

الانترنت والتثقيف السياسي للطلبة الجامعية

دراسة استطلاعية بالمركز الجامعي احمد زبانه- غليزان

Internet and political education for university students

A survey study at the university center Ahmed Zabana - Gleizan

ريم فتيحة قدوري، المركز الجامعي أحمد زبانه، غليزان، الجزائر

reemq85@yahoo.com

الملخص :

تأتي هذه الدراسة كمحاولة لإستكشاف دور الإنترنت كوسيلة إعلام جديدة في عملية التثقيف السياسي للطلبة الجامعية. ومن أبرز نتائج الدراسة الدور المحدود والضعيف في كثير من الأحيان للإنترنت في التثقيف السياسي للطلبة الجامعية، ونرجع ذلك للإعتقاد السائد لدى الطالبات بعدم الجدوى من المشاركة السياسية، ما يجعلهن غير مهتمات بتكوين معرفة سياسية عبر الإنترنت.

الكلمات المفتاحية: الإنترنت/ المعرفة السياسية/ الطلبة الجامعية.

Internet and political education for university students.

This study seeks to explore the role of the Internet as a new media in the process of political education for university students.

One of the main findings of the study is the limited and often weak role of the Internet in the political education of university students. This is due to the belief among students that political participation is not useful, which makes them uninterested in the formation of political knowledge via the Internet.

Keywords: Internet / Political Knowledge / University Student.

المقدمة :

تُعد الصحف الإلكترونية ومواقع الإنترنت أحد مصادر الثقافة السياسية للجمهور من خلال حرية تدفق الآراء والأفكار، بالإضافة إلى حرية الممارسة الإعلامية في تلك الصحف والمواقع مقارنة بالصحف الورقية الأمر الذي ينعكس على معارف جمهورها السياسية في النهاية. وشكلت الإنترنت في السنوات الأخيرة أداة مهمة من أدوات التعبير والاتصال وتضاعف عدد مستخدمي الشبكة الدورية للمعلومات لا سيما من الشباب الجزائري الذي وجد فيه وسيلة مناسبة للتعبير عن احتياجاته للتواصل مع العالم، وقد مكنت الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة كافة الأفراد والهيئات والمؤسسات من إرسال واستقبال المعلومات عبر أي مسافة في أي وقت وفي أي مكان، خاصة بعد أن شهدت نمواً مطرداً، وتزايداً سريعاً في إقبال العديد من الأحزاب والمؤسسات والأشخاص وهيئات المجتمع المدني على إنشاء مواقع لها على الإنترنت .

وتأتي أهمية دراستنا لمكانة الإنترنت كوسيلة مستحدثة، تتمتع بانتشار وجاهية كبيرة وبخاصة لفئة الشباب الجزائري، وأهمية دراسة المعرفة السياسية للشباب الجزائري الذي يمثل أكثر من 70% من مجموع السكان.

وتبرز أهمية دراسة مشاركة الطلبة الجامعية على الإنترنت لتعرف على ملامح التغييرات التي أحدثتها شبكة الإنترنت في المشاركة السياسية بشكل عام.

أولاً: إشكالية الدراسة:

تشير العديد من نتائج الدراسات أن الإنترنت تُعد من أبرز وسائل الإعلام التي تمد الجمهور وخاصة الشباب بالمعلومات والمعارف العامة والسياسية، وفي ظل ضعف التقديرات والمؤشرات التي تؤكد ضعف المعرفة السياسية للشباب خاصة الإناث، وبالإشارة إلى أهمية القضايا السياسية في ظل التحولات على المستوى المحلي والعربي تتحدد مشكلة دراستنا في "اختبار علاقة الإهتمام والتعرض للإنترنت بالمعرفة السياسية للطلبة الجامعية. وتقوم الدراسة على فرضية رئيسية تفترض وجود علاقة بين درجة إهتمام الطلبة الجامعية بالمعرفة السياسية ومساهمة الإنترنت في البحث عن المعرفة السياسية.

ثانياً: أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعية للإنترنت والدوافع والإشباعات المتحققة من الإنترنت، ومدى تزويد الإنترنت بالمعرفة السياسية. وقمنا بطرح التساؤلات التالية للدراسة :

1. ما بداية متابعة الطلبة الجامعية للإنترنت؟
2. ما هو عدد الأيام التي تتصفح فيها الطلبة الجامعية الإنترنت؟
3. ما هي عدد الساعات التي تقضيها الطلبة الجامعية على الإنترنت؟
4. ما هي مجالات استخدام الطلبة الجامعية للإنترنت؟
5. ما هي المواقع المفضلة لدي الطلبة الجامعية؟
6. ما دوافع تعرض الطلبة الجامعية للإنترنت، وما الإشباعات المتحققة منها؟
7. ما مدى إستفادة الطلبة الجامعية من الإنترنت؟
8. هل تزود الإنترنت والمواقع الإلكترونية الطلبة الجامعية بالمعرفة السياسية؟
9. ما مدى إهتمام الطلبة الجامعية بالمعرفة السياسية؟

ثالثاً: الجوانب المنهجية للدراسة:

- نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف المواقف أو الظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها بهدف تحديد الظاهرة أو الموقف تحديداً دقيقاً، ورسم صورة متكاملة له تتسم بالواقعية والدقة¹. وتستهدف دراستنا وصف درجة إهتمام الطلبة الجامعية بالمعرفة السياسية وعلاقتها باستخدامهن للإنترنت .
- منهج الدراسة: منهج المسح الإعلامي:

تعتبر المسوح من أكثر المناهج البحثية استخداماً في كافة المجالات الإجتماعية والإنسانية، فهي تستخدم في كل من البحث الأكاديمي والبحث الخاص، والمسوح يمكن إستخدامها في تحقيق أهداف عديدة، قد تكون وصفية Descriptive أو تفسيرية Explanatory أو استكشافية Exploratory وهي تعتبر أفضل منهج بحثي متاح للدراسات الاتصالية والإعلامية للحصول على

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1991، ص97-98.

معلومات وبيانات أصيلة لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه.²

ومنهج المسح هو جهد علمي منظم للحصول على معلومات أو أوصاف عن الظاهرة أو الظواهر المدروسة³، وتوظف الدراسة منهج المسح الإعلامي لمسح الجمهور والمتمثل في دراستنا في الطالبة الجامعية واستخداماتها للإنترنت ومستوى المعرفة السياسية لديها.

رابعاً: الجوانب الإجرائية للدراسة:

- مجتمع الدراسة:

قمنا بتحديد مجتمع الدراسة في الطالبة الجامعية الجزائرية، حيث إستهدفت دراستنا شريحة من الطالبات بالمركز الجامعي أحمد زبانه- غليزان، وذلك راجع لعدة أسباب منها: أن الطالبة الجامعية تعتبر ركيزة أساسية في المجتمع العلمي، خاصة مع ما تشهده الجامعة الجزائرية من تضخم وتطور العمل الطلابي على مستوى مختلف الجامعات الوطنية، ولعل التنظيمات الطلابية وما تقوم به من أنشطة مختلفة أكبر دليل على أهمية وقيمة هذه الفئة في المجتمع، وحرص كافة التيارات السياسية على جذب الطالبة الجامعية. كما تُعد الجامعة إحدى المؤسسات المنوط بها تأهيل الأئني على كافة المستويات تعليمياً وثقافياً وسياسياً لكي يتم إعدادها للحياة العملية.

— عينة الدراسة: أُجريت الدراسة على عينة من طالبات معهد العلوم الإجتماعية والإنسانية بالمركز الجامعي أحمد زبانه- غليزان، تم توزيع 100 استمارة على طالبات المعهد بمختلف تخصصاته، تم إسترجاع 90 استمارة، وتم استبعاد 13 استمارة لعدم صلاحيتها والغير صالحة لتطبيق، وبذلك أصبح العدد الفعلي للاستمارات التي تم إجراء المعاملات الإحصائية عليها 77 استمارة.

— توصيف عينة الدراسة: تُظهر الجداول التالية خصائص عينة الدراسة من حيث السن، والتخصص، والفرقة الدراسية كما يلي:

² سامي طابع، بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001، ص 167.

³ سمير حسين، مرجع سابق، ص 99-100.

توزيع عينة الدراسة وفقاً للسِّن

النسبة المئوية	التكرار	السِّن
%2,6	2	20-17
%77,9	60	21-23
%16,9	13	24-26
%2,6	2	27 فما فوق
%100	77	المجموع

(1)

جدول رقم

توزيع عينة الدراسة وفقاً لتخصص العلمي

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
%24,7	19	إعلام واتصال
%57,1	44	العلوم الإجتماعية
%2,6	2	علم إجتماع الاتصال
%15,6	12	تاريخ
%100	77	المجموع

جدول رقم (2)

السنة الدراسية بالجامعة

النسبة المئوية	التكرار	السنة الدراسية
1,3%	1	السنة الأولى
1,3%	1	السنة الثانية
61,0%	47	السنة الثالثة
35,1%	27	ماستر 1
1,3%	1	ماستر 2
100%	77	المجموع

جدول رقم (3)

أداة جمع البيانات: إتمدنا في بحثنا على الاستمارة كأداة لجمع المعلومات، وتعتبر الاستمارة من أنسب أدوات جمع المعلومات من عينة الدراسة المتمثلة في الطالبة الجامعية. وقد مرت الاستمارة بعدة خطوات قبل توزيعها على عينة الدراسة، حيث تم بناء الاستمارة بدقة عقب مراجعة نتائج الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتم تحويل الأهداف إلى مجموعة من المحاور ووضع مجموعة الأسئلة التي تحقق الهدف منها. كما تم القيام بإجراءات الصدق من خلال عرض الاستمارة لتحكيم من قبل أساتذة مختصين، الذين أبدوا آراءهم العلمية حول الاستمارة وما إحتوته من أسئلة، وتم إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمين⁴. ونشير إلى أنه تمت الإستعانة ببرنامج تحليل البيانات الإحصائية SPSS.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

❖ الإنترنت: هي وسيلة اتصال حديثة ممتدة الإنتشار في جميع أنحاء العالم، ترتبط بها مجموعة من الحاسبات وتمتد الأفراد والمؤسسات بمجموعة من الخدمات من أهمها المعلومات الهائلة في كافة المجالات وتوفرها بالصوت والصورة والحركة وبسرعة فائقة، وبلغة تراسل معروفة،

⁴ المحكمين: أ.د حمدان خضر السالم، كلية الإعلام، جامعة بغداد – العراق .
أ.د عبد الرزاق أمقران- جامعة محمد دباغين، سطيف2، الجزائر .

كما أن لها وظيفة إعلامية تنافس بها وسائل الإعلام التقليدية (الراديو، والتلفزيون، الصحف).⁵

- ❖ المعرفة السياسية: تُشير إلى وعي الفرد بالأحداث السياسية والقضايا المتعلقة بها، وفهمه لخلفياتها وإلمامه بالمبادئ التي تقوم عليها.⁶
- ❖ الطالبة الجامعية: يقصد بهن طالبات معهد العلوم الإجتماعية والإنسانية بالمركز الجامعي أحمد زبانة- غليزان.

سادساً: نتائج الدراسة

- ❖ الطالبة الجامعية والإنترنت: نبحث من خلال هذا المحور حول علاقة الطالبة الجامعية بالإنترنت وذلك من خلال معرفة طرق وعادات الإستخدام لشبكة الإنترنت.
- بداية إستخدام الطالبة الجامعية للإنترنت:

النسبة المئوية	التكرار	مدة إستخدام الإنترنت
15,6%	12	أقل من عام
40,3%	31	بين عام وعامين
44,2%	34	أكثر من ثلاثة أعوام
100%	77	المجموع

جدول رقم (4)

تدل بيانات الجدول السابق أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (44.2%) بدأت متابعها للإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام، تلتها نسبة (40.3%) من العينة بدأت متابعها للإنترنت بين عام وعامين، وأخيراً نسبة (15.6%) من المبحوثين بدأت متابعها

⁵ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005، ص66.

⁶ إيمان جمعة، التعرف إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات لدى الشباب الجامعي المصري، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي السابع (الإعلام وحقوق الإنسان العربي) جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001، ص160.

للإنترنت منذ أقل من عام، وهي نتيجة إيجابية خاصة وأن غالبية الشباب يتابع الإنترنت وبشكل كبير وفي مرحلة عمرية مبكرة، خاصة وأن ما يمرر ذلك تقارب النسب بين من يتابعون الإنترنت منذ أكثر من ثلاثة أعوام وعاميين. في حين أن النسبة الأقل لمتابعة الإنترنت منذ أقل من عام يمكن تفسيرها إلى وجود جانب من العينة ربما لا يهتم بالإنترنت، كما أن وجود الجامعة بمساحة جغرافية داخلية قد يفسر ذلك أيضاً، حيث أن إهتمام سكان المدن بالإنترنت يختلف عن سكان المناطق الداخلية.

• مرات الاستخدام الاسبوعي

مرات الإستخدام الأسبوعي للإنترنت		
النسبة المئوية	التكرار	مرات الإستخدام الأسبوعي
10,4%	8	يوم واحد في الأسبوع
28,6%	22	يومان في الأسبوع
61,0%	47	ثلاثة أيام فأكثر في الأسبوع
100%	77	المجموع

جدول رقم (5)

إن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (61.0%) تتصفح الإنترنت بمعدل ثلاثة أيام فأكثر في الأسبوع، تلتها نسبة (28.6%) تتابع الإنترنت يومان في الأسبوع، وأخيراً نسبة (10.4%) تتابع الإنترنت ليوم واحد في الأسبوع، وهو ما قد يعني أن هناك إهتمام بمتابعة الإنترنت لدى عينة الدراسة، وقد تُفسر عدم تصفح عينة الدراسة للإنترنت بشكل مستمر للمساحة الجغرافية الذي تنتهي له الجامعة كما يُمكن تفسير عدم تصفح الإنترنت بشكل يومي إلى عدم إمتلاك الطالبات إلى أجهزة الكمبيوتر أو عدم الإشتراك بخدمة الإنترنت بشكل دائم سواء في المنزل أو عبر الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، كما يُعزى ذلك أيضاً إلى إرتفاع ثمن الإشتراك بالإنترنت خاصة بالنسبة للطالبات اللواتي مستواهن الاقتصادي محدود مقارنة مع الطالبات

اللواتي يُعتبرن ذي مستوى إقتصادي مرتفع ما يوفر لهم سهولة في الإستشارك بخدمة الإنترنت سواء بالمنزل أو عبر الأجهزة اللوحية الذكية.

• ساعات إستخدام الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	ساعات إستخدام الإنترنت
14,3%	11	أقل من ساعة
36,4%	28	ساعتين
49,4%	38	ثلاث ساعات فأكثر
100%	77	المجموع

جدول رقم (6)

تدل بيانات الجدول السابق أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (49.4%) تقضي مع الإنترنت ثلاث ساعات فأكثر يوميا، تلتها نسبة (36.4%) تقضي مع الإنترنت ساعتين يوميا، وأخيراً نسبة (14.3%) تقضي أقل من ساعة يوميا مع الإنترنت وهي نتيجة منطقية حيث أن النسبة الكبرى تقضي مع الإنترنت بمعدل ساعتين إلى ثلاث ساعات في اليوم، حيث يفضل الشباب تصفح الإنترنت لفترات طويلة من أجل المحادثة أو تصفح أو تحميل الأغاني ومشاهدة الفيديوهات.

• مجالات تصفح الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	مجالات تصفح الإنترنت
14,2%	27	تصفح المواقع الإخبارية العربية
8,4%	16	تصفح المواقع الإخبارية الدولية
25,3%	48	تصفح المواقع التعليمية
24,2%	46	الدرشة

16,3%	31	تحميل الأغاني والأفلام
11,6%	22	الإتصال بالعالم
100%	190	المجموع

جدول رقم (7)

جاء في مقدمة مجالات إستخدام أفراد العينة للإنترنت تصفح المواقع التعليمية بنسبة (25.3%)، تلتها الدردشة بنسبة (24.2%) ثم تحميل الأغاني والأفلام بنسبة (16.3%)، يلها تصفح المواقع الإخبارية العربية بنسبة (14.2%)، و تصفح الإنترنت للاتصال بالعالم بنسبة (11.6%) وأخيراً تصفح المواقع الإخبارية الدولية بنسبة (8.4%)، إن هذه النتائج قد تُفسر تحول إهتمامات الطالبة الجامعية في التعامل مع الإنترنت من مجرد تحميل الأغاني والفيديوهات إلى الإهتمام بالمواقع التعليمية و تصفح المواقع الإخبارية العربية والدولية خاصة الأحداث المحلية والجدل الحاصل على الانتخابات التشريعية وتعديلات الدستور دفعت الطالبة الجامعية للتعليق وإبداء الرأي.

المواقع المفضلة للطالبة الجامعية:

النسبة المئوية	التكرار	المواقع المفضلة
23,9%	49	المواقع الإخبارية العربية
29,8%	61	المواقع التعليمية
17,6%	36	المواقع الأجنبية
28,8%	59	المواقع الترفيهية
100%	205	المجموع

جدول رقم (8)

تُشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة (29.8%) من أفراد العينة تُفضل المواقع التعليمية تلمها نسبة (28.8%) من أفراد العينة تُفضل المواقع الترفيهية، في حين أن نسبة (23.9%) من المبحوثين

تفضل المواقع الإخبارية العربية، وأخيراً نسبة (17.6%) من العينة تفضل المواقع الأجنبية، وهذه النتائج تتفق مع ما سبقها حول مجالات إهتمام الطلبة الجامعية على الإنترنت، ويمكن تفسير تقارب تفضيل الطلبة الجامعية للمواقع التعليمية والترفيهية لما تتيحه هذه المواقع من إبداء الرأي والمناقشة بحرية مع الآخرين.

أكثر المواقع تصفحاً:

أكثر المواقع تصفحاً للطلبة الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	المواقع الأكثر تصفحاً
8,6%	13	الشروق أونلاين
2,0%	3	الجزيرة نت
2,0%	3	_BBCعربي
2,0%	3	فرانس24
20,4%	31	فيسبوك
5,3%	8	يوتيوب
8,6%	13	قوقل
7.0%	1	أسك _ASK
100%	152	المجموع

جدول رقم (9)

جاء موقع الفيسبوك في مقدمة المواقع الأكثر تصفحاً لعينة الدراسة بنسبة (20.4%)، تلاه موقعي الشروق أونلاين، وموقع جوجل بنفس النسبة وهي (8.6%) لكل منهما، وجاء تصفح موقع يوتيوب الشهير بنسبة (5.3%)، وتوالت عقب ذلك المواقع الأخرى بنسبة (2.0%) لكل من موقع الجزيرة نت وموقع _BBCعربي، وموقع فرانس 24، وموقع أسك ASK،

وما يُفسر هذه النتائج هو إهتمام الطلبة الجامعية بمواقع التواصل الإجتماعي من فيسبوك ويوتيوب وتويتر وغيرها. لما تتيحه هذه المواقع من القدرة على التواصل المتنوع وحرية إبداء الرأي، والتفاعل مع القضايا والنقاشات حول مختلف القضايا، ويبرز أيضا مكانة موقع صحيفة الشروق على الإنترنت (الشروق أونلاين) كأحد أبرز المواقع الإعلامية الجزائرية تصفحاً لعينة الدراسة.

❖ الطلبة الجامعية والثقافة السياسية عبر الإنترنت: دوافع التعرض للإنترنت

دوافع تعرض الطلبة الجامعية للإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	دوافع إستخدام الإنترنت
13,0%	39	دافع التسلية
7,3%	22	دافع الهروب
18,9%	57	دافع المعلومات
12,3%	37	دافع الحوار
15,9%	48	دافع الدراسة
7,0%	21	دافع العمل
100%	301	المجموع

جدول رقم (10)

جاء في مقدمة دوافع تعرض الطالبات من عينة الدراسة للإنترنت الحصول على المعلومات بنسبة (18.9%) تلتها دافع الدراسة بنسبة (15.9%) في حين دافع التسلية والحوار كانت بنسبة (13.0%) و(12.3%) على التوالي، تلتها دافع الهروب من المشاكل والواقع الإجتماعي بنسبة (7.3%) وأخيراً دافع العمل بنسبة (7.0%) وهو ما يتفق مع نتائج العديد من الدراسات التي أشارت إلى أن الحصول على المعلومات من أهم دوافع تعرض الشباب إلى الإنترنت، ثم تأتي دوافع الدراسة والتسلية والترفيه.

مدى تزويد الإنترنت للطالبة الجامعية بالمعرفة السياسية
تزويد الإنترنت للطالبة الجامعية بالمعرفة السياسية

النسبة المئوية	التكرار	مدى تزويد الإنترنت للطالبة بالمعرفة السياسية
%11,7	9	لا أعرف
%61,0	47	إلى حد ما
%27,3	21	إلى حد كبير
%100	77	المجموع

جدول رقم (11)

أشارت نتائج الدراسة إلى أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة (61.0%) تزودها الإنترنت بالمعرفة السياسية إلى حد ما، تلتها نسبة (27.3%) إلى حد كبير تزودت بالمعرفة السياسية، وأخيراً بنسبة (11.7%) لا تستطيع التحديد إذا كانت الإنترنت تزودها بالمعرفة السياسية، ولعل هذه النتيجة تتفق مع نتائج عدة دراسات أشارت إلى دور الإنترنت في تزويد الجمهور وخاصة الشباب بالمعرفة السياسية والوعي السياسي.

• درجة إهتمام الطالبة الجامعية بالمعرفة السياسية:

تُشير نتائج الدراسة أن نسبة (59.7%) من عينة الدراسة معدومة الإهتمام السياسي، تليها نسبة (26.0%) من أفراد العينة لها إهتمام ضعيف بالسياسة، وأخيراً بدرجة متوسطة بنسبة (7.8%) في حين أن ما نسبته (6.5%) لا تدري مدى إهتمامها بالمعرفة السياسية.

درجة الإهتمام السياسي للطالبة الجامعية

النسبة المئوية	التكرار	درجة الإهتمام السياسي
%6,5	5	لا أدري

معدومة	46	59,7%
ضعيفة	20	26,0%
متوسطة	6	7,8%
المجموع	77	100%

جدول رقم (12)

إن هذه النتيجة يُمكن إرجاعها إلى ضعف مستوى الوعي السياسي للطالبة الجامعية، وعدم التركيز على متابعة القضايا والأحداث السياسية بشكل مُعمق.

• تصفح الإنترنت والبحث عن المعلومات السياسية

تصفح الإنترنت والمعلومات السياسية

النسبة المئوية	التكرار	أدى تصفح للبحث أكثر عن المعلومات السياسية
35,1%	27	نعم
53,2%	41	لا
11,7%	9	لا أعرف
100%	77	المجموع

جدول رقم (13)

حول البحث عن المعلومات السياسية عبر الإنترنت للطالبة الجامعية تُشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة (53.2%) من أفراد العينة لا يؤدي إستخدامها للإنترنت للبحث عن المعلومات السياسية، تليها نسبة (35.1%) من أفراد العينة أدى تصفحها للإنترنت للبحث عن المعلومات السياسية وأخيراً نسبة (11.7%) لا تعرف إن كان إستخدامها للإنترنت أدى للبحث أكثر عن المعلومات السياسية. قد تُفسر هذه

النتيجة على دعم نتائج الدراسات التي تؤكد أن الإنترنت ساهمت بشكل جيد في تشجيع الشباب على البحث عن المعلومات السياسية .

الإستفادة من الإنترنت

إستفادة الطالبة الجامعية من الإنترنت

النسبة المئوية	التكرار	الإستفادة من الإنترنت
84,4	65	نعم إستفدت
15,6	12	لا أستطيع التحديد
100,0	77	المجموع

جدول رقم (14)

نتائج الدراسة تُشير إلى أن نسبة (84.4%) من عينة الدراسة إستفادت من إستخدامها للإنترنت، في حين أن نسبة (15.6%) من أفراد العينة لا تستطيع تحديد ما إن كانت إستفادت من إستخدامها للإنترنت أو لم تستفد، ويمكن تفسير هذه النتيجة للمجالات التي يوفرها الإنترنت، وما يوفره من حرية البحث والحصول على المعلومات وإبداء الرأي.

إختبار فرض الدراسة: توجد علاقة بين درجة الإهتمام السياسي للطالبة الجامعية وتصفح الإنترنت للمبحوثين وبمعالجة البيانات وإستخدام اختبار كاي2 جاءت نتيجة إختبار الفرض كما يوضحه الجدول التالي:

العلاقة بين درجة الإهتمام بالإنترنت والحصول على المعرفة السياسية

المجموع	أدى تصفح الإنترنت للبحث لأكثر عن المعلومات السياسية			الإنترنت والحصول على المعرفة السياسية
	لا أعرف	لا	نعم	
5	0	1	4	التكرار
6.5%	0.0%	2.4%	14.8%	النسبة

46	5	23	18	التكرار	معدومة
59.7%	55.6%	56.1%	66.7%	النسبة	
20	4	12	4	التكرار	ضعيفة
26.0%	44.4%	29.3%	14.8%	النسبة	
6	0	5	1	التكرار	متوسطة
7.8%	0.0%	12.2%	3.7%	النسبة	
77	9	41	27	التكرار	المجموع
100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	النسبة	

جدول رقم (15)

تدل بيانات الجدول السابق على عدم وجود علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين درجة الإهتمام بالإنترنت والحصول على المعلومات السياسية، حيث أن الدلالة الإحصائية هي 0.134 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي يمكننا القول أنه:

لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، هذه النتيجة ترفض الفرض الذي قامت عليه الدراسة حيث لم يثبت وجود على بين درجة الإهتمام السياسي للطالبة الجامعية وإستخدامها للإنترنت.

وُمكن تفسير ذلك في ضوء البعد الكيفي للتعرض للإنترنت وليس البعد الكمي، فمن الممكن أن تؤدي زيادة التعرض للإنترنت إلى زيادة المعرفة السياسية أو لا تؤدي إلى زيادتها، وذلك وفق الموضوعات والمجالات التي يتصفحها الباحثون من الطالبة الجامعية للإنترنت.

ومن المهم الإشارة أن ذلك قد يرجع إلى وجود وسائل أخرى للتعرض للمعلومات والمعرفة السياسية للطالبة الجامعية تؤثر في المعرفة السياسية لأفراد العينة خاصة التلفزيون منها والأصدقاء والأسرة والندوات وغيرها من وسائل الإتصال الشخصي التي يكون لها دور كبير في تزويد الطالبة الجامعية بالمعرفة السياسية.

❖ الخاتمة:

تحول العالم بفضل وسائل الإعلام وثورة التكنولوجيا والمعلومات في الفترة الأخيرة إلى قرية صغيرة، وأصبح الإعلام يقوم بدور مؤثر في تشكيل الثقافة السياسية للرأي العام عن طريق

تزويد الأفراد بالمعلومات السياسية، كما يُسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير الثقافة السياسية من خلال المناقشات السياسية غير الرسمية، فوسائل الإعلام تلعب دوراً أساسياً كمصدر يستقي منه الفرد معلوماته السياسية، إلى جانب دورها في التنشئة السياسية.

ولفهم النتيجة النهائية لدراستنا وهي عدم وجود تأثير المتغير المستقل للدراسة - وهو درجة الإهتمام بالإنترنت - على المتغير التابع - وهو الحصول على المعلومات السياسية للطالبة الجامعية، لابد من عرض أهم نتائج الدراسة لفهم هذه النتيجة وهي كالتالي:

- 44.2% من عينة الدراسة بدأت متابعتها للإنترنت منذ أكثر من ثلاث سنوات، وغالبية أفراد العينة بنسبة 61.0% تتصفح الإنترنت بمعدل ثلاث أيام في الأسبوع بمعدل ثلاث ساعات يوميا، أي أن هناك إهتمام كبير من الطالبة الجامعية لمطالعة الإنترنت وتصفحه.
- وجاء في مقدمة دوافع التعرض للإنترنت هو الحصول على المعلومات، كما ساهمت الإنترنت إلى حد ما في تزويد الطالبة الجامعية بالمعرفة السياسية.

من هنا يمكن فهم عدم وجود علاقة بين الإهتمام بالإنترنت والمعرفة السياسية من خلال ابعاد كثيرة من أهمها:

- إنخفاض مستوى الإهتمام بالمعرفة السياسية للطالبة الجامعية، والتعرض الضعيف للمعلومات السياسية عبر شبكة الإنترنت، وتركيز الطالبة الجامعية على الأخبار، وقلة إهتمامها بالموضوعات التحليلية والتفسيرية المليئة بالمعلومات والمعرفة عكس الأخبار.
- الجانب الكيفي للتعرض سواء من حيث نوعية المواد التي يتعرض لها ونوعية التعرض، أي الإكتفاء بقراءة العناوين.
- تأثير المتغيرات الوسيطة من المناخ السياسي الذي لا يشجع على المشاركة السياسية للطالبة الجامعية، وغياب أدوار مؤسسات التنشئة الاجتماعية من الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام والأحزاب التي يؤدي غيابها إلى عدم تشجيع الطالبة الجامعية على المشاركة السياسية.
- الطالبة الجامعية لا تهتم بالمشاركة السياسية للإعتقاد السائد بعدم الجدوى من المشاركة، وبالتالي عدم الإهتمام بتكوين المعرفة السياسية عن الأحداث السياسية الجارية.

كما نُشير إلى غياب عنصر الثقة في مصداقية الإعلام الرقمي عبر شبكة الإنترنت التي تبالغ في بعض الأحيان في إبراز السلبيات أو الإيجابيات، مما يفقدها مصداقيتها لدى الطالبة الجامعية، ما يجعل الأصدقاء والأسرة والندوات وغيرها من وسائل الاتصال الشخصي التي

من الممكن أن يكون لها دور كبير في التأثير على المعرفة السياسية لدى الطلبة الجامعية أكثر من تعرضهن للإنترنت.

المراجع:

- (1) إيمان جمعة، التعرف إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية بأحداث الانتخابات لدى الشباب الجامعي المصري، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي السابع (الإعلام وحقوق الإنسان العربي) جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2001.
- (2) سمير محمد حسين، بحوث إعلام: الأسس والمبادئ، القاهرة، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1991.
- (3) سامي طابع، بحوث الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 2001.
- (4) شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2005.
- (5) من أمثلة الدراسات التي تناولت الإعلام الجديد ودوره السياسي:
 - محمد رضا محمد حبيبي، دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التثقيف السياسي للشباب المصري، دراسة ميدانية، المجلة المصرية للدراسات لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر 2013.
 - إيناس أويوسف، الوعي السياسي والانتخابي لدى طلاب الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، مارس 2001.
 - نواصل الصفتي، أثر التعرض للصحف الإلكترونية على إدراك الشباب الجامعي للقضايا السياسية العربية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي السابع، الإعلام وحقوق الإنسان العربي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2001.