

دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري
-دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة-

**The role of interactive media in shaping the values of citizenship
for the Algerian digital citizen**

ياسين عثمان

جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، yacine.otmane@univ-biskra.dz

- مخبر الدراسات النفسية والاجتماعية-

تاريخ الاستلام: 2021/05/31 تاريخ القبول: 2022/07/06 تاريخ النشر: 2022/11/14

Abstract:

The new media is based on the interactive feature, which is a pivotal mechanism in the interactive media, which has added a positivity and vitality to the communication process between the sender and the receiver more than in the traditional media. This contributed to the liberation of the media message from the domination of any media or political agenda. In that way, interactive media platforms would be a free virtual field to form the values of citizenship, especially with citizens moving to interactive platforms as an alternative space for expression outside the traditional frameworks .

The study concluded with several valuable academic results, the most prominent of which is that the role of interactive media in forming the values of citizenship at the researchers

Keywords: interactive media, values, citizenship, digital citizen.

المخلص:

يستند الإعلام الجديد على خاصية التفاعلية وهي تقنية مهمة في الإعلام التفاعلي كونها أضفت ايجابية على العملية الإتصالية بما ساهم في تحرير الرسالة الإعلامية من سيطرة أي أجندة اعلامية أو سياسية. لتكون بذلك منصات الإعلام التفاعلي مجال افتراضي لتشكيل قيم المواطنة خاصة مع اتجاه المواطنين الى هذه المواقع التفاعلية كفضاء بديل للتعبير. وخلصت الدراسة إلى أن الإعلام التفاعلي يساهم على نحو فاعل في تشكيل قيم المواطنة لدى المبحوثين .

الكلمات المفتاحية: الإعلام التفاعلي، قيم المواطنة، المواطن الرقمي .

المؤلف المرسل: ياسين عثمان، الإيميل: yacine.otmane@univ-biskra.dz

1. مقدمة:

إن مفهوم المواطنة (Citizenship) من أكثر المفاهيم تقاطعا مع العديد من العلوم والتخصصات ،كونه يحمل في طياته أبعادا فلسفية واجتماعية وسياسية وقانونية .كما أنه من أكثر المفاهيم ارتباطا بالتجارب الديمقراطية الغربية ،التي قطعت أشواطا متقدمة في ترقية قيم المواطنة (citizenship values) بين مواطنيها باعتبارها الوجه الثاني للديموقراطية التشاركية (Participatory Democracy) وحقوق الإنسان (Human Rights) .لهذا نجد أن الفلسفة السياسية (Political Philosophy) لمفهوم المواطنة تركز على مجموعة من القيم (values) القائمة على العدالة والمساواة (Justice, Equality) بين المواطنين . وهو ما دفع الكثير من الدول الى اعتماد أفكار وأطروحات المواطنة ودسترتها وابداع الأطر القانونية والتنظيمية لها والعمل على تنشئة مواطنيها على قيم المواطنة الإيجابية (Active Citizenship) من خلال تخصيص دروس في المناهج التعليمية والمقررات الجامعية ،مع استغلال وسائل الإعلام ومختلف الوسائط الإتصالية في تنوير الرأي العام (public opinion) بقيم المواطنة . وقد أدى تعاظم استخدام الأفراد للتكنولوجيا الرقمية (digital technology) الى انسحاب مفهوم المواطنة من العالم الرقمي الى العالم الواقعي وبالتالي حدوث تزاوج بين المواطنة ببعدها السياسي والقانوني مع التقنية ببعدها الإتصالي في ضوء ما يعرف بالمواطنة الرقمية وفي هذا الصدد أسفرت الثورة الرقمية (the digital revolution) الى انتقال تدريجي للمواطن من البيئة الواقعية إلى البيئة الرقمية خاصة مع التطورات السريعة لشبكة الأنترنت (the Internet) التي أفرزت وسائط اتصالية أكثر تفاعلية من وسائل الإعلام التقليدية (Traditional media) ومنها مواقع الإعلام التفاعلي (interactive media) كالفايسبوك ،اليوتيوب ،الماي سبايس ،التويتتر (youtube , myspace, facebook , twitter) ،والمندديات (forums) والمدونات (Blogs) وغيرها ،والتي أخذ استخدامها يتزايد من سنة الى أخرى .

ويلاحظ -في هذا الشأن- أن منصات الإعلام التفاعلي لا تخضع للضوابط القانونية ولا التقنية الصارمة ولا للضوابط المكانية ،الزمانية الرقابية والتمويلية المعمول بها في وسائل الإعلام التقليدية من ناحية وكذا عدم خضوعها للضوابط التأطيرية والتوجيهية للأحزاب والجمعيات ،وهو ما جعلها مجالا حيويا للتسويق السياسي (Political Marketing) والمشاركة السياسية (Political Participation) في اطار ما يعرف بالديموقراطية الأنترنتية (Internet

(Democracy) أو الديمقراطية الافتراضية (Virtual Democracy) التي تكفل للمواطن الرقمي حرية الرأي والتعبير. وبذلك تحولت هذه المواقع الى فضاء عام (The Public Sphere) تتجلى فيه قيم المواطنة بأبعادها المختلفة.

2. إشكالية الدراسة :

إن تميز الإعلام التفاعلي عن الإعلام التقليدي جعله فضاء بديل وحر للمواطن الجزائري للتعبير عن نفسه بعيدا عن كل أنواع الضغوط الموجودة في الحياة العامة (public life) أو أجندات وسائل الإعلام التقليدية (the media agenda) أو الأجندات السياسية (the political agenda). وبذلك أصبحت منصات الإعلام التفاعلي مساحة حرة تسمح للمواطن بممارسة مواظنته بفاعلية على مستويات عديدة سياسية واجتماعية واقتصادية وايتكنولوجية . وهو ما جعل الإعلام التفاعلي يلعب دور في تشكيل قيم المواطنة (the values of citizenship) لدى المواطن الرقمي (digital natives). الا أن : "تجاح ممارسة المواطنة في مجتمع المعلومات (the network society) ،يعتمد على مدى قدرة الفرد على إستخدام تكنولوجيا المعلومات والوسائط المتصلة بها والتفاعل مع المعلومات والأحداث والمشاركة فيها" (Gustavo, 2006, p. 40). حيث لا يمكن توقع تشكل قيم المواطنة في الفضاء الرقمي لمواطن لا يستخدم مواقع الإعلام التفاعلي أو لا يحسن استخدامها.

ويتزايد استخدام مواقع الإعلام التفاعلي ظهرت العديد من السلبيات المتعلقة بالقذف والسب والشتم والعنصرية والجهوية ،كما أخذت بعض الإستخدامات منحى أكثر خطورة نتيجة استخدام هذه المواقع من طرف الجماعات المتطرفة والإرهابية والشاذة والتكفيرية من داخل وخارج الوطن ،بما يهدد الأمن الوطني والنسيج الإجتماعي (national security and the social fabric) وكذا النفسي والتفكيري للمواطن.وما يزيد هذه المواقع خطورة أنها "تساعد في تسريع وتيرة تطور الأحداث والأزمات كونها تمكّن الجمهور من التبادل السريع للمعلومات على نطاق واسع وغير محدود ،كما يستخدم مواقع الإعلام التفاعلي في البحث عن معلومات محدثة عن تطور الأحداث والأزمات وتبادل الخبرات وحتى الحصول على الدعم العاطفي " (Austin, 2018, p. 58) ،الذي قد يكون من جهات

غير مسؤولة تعمل على نشر الإشاعة والتحريض وتعاظم هذه الخطورة في حال عدم تحلي المواطن الرقمي الجزائري بقيم المواطنة عند استخدام مواقع الإعلام التفاعلي .
ومن هنا تبرز إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس التالي: "ما دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري".

و تتفرع من هذا السؤال الفروع التالية:

- ما هي دلالات مفهوم الإعلام التفاعلي ؟
- ما هي تجليات قيم المواطنة عبر مواقع الإعلام التفاعلي ؟
- ما المقصود بالمواطن الرقمي؟ وأهم صفاته ؟
- كيف يساهم الإعلام التفاعلي في تشكيل المواطنة الإيجابية للمواطن الرقمي الجزائري؟

3. الإجراءات المنهجية للدراسة :

1.3 أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا الموضوع باعتباره دراسة أكاديمية تهدف إلى تسليط الضوء حول أهمية التأسيس لمفهوم المواطنة الرقمية في المجال الافتراضي لمواجهة المشكلات المتعلقة بإستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال عموما ومنصات الإعلام التفاعلي تحديدا .خاصة في ضوء التحولات السوسيوثقافية والسياسية والإقتصادية التي تعيشها الجزائر .وهو ما يفرض على المواطن الرقمي الجزائري مجموعة من الواجبات عند استخدامه لتكنولوجيا الإعلام والاتصال (information and communication technology). مع ضرورة تفعيل قيم المواطنة أثناء التفاعل في الفضاء الرقمي (digital space) ،التي لا تقل أهمية عن حقوق وواجبات المواطنة "التقليدية" .ومن هنا تبرز أهمية الدراسة ،التي سنحاول من خلالها التعمق في فهم الأسباب الكامنة التي تعيق تجسيد مواطنة ايجابية وفعالة .

2.3 أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في :

- معرفة دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري ؟
- التعمق في فهم الشروط الواجب توافرها في المواطن الرقمي الصالح من خلال بحث العلاقة بين الإعلام التفاعلي والمواطنة.

- الخروج بتوصيات استعمالاتية للإعلام التفاعلي وفق قيم المواطنة الرقمية مع اقتراح مجموعة من الآليات والضوابط القانونية، المهنية، الأخلاقية والتربوية لإرساء قيم المواطنة.

3.3 تعريف مصطلحات الدراسة:

❖ الإعلام التفاعلي (interactive media):

أ- اصطلاحا: لا بد أن نشير في البداية أن للإعلام التفاعلي تسميات عديدة، فهناك من يطلق عليه "الإعلام الرقمي (Digital Media) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التلفزيون الرقمي. وهناك من يطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media) طالما توفرت حالة العطاء والإستجابة بين المستخدمين لشبكة الأنترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين " (صادق، 2008، صفحة 30) وهناك من يطلق عليه تسمية الإعلام الجديد كونه يضيف "خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام التقليدي وهي التفاعلية (Interactivity) وما بعد التفاعلية" (كنعان، 2014، صفحة 163). وتجدر الإشارة "أن كلمة التفاعلية (Interactivity) مركبة من كلمتين هما (Inter) وتعني بين أو فيما بين وكلمة (Activus) وتقيد الممارسة، وعليه عندما يترجم مصطلح التفاعلية (interactivité) من اللاتينية فيكون معناه ممارسة بين اثنين " (كافي، 2016، صفحة 47) وتعد خاصية التفاعلية " من أهم السمات التي تميز شبكة الأنترنت، وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الإتصالية عبر الأنترنت، كالتخاطب الفوري (Chatting) وخدمات البريد الإلكتروني" (أمين، 2007، صفحة 73). وفي هذا الشأن تعرف موسوعة (Investopedia) الإعلام التفاعلي بأنه وسيلة للتواصل تعتمد فيها مخرجات انتاج البرامج الإعلامية على مدخلات المستخدمين، مثل المواقع وشبكات التواصل الإجتماعي " (الدعمي، 2016، صفحة 61). كما يعرف بأنه "جميع أشكال الإعلام الرقمي، الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت" (راضي، 2017، صفحة 73).

ب- إجرائيا: يقصد بالإعلام التفاعلي تلك العملية التواصلية التي تتم عبر مواقع الشبكات الإجتماعية لإعلام المواطن وتزويده بالأخبار والمعلومات حول مختلف الموضوعات والقضايا التي تمس اهتماماته، بما يسهم في تعزيز مواطنته .

❖ المواطنة (citizenship) :

أ- اصطلاحاً: ارتبط مفهوم المواطنة بأبعاد كثيرة، سياسية، اجتماعية، فلسفية، قانونية دينية وذلك أنه يمس أغلب هذه المجالات. فالمواطنة "عبارة عن مجموعة من الحقوق المادية والمعنوية، الفردية والجماعية، تتكفل الدولة بصيانتها وتمكين المواطنين منها في مقابل مجموعة من الواجبات يسدي بعضها المواطنون في شكل خدمات" (الديب، 2010، صفحة 49) كما تعرف بأنها: "التمتع بالحقوق المدنية المرتبطة بالجنسية، ويراد بذلك حالياً حق التصويت في الانتخابات السياسية حق الترشيح، ممارسة الحريات العامة المتعلقة بالمشاركة السياسية، وتولي الوظائف العامة". فيما تعرف المواطنة الرقمية بأنها "التفاعل العقلاني للفرد مع غيره باستخدام الأدوات والموارد الرقمية مثل الحاسوب أو عبر البريد الإلكتروني ومختلف شبكات التواصل الاجتماعي..". (منصر، 2019، صفحة 209).

ب- اجرائياً: هي مجموعة من القواعد والضوابط التواصلية والإستعمالاتية التي تضبط سلوك المواطن الرقمي أثناء تفاعله وإستخدامه تكنولوجيات الإعلام والإتصال والخدمات المتصلة بها بطريقة عقلانية وواعية، بما يساهم في تنمية وحماية واستقرار الوطن.

- المواطن الرقمي (Digital Citizen):

أ- اصطلاحاً: ارتبط مفهوم المواطنة الرقمية بظهور تكنولوجيات الإعلام والإتصال (Information And Communication Technologies)، ويشار إلى المواطن الرقمي في أغلب الحالات بأنه كل مواطن يحسن استخدام التكنولوجيا الرقمية ويستعملها بشكل كثيف. ويتميز المواطن الرقمي بإستخدامه العقلاني والأمن لتكنولوجيات الإعلام والإتصال والوسائط المتصلة بها لذلك يعرف بأنه كل: "شخص لديه وعي ومعرفة بالتكنولوجيا، مع القدرة على تحويل تلك المعرفة إلى سلوكيات، يمكن من خلالها التعامل بشكل لائق مع التكنولوجيا ومع الأشخاص الآخرين بواسطة التكنولوجيا" (المصري، 2017، صفحة 182).

ب- اجرائياً: يمكن تعريف المواطن الرقمي بأنه كل مواطن يحسن استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحديثة والوسائط والمواقع المتصلة بشبكة الأنترنت (the internet) بمسؤولية وعقلانية.

4.3 منهج الدراسة :

وقد اعتمد الباحث من خلال هذه الدراسة على المنهج الوصفي للتعرف على " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى لمواطن الرقمي الجزائري " والذي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كيفياً وأكمياً. ولهذا اعتبرنا هذا المنهج الأمثل لإشكالية الدراسة وأهدافها .

5.3 أدوات الدراسة :

إن أكثر ما يميز البحث العلمي هو قيام الباحث بإنجاز دراسته العلمية (the scientific study) وفق شروط وقواعد البحث العلمي، وقد "استطاع الباحثون في العلوم الإنسانية أن يطوروا الكثير من الوسائل والأدوات البحثية. والأداة هي الوسيلة المستخدمة في البحث سواء كانت تلك الوسيلة متعلقة بجمع البيانات أو بالتصنيف والجدولة... . (سلاطنية، 2004 ، صفحة 271) . و قد تم الإعتماد في هذه الدراسة على :

أ- الملاحظة :

تعتبر الملاحظة العلمية "الوسيلة الأسهل والأنجع في مراقبة السلوك الإنساني وجمع بيانات حوله في بعض المواقف الحياتية التي لا يستطيع الإنسان أن يعطي فيها معلومات أو التي يخجل الإنسان أن يصرح فيها بمواقفه " (مرسلي، 2007، صفحة 203) وقد استغرق الباحث جميع فترات انجاز الدراسة في ملاحظة ومراقبة تفاعلات الجمهور عبر منصات الإعلام التفاعلي مع تسجيل وتحليل أهم الملاحظات المتصلة بإستخدامه لهذه المواقع وهو ما ساعده في اعداد الإستبيان وتحليل نتائج الدراسة .

ب- الإستبيان :

يعتبر الإستبيان (Questionnaire) من أكثر أدوات جمع البيانات أهمية والإستبيان هو "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث " (مرسلي، 2007، صفحة 220) .

وقد تم تقسيم أسئلة استمارة هذه الدراسة على النحو التالي:

المحور الأول:البيانات الشخصية لعينة الدراسة المتعلقة بالجنس والعمر والمستوى التعليمي.
المحور الثاني:يتضمن أسئلة خاصة بعبادات وأنماط استخدام المبحوثين لمنصات الإعلام التفاعلي .

المحور الثالث: يتضمن أسئلة تتعلق بدور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة للمواطن الرقمي الجزائري .

6.3 مجتمع الدراسة والعينة :

لكي يتمكن الباحث من ضبط دراسته وفق شروط بحثية تتوافق وإشكالية الدراسة وفروضها يحتاج إلى تحديد دقيق ومنهجي لمجتمع الدراسة، بما يستجيب لأهداف الدراسة حيث لا يمكن للباحث الشروع في انجاز الدراسة قبل التعرف بصورة جيدة على مجتمع بحثه حتى يقرر اعتماد طريقة الدراسة الكلية لمفرداته وإخضاعها للملاحظة العلمية " (مرسلي، 2007، صفحة 169). وتتمثل عينة دراستنا في (120) مفردة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، و يعود مبرر اختيار هذه العينة كونها أكثر الفئات الإجتماعية استخداما لمنصات الإعلام التفاعلي من ناحية، وأكثرهم وعيا وفاعلية عبر هذه المواقع وهو ما يخدم أهداف الدراسة. وقد حدد المجال الزمني لدراستنا في الفترة الممتدة من 10 فيفري 2020 وهو تاريخ النزول الى الميدان وتوزيع الإستمارة الى غاية 28 فيفري 2020 وهو تاريخ الإنتهاء من جمع الإستمارات وتحليلها.

7.3 الدراسات السابقة :

يمكن تقسيم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع دراستنا الى قسمين، هما :

- أ- الدراسات التي اهتمت بدراسة الإعلام التفاعلي.
- دراسة نوال رضا: دراسة حول واقع إخراج البرامج التفاعلية في الإذاعة الرقمية-إذاعة جيجل نموذجا- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، 2012 .

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على ظروف إنتاج وإخراج البرامج التفاعلية عبر إذاعة جيجل المحلية، وكذا العوامل المهنية والإدارية والتدريبية المؤثرة في ذلك. والوقوف عند أشكال الخدمات التفاعلية المعتمدة خلال برامج إذاعة جيجل ذات الطابع التفاعلي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي زيادة على استخدامها منهج دراسة الحالة في الشق الميداني للبحث. وقد اشتغل الباحث على موضوع الإذاعات المحلية الجزائرية المرقمنة كمجتمع أصلي للدراسة ونظرا لكبر المجتمع الأصلي تم تحديد إذاعة جيجل المحلية كوحدة فرعية لتحقيق أهداف الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى أن أغلبية القائمين على البرامج التفاعلية

عبر إذاعة جيجل لا يمنحون للجمهور فرصة التواصل عبر خدمة البريد الإلكتروني، فيما يحظى موقع الفايبيوك بأهمية الأقلية المستخدمة من القائمين على البرامج التفاعلية .

ب- الدراسات التي اهتمت بدراسة المواطنة :

- دراسة خالد محمد: تمثلات المثقف للمواطنة في الجزائر ، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، 2016/2015 .

انطلقت هذه الدراسة من اشكالية تتعلق بكيفية تمثل المثقف الجزائري مفهوم المواطنة بمستوياتها القيمي والممارساتي .ومحاولة معرفة تمثلات المواطنة المرتبطة بمفهوم المثقف نفسه وهل المحيط الذي ينشط فيه المثقف له تأثير على تحديد هذه التمثلات؟ .وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من الإجراءات المنهجية في دراسة الموضوع إذ تم استخدام المنهج التاريخي لتحليل مفهوم المواطنة من خلال التطور التاريخي الذي مرت به والوقوف على خصوصياتها في كل مرحلة تاريخية .وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج ،من أهمها أنها الأفكار المسبقة والحس المشترك يلعبان دورا مهما في بنية تمثلات المبحوثين .اذ يرى الباحث أن آراء الأساتذة المبحوثين خاصة في ما تعلق بالجانب الممارساتي للمواطنة لا يختلف عن باقي تمثلات أو تصورات عامة الناس .كما أن الخلفية النظرية والمجال المعرفي للمبحوثين لديها تأثير على تمثلاتهم لمفهوم المواطنة .

- دراسة خالد منصر :دور مواقع الشبكات الإجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، 2018/2017 .

وسعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع الشبكات الإجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري ،والتأصيل النظري لمفهومي مواقع الشبكات الإجتماعية والمواطنة وانعكاسات هذه المواقع على قيم المواطنة وكيفية اسهامها في تعزيز قيم المسؤولية الإجتماعية لدى الشباب .واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية .وقد توصلت الدراسة إلى أن نسبة كبيرة من المبحوثين موافقون على دور مواقع الشبكات الإجتماعية في تعزيز الحريات العامة وحقوق الإنسان ،حيث تعتبر شبكة الانترنت ومنها مواقع الشبكات الإجتماعية فضاء للتعبير الحر وذلك للسهولة غير المسبوقة في الدخول لهذا الفضاء والتعبير الحر فيه .ويرى

الباحث أن موقعي فإيسبوك ويوتيوب قد ساهما في الكشف عن العديد من ملفات وأوجه الفساد المتمثل في الرشوة والإبتراز واستغلال النفوذ والغش والمحسوبية والواسطة والتزوير والعديد من المخاطر التي لن يتم مواجهتها ودرء خطرهما الا بتفعيل مبادئ المواطنة .

4. الإطار المعرفي للدراسة :

وقد اعتمدت هذه الدراسة على نظرية المجال العام التي لا زالت تحظى بإهتمام الباحثين وذلك لأهمية هذه النظرية وأبعادها الفكرية والفلسفية المتصلة بمختلف الحقول السياسية والإتصالية .وهو ما يتضح من خلال دراستنا التي تتوافق مع الأطروحات التحليلية والتفسيرية لأفكار يورغن هابرماس

❖ تعريف المجال العام :

ان "مصطلح المجال العام (Public Sphere) هو ترجمة للمصطلح الألماني (Öffentlichkeit) والذي يمكن ترجمته إلى عدة مصطلحات متشابه كالعالم أو الجمهور وعرف هابرماس المجال العام بأنه: المجال الذي ينشأ من أفراد خصوصيين يجتمعون معاً كجمهور ليتناولوا احتياجات المجتمع من الدولة، والمشاركة في نقاشات حول القواعد العامة التي تحكم العلاقات المتعلقة بالعمل الاجتماعي والسياسي ،حيث يستخدم فيها هؤلاء الأفراد عقلاينتهم أثناء مناقشة المسائل العامة" (المهدي، المركز الديمقراطي العربي، 2020) .

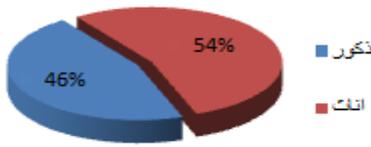
❖ الأبعاد الإتصالية لنظرية المجال العام :

ان الجانب الإتصالي في نظرية هابرماس أخذ حيزا واسعا من الإهتمام في صياغة نظرية المجال العام "اذ أنه يحلل نمو وسائل الإعلام والإتصال الجماهيرية منذ أوائل القرن الثامن عشر حتى عصرنا الراهن .ويتتبع نشوء المجال العام ثم انحطاطه وهبوطه ويمثل المجال العام في نظره حلبة النقاش العام التي تدور فيها المساجلات ،وتتشكل فيها الآراء والمواقف حول القضايا التي تجسد اهتمامات الناس" (عماد، 2012، صفحة 83).لذلك يرى هابرماس أن" النشاط التواصلي حتى لا يتخبط في العشوائية لا بد أن تحكمه شروط يجب أن تتوافر في المشاركين في التفاعل " (السعود، 2004،، صفحة 322) . وفي هذا الصدد يعتبر هابرماس " تشكيل فضاء عمومي شرط أساسي للكفاءة السياسية والمواطنة .فدعاية الإعلام وخاصة الإعلام السياسي مرتبط أساسا بتحول في شرعية النشاط السياسي وهذا يتم بواسطة السيادة الشعبية " (علوش، 2014 ، صفحة 233) .

5. نتائج الدراسة الميدانية :

1.5 تحليل وتفسير البيانات:

المحور الأول: البيانات الشخصية لعينة الدراسة المتعلقة بالجنس والعمر والمستوى التعليمي
جدول رقم 01: يوضح توزيع المبحوثين حسب الجنس

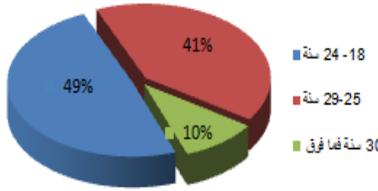


النسبة	التكرار	الفئات
46	55	ذكر
54	65	أنثى
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

- الجدول رقم (01) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس، حيث تقدر نسبة المبحوثين الذكور بـ(46%) من مجموع النسبة الكلية، بينما تقدر نسبة المبحوثين الإناث بـ(54%) وهي نسبة متقاربة، وهو ما يوضحه الرسم البياني أعلاه.

جدول رقم 02: يبين توزيع المبحوثين حسب السن .



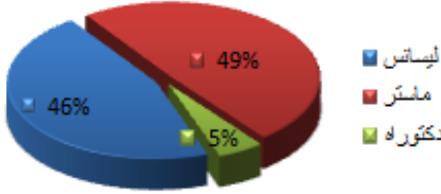
النسبة	التكرار	الفئات
49	59	18 - 24 سنة
41	49	25 - 29 سنة
10	12	30 سنة فما فوق
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

جدول رقم (02): يوضح الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث يتضح من خلال الجدول أن نسبة (49%) ممن يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي تتراوح أعمارهم بين (18 و 24 سنة) وهي الفئة الأكثر استخداما لمواقع إعلام التفاعلي، تليها نسبة (41%) ممن تتراوح أعمارهم بين (25 و 29 سنة)، ويقل الإستخدام عند الفئة التي تزيد أعمارهم عن (30 سنة). حيث يلاحظ في هذا الصدد أنه كلما زاد العمر انخفض استخدام منصات الإعلام التفاعلي، ويمكن ارجاع ذلك لعدة اعتبارات منها تزايد مسؤوليات الفرد

المرتبطة بالعمل والإلتزامات الأسرية ،ما يجعل تفرغه لإستخدام ومتابعة منصات الإعلام التفاعلي أقل مقارنة بالفئات الأخرى .

جدول رقم 03: يبين المستوى التعليمي لأفراد العينة .

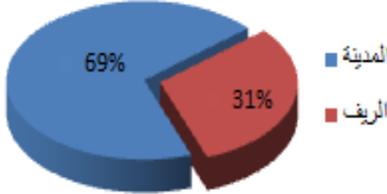


الفئات	التكرار	النسبة
ليسانس	55	46
ماستر	59	49
دكتوراه	6	05
المجموع	120	100

المصدر : من اعداد الباحث.

- **الجدول رقم (03):** يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي حيث يتضح لنا الفئة الأعلى من عينة الدراسة المستخدمة لمواقع الإعلام التفاعلي من طلبة الماستر بنسبة (49%) يليها طلبة الليسانس بنسبة (46%) من النسبة الكلية ،بينما تحصلت فئة طلبة الدكتوراه على نسبة (05%) من النسبة الكلية .

- **جدول رقم 04:** يبين المنشأ الأصلي للمبجوثين .



الإجابة	التكرار	النسبة
المدينة	83	69
الريف	37	31
المجموع	120	100

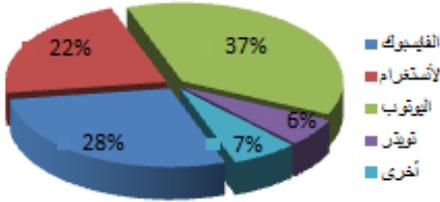
المصدر : من اعداد الباحث.

الجدول رقم (04): يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المنشأ الأصلي للمبجوثين حيث يتضح لنا الفئة الأعلى من عينة الدراسة المستخدمة لمواقع الإعلام التفاعلي من المقيمين في المدينة بنسبة (69%) ،بينما نسبة (31%) من النسبة الكلية من المقيمين في الريف وهو ما يوضحه الرسم البياني أعلاه.

المحور الثاني: يتضمن أسئلة خاصة بعادات وأنماط استخدام المبجوثين لمنصات الإعلام التفاعلي .

جدول رقم 05: يبين مواقع الإعلام التفاعلي الأكثر استخداما من المبجوثين .

دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري

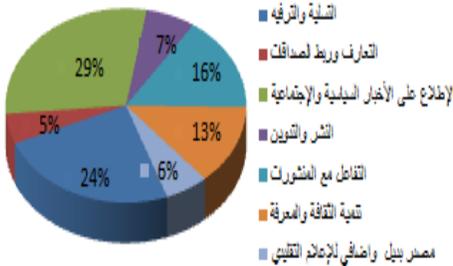


الإجابة	التكرار	النسبة %
الفيسبوك	34	28
الأنستغرام	26	22
اليوتيوب	45	37
تويتر	7	6
أخرى	8	7
المجموع	120	100

المصدر : من اعداد الباحث.

الجدول رقم (05): يتضح من خلال الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب مواقع الإعلام التفاعلي المفضلة لديهم .حيث يتضح أن أغلب المبحوثين يفضلون استخدام موقع يوتيوب بنسبة (37%) ونسبة (28%) يفضلون استخدام موقع فايسبوك ونسبة (22%) ممن يفضلون استخدام موقع الأنستغرام ونسبة (06%) يفضلون استخدام موقع تويتر .بينما تتوزع نسبة (07 %) على باقي مواقع الإعلام التفاعلي وهي الأقل استخداما من المبحوثين . وما يدعم هذه النتائج تصنيف موقع Alixa للمواقع الأكثر زيارة من طرف الجزائريين حيث جاء موقع يوتيوب في المرتبة (02) وموقع فايسبوك في المرتبة (05) وموقع الأنستغرام في المرتبة (14) وموقع تويتر في المرتبة (42) في التصنيف العام للمواقع الأكثر.

جدول رقم 06: يوضح دوافع استخدام المبحوثين لمواقع الإعلام التفاعلي .

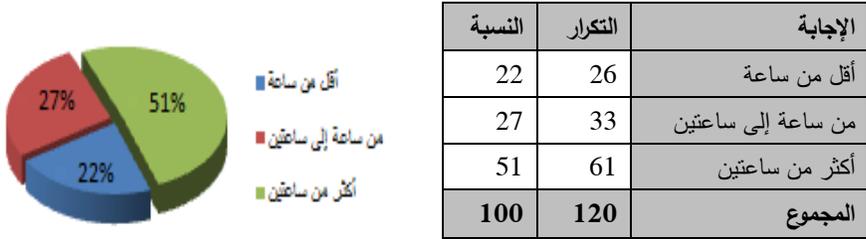


الإجابة	التكرار	النسبة
التسلية والترفيه	29	24
التعارف	6	5
الإطلاع على الأخبار	35	29
النشر والتدوين	8	7
التفاعل مع المنشورات	19	16
تتمية الثقافة والمعرفة	16	13
مصدر بديل للإعلام التقليدي	7	6
المجموع	120	100

المصدر : من اعداد الباحث.

جدول رقم (06): يتضح من خلال الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام مواقع الإعلام التفاعلي ،حيث يتبين أن(24%) من المبحوثين يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي للتسلية والترفية ،ويعود ذلك إلى كثرة صفحات التسلية التي تمثل متنفس للمبحوثين لقضا أوقات ممتعة في مشاهدة بعض المنشورات الطريفة والمسلية .بينما تستغل نسبة (5%) من المبحوثين مواقع الإعلام التفاعلي في التعارف وربط الصداقات،كون هذه المواقع عي بالدرجة الأولى مواقع اجتماعية و تفاعلية .كما نجد أن (29%) من المبحوثين يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي في الإطلاع على الأخبار السياسية والإجتماعية ،كون هذه المواقع اتجهت للمواضيع لأكثر جدية و أصبحت منصات اعلامية بإمتياز لا تقل أهمية عن باقي وسائل لإعلام "التقليدية" .كما نجد (7%) من المبحوثين أكثر عمقا في استخدام مواقع الإعلام التفاعلي من خلال النشر و التدوين .

جدول رقم 07 : يوضح مدة الإستغراق في استخدام مواقع الإعلام لتفاعلي .



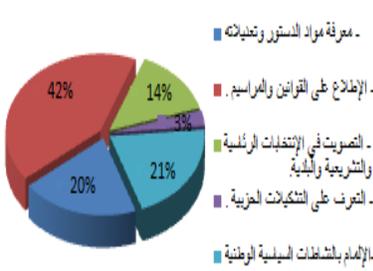
المصدر : من اعداد الباحث.

- **جدول رقم (07):** يتضح من خلال الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب مدة الإستغراق في استخدام مواقع الإعلام التفاعلي ،حيث يتضح من خلال الجدول أن (51%) من المبحوثين يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي لأكثر من ساعتين ،و(27%) من المبحوثين يستخدمونها من ساعة الى ساعتين و(22%) من عينة الدراسة يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي لأقل من ساعة .وهو ما يبين أن المبحوثين يقضون أوقات كبيرة في استخدام مواقع الإعلام التفاعلي .ويمكن ارجاع ذلك الى عدة أسباب من أبرزها انتشار الهواتف النقالة .

المحور الثالث: يتضمن أسئلة تتعلق بدور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة للمواطن الرقمي الجزائري.

دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري

جدول رقم 08 : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الرقمي .



النسبة	التكرار	الإجابة
20	24	معرفة مواد الدستور وتعديلاته
42	50	الإطلاع على القوانين والمراسيم
14	17	التصويت في الإنتخابات
3	4	التعرف على التشكيلات الحزبية
21	25	الإلمام بالانشطاط السياسية الوطنية
100	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث.

جدول رقم 08 :يبين دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الرقمي حيث يتضح من خلال الجدول أن (42%) من المبحوثين ساعدتهم مواقع الإعلام التفاعلي في الإطلاع على القوانين والمراسيم ،كما أن (20%) من المبحوثين استخدموا مواقع الإعلام التفاعلي للتعرف على مواد الدستور وتعديلاته ،كما يتضح من خلال الجدول أن (21%) من المبحوثين يستخدمون مواقع الإعلام التفاعلي في الإلمام بالإحاطة بالانشطاط والأحداث السياسية و(14%) من المبحوثين دفعتهم مواقع الإعلام التفاعلي للتصويت في الإنتخابات .

جدول رقم 09 : دور الإعلام التفاعلي في تعزيز قيم التكافل الإجتماعي للمواطن الرقمي .



النسبة	التكرار	الإجابة
37	45	التبرع بالدم .
21	25	تقديم المساعدة المادية والمالية.
11	13	المشاركة في حملات تنظيف .
7	8	التبرع بالأموال عند الأزمات .
7	8	التبليغ عن الحوادث وتقديم المساعدة.
7	9	التبليغ عن الأوقات الإجتماعية .
10	12	المشاركة في حملات اطعام ...
100	120	المجموع

المصدر : من اعداد الباحث.

جدول رقم 09 :يبين الجدول أعلاه دور مواقع الإعلام التفاعلي في تعزيز قيم التكافل الإجتماعي لدى المواطن الرقمي ،حيث يتضح من خلال الجدول أعلاه أن مواقع الإعلام

التفاعلي دفعت (37%) من المبحوثين الى التبرع بالدم ،وهو ما يفسر اتجاه العديد من المواطنين الى منصات الإعلام التفاعلي لطلب المساعدة من الراغبين في التبرع ،خاصة مع اتجاه العديد من الجمعيات والمؤسسات الخيرية الى هذه المنصات لتنظيم حملات اعلامية للتبرع بالدم .كما نجد (21 %) من المبحوثين قد ساعدتهم هذه المنصات في تقديم مساعدات مادية للمحتاجين (الأموال والأدوية والألبسة والأغطية) .كما أن (11%) من عينة الدراسة ساعدتهم مواقع الإعلام التفاعلي في المشاركة في حملات تنظيف الأحياء والشوارع وهي من مظاهر التكافل الإجتماعي بين المواطنين للحفاظ على أمنهم البيئي والصحي .كما أن (10%) من المبحوثين سبق وأن شاركوا في حملات افطار خلال شهر رمضان للمحتاجين وعابري السبيل ،وهو ما يعبر عن عمق الروح التكافلية بين الجزائريين.

جدول رقم 10 : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الوعي الإقتصادي للمواطن الرقمي .



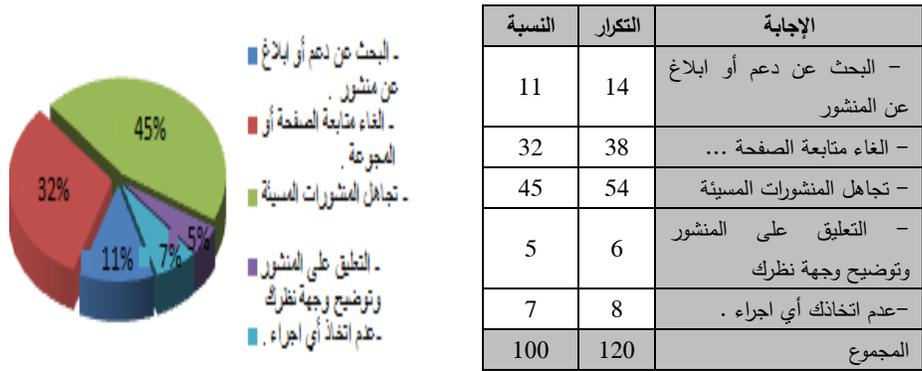
المصدر : من اعداد الباحث.

جدول رقم 10 : يبين الجدول دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الوعي الإقتصادي للمواطن الرقمي حيث يتضح من خلال الجدول أن نسبة (50%) من المبحوثين ساعدتهم مواقع الإعلام التفاعلي في ترشيد الإستهلاك للطاقة الكهربائية والمائية ... ونسبة (10%) ساعدتهم مواقع الإعلام التفاعلي في التبليغ و التعرف على المنتجات المقلدة والمنتھية الصلاحية والتي تشكل خطر على صحة المواطن وتضرر بالإقتصاد الوطني ،كما أن نسبة (07%)

دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري

من المبحوثين يرون أن منصات الإعلام التفاعلي ساعدتهم في دعم المنتجات الوطنية والمحلية، و(07%) يرون أن الإعلام التفاعلي يساعد في الحفاظ على المرافق والممتلكات و(6%) يرون أن منصات الإعلام التفاعلي نبهتهم لخطورة المعاملات المالية خارج البنوك وتأثير ذلك على الإقتصاد الوطني .

جدول رقم 11 :يوضح الإجراءات المتخذة من المواطن الرقمي في حال المنشورات "المسيئة"



المصدر :من اعداد الباحث.

الجدول رقم 11 :يتضح من خلال الجدول أعلاه ،أن المواطن الرقمي الجزائري عندما يصادف منشورات غير ملائمة يتخذ العديد من الإجراءات ،على رأسها اتباع سياسة التجاهل للمنشورات المسيئة بعدم مشاهدتها أو التعليق عليها وذلك بنسبة (45%) ،في حين تقوم فئة أخرى من المواطنين بإلغاء المتابعة للصفحة أو المجموعة التي تقوم ببث هذه المنشورات وذلك بنسبة (32%) ،بالمقابل تقوم فئة أخرى بالبحث عن دعم أو ابلاغ عن المنشور لإدارة الموقع بنسبة (11%)،مع وجود فئة تتجه للتعليق على المنشور والتفاعل مع صاحبه لتبيان وجهة نظرهم وذلك بنسبة (5%) ،كما نجد (5%) تفضل عدم اتخاذ أي إجراء .

الخاتمة :

مما لا شك فيه ،أن للإعلام التفاعلي دورا مهما في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري ،بشرط تحلي المواطن الرقمي بروح المسؤولية في استخدامه لمواقع الإعلام التفاعلي ،انطلاقا من حقيقة أن المواطنة ليست مادة قانونية تلزم المواطن

التقيد بها بقدر ما هي وعي المواطن بمسؤولياته وواجباته المتنوعة اتجاه وطنه والتي تتنوع بين ما هو سياسي ،اقتصادي ،اجتماعي ،بيئي .وقد اتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن أكثر مواقع الإعلام التفاعلي استخداما من طرف المبحوثين هو موقع اليوتيوب ثم الفايسبوك والأنستغرام ،ويعود سبب شعبية هذه المواقع الى الخصائص التي توفرها للمستخدمين والتي تتعلق بالأساس بحجم التفاعلية التي توفرها المحتوى المتجدد والمتنوع مع سهولة استعمالها من الناحية العملية مع دمجها لتقنيات النص والصوت والصورة .

كما توصلت الدراسة الى أن المبحوثين يفضلون استخدام منصات الإعلام التفاعلي في الإطلاع على الأحداث السياسية والاجتماعية وهو ما يبين أن هذه المنصات تلعب دور كبير لا يقل أهمية عن وسائل الإعلام التقليدية ،وفي الكثير من الأحيان تتفوق هذه المنصات في نقل المعلومات والأخبار خاصة مع ظهور ما يعرف بصحافة المواطن . وقد اتضح من خلال الدراسة أن منصات الإعلام التفاعلي تمارس دور مميزا

في تشكيل قيم المواطنة في ميادين عديدة ،يمكن ايجازها في النقاط التالية :

- **المجال السياسي** :تلعب منصات الإعلام التفاعلي دورا مميزا في تشكيل الوعي السياسي للمواطن الرقمي بما ينعكس على مواطنته ،كون الوعي هو المنطلق لتشكيل المواطنة ،حيث تبين أن منصات الإعلام التفاعلي تساعد المواطنين على الإطلاع على القوانين والمراسيم ومختلف القوانين وبالتالي معرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية .

- **المجال الإجتماعي** :نجد أن مواقع الإعلام التفاعلي تساعد في تحميل المواطن مسؤوليته الاجتماعية وكذا الشخصية والأخلاقية التي تفرض عليه أن يتفاعل بإيجابية مع القضايا والمشكلات الاجتماعية بعيدا عن السلوكيات الإنسحابية والإتكالية والفردانية التي تساعد في نقشي الآفات الاجتماعية السلبية بما يهدد الأمن الإجتماعي للأفراد .كما أن الإعلام التفاعلي يعزز الروح التضامنية والتكافلية بين المواطنين أثناء الأزمات وينمي الشعور بالإنتماء والولاء للوطن ،بالإضافة الى تعزيز قيم المواطنة التنظيمية.

- **المجال الإقتصادي** :يتضح -لنا جليا- أن الإعلام التفاعلي في المجال الإقتصادي يساهم في إعلام المواطن بكيفيات حماية الإقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية الإقتصادية والرفع من الوعي الإقتصادي للمواطن حول ترشيد الإستهلاك وتجنب المعاملات الإقتصادية السلبية التي تنخر الإقتصاد الوطني وغيرها من السلوكيات والمظاهر السلبية .

دور الإعلام التفاعلي في تشكيل قيم المواطنة لدى المواطن الرقمي الجزائري

قائمة المراجع :

أ- الكتب :

- 01- أبو النور حمدي أبو النور حسن :يورغن هارماس ،الأخلاق والتواصل ،التنوير للطباعة والنشر والتوزيع ،بيروت ،2016 .
- 02- أحمد بن مرسل :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ،ديوان المطبوعات الجامعية ،بن عكنون - الجزائر ،2007 .
- 03- بلقاسم سلاطونية وحسان الجيلاني :منهجية العلوم الإجتماعية ،دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ،عين مليلة ،2004 .
- 04- وسام فاضل راضي ،مهند حميد التميمي :الإعلام الجديد ،تحولات اتصالية ورؤى معاصرة ،دار الكتاب العربي ،العين ،2017 .
- 05- مصطفى يوسف كافي :الإعلام التفاعلي ،دار الحامد للنشر والتوزيع ،عمان ،2016 .
- 06- سيدي محمد ولد الديب :الدولة واشكالية المواطنة ،قراءة في مفهوم المواطنة العربية دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع ،عمان ،2010 .
- 07- عباس مصطفى صادق :الإعلام الجديد المفاهيم ،الوسائل ،التطبيقات ،دار الشروق للنشر والتوزيع ،عمان ،2008 .
- 08- عبد الغني عماد :الثقافة وتكنولوجيا الإتصال ،التغيرات والتحولات في عصر العولمة والربيع العربي ،مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ،بيروت ،2012 .
- 09- عبد الرحمن بدوي :مناهج البحث العلمي ،وكالة المطبوعات ،الكويت ،1977 .
- 10- علي عبد الفتاح كنعان :الإعلام والمجتمع ،دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان 2014 .
- 11- رضا عبد الواحد :الصحافة الإلكترونية ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،القاهرة ،2007 .
- 12- غالب كاظم جياذ الدعيمي :الإعلام الجديد ،اعتمادية متصاعدة - ووسائل متجددة دار أمجد للنشر والتوزيع ،عمان ،2016 .

ب- الكتب لأجنبية :

1-Gonçalo Matias :citizenship as a human right (the fundamental right to a specific citizenship) springer nature ,London .

2- Lucinda Austin and Yan Jin: social :media and crisis communication ,routledge taylor and francis group ,newyourk .

3-Carsdoso Gustavo :The Media in the network society :browsing ,news ,filter and citizenship ,Centre for Research and studies in sociology lisboa ,2006 .

ت- الأطروحات والرسائل الجامعية :

01- دريس نوري :استعمال المجال العام في المدينة الجزائرية ،(رسالة ماجستير :علم الاجتماع الحضري) ،قسم علم الاجتماع والديمقراطية ،كلية العلوم الإنسانية وإجتماعية جامعة محمد منتوري قسنطينة ،الجزائر، 2006/2007 .

02- خالد منصر : دور مواقع الشبكات الإجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري (أطروحة دكتوراه :تخصص الإعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة) ،قسم علوم الإعلام والإتصال ،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ،جامعة باتنة ،الجزائر، 2017/2018.

ث - المقالات :

01- أنور محمد فرج محمود : دور المجال العام في ترسيخ الحكم الرشيد ،(مجلة جامعة التنمية البشرية) ،العراق :المجلد 03 ،العدد 01 ، 2017 .

02- نور الدين علوش :هابرماس ومفهوم الفضاء العمومي (مجلة دراسات انسانية واجتماعية) ،الجزائر ،العدد 10 ، 2014 .

03- خالد منصر:الفضاء العمومي في ظل الثورة الرقمية وأثره على المواطنة (مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية) ،الجزائر ،المجلد 11 ،العدد 04 ، 2019 .

ج- مواقع الأنترنت :

01- أماني المهدي (2020) ،المجال العام من الواقع الفعلي إلى العالم الافتراضي :معايير التشكل والمعوقات <http://democraticac.de/?p=> ،بتاريخ 2020/06/22 ،سا 15:45.

02- عادل عبد الصادق (2020) ،الفضاء الإلكتروني والرأي العام ،تغير المجتمع والأدوات والتأثير، http://accronline.com/article_detail ،بتاريخ 2020/06/27 ،سا 15:00 .