

الإعلام الجديد ودوره في تشكيل ثقافة العزوف السياسي لدى الشباب

دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة الأغواط -

The New media and its role in forming the culture of political refrain among the youth: Field study on a sample of the youth in the city of Laghouat

د/محمد تهامي* د/مصعب جعفرورة**

الملخص:

تناولت هاته الدراسة موضوعا هاما ألا وهو الإعلام وأثره على المشاركة السياسية للشباب الجزائري، محاولين في هاته الورقة البحثية معرفة مدى تأثير وسائل الإعلام المتعددة سواء كانت الوسائل التقليدية (التلفزيون - الاذاعة - الجرائد) ، أو الوسائل الحديثة أو كما تعرف بالإعلام الجديد (خاصة مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة) على السلوك السياسي والمشاركة السياسية للشباب الجزائري، وذلك من خلال امتلاكه : بطاقة الناخب و انتمائه إلى أحزاب سياسية أو منظمات طلابية وكذا مشاركته في التصويت وبيان وموقفه اتجاه السلطة.

وقد تم التطرق في هاته الدراسة الى عينة قصدية من الشباب بمدينة الأغواط متكونة من (95 مبحوث)، وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات من المبحوثين وكذا المنهج الوصفي التحليلي وقد تم التوصل في نهاية هذا البحث إلى أن الإعلام الجديد ساهم في زيادة نسبة العزوف عن المشاركة السياسية للشباب في المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الجديد / المشاركة السياسية / الشباب / شبكات التواصل الاجتماعي

Abstract:

This study examines the important issue of the media and the political participation of Algerian youth, in an attempt to investigate the influence of traditional media (television, radio, newspapers) as well as new media (especially social networking sites) on the political behaviour of the Algerian youth through having the voter card and membership in political parties, as well as his participation in the vote and his attitude towards power. This study addressed an intentional sample composed of (95 respondents) from the city of Laghouat, relying on the questionnaire tool in the collection of data and descriptive analytical approach. The study was concluded upon the foundation that the new media has contributed to increasing the proportion of abstention from political participation of young people in the Algerian society.

Keywords: New Media - Political Participation - Youth - Social Networking.

**دكتوراه في علم الاجتماع والدراسات والديمقراطية-جامعة الأغواط-الجزائر

مقدمة

تؤثر وسائل الإعلام المختلفة في ثقافة الانسان بما فيها ثقافته السياسية، ولعل من أهم خاصيات التي تمتاز بها وسائل الإعلام هو توجيه الرأي والتأثير عليه.

خاصة وأن العديد من الدراسات قد توصلت الى أن فئة الشباب هي أكثر الفئات المستعملة لوسائل الإعلام الجديدة وبما أن المجتمع الجزائري أغلب سكانه من الشباب توجب علينا دراسة مدى تأثير وسائل الإعلام الجديدة على مشاركته في العملية السياسية أو بالأحرى سلوكه السياسي من خلال امتلاكه : لبطاقة الانتخاب و انتماءه الى أحزاب سياسية وكذا المشاركة في التصويت في الانتخابات وموقفه من السلطة وغيرها من المؤشرات التي توحى بالمشاركة السياسية في المجتمع، والتي تعتبر أهم آليات التنمية السياسية وتعتبر أساس تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لأي دولة كانت.

كذلك تعتبر المشاركة السياسية السلمية والفعالة روح الديمقراطية الحقيقية، حيث تساعد على إحياء روح المواطنة، والسماح للكفاءات السياسية والثقافية للظهور وبناء مشاريع اجتماعية وتسييرها، ولهذا فقد كانت عملية ضرورية لبناء دولة ديمقراطية تملك هدفا حضاريا.

أولا / الجانب النظري للدراسة:

1. الإشكالية:

المشاركة السياسية هي في المقام الأول إسهام وانشغال المواطن بالمسائل السياسية داخل نطاق مجتمعه، حيث يشير مفهومها إلى أنها " إجراءات طوعية بهدف التأثير على القرارات الرسمية على مختلف مستويات النظام السياسي."¹

وتزداد أهمية دراستها إذا ربطناها بفئة الشباب. حيث تكمن أهمية هذه الفئة وتميزها عن باقي الفئات العمرية الأخرى، لكونها قوة محركة للحياة الاجتماعية في مختلف المجالات وعاملا مهما في تحقيق التنمية الشاملة التي ينشدها المجتمع، غير أن العديد من التحليلات السياسية والتقارير الإعلامية في الجزائر تشير إلى سلبية الشباب الجزائري -صاحب

New "Education for Civic and Political Participation,"¹- Reinhold Hedtke and Tatiana Zimenkova, York, Routledge, 2013 p52

أكبر نسبة من عدد السكان في الجزائر - وعزوفهم عن المشاركة في العمل السياسي، بدءا من ضعف الإقبال على التصويت أو الترشيح في الانتخابات السياسية على جميع المستويات، ومرورا بضعف مشاركتهم في الانضمام لعضوية الأحزاب والتنظيمات السياسية من خلال القنوات الشرعية.

وقد ربطنا في دراستنا هاته المشاركة السياسية بوسائل الإعلام المتعددة، خاصة وسيلة الأنترنت هاته الوسيلة غير المقيدة والتي لا تخضع لسلطة أية حكومة ويصعب التحكم فيها أو توجيهها مما يجعلها متنفس هام للتيارات المعارضة مثل ما نلاحظه عن الصفحات الفيسبوكية المعارضة كصفحة أمير ديزاد وغيرها من الصفحات الأخرى، أضف الى ذلك الأفلام المصورة على اليوتوب التي يضعها بعض الناشطين " البودكاستر " مثل الفيديو الصغير الذي حمل عنوان " ما نسوطيش " الذي فاق حاجز 10 ملايين مشاهدة حيث بلغ 13603867 مشاهدة حتى الآن ونفس الأمر بالنسبة للفيديو الصغير " راني زعفان " الذي وصل إلى 12922745 مشاهدة ، هاته الأفلام التي تعكس حسبهم الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري والتي تميزت بتردها وعجزها ، من خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي :

- ما هو دور الإعلام الجديد في المشاركة السياسية للشباب؟

2. فرضية الدراسة:

- ساهم الإعلام الجديد في عزوف الشباب الجزائري عن المشاركة السياسية.

3. أهداف الدراسة:

- هذه الدراسة تهدف بالدرجة الأولى إلى إثراء الساحة العلمية بمثل هذه المواضيع التي تمكن من فهم المتغيرات المتعلقة بالنسق السياسي.

- محاولة التعرف على موانع مشاركة الشباب الجزائري من خلال معرفة كيفية ومدى تأثير وسائل الإعلام على المشاركة السياسية للشباب.

التقصي عن العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي من شأنها التأثير على توجهات الشباب نحو المشاركة السياسية.

4. مفاهيم الدراسة:

أ - الإعلام الجديد:

" هي الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت، وتبادل المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم أجمع"¹.

التعريف الإجرائي للإعلام الجديد: نقصد به الإعلام الرقمي الذي يستعمل بالإنترنت بما فيه مواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب.

ب - شبكات التواصل الاجتماعي:

" هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيهاب إنشاء موقع خاص به بصفة دائمة أو مؤقتة من خلال إلغاء الاشتراك، وربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين."²

التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي: ونقصد بها في دراستنا جميع مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، التويتر، السكايب، أنستغرام، سناب شات، وغيرها من المواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها.

ج-المشاركة السياسية:

هي " تلك الأنشطة التطوعية التي يشارك فيها أفراد المجتمع مثل اختيار القادة وقيامهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة بتشكيل السياسة العامة، وتشتمل تلك الأنشطة بصورة أساسية على التصويت والبحث عن المعلومات، المناقشة، الكتابة، حضور الاجتماعات والمساهمة المادية والاتصال بالنواب."³

¹ - فتيحة كيجل، "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2012، ص: 08 .

² - علي فايز الشهري، " الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين"، جريدة الرياض، السعودية، 2008، ص: 12.

³ - سامية خضر صالح، " المشاركة السياسية والديموقراطية"، كعب عربية للنشر الإلكتروني، عين شمس، مصر، 2005، ص: 18 -

التعريف الإجرائي للمشاركة السياسية: هي مجموع الأفعال الإرادية التي تستهدف التأثير على عملية صنع السياسات العامة وإدارة شؤون المجتمع، وكذا تلك التي يتم من خلالها اختيار القيادات السياسية على كافة المستويات الحكومية من وطنية ومحلية، وتكون هذه الأفعال مشروعة حددناها في المؤشرات التالية: امتلاك بطاقة الناخب، التصويت في الانتخابات، الانخراط في الأحزاب السياسية.

د-تعريف العزوف السياسي العزوف السياسي:

إن العزوف أو الامتناع السياسي كظاهرة يعد تعبيراً من تعبيرات السلوك السياسي، نعي به، الابتعاد والإحجام عن المشاركة السياسية. وفي دراستنا يأخذ العزوف السياسي مستويات، ابتداء من الامتناع عن التسجيل في القوائم الانتخابية واستخراج بطاقة الناخب، والامتناع عن التصويت في الانتخابات، الامتناع عن الانخراط في الأحزاب السياسية.

5. العلاقة بين وسائل الإعلام والمشاركة السياسية:

هناك جملة من المتغيرات والظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، التي تؤثر على المشاركة السياسية، ولعل أبرز تلك المتغيرات الثقافية ما يصطلح عليه بالإعلام، وتحديدًا الإعلام السياسي. فوسائل الإعلام تعتبر من المؤسسات الرئيسية في تشكيل الثقافة السياسية وتشكيل الرأي العام الذي يعمل على ترسيخ القيم الديمقراطية وتفعيل المشاركة السياسية، بحيث تعمل وسائل الإعلام التقليدية (تلفزيون - إذاعة - جرائد) والإعلام الجديد المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي في الأنترنت على تكوين الاتجاهات نحو المشاركة السياسية، هذا ما يعني -حسب العديد من الدراسات ستنطرق إليها لاحقاً- وجود علاقة ارتباطية بين المشاركة السياسية ومختلف وسائل الإعلام والاتصال.

ومنه يمكننا القول إن الإعلام والديمقراطية ثنائية متلازمة وذلك على الرغم من اختلاف وجهات النظر في تحديد أسبقية طرفها الأول عن الثاني أو العكس. فلا يمكن في الحقيقة، الجزم بأن الديمقراطية هي التي تنتج الإعلام الحرّ أو بأن الإعلام الحرّ هو الذي ينتج الديمقراطية.

والإعلام كمنسق اجتماعي دينامي له دوره ووظائفه في البناء الاجتماعي، وفي الحياة السياسية، فأهميته تعادل أو تفوق ما للأسرة، المدرسة وجماعات الرفاق في التأثير على التنشئة الاجتماعية عامة والسياسية خاصة حيث تحفز

الناخبين المحتملين على المشاركة الفعلية في الانتخابات. ومنه يمكن القول أن لوسائل الإعلام والاتصال دور في توجيه الآراء وتكوين الوعي وتفعيل المشاركة السياسية وتحويل الأغلبية الصامتة إلى أغلبية فاعلة ومشاركة، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، فمع زيادة تعرض الفرد للمنبهات السياسية عن طريق وسائل الإعلام السياسي يزداد احتمال مشاركته في الحياة العامة.

في المقابل تحاول بعض المعارضات السياسية من خلال وسائل الإعلام والاتصال بناء وعي سياسي معارض للمشاركة الانتخابية والدعوة إلى مقاطعتها، وهناك من الباحثين من يرى أن هذه المقاطعة الواعية نوع من المشاركة السياسية لأنها تهدف إلى التأثير على النسق السياسي وصنع القرار الحكومي وبهذا تكون كوسيلة ضغط على السلطة السياسية.

وحدثنا هنا عن أثر وسائل الاعلام على فعل المشاركة السياسية يفرض علينا التطرق لمجموعة من المفاهيم التي تقع ضمن ما يسمى بالإعلام السياسي.

أ. الإعلام السياسي:

يعرف الإعلام السياسي على أنه "الإعلام الذي يُعنى بأتماط الاتصال السياسي ويؤدي إلى وظيفة سياسية للقائمين عليه سواء على المستوى الوطني أو المستوى الدولي، وتقتصر أهدافه ودوافعه على إحداث تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل وسلوكيات الآخرين وهو يؤثر ويتأثر بالسياسة تبعاً لحجم الدفع والجذب بينهما في إطار البيئة والظروف القائمة¹.

5. 1. 1. 5. ومن أهم وظائف الإعلام السياسي:

4 القيام بتقوية الرصيد المعرفي للأفراد، في إطار وظيفتي التنشئة السياسية والتثقيف السياسي، حيث تستطيع وسائل الإعلام أن تؤثر على توجهات الأفراد نحو المشاركة السياسية بالسلب أو الإيجاب فهي تمارس وظيفتها التأثيرية إلى جانب وظيفتها الإخبارية.

¹ - أحمد محمد موسى، "المدخل إلى الاتصال الجماهيري"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة-مصر، 2008، ص: 11.

5 تعزيز مبادئ الديمقراطية من خلال إتاحة الفرصة للنخبة الفكرية والثقافية لإبداء رأيها بشأن الأحداث الجارية، وابداء الملاحظات حول بعض الممارسات السياسية وتصحيح المسار الديمقراطي، وتقديم البدائل والحلول للموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة.

ويعتمد الإعلام السياسي على جملة من الوسائل التي تتولى القيام بمهمة إيصال المعلومة السياسية إلى المجتمع وفيما يلي سنحاول التركيز على أهم وسيلتين في الوقت الراهن وهما التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي عبر مواقع الإنترنت.

2.5. التلفزيون:

إن من أهم وسائل الإعلام التي عرفتها المجتمعات التلفزيون، والذي يعتمد عليه الإعلام السياسي في طرح القضايا السياسية الهامة وإيصال رسالته السياسية، باعتباره وسيلة مسموعة مرئية أكثر جاذبية وتأثيرا وشعبية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى. فهو بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي السوسيو-سياسي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات.

كما أن له القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته أو أنه يؤدي إلى تزييف الوعي وإفساده، وبالتالي يشكل خطرا على الديمقراطية.

" وقد ظهرت في الآونة الأخيرة العديد من المناقشات بخصوص الدور الذي يلعبه التلفزيون في التأثير على العملية الديمقراطية. وهناك رأي يرى أنه يمثل خطرا على عملية الانتخابات في الدول الديمقراطية، حيث تعمل المخططات التلفزيونية على تزييف وعي الناخبين مما يعرض العملية الانتخابية في هذه المجتمعات إلى انحرافات معينة.

ويشير (بوبر) إلى الأثر السلبي للتلفزيون حيث يرى أن الطريقة الحالية للدعاية للانتخابات تمثل إهانة للمرشحين **Candidat** والمنتخبين **électeurs** على حد سواء لأنها تقدم المرشحين على أنهم سلع تجارية يجب بسرعة اقتناؤها.

ويعترض "بوبر" على ذلك ساخرًا فيقول: (إن الدعاية من هذا النوع ربما تكون مفيدة في حالة بيع الصابون، ولا يجب استخدامها في موضوعات ذات تبعات هامة، لذلك يمثل التلفزيون تهديدا للديمقراطية).

حيث نجد في الجانب الآخر بعض المفكرين الذين يرون أن التلفزيون يلعب دورا هاما في عملية الانتخابات، حيث يمكن بعض الناخبين من تغيير موقفهم الانتخابي وهو ما يمثل في بعض الأحيان شيئا هاما وضروريا. وقد أبرز (روبرت جلبرت) (Robert E Gilbert) أهمية التلفزيون في مساعدة الناخبين لمعرفة الحقائق عن طريق السماع للرأي والرأي الآخر، فالتلفزيون في نظره وسيلة فعالة للتعرف على الآخر، وهو ما عبر عنه عندما قال: لا يجب أن نترك بعض الناخبين عرضة للحملات الانتخابية التي تعرض لهم من جانب واحد دون السماع لأية مناقشات مضادة من الجانب الآخر. فالتلفزيون يلعب دورا هاما في توضيح هذه الصورة.¹

وقد بينت العديد من الدراسات العلاقة بين القنوات التلفزيونية والمشاركة السياسية، مثل دراسة كل من Michael Mekean و Glenn Leshner، التي استهدفت التعرف على تأثير الأخبار التلفزيونية على المعرفة السياسية للمواطن الأمريكي، وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار التلفزيونية قد دعمت من معرفة جمهور المشاهدين لمرشحي مجلس الشيوخ.

وفي العالم العربي نجد دراسة محمد عارف محمد عبد الله حول "دور قناة الجزيرة الفضائية في إحداث التغيير السياسي في الوطن العربي - الثورة المصرية نموذجا". والتي خرجت بنتيجة تؤكد أن الاعلام السياسي لقناة الجزيرة الفضائية لعب دورا هاما في الثورة المصرية من خلال تغطيته لها مما أدى إلى تشكيل رأي عام مصري وعربي مؤيد للثورة ومعارض لنظام حسني مبارك. كما نجد دراسة حنان محمد يوسف الموسومة بـ: "دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى"، وخرجت هذه الدراسة بنتيجة أساسية هي أن ضعف مشاهدة المادة الإخبارية التلفزيونية، أدى إلى انخفاض نسبة المشاركة السياسية لدى العينة، بحيث بلغت نسبة المشاهدة الدائمة للبرامج السياسية 08% فقط من إجمالي العينة، وهو ما انعكس على نسب المشاركة حيث لم يصوت حوالي 75 في الانتخابات الأخيرة. ولا ينخرط سوى 08% في الأحزاب السياسية. مصطفى (2015)²

5. 3-شبكات التواصل الاجتماعي (العالم الافتراضي).

¹ - ضيف الله خوني، "فلسفة الديمقراطية عند كارل بوبر من الأبيستولوجيا الى السياسة"، أطروحة دكتوراه علوم في الفلسفة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص ص: 144-145.

² - مصطفى بونهاك، "أثر الاعلام السياسي في القنوات الخاصة على فعل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري - تلفزيون الشروق المحلي نموذجا - كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2014-2015، ص ص: 25-26-27.

صحيح أن وصف هذه المواقع بالاجتماعية قد يثير بعض الإشكالات، نظرا إلى طبيعة العلائق المنسوجة التي تجعل الأفراد يتواصلون من غير أن يتصلوا فيما بينهم، كما قد توحي لنا صفة الافتراضي بأن هذا "الواقع الافتراضي" هو مجرد خيالات، إلا أن الافتراضي ليس مجرد وهم وخيال. إذ لم تكن ثورة مواقع التواصل الاجتماعي (يوتيوب - فيسبوك - تويتر) ثورة تقنية ومادية فقط، تحدد إنجازها بتجاوز الصعوبات الكامنة في استخدام ملفات الفيديو على الأنترنت (لجهة إدخال المواد وإنزالها لأصحاب المواقع والزوار وكبر المساحة التي يقتضيها كل ذلك)، بل يمكن عدّها بمثابة ثورة شعبية، أولا لاستقطابها الجماهيري ولسماحتها إلى حد كبير بتجاوز الرقابة الفكرية في العالم، إلا أن أهميتها ترجع بالأساس إلى ما فتحته من فضاءات جديدة للتواصل وتبادل الصورة والرأي، مكنت المتداولين فيها من تجاوز كل الأشكال التقليدية لممارسة الفعل السياسي، من نزول الجماهير وتوزيع المنشورات وتنظيم اللقاءات ونشر الدعوات، مع ما يتطلبه كل ذلك من مراوغات لكل أشكال الرقابة والمضايقات.¹

على العموم يمكننا القول أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، سواء وسائل الإعلام التقليدية (تلفزيون - إذاعة - جرائد) أو الإعلام الجديد المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت، تعتبر من المؤسسات الرئيسية في تشكيل الثقافة السياسية وتشكيل الرأي العام الذي يعمل على ترسيخ القيم الديمقراطية، حيث تعمل هذه الوسائل على تكوين الاتجاهات نحو المشاركة السياسية، الأمر الذي يعني وجود علاقة ارتباطية بين المشاركة السياسية ومختلف وسائل الإعلام والاتصال، وهذا ما برهنت عليه العديد من الدراسات نذكر بعضها فيما يلي:

أ/- دراسة (Jems Srtouse) حول "تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي". وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات الفرد وسلوكه السياسي، واستخدمت منهج المسح والمنهج المقارن وكان من أبرز نتائجها:

أن زيادة تعرض الفرد لوسائل الاتصال تزيد من الدافعية السياسية لديه، كما وتزيد من اهتمامه السياسي. كما يزداد تأثير وسائل الاتصال على المشاركة السياسية للفرد في المناطق الريفية عنها في المناطق الحضرية.²

¹- أمحمد مالكي وآخرون، "الانفجار العربي الكبير (في الأبعاد الثقافية والسياسية)"، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، بيروت، 2012، ص 84-87-88.

²- وديع العززي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني"، مجلة شئون العصر، المركز اليمني للدراسات الاستراتيجية - صنعاء، 2008.

ب/- دراسة "ناديا حسن سالم": "تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية عند المواطن المصري". هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير وسائل الإعلام على عملية المشاركة السياسية لدى المواطن المصري، وتبنت منهج المسح الإعلامي، واستخدمت صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على عينة من المواطنين المصريين في الريف والتي كان من أبرز نتائجها: تبيان أن هناك علاقة طردية بين التعرض لوسائل الإعلام ومعلومات المواطن المصري الريفي عن الأجهزة السياسية. كما تبين أنه كلما تعرض المواطن المصري للوسيلة الإعلامية زادت رغبته في المشاركة الفعلية في الانضمام للأحزاب السياسية.¹

6. الجانب الميداني للدراسة

1- مجالات الدراسة:

أ-المجال المكاني: تم إجراء هاته الدراسة بمدينة الأغواط.

ب-المجال الزمني: تم إجراء هاته الدراسة ابتداء من شهر جوان 2018 إلى غاية شهر أوت 2018.

ج-المجال البشري: أجريت الدراسة على عينة من الشباب المستخدمين لوسائل الإعلام الجديد بمدينة الأغواط وكان اختيارهم بطريقة قصدية من خلال التوجه إلى مقاهي الإنترنت وقد تم تحصيل 95مبحوث.

2 - المنهج المستعمل:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الظاهرة ومعالجتها حيث " يهتم المنهج الوصفي بدراسة الظواهر والأحداث كما هي من حيث خصائصها وأشكالها، والعوامل المؤثرة في ذلك فهو يدرس حاضر الظواهر والأحداث عن طريق توصيفها "²

حيث استعمل الباحثين المنهج الوصفي لوصف ظاهرة المشاركة السياسية وتتبع العوامل المؤثرة فيها خاصة الإعلام الجديد.

¹ - مصطفى بونهاك، " مرجع سبق ذكره"، ص: 25-27.

² - كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حماة، كلية الاقتصاد، 2016، ص : 61 .

3- أدوات الدراسة:

لجمع المعطيات الإحصائية لجأ الباحثين إلى أداة الاستبيان والذي هو " من أكثر الأدوات شيوعا في البحوث الاجتماعية وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين " نادية (2017)¹، وقد احتوى الاستبيان في دراستنا على 40 سؤالاً توزع على 4 محاور وقد شمل أسئلة مفتوحة ومغلقة.

-العينة وطريقة اختيارها:

نظرا لكبر مجتمع الدراسة وهو الشباب في مدينة الأغواط تم التوجه بطريقة قصدية للشباب وتوزيع الاستمارة عليهم فقد تم الاعتماد على العينة القصدية والتي يختار فيها الباحث أفراد عينته بطريقة قصدية وقد حدد الباحثين الشروط التالية عند التوجه إلى أفراد مجتمع الدراسة:

- السن ما بين 20-35 سنة

- مقيم بمدينة الأغواط

وقد تم التوصل إلى 105 مبحوث خلال الفترة المحددة لتوزيع الاستبيان وتم الغاء 10 استبيانات لأنها لم تملأ بشكل جدي ليصبح مجموع العينة 95 مبحوث.

5- الأساليب الإحصائية:

اعتمدنا في دراستنا على برنامج spss وذلك لتسهيل تفرغ البيانات وتبويبها، وكذا حساب بعض المقاييس الإحصائية والمتمثلة في:

- معامل التوافق

- معامل الاتفاق

وذلك بغية دراسة نوع الارتباط بين متغيري الدراسة

¹ - نادية سعيد عيشور وآخرون، " منهجية البحث في العلوم الاجتماعية"، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص : 351-352

6- تحليل بيانات الدراسة:

الجدول رقم (01): يوضح رأي المبحوثين في وسائل الإعلام التي يكتسب منها ثقافته السياسية

المصادر	ك	%
الإذاعة	08	8.42
الجرائد	16	16.84
الأنترنت	45	47.37
التلفزيون	26	27.37
المجموع	95	100

المصدر: مخرجات برنامج spss

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين في وسائل الإعلام التي يكتسب منها ثقافته السياسية، حيث وجدنا أن هناك نسبة 47.37% من المبحوثين يكتسبون الثقافة السياسية من خلال وسيلة الأنترنت تليها نسبة 27.37% أجابوا بأن مصدر ثقافتهم السياسية من خلال وسائل الإعلام هو التلفزيون، ثم تليهم نسبة 16.84% يرون أنهم يلجؤون إلى الجرائد في حين شكلت أقل نسبة 8.42% أجابوا بأن مصادرهم الإعلامية في زيادة الوعي السياسي هي الإذاعة. الجدول رقم (02): يوضح أثر وسائل الإعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، ومدى تصويتهم في الانتخابات.

المصادر	الإذاعة		الجرائد		الإنترنت		التلفزيون		المجموع		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
انتخب	08	100	11	68.75	06	13.33	18	69.23	43	45.26	
لم ينتخب	-	-	05	31.25	39	86.67	08	30.77	52	54.74	
المجموع	08	100	16	100	45	100	26	100	95	100	
معامل الارتباط		قيمة معامل التوافق						معامل الارتباط			
معامل التوافق		0.53						ارتباط طردي متوسط			

المصدر: مخرجات برنامج spss

يوضح الجدول رقم (02) أثر وسائل الإعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، ومدى تصويتهم في الانتخابات، فنلاحظ أن النسبة الأكبر من مفردات العينة لم يسبق لها الانتخاب بنسبة 54.74 %، وتدعمت من طرف فئة المبحوثين الذين صرحوا بأن مصادر ثقافتهم السياسية هي " الإنترنت " بنسبة قدرت بـ 87.67 %، وفيما يخص فئة المصوتون في الانتخابات فقد بلغت نسبتهم 45.26 %، وتدعمت ممن صرحوا بأن التلفزيون هو المصدر الأساسي لثقافتهم السياسية بنسبة 69.23 %، ونسبة 68.75 % من الذين كانت " الجرائد " مصدرهم للثقافة السياسية.

وبالنسبة لمعامل التوافق فقد كانت النتيجة (0.53) مما يعني أن هناك ارتباط طردي متوسط بين وسائل الإعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، ومدى تصويتهم في الانتخابات.

إننا نرمي من خلال الجدول السابق إلى معرفة تأثير المصادر التي يستقي منها المبحوث معلوماته السياسية على سلوكه الانتخابي، وبالتالي تصنيف المصادر المحفزة على المشاركة والمصادر المثبطة لها، بحيث نجد أن النسبة الأكبر من المبحوثين تعتمد على " الإنترنت " كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية وذلك راجع إلى أن تعقد المجتمعات وتراجع شبكات الاتصال الشخصي جعل من وسائل الإعلام الجديد المصدر الأول والأبرز الذي يعتمد عليه الأفراد - خاصة من فئة الشباب - في تحصيل المعلومات السياسية.

وبالنسبة للمصادر الإعلامية للمعلومة السياسية نجد التلفزيون، حيث يظهر لنا أن نسبة معتبرة من المبحوثين الذين يميلون إلى استخدام التلفزيون يتجهون نحو التصويت في الانتخابات، وهذا راجع إلى أن التلفزيون يعتبر من بين أهم وسائل الإعلام من حيث التأثير على السلوك السياسي للأفراد، نظرا لاقتران الصوت بالصورة ومقدرته على توجيه رسالته لجميع الأفراد من مختلف شرائح المجتمع سواء المتعلمين وغير المتعلمين، بالإضافة إلى أن التلفزيون وحتى الإذاعة يعتبران في الأغلب وسيلتان إعلاميتان موجهتان من قبل السلطة، سواء كانت القناة التلفزيونية أو المحطة الإذاعية حكومية والتي تعد لسان حال السلطة السياسية الداعية إلى مشاركة قوية في الانتخابات، أو كانت قناة خاصة تدور في فلك السلطة لا يمكن أن تحيد عن توجهات هذه السلطة إلا بالقدر المسموح به وإلا تعرضت للتضييق المالي (منع الاشهار) أو حتى الغلق.

لذلك فالواقع يشهد أن التلفزيون له القدرة التأثيرية لدى متابعيه وحشهم على المشاركة السياسية، وسجلنا أدنى نسبة مشاركة في الانتخابات عند فئة المبحوثين الذين كانت الأنترنت مصدرهم الرئيسي للمعلومة السياسية،

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

الجدول رقم (03): يوضح أثر وسائل الإعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، وموقفهم من السلطة.

مصادر الثقافة السياسية		الإذاعة		الجرائد		الأنترنت		التلفزيون		المجموع	
الانتخاب	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
مؤيد	07	87.5	10	62.5	01	2.22	22	84.61	40	42.11	
معارض	01	12.5	06	37.5	44	97.78	04	15.38	55	57.89	
المجموع	08	100	16	100	45	100	26	100	95	100	
معامل الارتباط		قيمة معامل التوافق				نوع الارتباط					
معامل التوافق		0.62				ارتباط طردي متوسط					

المصدر: مخرجات برنامج spss

يوضح الجدول أعلاه أثر وسائل الاعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، وموقفهم من السلطة، حيث وجدنا أن هناك نسبة 57.89% من المبحوثين يتخذون موقفا معارضا تجاه السلطة، حيث دعمت هاته النسبة بـ 97.78% من المبحوثين الذين يعتبرون أن الأنترنت (اليوتوب - الفيسبوك - التويتير ...) مصدر لثقافتهم السياسية، في حين شكلت أقل نسبة 42.11% من المبحوثين يتخذون موقفا مؤيدا تجاه السلطة، حيث دعمت هاته النسبة بـ 87.5% من المبحوثين الذين يعتبرون الإذاعة مصدرا لثقافتهم السياسية ونسبة 84.61% من المبحوثين الذين يعتبرون التلفزيون مصدرا لثقافتهم السياسية.

وبالنسبة لمعامل التوافق فقد كانت النتيجة (0.62) مما يعني أن هناك ارتباط طردي متوسط بين وسائل الإعلام كمصدر للثقافة السياسية لدى المبحوثين، وموقفهم من السلطة.

لقد جعل الكثير من المعارضين الإعلام الجديد خاصة مواقع التواصل الاجتماعي منبرا لهم لإبداء آراءهم وأفكارهم بكل حرية خاصة أن الأنترنت لا يستطيع التحكم فيها أو توجيهها الأمر الذي يساعد من انتشار وتفشي المعلومة وقد لا حظنا الكثير من الذين يعبرون عن معارضتهم للسلطة أو المشاركة السياسية إن صح التعبير

على عكس المؤيدين للسلطة فنجدهم يلجؤون بالدرجة الأولى إلى التلفزيون أو الإذاعة لاستقاء المعلومة السياسية أو لتتبع البرامج الانتخابية وكل جديد في الساحة وإن من أهم وسائل الإعلام التي عرفتها المجتمعات التلفزيون، والذي يعتمد عليه الإعلام السياسي في طرح القضايا السياسية الهامة وإيصال رسالته السياسية، باعتباره وسيلة مسموعة مرئية أكثر جاذبية وتأثيرا وشعبية مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى. فهو بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأعظم من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي السوسيو-سياسي بصورة غير مباشرة، وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات. كما أن له القدرة على ترسيخ ثقافة المجتمع وهويته أو أنه يؤدي إلى تزييف الوعي وإفساده.

الجدول رقم (04): تأثير متابعة الصفحات السياسية في مواقع فيسبوك على مشاركة المبحوثين في عملية احتجاج أو مظاهرات

المجموع		لا		نعم		متابعة الصفحات السياسية
		ك	%	ك	%	
36.84	35	18.18	10	62.5	25	المشاركة في احتجاج أو مظاهرات
63.16	60	81.82	45	37.5	15	شارك
100	95	100	55	100	40	لم يشارك
المجموع		100		100		المجموع
نوع الارتباط		قيمة معامل الاقتران		معامل الارتباطي		
ارتباط طردي قوى		0.76		معامل الاقتران		

المصدر: مخرجات برنامج spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن النسبة الأكبر لم تشارك في أي عملية احتجاج أو مظاهرات بنسبة قدرت بـ 63.16 %، وتدعمت هذه النسبة من طرف الذين صرحوا بعدم متابعتهم للصفحات السياسية في

موقع "فيسبوك" بنسبة 81.82%، و أما نسبة الباحثين الذين شاركوا في عملية احتجاج أو مظاهرات فقد بلغت 36.84%، وتدعمت هذه النسبة من طرف المتابعين للصفحات السياسية بنسبة بلغت 62.5%.

وبالنسبة لمعامل التوافق فقد كانت النتيجة (0.76) مما يعني أن هناك ارتباط طردي قوي بين متابعة الصفحات السياسية في مواقع فيسبوك ومشاركة الباحثين في عملية الاحتجاج أو المظاهرات.

نستنتج من التحليل الإحصائي السابق أن المشاركة في المظاهرات والاحتجاجات من قبل الباحثين ضئيلة نوعا ما من إجمالي الباحثين الذين يملكون حساب على موقع فيس بوك، حيث ، مقابل فئة ضئيلة شاركت في الاحتجاجات والمظاهرات فقد صار موقع الفيسبوك أكثر من مجرد موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت، إذ أنه افتك عن الكثير من الأشياء أدوارها، كالكتاب والتلفاز والمجلة والجريدة، بل حتى أنه صار ملتقا ومقصدا للشباب من مختلف المشارب والتوجهات، بل إنه الملتقى الأكثر ثراء واستقطابا، مما نتج عنه تنبه أصحاب الأفكار السياسية المختلفة وحتى قادتها إلى الفيسبوك كميدان لنشر أفكارهم واستقطاب أتباعهم، فصارت المنظومات السياسية تحرك ترسانتها وتبعث رسائلها وتجس نبض الفيسبوك بدلا من جس نبض الشارع، لأنه صار هو الشارع بطريقة ما، وكذلك صار الشارع يتفاعل مع ما يتلقاه من هذه المنظومات السياسية عبر الفيسبوك، ويرد عليه بطريقة الخاصة كذلك عبر التظاهر والاحتجاج.

نلاحظ أن الوعي السياسي لدى فئة الشباب صار يتأثر ويتفاعل مع الواقع السياسي المعروض من خلال الفيسبوك بدرجة أولى، حيث نجد أن للصفحات الفيسبوكية ميزة خاصة جعلت منها محرك جيد للشباب نحو المظاهرات والاحتجاجات وهذا لعدة أسباب من بينها، تميز الفيسبوك والإعلام الجديد عموما بسرعة الاتصال ولذلك نجد أن تأثير الصفحات السياسية على الشباب واضح ومباشر وفعال، فيمكنها تحريك الشباب في سبيل قضايا سياسية واجتماعية أكثر وأحسن من أية وسيلة أخرى. وهذا ما حدث فعلا أثناء تلك الاحتجاجات والثورات التي اجتاحت المنطقة العربية مطالبة بالتغيير في إطار ما يسمى "بثورات الربيع العربي".

8- مناقشة النتائج : بعد جمع البيانات وتبويبها وكذا حساب بعض المعاملات ، توصلت هاته الدراسة إلى :

- يمكن تسجيل أن النسبة الأكبر من الباحثين تعتمد على "الإنترنت" كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية، حيث وجدنا أن هناك نسبة 47.37% من الباحثين يكتسبون الثقافة السياسية من خلال وسيلة الأنترنت. وذلك راجع إلى أن تعقد المجتمعات وتراجع الإعلام القديم جعل من وسائل الإعلام الجديد المصدر الأول والأبرز الذي يعتمد عليه الأفراد - خاصة من فئة الشباب - في تحصيل المعلومات السياسية.

- كما توصلنا أيضا أن النسبة الأكبر من مفردات العينة لم يسبق لها الانتخاب بنسبة 54.74 %، وتدعمت من طرف فئة المبحوثين الذين صرحوا بأن مصادر ثقافتهم السياسية هي " الإنترنت". حيث سجلنا أدنى نسبة مشاركة في الانتخابات عند فئة المبحوثين الذين كانت الأنترنت مصدرهم الرئيسي للمعلومة السياسية، وبهذا نخرج بنتيجة مفادها أن اعتماد الشباب الجزائري على الأنترنت باعتبارها وسيلة إعلامية غير مقيدة أحيانا بسقف من الحرية ولا تخضع في الغالب لسلطة الحكومة ويصعب عليها مراقبتها، الأمر الذي جعل منها منبرا للتيارات المعارضة التي تعتمد عليها كوسيلة رئيسية لمخاطبة جمهور الإعلام الجديد الذي يستهوي فئة الشباب.

- كما وجدنا أيضا أن هناك نسبة 57.89 % من المبحوثين يتخذون موقفا معارضا اتجاه السلطة، حيث دعمت هاته النسبة بـ 97.78 % من المبحوثين الذين يعتبرون أن الأنترنت (اليوتوب - الفايسبوك - التويتير ...) مصدر لثقافتهم السياسية.

- وتوصلت الدراسة أيضا أن النسبة الأكبر من المبحوثين لم تشارك في أية عملية احتجاج أو مظاهرات بنسبة قدرت بـ 63.16 %، وتدعمت هذه النسبة من طرف الذين صرحوا بعدم متابعتهم للصفحات السياسية في موقع " فيسبوك".

ومنه توصلنا إلى أن الإعلام بصفة عامة له أثر بارز وواضح على السلوك السياسي للشباب الجزائري، وذلك من خلال التجهيز واضح اتجاه ساهم في تنمية سلوك سياسي يتجه نحو المشاركة السياسية خاصة وسائل الإعلام الحكومية والتمثلة في القنوات الفضائية وحتى الإذاعة المحلية أو الجهوية والتي لعبت دورا ملفتا في توجيه الرأي العام، دون أن ننسى الاتجاه الثاني والذي ساهم في زيادة نسبة العزوف السياسي للشباب خاصة الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت ملاذا للاتجاه المعارض، وهذا ما يثبت صحة افتراضنا " أن الإعلام الجديد يساهم في عزوف الشباب الجزائري عن المشاركة السياسية ".

خاتمة:

تعتبر وسائل الإعلام من المؤسسات الرئيسية في تشكيل الثقافة السياسية وتشكيل الرأي العام، بحيث تعمل وسائل الإعلام التقليدية (تلفزيون - إذاعة - جرائد) والإعلام الجديد المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي في الأنترنت على تكوين الاتجاهات نحو المشاركة السياسية، هذا ما يعني وجود علاقة ارتباطية بين المشاركة السياسية ومختلف وسائل الإعلام والاتصال.

ومنه يمكننا القول أن الإعلام والديمقراطية ثنائية متلازمة وذلك على الرغم من اختلاف وجهات النظر في تحديد أسبقية طرفها الأول عن الثاني أو العكس. فلا يمكن في الحقيقة، الجزم بأن الديمقراطية هي التي تنتج الإعلام الحرّ أو بأن الإعلام الحرّ هو الذي ينتج الديمقراطية، في المقابل تحاول بعض المعارضات السياسية من خلال وسائل الإعلام والاتصال الجديدة على بناء وعي سياسي معارض للمشاركة الانتخابية والدعوة إلى مقاطعتها خاصة أن الاعلام الجديد هذه المعارضة التي تنتقد الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية المتردية في البلاد وتتهم السلطة الحاكمة بالمسؤولية عن هذا الواقع، تدعو إلى مقاطعة العملية الانتخابية -أو المهزلة كما تحب توصيفها-، هذا الواقع الذي يميز الإعلام الجديد في الجزائر هو على الأرجح ما يفسر نسبة العزوف الكبيرة عن الانتخابات عند الشباب الذي يتخذ من الأنترنت مصدرا للمعلومات السياسية.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر والمراجع باللغة العربية:

- أحمد محمد موسى، " المدخل إلى الاتصال الجماهيري"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة-مصر، 2008.
- أحمد مالكي وآخرون، "الانفجار العربي الكبير (في الأبعاد الثقافية والسياسية)"، المركز العربي للأبحاث والدراسات السياسية، بيروت، 2012.
- حوني ضيف الله، " فلسفة الديمقراطية عند كارل بوبر من الأستمولوجيا الى السياسة"، أطروحة دكتوراه علوم في الفلسفة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر2، 2012-2013.
- سامية خضر صالح، "المشاركة السياسية والديمقراطية"، كتب عربية للنشر الإلكتروني، عين شمس، مصر، 2005.
- علي فايز الشهري، "الشبكات الاجتماعية لم تعد للمراهقين"، جريدة الرياض، السعودية، 2008.
- فتيحة كيجل، "الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011/2012.
- كمال دشلي، " منهجية البحث العلمي"، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، منشورات جامعة حمّاد، كلية الاقتصاد، 2016.
- مصطفى بوغهاك، "أثر الإعلام السياسي في القنوات الخاصة على فعل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري - تلفزيون الشروق المحلي نموذجاً" - كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، 2014-2015.

- نادية سعيد عيشور وآخرون، " منهجية البحث في العلوم الاجتماعية"، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.

- وديع العززي، " دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني"، مجلة شؤون العصر، المركز اليمني للدراسات الاستراتيجية - صنعاء، 2008.

ثانيا :المراجع والمصادر باللغة الأجنبية:

11- Reinhold Hedtke and Tatiana Zimenkova, "Education for Civic and Political Participation", New York, Routledge2013, p52