8 - علي عبد الرزاق، مناهج البحث الإجتماعي، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2007.
- 9 - عليا شكري و آخرون، قراءات معاصرة في الإعلام الإجتماعي، دار الكتاب للنشر و التوزيع، (د ط)، القاهرة، 1975.
- 10 - عمار بوحوش و محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، (د ط)، الجزائر، 1995.
- 11 - محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب، ط2، القاهرة، 1997.
- 12 - محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام: من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية و تحليل المحتوى المواقع الإعلامية، عالم الكتب، ط1، الأردن، 2010.
- 13 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط3، مصر، 2004.

- 14 - محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية طريقك للفوز في الانتخابات، دار الفجر للنشر و التوزيع، (د ط)، القاهرة، 2007.
- 15 - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال و نظريات التأثير، الدار العالمية للنشر، ط1، (د ب)، 2003.
- 16 - موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي و أخرون، دار القصة، ط2، الجزائر، 2006.
- 17 - موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة مصطفى الأشرف و أخرون، دار القصة، للنشر، (د ط)، (د ب)، 2004.
- 18 - موسى جواد الموسوي و آخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، مكتبة الإعلام، ط1 ، بغداد، 2011.
- 19 - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق، ط1، الأردن، 2000.
- 20 - يحي السيد الصباحي، النظام الرئاسي و الخلافة الإسلامية، دار الفكر العربي، (د ط)، القاهرة، (د س).

ب- مجلات:

21 - أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية "جامعة أم القرى نموذجاً"، مجلة الآداب و العلوم الاجتماعية، (دع)، المملكة العربية السعودية، 2015.

22 - زاهر راضي، إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، عمان، 2003.

23 - مشري مرسي ، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 395، لبنان، جانفي، 2012.

ج- مذكرات جامعية:

24 - أشرف عصام فريد صالح ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.

25 - حسين قطيم طماح المطيري، الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل الشباب الكويتي، مذكرة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، الشرق الأوسط، الكويت، 2013.

26 - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير جامعة البترا الأردنية، الأردن، 2013.

27 - شدان يعقوب خليل يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي للقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015.

28 - صرف حاج، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي "برنامج المصالحة الوطنية نموذجاً"، كلية العلوم الإنسانية و الحضارة الإسلامية، وهران، 2007.

29 - نعيمى و آخرون، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن ، 2009.

د- موسوعات:

30- صفوت العالم، الدعاية الانتخابية ، الموسوعة السياسية للشباب، ج12، نهضة مصر للطباعة و النشر و التوزيع، ط1، (د ب)، 2017.

هـ- ملتقيات:

31 - سليمة رابحي، الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي ، بسكرة ، 9 سبتمبر 2012.

و- مراجع أجنبية:

- 32- Alain degenne et mihel forse، les reseaux socaux une analyse structurale en sociologie، Armand colin، Paris، 1994.
- 33- Wasinee kittiwongvivat، pimontha rakkangan، facebooking your dream، master thesis، 2010.

ي- مواقع إلكترونية:

- 34 - موقع، مخبر الدراسات الإعلامية و الإتصالية ، ceaid، www.ceaid.net، 2020-02-11، 21:30.