

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم الاعلام والاتصال

مذكرة بعنوان:

دور وسائط الاعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة العلوم والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

د. خضير رشيد

إعداد الطلبة:

أيمن قاسم.

بلي وردة.

مرغني سمية.

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. هابة طارق	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
د. خضير رشيد	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا
د. عبد الرحيم بن بوزيان	أستاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية: 2024 / 2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

في البداية الشكر والحمد لله جل في علاه

فإليه ينسب الفضل كله في إكمال هذا العمل والكمال لله وحده

نتوجه بالشكر الجزيل إلى الدكتور المشرف "رشيد خضير"

كما نشكر كل من كانوا عوناً لنا في بحثنا هذا

كما نتقدم بالشكر والاحترام والتقدير للسادة الأفاضل

"أعضاء لجنة المناقشة الموقرين"

وكل الشكر والامتنان إلى كل من أمدنا بيد العون والمساعدة من قريب أو بعيد.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع

إلى من أنار إلى طريقي بدعواتهما والدتي ووالدي

إلى اخوتي واخواتي إلى اصدقائي

إلى كل من مدوني يد العون والاهتمام لكي نكمل هذا البحث

لكم مني أفضل التحيات

أيمن

إهداء

الحمد لله الذي تسبح له الرمال فسجد له الضلال
أشكر الله الذي بلغني هذا الحال بدأنا بأكثر من يد وعانينا الكثير من الصعوبات
ها نحن نطوي سهر الليالي وتعب الايام وخالصة مشوارنا هذا المتواضع.
إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض
"والدتي الحبيبة"
إلى من سعى لأنعم بالراحة والهناء إلى الذي لم يبخل بشيء لدفعي إلى طريق النجاح
إلى الذي علمني أن ارتقي سلم الحياة بحكمة وصبر من كان سندي في مشواري
"والدي العزيز رحمه الله بواسع رحمته"
إلى من حبهم يجري في عروقي ويبهج بذكرهم فؤادي
إلى إخواني وأخواتي
إلى من سرنا سويًا ونحن نشقو الطريق معًا نحو النجاح والإبداع
إلى من تكاتفنا يد بيد نقطف زهرة تعلمنا إلى صديقاتي وزملائي
إلى من علمونا حروف من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أحلى وأسمى عبارات في
العالم إلى من صاغوا لنا علمهم حروفًا ومن فكرهم منارة تتير لنا سير العلم والنجاح
إلى أساتذتي الكرام

وردة



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع
إلى روح والدي رحمه الله وتغمده بواسع رحمته
إلى والدتي شفاها الله من كل سوء
إلى إخواني وأخواتي وكل شخص من عائلتي الصغيرة والكبيرة
إلى المقربين إلى القلب والداعمين والمساندين لي في السراء والضراء
شكرا لكم دمتم لي
إلى أصدقائي الخطوة الأولى والخطوة الأخيرة
إلى من كانوا في سنوات العجاف سحبا ممطرة
أنا ممتنة جدا جدا لوقوفكم معي في هذا اليوم ...
وأخيرا أسأل الله أن يوفقنا جميعا في درب الحياة.

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحديد تأثير وسائط الإعلام على المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، حيث تم التركيز في إشكالية الدراسة على مدى دور وسائط الإعلام في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي من خلال طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

وقد اعتمدنا في هذه دراستنا على منهج المسح الاجتماعي من خلال أداتي الملاحظة والاستبيان، حيث تم ذلك باستخدام أسلوب المسح الشامل على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي والبالغ عددهم 104 طالب.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف، ويستخدمونها من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، وفي فترات متفرقة في اليوم، ويستخدمونها في البيت، كما أنهم يوافقون على أن استخدامهم لوسائط الإعلام لأنها تقدم لهم خدمات عديدة.

بالإضافة إلى أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائط الإعلام توفر لهم معلومات عن الجانب الصحي، كما أنهم يوافقون على أن وسائط الإعلام توفر لهم زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادهم، وأصبحوا واعين بكل ما يخص الصحة بعد استخدامهم لوسائط الإعلام، وأنهم يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين.

الكلمات المفتاحية: دور، وسائط الإعلام، التنمية، المستوى الثقافي، الطالب الجامعي.

Abstract:

The study aims to determine the impact of the media on the cultural level of the university student, where the focus in the problem of the study was on the extent of the role of the media in the development of the cultural level of the university student through the students of the Department of media and communication sciences at the University of the Valley. In this study, we relied on the Social Survey Methodology through the observation and questionnaire tools, as this was done using the comprehensive survey method on the 104 students of the media and communication sciences department at the University of the Valley.

The study came to a set of results, namely that most students of the media and communication department browse social media using the phone, and use it from 3 to 4 hours a day, at sporadic intervals a day, and use it at home, and they also agree that their use of the media because it provides them with many services.

In addition, most of the students of the media and communication department believe that the media provide them with information about the health aspect, and they also agree that the media provide them with increased knowledge about the political aspect in their country, and they became aware of everything related to health after using the media, and they agree that the new media has an important role in raising and developing the cultural level of university students.

Keywords: role, Media, Development, cultural level, university student.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر
	إهداء
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
16	إشكالية الدراسة
17	أهمية الدراسة
18	أهداف الدراسة
18	أسباب اختيار الموضوع
19	تحديد مفاهيم الدراسة
21	حدود الدراسة
21	منهج الدراسة
22	أدوات جمع البيانات
24	مجتمع البحث والعينة
25	الدراسات السابقة
29	المقاربة النظرية للدراسة
الفصل الثاني: وسائط الإعلام	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: الاعلام الجديد
39	المطلب الأول: مفهوم الاعلام الجديد

40	المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام الجديد
41	المطلب الثالث: خصائص وأهمية الإعلام الجديد
44	المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وتطبيقاته وعلاقته بالإعلام التقليدي
44	المطلب الأول: وظائف الإعلام الجديد
46	المطلب الثاني: أهم تطبيقاته
48	المطلب الثالث: العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي
52	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: المستوى الثقافي	
53	تمهيد
54	المبحث الأول: تنمية المستوى الثقافي
54	المطلب الأول: مفهوم الوعي الثقافي
56	المطلب الثاني: المفاهيم ذات صلة بالوعي الثقافي
58	المبحث الثاني: تنمية المستوى الثقافي عبر الإعلام الجديد
58	المطلب الأول: دور وسائط الاعلام الجديد في التنقيف
67	المطلب الثاني: الثقافة عبر وسائط الاعلام الجديد
74	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة	
75	تمهيد
76	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.
76	المطلب الأول: الأساليب المتبعة في معالجة الدراسة.
80	المطلب الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة.
81	المبحث الثاني: وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.
81	المطلب الأول: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية.
87	المطلب الثاني: تحليل وتفسير محاور الدراسة
128	المبحث الثالث: اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة
128	المطلب الأول: اختبار فرضيات الدراسة

135	المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة
138	خلاصة الفصل
140	خاتمة
142	قائمة المصادر والمراجع
150	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
	يوضح مقياس ليكارت الثلاثي	79
	صدق وثبات أداة الدراسة	80
01	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	75
02	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	76
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي	77
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الطور الجامعي	78
05	يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية	79
06	يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية حسب متغير المستوى المعيشي	80
07	يوضح أكثر وسائط الإعلام الجديد استخداما	81
08	يوضح وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد	82
09	يوضح متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد	83
10	يوضح مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد	85
11	يوضح الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد	86
12	يوضح مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد	87
13	يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة"	88
14	يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"	89
15	يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية" حسب الطور الجامعي	90
16	"أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"	91
17	يوضح عبارة "أرى أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة"	92
18	يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي"	94
19	يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين"	95

	لمعرفة الواقع الاجتماعي " حسب متغير الجنس	
96	"أرى أن وسائط الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي"	20
98	يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"	21
99	يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة" حسب متغير الجنس	22
101	يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"	23
102	يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة" حسب متغير السن	24
104	مكننتي وسائط الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى	25
105	يوضح عبارة "توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي"	26
106	أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدام لوسائط الإعلام الجديد	27
108	يوضح عبارة "قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات"	28
109	عبارة "تساهم وسائط الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا السياسية"	29
110	يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية"	30
112	يوضح عبارة "تفيد وسائط الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض"	31
113	يوضح عبارة "تزيد وسائط الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا"	32
114	يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم"	33
116	يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين"	34

117	يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين" حسب متغير الطور الجامعي	35
128	يوضح نتائج إختبار الارتباط بيرسون بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي.	36
131	يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والجنس	37
132	يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والسن	38
133	يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والمستوى المعيشي	39
134	يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والمؤهل العلمي	40
135	يوضح نتائج إختبار T-Test الأحادي العينة لدرجات الإجابة على مساهمة وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي	41

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب كاتز وزملاؤه	31
02	يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب روزنجين	32
03	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	75
04	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	76
05	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي	77
06	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الطور الجامعي	78
07	يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية	79
08	مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد حسب متغير المستوى المعيشي	81
09	يوضح أكثر وسائط الإعلام الجديد استخداما	82
10	يوضح وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد	83
11	يوضح متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد	84
12	يوضح مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد	85
13	يوضح الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد	86
14	يوضح مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد	87
15	يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة"	88
16	يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"	89
17	يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية" حسب الطور الجامعي	91
18	"أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"	92
19	"أرى أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة"	93
20	أستخدم وسائط الإعلام الجديد للاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي	95
21	يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي" حسب متغير الجنس	96
22	"أرى أن وسائط الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي"	97

99	يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"	23
100	يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة" حسب متغير الجنس	24
102	يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"	25
103	يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة" حسب متغير السن	26
105	"مكنتني وسائط الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى"	27
106	يوضح عبارة "توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي"	28
107	أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدامي لوسائط الإعلام الجديد	29
109	يوضح عبارة "قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات"	30
110	عبارة "تساهم وسائط الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا السياسية"	31
111	يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية"	32
113	يوضح عبارة "تفيد وسائط الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض"	33
114	يوضح عبارة "تزيد وسائط الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا"	34
115	يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم"	35
117	يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين"	36
118	يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين" حسب متغير الطور الجامعي	37

مقدمة

يحظى الإعلام أو ما أصبح يطلق عليه الإعلام البديل والإعلام الرقمي والصحافة الإلكترونية والصحافة المواطن والسلطة الخامسة باهتمام أكاديمي واسع من طرف خبراء الإعلام والتواصل وخبراء التكنولوجيات الرقمية الحديثة اهتمام فرضه طبيعة التداخل بين مختلف العلوم التقنية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية والإعلامية ووسائل الاتصال الرقمية الحديثة، مثل شبكات الانترنت واستخدام الألياف البصرية والجيل الجديد من الأقمار الصناعية اهم مظاهر الشكلية في تطور وسائل الإعلام والاتصال المعاصر.

وفرض الإعلام بكلي آلياته وتقنياته الرقمية ووسائله المختلفة الحاسوب، الألواح الإلكترونية، الهواتف الذكية، التلفزيونات الرقمية الذكية والشاشات الافتراضية، فرض إعادة تشكيل ملامح العمل الإعلامي الاتصالي في المجتمعات المعاصرة وأحدث انقلابا في مفهوم التواصل الإنساني من حيث اتساع نطاقه وسرعة ايقاعه واختلاف مضامينه.

ساهمت تقنيات الإعلام والتواصل الرقمي المعاصرة التي تميزت بكونها تقنيات مثالية الذكاء في قدرتها على خلق عالم اخر افتراضي في طرح مفاهيم جديدة لمصطلحات الزمان والمكان والموضوع.

كما أسهمت هاذي التقنيات الرقمية فأحدثت ثورة نوعية على مستوى المحتوى الاتصالي وعلى مستوى اشكال عرض هذا المحتوى والمضامين الإعلامية ومن هذه الزاوية جاءت فكرة دراستنا لدور الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطلبة الجامعيين وعليه قسمنا دراستنا إلى ثلاثة فصول وهي كالتالي:

الفصل الاول يتعلق بالإطار المنهجي للدراسة والذي خصص لطرح إشكالية الدراسة وتحديد أهدافها وأهميتها ثم تحديد المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة كما تطرقنا إلى الدراسات السابقة المشابهة للموضوع اما الفصل الثاني خصص لدراسة خلفيات حول وسائل

الاعلام بحيث تطرقنا فيه الى: المبحث الأول الاعلام الجديد وتطرقنا إلى ستة مطالب كما تناولنا في المبحث الثاني وظائف الإعلام الجديد وتطبيقاته وعلاقته بالإعلام التقليدي؛

فحين خصص الفصل الثالث لدراسة تنمية المستوى الثقافي وتطرقنا إلى مبحثين: المبحث الأول خصص للمستوى الثقافي، فحين المبحث الثاني خصص لدراسة تنمية المستوى الثقافي

أما بالنسبة الفصل الرابع تم فيه استعراض الجانب الميداني للدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- إشكالية الدراسة
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- تحديد مفاهيم الدراسة
- حدود الدراسة
- منهج الدراسة
- أدوات جمع البيانات
- مجتمع البحث والعينة
- الدراسات السابقة
- المقاربة النظرية للدراسة

إشكالية الدراسة:

أحدثت وسائل الإعلام ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي متعدد الوسائط والذي يشتمل على النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات الفيديو، حيث دفعت هذه الخصائص الأفراد والشركات والمنظمات والحكومات إلى القفز على تلك الوسائل الجديدة التي استطاعت خلال فترة زمنية قصيرة إحداث الكثير من التأثيرات المذهلة على المستويات السياسية والتجارية والاجتماعية والتقنية.

فوسائل الإعلام هي تلك التي تعمل على أساسها العملية الإعلامية والاتصالية والتي تعتمد على الشبكة العنكبوتية والتطور في التقنيات وهي متغيرة باستمرار مع تطورات التكنولوجيا، كما يعتبر الإعلام الجديد وسيلة لنشر العلم وتعميم المعرفة، وتثبيت القيم والسلوكيات والعادات، وتحقيق الرفاهية على مستوى التواصل الثقافي والحضاري والاجتماعي والإنساني بين الأفراد والمجموعات والشعوب.

كما يعتبر الإعلام من أهم المساهمين في تنمية المجتمعات في جميع الميادين سياسيا واقتصاديا وثقافيا كما له أهمية كبيرة في تشكيل وتنمية ثقافة المجتمع في الجزائر وذلك من خلال الدراسات والبحوث المنجزة في هذا المجال، فالثقافة تعتبر من السمات التي تتميز المجتمعات عن بعضها البعض من عادات وتقاليد ومعتقدات.

فتنمية المستوى الثقافي يعود لعدة عوامل من بينها وسائل الإعلام والاتصال المستخدمة بين فئات المجتمع، فالمجتمع الذي يستخدم أفرادها وسائل الإعلام الجديد يستفيد من تنمية المستوى الثقافي لهم ويزيد من انتشار ثقافته في ظل وجود نتائج للغزو الثقافي الذي نتج عن استغلال بعض المجتمعات لوسائل الإعلام الجديد لنشر ثقافته وتنميتها لدى أفرادها وخارج مجتمعه.

والطالب الجامعي الذي يعرف بأنه وصل لمرحلة علمية متقدمة من خلال دراسته، إذ أنه يعد من بين أكثر مستخدمي وسائل الإعلام الجديد مقارنة ببقية فئات المجتمع الأمر الذي يجعله يكون له تأثير من خلال هذا الاستخدام من جانب المستوى الثقافي.

وفي دراستنا هذه سنتعرف على دور وسائل الاجتماعي في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي كونه من بين الفئات الأكثر استخداما وتعرضا لتلك

الوسائط من خلال العديد من التطبيقات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية وغيرها من الوسائط، وانطلاقاً مما سبق يمكننا طرح الإشكالية التالية:

فيما يكمن دور وسائط الإعلام في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

- 1- ما هي عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام الجديد؟
- 2- فيم تتمثل دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام؟
- 3- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام الجديد؟
- 4- كيف يؤثر استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام على تنمية مستواهم الثقافي؟

أسباب اختيار الموضوع:

1: أسباب ذاتية:

- ✚ الاهتمام الشخصية بوسائط الإعلام الجديد.
- ✚ الميول إلى المجال الثقافي.
- ✚ حب الاطلاع على هذا الموضوع واكتشاف وسائط الإعلام الجديد ومدى استخدامها من طرف الطلبة الجامعيين.

2: أسباب موضوعية:

- ✚ حداثة موضوع الدراسة.
- ✚ الرغبة في تسليط الضوء على واقع استخدام الطالب الجامعي لوسائط الإعلام الجديد.

✚ محاولة معرفة العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد والمستوى الثقافي للطلاب الجامعي.

✚ محاولة التعرف على انعكاسات استخدام الطالب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد على مستواه الثقافي.
أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في أهمية الموضوع المعالج والذي كان بعنوان دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي من خلال دراسة ميدانية على طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، حيث أن الاستخدام المكثف للطالب الجامعي لوسائل الإعلام الجديد ينتج عنه تأثيرات متعددة في عدة مجالات والجانب الثقافي أحد تلك المجالات، بحيث أن المستوى الثقافي للطالب يتأثر من خلال استخدامه لهذه الوسائل وقد يكون ذلك التأثير إيجابيا أو سلبيا، وهذا ما سنوضحه في دراستنا من خلال تحديد دور وسائل الإعلام الجديد على المستوى الثقافي للطالب الجامعي من خلال تنميته أو خلاف ذلك، خاصة مع زيادة انتشار هذه الوسائل واعتمادها من طرف الجامعات الجزائرية.

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف دراستنا فيما يلي:

- إبراز مدى استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد.
- رصد الدوافع والإشباع المحققة من استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد.
- معرفة تأثير وسائل الإعلام الجديد على المستوى الثقافي لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

تحديد مفاهيم الدراسة:

أولاً: الدور

التعريف اللغوي: الدور جمع أدوار الحركة حيث كان أو إلى ما كان عليه وهو من الشيء المدار بعضه فوق بعضه الآخر وكذا هو "علم الأدوار"¹.

¹ - إبراهيم منكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1975، ص: 267.

التعريف الاصطلاحي: الدور سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين وللدور معنى استيقي وآخر معياري، ويقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به مثال ذلك أن يرتبط دور معين بجنس باعتبار أن ذلك أمر بديهي والدور المقابل ويتم تحديد هذا المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع"

التعريف الإجرائي: هو الدور الذي تقوم به وسائط الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

ثانياً: وسائط الإعلام الجديد

1- الوسائط:

التعريف الاصطلاحي: هي مجموعة من تطبيقات الحاسب الآلي والهاتف الذكي التي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والمتحركة والأصوات ثم عرضها بطريقة تفاعلية وفق لمسارات المستخدم.¹

2- الإعلام الجديد:

التعريف الاصطلاحي: هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني أصبحت ممكنة باستخدام الكمبيوتر كمقابل للإعلام القديم، التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو وغيرها من الوسائل الساكنة.²

ويعرف كذلك على أنه تكنولوجيات الاتصال الجديدة وثورة المعلومات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين، والتي تشمل شبكات الاتصال الرقمية والحاسوبية المختلفة، كما يتداخل هذا المصطلح مع مسميات أخرى منها عصر تكنولوجيات المعلومات الاتصال الرقمي العالم الافتراضي والاتصال الإلكتروني ومجتمع المعرفة وكلها تعبيرات عن ظاهرة إنسانية تقنية اتصالية واحدة فالإعلام الجديد ساهم في

¹ حسين حسن موسى: استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2009، ص47.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة بالدانمارك، ع 02، جوان 2007، ص 34.

إعادة تشكيل الأنماط التواصلية التقليدية القديمة القائمة على احتكار النخب السياسية والثقافية لوسائل الإعلام وباقي وسائل التعبير في الفضاء العام.¹

وسائل الإعلام الجديد إجرائياً: نقصد بوسائل الإعلام الجديد في دراستنا بأنها كل التطبيقات والبرامج الخاصة بالهاتف الذكي والحواسيب التي يستخدمها طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

ثالثاً: تنمية المستوى الثقافي:

1- التنمية:

التعريف الاصطلاحي: هي حركة تستهدف تحقيق حياة أحسن للمجتمع المحلي نفسه من خلال المشاركة الايجابية للأهالي وإذا أمكن من خلال مبادأة المجتمع نفسه، وإذا لم يتيسر هذه المبادأة فإن هذه الحركة تستخدم الأساليب التي توقظ وتستشير المبادأة ضمان للحصول على استجابة حماسية وفعالة للحركة.²

التعريف الإجرائي: يقصد بها عملية بناء ونقل ورفع المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي.

2- الثقافة:

التعريف الاصطلاحي: على أنها الكل المركب الذي يشمل المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعرف وكل المقدرات والعادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان حيث أنه عضو في مجتمع وكل ما أوجده الإنسان على الأرض من مخترعات ومبتكرات.³

تنمية المستوى الثقافي إجرائياً: نقصد بها في دراستنا على أنها التنقيف الذاتي بغض النظر عن العملية التعليمية وإدراك طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لأهمية هذا في تكوينهم الأكاديمي وفي تنمية مستواهم على أساس أنهم من النخبة المثقفة في المجتمع.

رابعاً: الطالب الجامعي:

¹ عبد الرحمان محمد سعيد الشامي، آفاق الاتصال والتواصل في بيئة الاعلام الجديد، مجلة الاتصال والتنمية، ع98، 2011، ص 98.

² حسن حفزي، علم اجتماع التنمية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2001، ص32.

³ دريم فاطمة الزهراء، الهوية الثقافية للطلاب الجامعي، مجلة الدراسات، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 1998، ص 13.

التعريف الاصطلاحي: ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية إلى الجامعة تبعا لشخصيته بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي.¹

التعريف الإجرائي: نقصد بالطالب الجامعي في دراستنا بأنه كل الطلبة الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد ويدرسون بقسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

حدود الدراسة:

المجال الزمني: امتدت فترة هذه الدراسة ابتداء من شهر جانفي إلى شهر جوان 2024.

المجال المكاني: ركزت دراستنا على قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

منهج الدراسة:

تتنمي دراستنا إلى نوع الدراسات الوصفية والتي تساعد الباحث في التعرف على ظاهرة الدراسة ووصفها كما هي في الواقع وصفا كاملا دقيقا،² والهدف من هذه الدراسات هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع المعالج كما هو في الواقع، من خلال استخدام أساليب القياس والتصنيف بهدف استخراج الاستنتاجات ثم الوصول لتعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.³

أما المنهج فيعرف لغويا بأنه مصطلح مرادف لكلمتي نهج ومنهاج اللتين تعنيان الطريق الواضح وهي من الكلمة الفرنسية "méthode" التي تعبر عن الخطوات الفكرية المنظمة الهادفة لبلوغ نتيجة ما في البحث العلمي.

أما اصطلاحا يعرفه موريس أنجرس "على أنه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"،⁴ والمنهج العلمي هو أسلوب للتفكير والعمل

¹ شعباني مالك، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006/2005، ص41.

² أحمد مرسللي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.4. 2010. الجزائر. ص52.

³ فاطمة عوض صابر، علي ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الإشهار الفني، الإسكندرية، مصر، 2002، ص87.

⁴ أحمد مرسللي، مرجع سبق ذكره، ص282.

يعتمده الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة، تختلف المناهج باختلاف الظواهر، وتمتاز بالمرحلية فتؤدي كل مرحلة إلى المرحلة التالية بتسلسل وترابط،¹

وفي دراستنا نجد أن المنهج المناسب هو منهج المسح الاجتماعي والذي يعرف بأنه منهج بحثي يهدف إلى مسح الظاهرة موضوع الدراسة، لتحديداتها والوقوف على واقعها بصورة موضوعية، تمكن الباحث من استنتاج علمي لأسبابها ومقارنة فيما بينها وقد تتجاوز ذلك تقييمها تبعاً لما تخلص له من نتائج.²

أدوات جمع البيانات: والتي تعرف على أنها الوسيلة المستخدمة للحصول على المعلومات والبيانات التي يتطلبها موضوع البحث،³ وفي دراستنا سنعتمد على:

أ- **الملاحظة:** تعد الملاحظة من أقدم وسائل جمع البيانات، وهي إحدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه واتجاهاته ومشاعره، وتعطي الملاحظة معلومات لا يمكن الحصول عليها في بعض الأحيان باستخدام الطرق الأخرى لجمع المعلومات كالاستبانة أو المقابلة أو الوثائق.⁴

وقد استخدمنا في دراستنا الملاحظة البسيطة من خلال مشاهدتنا لاستخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد، ودوره في تنمية المستوى الثقافي لهم.

ب- **استمارة الإستبيان:** تعتبر الاستبانة من أكثر وسائل جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية استعمالاً، ويمكن تعريفه الاستبانة هي مجموعة من الأسئلة المكتوبة والمعدة يهدف من خلالها الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.⁵

¹ مصطفى عليان ربحي، البحث العلمي، أسسه مناهجه، اساليبه واجراءاته. بيت الافكار الدولية. عمان. الأردن. 2001. ص 35.

² سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 132.

³ محمد الجوهري، طريق البحث الاجتماعي، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2008، ص 148.

⁴ مصطفى عليان ربحي، مرجع سبق ذكره، ص 115.

⁵ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، ط2، 1999، ص 55.

ويعرف الاستبيان على أنه مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث في ضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه.¹

وقد قسمنا استمارة الاستبيان الخاصة بدراستنا إلى أربعة محاور بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية، وقد جاءت المحاور كالتالي:

محور البيانات الشخصية

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد.

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد.

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد.

المحور الرابع: تأثير استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي.

وقد قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وفق المحاور السابقة الذكر، ثم إرسالها إلى الأساتذة من أجل تحكيمها وقد تم التحكيم من طرف الأساتذة التالية أسمائهم:

- 1- الأستاذ: هابة طارق بجامعة الوادي.
- 2- الأستاذ: قده حمزة بجامعة الوادي.
- 3- الأستاذة: قيطة فطيمة الزهراء بجامعة الوادي.

وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان بشكلها الإلكتروني من خلال إرسالها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، حيث تمت الإجابة عليها من طرف 104 طالب بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي.

مجتمع البحث والعينة:

¹ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019، ص 126.

- **مجتمع البحث:** يعتبر تحديد مجتمع الدراسة من الخطوات الأساسية التي يجب على الباحث القيام بها لمساعدته على اختيار العينة وحجمها الممثل لهذا المجتمع.

ويعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة عناصر لها ميزة أو عدة مميزات مشتركة تختلف عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي.¹ حيث يتمثل مجتمع دراستنا في طلبة جامعة الوادي الذين يستخدمون وسائل الإعلام الجديد.

- **العينة:** تعرف العينة بأنها جزء من مجتمع الدراسة يتم اختياره من قبل الباحث وفق شروط مناسبة ويجري عليها الباحث دراسته ومن ثم يمكنه أن يقوم بتعميم النتائج المتحصل عليها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

وفي دراستنا كان اختيار العينة القصدية والتي يختارها الباحث طبقا لما يراه من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث، وانطلاقا من الهدف من دراستنا وهو معرفة دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين.

بحيث قمنا بسحب 104 مفردة "طالب" من مجتمع البحث الكلي "طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي" بعد أن حددنا كل المفردات في قائمة واحدة وأرسلنا إليهم استمارة الاستبيان.

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة خطوة أساسية إذ تحتم اصول البحث العلمي رجوع الباحث إلى ما كتب عن موضوع بحثه باعتبار أن البحث العلمي يعتمد على التراكم المعرفي فهي إحدى الركائز العلمية التي يستند عليها الباحث في معرفة المناهج المتبعة وتساعده في الاختيار السليم لبحثه وعدم تكرار ما ورد فيها وكذا تجنب الأخطاء التي وقعت فيها هذه

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2008، ص 298.

² محمد سرحان علي المحمودي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

الدراسات،¹ كما تساعد الباحث على توضيح المفاهيم الأساسية والإلمام بطبيعة موضوعه محل البحث كما توجهه في تنظيم بحثه شرط أن تكون وثيقة الصلة ببحثه،² وقد قمنا بترتيب الدراسات السابقة حسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث وهم كالتالي:

الدراسة الأولى: دراسة لعلي الوحيشي: وهي بعنوان أثر الاعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية، وهي دراسة منشورة في مجلة علوم الإنسان والمجتمع بجامعة الزاوية بدولة ليبيا، سنة 2018.

ركزت هذه الدراسة على مدى تشكيل وسائل الإعلام الجديد لتحديات المجتمعات العربية والإسلامية وعلاقة ذلك بدفع الشباب المسلم لتبني ممارسات غريبة على المجتمعات الإسلامية، وتهدف هذه الدراسة إلى إبراز مفهوم الهوية الثقافية، وتبيان أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والإدراك المعرفي، وكذا الكشف عن أثر الإعلام الجديد على الخصوصية الإسلامية، كما اعتمدت هذه الدراسة على منهج التحليل الوصفي في وصف وتحليل أثر الإعلام الجديد على الهوية الثقافية والمعرفية.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن الإعلام الجديد أحدث نقلة نوعية في مختلف ميادين المعرفة إلى جانب تعزيز الترابط والتكامل بين الأفراد من ثقافات مختلفة وهو ما عجزت عن توفيره وسائل الإعلام التقليدي، كما أصبح الإعلام الجديد حقيقة واقعة يجب التعامل معها بإيجابياتها وسلبياتها، ويتطلب ذلك توجيه الشباب المسلم سواء من الأسرة أو المجتمع للاستخدام الأمثل لهذه التقنية، بالإضافة إلى توفير الإعلام الجديد فضاء لحرية التعبير والتواصل لاسيما بين الشباب المسلم ونظرائهم من ثقافات مختلفة.³

التعليق على الدراسة: ركزت هذه الدراسة على مدى تشكيل وسائل الإعلام الجديد لتحديات المجتمعات العربية والإسلامية وعلاقة ذلك بدفع الشباب المسلم لتبني ممارسات

¹ سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي. دار أسامة. عمان. الأردن. 2019. ص 109.

² مهدي محمد القصاص: تصميم البحث الاجتماعي. دار نيبور. بغداد. العراق. 2014. ص 157.

³ علي الوحيشي، أثر الاعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج7، ع27، جامعة الزاوية، ليبيا، جانفي 2018.

غريبة على المجتمعات الإسلامية، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث التركيز على استخدام وسائط الإعلام الجديد وعلاقة ذلك بالمستوى الثقافي للشباب باعتبار أن الطالب الجامعي من فئة الشباب، وتختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد، فهي اعتمدت على منهج التحليل الوصفي ودراستنا على المنهج المسحي من خلال أدوات الاستبيان والملاحظة، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال الاستعانة بها من خلال توفيرها لمجموعة من المراجع الخاصة بالموضوع.

الدراسة الثانية: دراسة يحمي خديجة: وهي بعنوان تأثير الاعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري من خلال دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الشلف، وهي دراسة منشورة في مجلة جسور المعرفة بالجزائر، سنة 2019.

ركزت الدراسة على مدى تأثير الإعلام الجديد على الانتماءات الثقافية للشباب الجزائري، انطلاقا من الاهتمام بقضايا الشباب كظاهرة عالمية من الاعتراف بما لديهم من مكانة مميزة في بناء المجتمع المعاصر، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام الشباب لآليات الإعلام الجديد والإشباع المحققة، ودوافع وأسباب هجرة الشباب إلى فضاءات إعلامية جديدة، بالإضافة إلى أهم تأثيرات الأنترنت على قيم وثقافات الشباب، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الميداني الذي يعد الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، باستخدام الاستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن الإعلام الجديد يحمل شعارات مثل: التفتح على الآخر العصرية والتقدم الحياة وبالتغير الاجتماعي أصبح الفرد لا يعيش داخل أسرة أو محيط مغلق تجمعهم نفس الأخلاق إنما يعيش في وسط مفتوح وبالتالي التفتح على كل ما هو مغربي ومشعب الملذات بدائية طالما كبح جماحها قوة الأنا والانا الأعلى غياب الضمير الأخلاقي)، مثلما جاءت به نتائج المقابلة مع الدكتورة رحال سامية المختصة في علم النفس، كما أن المضمون الذي يتلقاه الشاب يؤثر حتما في معتقداته وتوجهاته الفكرية، هذا ناهيك عن التغيير الجذري في سلوكه بغية الإشباع وحل الصراع الثلاثي الكائن بين ما هو المطلوب منه أن يكون وما يريده هو بالفعل

والمرتبط بالعالم الذي تصوره له هذه الوسائط الإعلامية وما هو عليه فعلا عالمه الذي يعيش فيه.¹

التعليق على الدراسة: ركزت هذه الدراسة على مدى تأثير الإعلام الجديد على الانتماءات الثقافية للشباب الجزائري، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث التركيز على استخدام وسائط الإعلام الجديد وعلاقته بالمستوى الثقافي للشباب الجزائري باعتبار أن الطالب الجامعي ينتمي لفئة الشباب، كما تتشابه مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد وهو المنهج المسحي وأداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان، وتختلف مع دراستنا من حيث عدم معالجتها لتنمية المستوى الثقافي للطالب الجامعي الذي يستخدم وسائط الإعلام الجديد، بالإضافة إلى الاختلاف في استخدامها لأداة المقابلة، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال الاستعانة بها في تصميم استمارة الاستبيان وكذا توفيرها لمجموعة من المراجع الخاصة بالموضوع، بالإضافة إلى معرفة استخدام الشباب لوسائط الإعلام الجديد وعلاقة ذلك بالمجال الثقافي.

الدراسة الثالثة: دراسة سمية بورقعة: وكانت بعنوان مساهمة الاعلام الجديد في التنمية الثقافية نحو تعزيز الثقافة الجزائرية في الفضاء الرقمي، رؤية استشرافية، وقد تم نشرها في مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية سنة 2022.

وقد ركزت الدراسة على مدى مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة الجزائرية، وتهدف إلى تبيان أهمية توظيف الإعلام الشبكي باعتباره وسيط إعلامي واتصالي أساسي في الترويج للمنتج الثقافي للمجتمع الجزائري، كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي من خلال الملاحظة، باعتباره من للمناهج العلمية التي تسعى إلى تحديد ظاهرة معينة وتتبعها وملاحظتها بدقة وذلك بجمع المعلومات والبيانات بهدف الوصول إلى علاقات عامة ونتائج.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن تسارع معدلات التنمية ومجالات التقدم مشروطة بتنمية الثقافة فالعلاقة بين علاقة عضوية متشابكة وأن دور الثقافة في التنمية الشاملة هو أساسي بل اندماجي لا يمكن الفصل أو الانفصام بينهما

¹ ليحيى خديجة، تأثير الاعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الشلف، مجلة جسور المعرفة، مج05، ع02، الجزائر، 2019.

أين يعتبر الإعلام هو الآخر بوسائله وتكنولوجياته صانعا وناقلا للمنتج الثقافي، كما أن هذا المشروع التنموي الثقافي عليه أن توظف رسائله وأنشطته في تكنولوجيا الإعلام الجديد المفتوح على الجميع.¹

التعليق على الدراسة: ركزت هذه الدراسة على مدى مساهمة الإعلام الجديد في تنمية الثقافة الجزائرية، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث التركيز على استخدام وسائط الإعلام الجديد وعلاقته بالمجال الثقافي للمجتمع الجزائري، كما تتشابه مع دراستنا من خلال اعتمادها على أداة الملاحظة، وتختلف مع دراستنا من حيث عدم معالجتها لتنمية المستوى الثقافي للطلاب الجامعي الذي يستخدم وسائط الإعلام الجديد، بالإضافة إلى الاختلاف في المنهج المعتمد، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال توفيرها لمجموعة من المراجع الخاصة بالموضوع ومعرفة استخدام الشباب لوسائط الإعلام الجديد وعلاقة ذلك بالمجال الثقافي.

الدراسة الرابعة: دراسة حنادر عبد الله: وهي بعنوان تأثير وسائط الاعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان، وقد نشرت في مجلة الفكر المتوسطي سنة 2023.

ركزت الدراسة على مدى تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية لطلبة جامعة غليزان، وتهدف إلى الوقوف على حقيقة الدور الذي تلعبه وسائط الإعلام الجديدة في تثبيت أو تغيير معالم الهوية الوطنية لدى شريحة مهمة في المجتمع الجزائري، والتعرف على مدى الوعي الذي آل إليه الشباب الجزائري ممثلين في عينة الطلبة الجامعيين بتأثيرات وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية، حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي المناسب للدراسات الوصفية وأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي وجود نسبة معتبرة من الشباب الجامعي من الجنسين ليس لها أي فكرة عن طبيعة الأخطار التي تتركها وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية، وهو ما يفسر بوجود نقص واضح في وظائف

¹ سمية بورقعة، مساهمة الاعلام الجديد في التنمية الثقافية نحو تعزيز الثقافة الجزائرية في الفضاء الرقمي، رؤية استشرافية، مجلة هيرودوت للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج06، ع02، جامعة عنابة، الجزائر، 2022.

المؤسسات التقليدية للتوعية والتوجيه وإرشاد الشباب وتوعيتهم بالمخاطر التي تحقق بالهوية، كما تساهم وسائط الإعلام الجديدة بمختلف وسائله في غرس الأفكار الطائفية والعرقية والمساعدة على نشر الرذيلة وتنامي الانحراف مما يؤثر سلبا على وتعزيز الهوية الوطنية لدى الطالب الجامعي.¹

التعليق على الدراسة: ركزت هذه الدراسة على مدى تأثير وسائط الإعلام الجديدة على الهوية الوطنية لطلبة جامعة غليزان، فهي تتشابه مع دراستنا من حيث التركيز على استخدام وسائط الإعلام الجديد وعلاقته بالمجال الثقافي للطالب الجامعي الجزائري، كما تتشابه مع دراستنا من خلال اعتمادها على المنهج المسحي، وأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وتختلف مع دراستنا من حيث عدم معالجتها لتنمية المستوى الثقافي للطالب الجامعي الذي يستخدم وسائط الإعلام الجديد فهي تتحدث عن الهوية الثقافية لدى الطالب الجامعي، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال الاستعانة بها في تصميم استمارة الاستبيان بالإضافة إلى توفيرها لمجموعة من المراجع الخاصة بالموضوع، بالإضافة إلى معرفة استخدام الطلبة الجامعيين لوسائط الإعلام الجديد وعلاقة ذلك بالمجال الثقافي.

المقاربة النظرية للدراسة: نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي

تعددت النظريات العلمية المفسرة لظاهرة الإعلام والاتصال والإعلام الجديد بالخصوص، إلا أننا سنعتمد في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباعات، حيث سنتعرف عليها في العنصر التالي:

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

أولاً: التعريف بالنظرية وأهدافها: هي نظرية تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة،² فخلال الأربعينيات من القرن 20، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بديهة منظور جديد

¹ حنادر عبد الله، تأثير وسائط الاعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان، مجلة الفكر المتوسطي، مج12، ع01، جامعة غليزان، الجزائر، 2023.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998، ص239.

للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، إذ صار الاهتمام منصبا على رضا المستخدمين.¹

وترى النظرية أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفصل من وسائل الإعلام وهي جاءت كرد فعل لمفهوم قوة الإعلام الطاغية.²

من خلال ما سبق يتبين أن أساس العملية الاتصالية بالنسبة للنظرية يتمحور في المتلقي لكونه هو العنصر الأساسي لبدء العملية الاتصالية وليس الرسالة أو الوسيلة، وتعمل نظرية الاستخدامات والإشباع على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام والإشباع المتحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف عملية الاتصال الجماهيري.³

ثانياً: نشأة النظرية: لقد ظهرت هذه النظرية بعد تراجع نظرية الحقنة تحت الجلد التي افترضت أن التعرض المستمر لرسالة ما في وسيلة اتصالية يكفي أن يغير اتجاهات وسلوكيات عدد كبير من الجمهور،⁴ وجاءت نشأة النظرية بعد دراسات وبحوث في مطلع القرن العشرين وكان مؤداها معرفة رغبات الجمهور وأسباب التعرض لوسائل الإعلام ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث الياهو كاتز في عام 1959 ووجد في بحثه أن هناك أسباب منطقية تدفع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام.⁵

1 باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008، ص34.

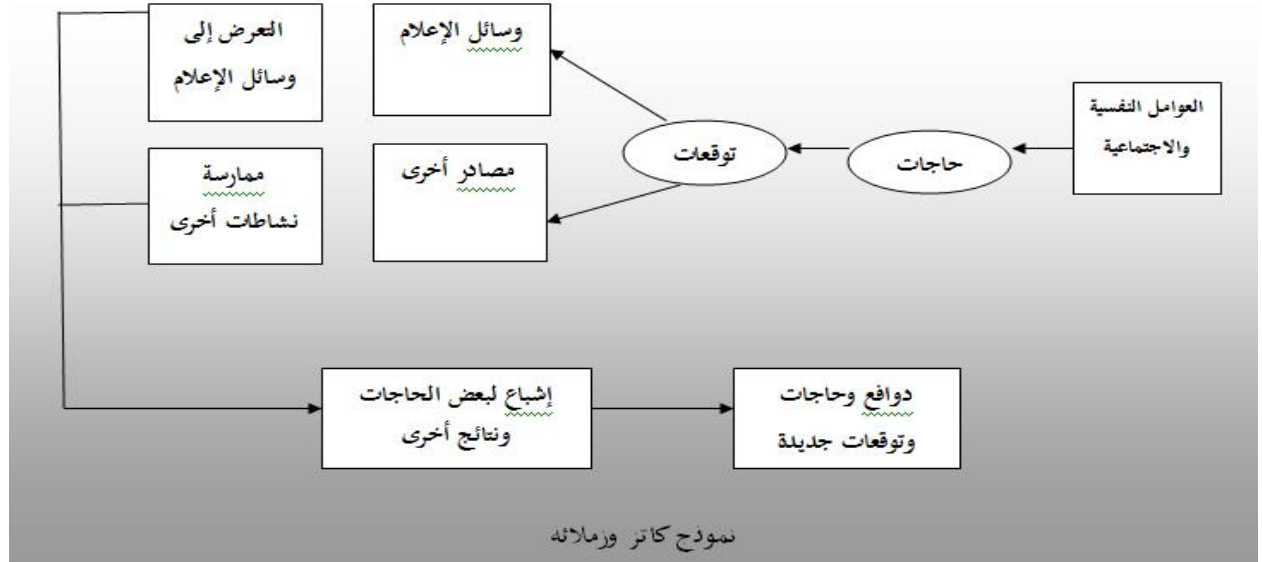
2 نضال فلاح الضلعين، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار، 2016، ص245.

3 حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره، ص241.

4 فتحية عينو، الشباب الجامعي والفضائيات العربية، قناة mbc4 نموذجا دراسة في الاستخدامات والإشباع على طلبة جامعة مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2013، ص16.

5 محمد الفهيدة وآخرون، علاقة الشباب بالصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة قطر، كلية الآداب والعلوم، 2016، ص25.

ثم طرح "كاتز" مدخل النظرية عام 1959 في مقال رد فيه على رؤية "برنارد برلسون" الذي حكم على أبحاث حقل الإعلام بالموت في حين رد عليه "كاتز" بأن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات كون تلك الفترة عرفت الاهتمام ببحوث الإقناع، وبتطور مفهوم النظرية في دراسة "بلومر" و"كاتز" الذي تم في دراسة الانتخابات البريطانية 1964 من خلالها تم التعرف على أسباب المشاهدة وعدمها للحملات الانتخابية، بعدها سنة 1984 تم تحديد من طرف "كاتز" و"بلومر" و"قورفيتش" أن مدخل الاستخدامات والإشباعات يقوم على دراسة الجوانب النفسية والاجتماعية للأفراد لتحديد الاحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى.¹ (أنظر الشكل 01).



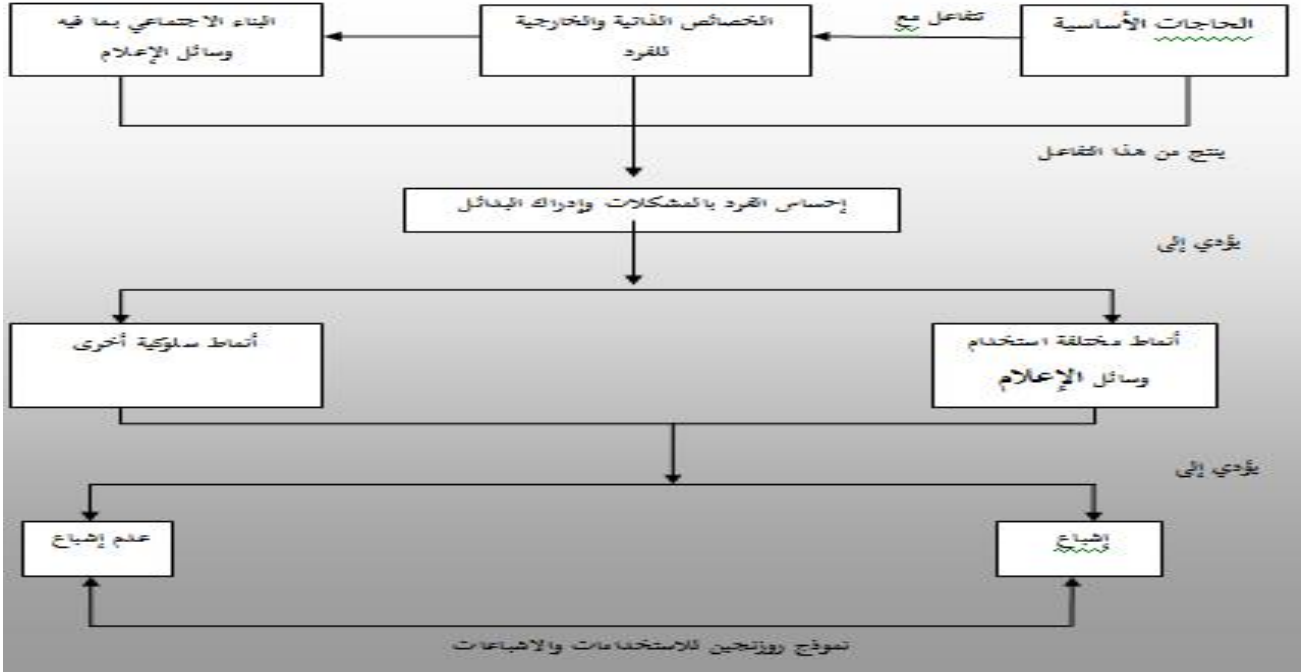
فتحية عينو: مصدر سبق ذكره، ص 19.

الشكل رقم (01): يمثل نظرية الاستخدامات والإشباعات حسب كاتز وزملائه

ويعرض روزنجين مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات والإشباعات والتي تبدأ بتولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان، تتفاعل مع الفرد بخصائصه ومحيطه الاجتماعي فتتولد عنها مشكلات لتتولد بعد ذلك دوافع لحل المشكلات وإشباع

1 ابتسام ريس علي، نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016، ص10.

الحاجات، ويتعرض الفرد لوسائل الإعلام لإشباع بعض من هذه الحاجات فيحدث إشباع يؤدي ذلك إلى خلق حاجات جديدة.¹ (أنظر الشكل 02).



فتحية عينو: مصدر سبق ذكره، ص 21.

الشكل رقم(02): يمثل نظرية الاستخدامات والإشباع حسب روزنجين

ثالثاً: فرضيات النظرية: تقوم النظرية على الفرضيات التالية:

- أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط له دوافع وحاجات وأهداف تجعله يتوجه إلى استخدام وسيلة معينة، واختيار مضمون معين، كما أن الجمهور انتقائي في استخدامه لوسائل الإعلام وفقاً لحاجاته المتوقعة منها.
- العوامل النفسية والاجتماعية تسعى لتحديد كيفية ونوعية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال المختلفة.²
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتويات الرسائل فقط.³

1 حاتم سليم علاونة، سهى محمد، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيس بوك والإشباع المتحققة دراسة على عينة من الصحفيين الأردنيين، مجلة المنارة، مج 22، ع 3، 2016، ص 307.

2 ابتسام رابيس علي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

3 نضال فلاح الضلاعين، مرجع سبق ذكره، ص 245.

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

ارتبطت هذه النظرية بدراستنا انطلاقاً مما قامت عليه نظرية الاستخدامات والإشباع وهو أن الجمهور نشط غير تقليدي ينتقي ويختار المحتويات التي يريد التعرض لها من أجل إشباع حاجاته ورغباته، وكذا أنماط وعادات الطلبة الجامعيين في استخدام وسائل الإعلام الجديد، واعتمدنا على تصور هذه النظرية والتي ترتبط بالجمهور من خلال استخدام الأفراد لتلك الوسائط كوسيلة من وسائل الإعلام التي تجسد أو تحقق استخدام الطلبة الجامعيين والإشباع المحققة من هذا الاستخدام، الأمر الذي له تأثير على تنمية مستواهم الثقافي، حيث يشبع الطلبة الجامعيين رغبتهم في المعرفة والاطلاع على كل ما هو جديد، وتجدر الإشارة أننا اعتمدنا في صياغة تساؤلات دراستنا على الأهداف الأساسية لهذه النظرين وأهم فروضها للكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الجديد ودوره في تنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين الذين يدرسون بقسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي من خلال التعرف على عادات وأنماط الاستخدام ودوافعه وأسبابه والإشباع المحققة منه، ومدى تأثير ذلك على المستوى الثقافي لديهم.

2- نظرية الغرس الثقافي:

أولاً: تعريف النظرية: تعتبر نظرية اللغرس الثقافي تصورياً تطبيقياً لأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلم من خلال الملاحظة والادوار التي تقوم بها وسائل الاعلام في هذه المجالات، حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الاعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم وخصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة، وترتبط هذه النظرية بين كثافة التعرض ومشاهدة التلفزيون بصفة خاصة واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الاعلام بعيداً عن العالم الواقعي.¹

ويعد "جورج جرينر" أبرز المنظرين لهذه النظرية الإعلامية، حيث يرى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث أثراً على إدراك الناس للعالم الخارجي وخاصة الذين يتعرضون لتلك وسائل لفترات طويلة ومنظمة، وي طرح جرينر مفهوماً موازياً للغرس

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص331.

الثقافي وهو الانماء الثقافي ويمكن وصف الإنماء بأنه العملية التي تقوم بها الثقافة في المجتمع ما والثقافة هي ذلك الكل من الفنون والعلوم والعادات والتقاليد والعلوم والفنون والديانة، والقانون والمهارات واللغة، والموسيقى، والسلوك...إلخ، ويمكن وصف عملية الإنماء أنها نوع من التعلم العرضي بدون وعي وتخطيط نتيجة التعرض لوسائل الاتصال حيث يتعرف الفرد على حقائق الواقع الاجتماعي التي تصبح جزءا من صورة الذهنية المكونة لديه.¹

والغرس الثقافي يعني أن كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام غير الانتقائي للرسائل تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه.²

ثانيا: الدعائم الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس:

- يعتبر التلفزيون وسيلة فريدة للغرس بالمقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى.
- يقدم التلفزيون عالماً متماثلاً من الرسائل والصور الذهنية تعبر عن الاتجاه السائد معاني مشتركة بنسبة أكبر من قلبي المشاهدة.
- تحليل مضمون الرسائل الإعلامية يقدم مفاتيح للغرس.
- يركز تحليل على الغرس النتائج العامة والمتجانسة.³

ثالثا: الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الغرس الثقافي: يمكننا تلخيص الافتراضات نظرية الغرس الثقافي:

- أن الناس في المجتمعات المعاصرة، أصبحوا أكثر اعتمادا على مصادر غير شخصية للخبرة، وأن صناعة الثقافة الجماهيرية التي ترتبط عناصر الوجود معا وتكون الوعي المشترك، أصبحت منتجا تقدمه وسائل الإعلام.

¹ كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 131.

² رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر، د.س.

³ وجدي حلمي عبد الظاهر، نظريات الاعلام والاتصال، قسم الاعلام جامعة أم القرى،

<https://uqu.edu.sa/page/ar/181765> . يوم 2022/03/12 . ساعة 18:58.

- إن التلفزيون مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى، ينفرد بالاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور، وغن الناس يمتصون المعاني المتضمنة في عالم التلفزيون بشكل غير واع.
- خلق وجهات نظر غرس معتقدات لدى آخرين، يرجع إلى التعرض التراكمي الثابت والمتكرر لعالم التلفزيون.
- يرتبط هذا الغرض يتمثل وسائل التلفزيون حيث يقدم التلفزيون عالما متمثلا من الوسائل الموحدة والصور المتكررة إلى الحد الذي يعتقد معه المشاهدين أن الواقع الاجتماعي يسير على الطريقة نفسها التي تصور من خلال التلفزيون.
- يوجد ارتباط قوي بين حجم المشاهدة ومعتقدات المشاهدين حول الواقع الاجتماعي بحث تتشابه إدراكات كثيفي المشاهدة ويظهرون ادراكات ترتبط بعالم التلفزيون أكثر ارتباطهم بالواقع الاجتماعي.¹

رابعا: انتقادات نظرية الغرس الثقافي:

- يرى كل من هاوكنز وبنجري "ان العلاقة بين مشاهدة التلفزيون والغرس الثقافي عند مشاهدته يمكن أن ترجع إلى بعض محتوى مواد أو البرامج التلفزيونية، ولا تنطبق على البعض الآخر من البرامج، وكذلك فإن تلك العلاقة لا تنطبق على مشاهدة محتوى جميع مواد أو برامج التلفزيون في عمومها، ولكنها قد تحدث نتيجة مشاهدة برامج محددة.

- أن المادة المقدمة من خلال التلفزيون، من الممكن أن تتعرض إلى القلب والتزييف من قبل المشاهدين، كما أن استجابات المشاهدين قد تكون متحيزة. وبالتالي تصبح الأسس التي تبني عليها مفاهيم أبعاد العلاقة بين المشاهدة والتأثير طبقا لمنظور الغرس الثقافي مفاهيمها وأبعادها غير دقيقة.²

إسقاط النظرية على موضوع الدراسة:

تعتبر نظرية الغرس الثقافي تصوير تطبيقي للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعاني، فموضوع دراستنا الذي يتحدث عن دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية

¹ عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال، دار اليازوري، عمان، 2016م، ص172.

² نفس المرجع السابق، ص 175.

المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، من خلال دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، فوسائط الإعلام الجديد وكغيرها من الوسائل الاتصالية الأخرى تقدم مضامين تكون في عدة أشكال كالصور والفيديوهات والتي تحمل معاني بدورها، فحين تنتقل إلى المتلقي قد تضع في ذهنه أفكارا غير التي كان يحملها وهنا يكمن تأثيرها على المتلقي، فالتعرض لمضامين وسائط الإعلام الجديد يؤدي إلى غرس أفكار وآراء جديدة حول موضوع معين مثل المواضيع التي تخص الثقافة والمجتمع، وهذا ما تنص عليه النظرية وفرضياتها.

الفصل الثاني: الإعلام الجديد

تمهيد

المبحث الأول: الاعلام الجديد

المطلب الأول: مفهوم الاعلام الجديد

المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام الجديد

المطلب الثالث: خصائص وأهمية الإعلام الجديد

المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وتطبيقاته وعلاقته

بالإعلام التقليدي

المطلب الأول: وظائف الإعلام الجديد

المطلب الثاني: أهم تطبيقاته

المطلب الثالث: العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي

تمهيد:

نتيجة للتقدم الذي عرفته الإنسانية خاصة في جانب التقنية و التكنولوجيا، هذه الأخيرة التي لم تستثن مجالاً إلا وغزته، وكان لجانب الإعلام والاتصال الباع الكبير من هذه الطفرة العلمية، حيث استطاعت من خلالها وسائل الإعلام أن تخطو خطوات كبيرة وتحقق تقدماً هائلاً، إذ أصبح ال يخفى على أحد الدور الذي تلعبه في تنمية المجتمعات، وكانت من بين أهم المساهمين والفاعلين في إحداث التغيير الاجتماعي، إن وسائل الإعلام سلاح ذو حدين، فبقدر الأهمية التي تلعبها في حياة المجتمعات الراغبة في التقدم والتنمية باعتبارها وسيلة تآقف و تأثير رقمي وفكري من جهة، تصنف ضمن أعلى الأسلحة وأخطرها تأثيراً على الهوية الثقافية، باعتبارها أداة هدم وتبعية وتخلف من جهة أخرى، ومن هنا جاءت هذه الورقة لتبحث في الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التنمية الثقافية للمجتمع.

المبحث الأول: الإعلام الجديد

يعتبر الإعلام الجديد وسيلة لنشر العلم وتعميم المعرفة، وتثبيت القيم والسلوكيات والعادات والممارسات، وتحقيق الرفاهية على مستوى التواصل الثقافي والحضاري والاجتماعي والإنساني بين الأفراد والمجموعات والشعوب، وتحقيق المساواة الاتصالية والإعلامية بين الجميع.

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد

في إطار تحديد مفهوم الإعلام الجديد، وقبل أن نطرح مجموعة من التعريفات له، نستعرض تعريف الإعلام بصفة عامة لغة واصطلاحاً.

الإعلام لغة بالعودة إلى قواميس اللغة العربية، نجد أن هذا المصطلح جديد على اللغة العربية، وهو مستحدث تماماً، قد اشتق لغة من العلم، ومن إيصال المعلومة الصحيحة للناس، ومن حيث كونه علماً وفناً أو منهجاً ليس بالجديد، فهو جزء من حياتنا وتراثنا.¹ ومع ذلك، ومن خلال استعراض المادة (ع ل م) ومعانيها نجد كلمة الإعلام لغة هي: نقل المعلومات إلى الآخرين عن طريق الكلمة أو غيرها بسرعة.

الإعلام اصطلاحاً: نورد تعريف أخذ به معظم الباحثين المعاصرين، وهو تعريف العالم الألماني توجروت، حيث عرفه أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير واتجاهاتها، ولا بد أن يكون الإعلام صادقاً.

تعريف قاموس التكنولوجيا الرقمية: "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة". وعرفه ليستر: "هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، والطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". الإعلام الجديد هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة.²

¹ بن عبو وليد، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينها، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران، المجلد 7، العدد 1، 2020، ص 27.

² نيكولاس نيغروبونت، التكنولوجيا الرقمية ثورة جديدة في نظم الحاسبات والاتصالات، ترجمة أ.د. سمير براهيم شاهين، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 1998، ص 211.

التي تمكنا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.¹

وتعرفه اللجنة العربية للإعلام الجديد بأنه الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون، ويشمل الإشارات والمعلومات والصور والأصوات المكونة لمواد إعلامية.

كما يحيل الإعلام الجديد إلى معان التقدم والتطور والاتجاهات الطلائعية، وترتبط هذه المعاني برؤية إيديولوجية حديثة للتكنولوجيا كآلية للتقدم الاجتماعي.

المطلب الثاني: عوامل ظهور الإعلام الجديد

ساهمت عدة عوامل، أسباب في ظهور الاعلام الجديد وبروزه، من بينها نجد عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يأتي²:

العامل التقني: والمتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر: تجهيزاته وبرمجياته ، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عديدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت التي تشكلت لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى: المطبوعة والمسموعة والمرئية ، وكذلك الجماهيرية والشخصية ، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز ، وانعكس كذلك وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعيها ومتلقيها.

¹ برامود كيه نايار، مقدمة إلى وسائل الإعلام الجديدة والثقافات الإلكترونية، ترجمة جلال الدين عز الدين علي، مؤسسة هندواي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2019، ص 49.

² شمس ضيات خلفاوي، الاعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 15، جوان 2015، ص 293

فقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكادت تكنولوجيا الواقع الخيالي أن تسقط الحاجز بين الواقعي والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع كائنات الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن فضاء المعلومات.

العامل الاقتصادي: والمتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسرار حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاضد أهميتها يوما بعد يوم، بقول آخر، إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية العولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

العامل السياسي: والمتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاحر بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه، جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا، وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.¹

المطلب الثالث: خصائص وأهمية الإعلام الجديد

ظهور الإعلام الجديد يعتبر بداية لتحرير الإنسان من سيطرة وسائل الإعلام التقليدية التي كانت تؤثر على فكره وعقله، مما يشمل حرية الوصول والتفاعل. من أهم خصائص الإعلام الجديد:

- تحديد المستفيد: تعني تحديد المعلومات المتبادلة ومعرفة المستفيد الحقيقي لها، مما يتيح للمستخدمين التحكم في كمية ونوعية المعلومات التي يتلقونها.

- التفاعلية: يتميز الإعلام الجديد بتبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، مما يؤدي إلى تفاعل أكبر واستخدام مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية والتحكم.

¹ محمد بلعيد، علاقة الإعلام الجديد بتعزيز الثقافة البيئية في الوسط المدرسي وتحقيق التنمية للمجتمع المحلي، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (05) العدد (02)، ديسمبر 2021، ص 16

-الكونية: تمكن الإعلام الجديد من تناقل المعلومات على مستوى عالمي، مما يسهم في تبادل الخبرات والتواصل العلمي والتقني.

-اللا جماهيرية: يمكن توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد أو جماعة محددة، بدلاً من الجماهير الضخمة كما كان في الماضي، مما يعزز التحكم في نظام الاتصال وتوجيه الرسالة مباشرة إلى المستهلك.

الشيوع والانتشار: يعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وداخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ولكن تتحول إلى ضرورة، كما حدث مع جهاز الفيديو والتلفاز عالي الوضوح والرقمي والتلفاز ذو الشاشة البلازمية والسينما المنزلية، فزيادة عدد الأجهزة المستخدمة تزيد قيمة النظام للأطراف المعنية، في رأي ألفن توفلر، ينبغي على الأثرياء توسيع النظام ليشمل الأقل ثراء، لدعمهم غير مباشرة.

يتميز الاعلام الحرية الواسعة تمكن المستخدمين من الوصول إلى مصادر المعلومات بسهولة وتزيد من قدرتهم على اختيار المناسب منها.¹

ظهور الإعلام الجديد يعني بداية تحرر الفرد من سيطرة الأجهزة الإعلامية التقليدية، مما يسمح له بالحصول على المعلومات مباشرة من مصادرها وبحرية استخدامها وتبادلها. خصائص الإعلام الجديد تشمل التفاعلية بين المرسل والمستقبل، والتناقل العالمي للمعلومات، بالإضافة إلى اللاجماهيرية التي تسمح بتوجيه الرسائل إلى أفراد محددين بدلاً من جماهير ضخمة.

يتميز الاعلام الجديد باللاتزامنية تعني إمكانية تبادل المعلومات دون الحاجة إلى تواجد الأطراف في نفس الوقت، مما يسمح بتخزين واستخدام المعلومات في الوقت المناسب، كما في أنظمة البريد الإلكتروني.

كذلك يتميز بقابلية التحرك تسمح ببث واستقبال المعلومات أثناء التنقل باستخدام مختلف الأجهزة مثل الهواتف والحواسيب النقالة.

¹ بن عب ووليد ، الاعلام الجديد : مفهومه و خصائصه : مدخل نظري عام ، مجلة الراصد العلمي ، جامعة وهران 01 أحمد بن بلة ،المجلد 07 ، العدد 01 ، 2020.

ويتميز بقابلية التحويل تتيح نقل المعلومات بين الأوعية المختلفة، مثل تحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات فلمية، والترجمة الآلية بين اللغات.

إضافة الى ذلك يتميز الاعلام الجديد قابلية التوصيل تتيح استخدام الأجهزة المصنعة من قبل شركات مختلفة بفضل معايير موحدة، مما يسهل تبادل المعلومات بين المستخدمين بغض النظر عن الشركة المصنعة.¹

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص تذكر منها:

1- التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والملتقى للأدوار وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية.

2- المشاركة والانتشار: يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشرا يرسل رسالة إلى الآخرين.

3- الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي أو المرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت والهاتف الجوال والشبكة الكفيلة بالاستفادة الشبكات اللاسلكية.

4- الكونية حيث أصبحت بيئة الاتصال عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

5- الانتباه والتركيز نظرا لان المتلقي في وسائل الإعلام الجديدة يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام التقليدي الذي يكون عادة سطحيا.

6- اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... الخ.

7- التخزين والحفظ حيث يسهل على الملتقى تخزين و حفظ الرسائل الاتصالية و استرجاعها ، كجزء من قدرات و خصائص الوسيلة ذاتها.

8- التزامنية: وتعني إرسال الرسائل و استقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ، ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.²

¹ المرجع نفسه، ص

²الهذبة مناجلية ، الاعلام الجديد ... الواقع و الخصائص ، جامعة عنابة ، دون سنة ، ص 458-459.

المبحث الثاني: وظائف الإعلام الجديد وتطبيقاته وعلاقته بالإعلام التقليدي

إن التنمية الثقافية مطلب لا بد منه للوجود القومي في هذا العصر لأسباب كثيرة لعل أهمها الحاجة الماسة لترشيد التنمية ذاتها بتعزيز بعدها الثقافي في مواجهة العولمة، وما يرافقها من مظاهر التبعية أو الخضوع الثقافي والذاتي، لأن البعد الثقافي للتنمية هو بصيرتها، وليست جانب من جوانبها، فالتنمية الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية لن تكون مجدية، ما لم تسترشد بالبعد الثقافي.

المطلب الأول: وظائف الإعلام الجديد

حدد (شرام) ولاسويل عدداً من الوظائف الرئيسة والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووحد ولير شرام هناك أربع عشرة وظيفة أو مهمة رئيسة وفرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي:

مراقبة الناس والتعلم منهم

توسيع أفاق التعرف على العالم

توسيع التركيز والاهتمام رفع معنوية الناس.

خلق الأجواء الملائمة للتنمية.

يساعد بصورة غير مباشرة على تغيير الاتحاد.

يغذي قنوات الاتصال بين الأشخاص.

تدعيم الحالة الاجتماعية توسيع نطاق الحوار السياسي.

تقوية المعايير الاجتماعية.

تنمية أشكال التدنوق الفني والأدبي.

يؤثر في الاتجاهات الضعيفة ويقويها.¹

يعمل مدرسا ويساعد في جميع أنواع التعليم

وقد ولد تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة ووظائف

للإعلام الجديد المعاصر منها:

-. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع

الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، وتجاوز قيود العزلة هذه

¹مدونة نسرین حسونة ، شبكة أمين الاعلامية 02/02/2024 ، blog.amin.org/ misreenhassouna

يتم بالاتصال بالآخرين من. خلال برامج الحاسوب أو الشبكات في إطار واقع وهمي أو افتراضي يرسم أطراف الاتصال، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض ولا تجمعهم سمات خاصة سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

- سهولة الاتصال بالمواقع الاخبارية وفورية الإعلام، حيث تتوفر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الاخبارية، وتنتشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم في لحظة وقوعها.

- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام اقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الانترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها،¹ مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع الرقمية التعبوية التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.

- نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائل الإعلام الجديد في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً ملموساً للاستفادة من شبكة الانترنت في تقديم الخدمة التعليمية للمستويات التعليمية المختلفة، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم من خلال الشبكات والتعليم الافتراضي والفصول الافتراضية. وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم.

¹مدونة نسرین حسونة ، شبكة أمين الاعلامية 02/02/2024 ، blog.amin.org/ misreenhassouna

- أصبحت وظيفة التسويق والاعلان تجد صدى كبيراً لدى المعلنين وخصوصاً بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة الجمهور المتلقين دليلاً إلى اتخاذ القرارات الشرائية بجانب أنها تحقق تمويلاً لهذه المواقع والشركات التي تقدم الخدمات المتعددة سواء كانت مجانية أو مدفوعة.¹

- مع انتشار برامج المسابقات والألعاب على مواقع شبكة الانترنت أو في البرامج الرقمية التي تعد لهذا الغرض وتناسب فئات مستويات عمرية عديدة، أسهم الإعلام الجديد في ذلك بتحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة، بجانب ما تقدمه المواقع الإعلامية من اذاعة للمواد الإعلامية التي تسهم في تحقيق هذه الوظيفة وحاجات جمهور المستخدمين منها.

- ويمكن استنباط العديد من الوظائف للإعلام الجديد وهي على النحو التالي:

- سرعة نقل المعلومة وعدم التأخر فيها مع وضوح ذكر مصدرها.

- وضوح المعلومة أو الخبر المراد نقله دون لبس، ولكن بنفس الوقت دون إطالة مملة فنحن الآن نحيا في عصر السرعة

- احترام مبدأ وجود الآخر في عصر أصبح الآخر موجودا فيه في كل مكان، وهذا يشمل التوقف عن أشكال الإعلام القديم المنحاز بشكل أعمى ممجدا الأشخاص والهيئات بطريقة منفرة جدا.

- إتاحة الفرصة للجمهور لإبداء الرأي فيما يعرف بالبحث المتبادل.²

المطلب الثاني: أهم تطبيقاته

عندما نتحدث عن وجود الواقع الافتراضي في بنية الإعلام، ينبغي علينا التفريق بين تطبيقات النظام، أي الوجود العملي، وتطبيقات المفهوم، أي استلهاهم فكرة الواقع الافتراضي. بالإضافة إلى ذلك، يجب أن ننظر إلى حالات أخرى مثل غرفة الأخبار الافتراضية، التي

¹مدونة نسرین حسونة ، شبكة أمين الاعلامية 02/02/2024 ، blog.amin.org/ misreenhassouna

²الهدية مناخية ، مرجع سابق، ص459.

تمثل مفهوماً يعتمد على الواقع الافتراضي في الإعلام الحديث، من خلال آلاف الأشكال التي نعيشها يومياً، يمكننا تتبع تطور استخدام الواقع الافتراضي في الإعلام، بدءاً من قصص الخيال العلمي التي تجسد أفكاراً تحول الواقع، ومسلسل الذي استندت قصته إلى مفهوم الواقع الافتراضي، وقد شهدت الأفلام والمسلسلات الخيالية استخداماً واسعاً لتقنيات الواقع الافتراضي، مما أدى إلى شهرة هذا النوع من الإعلام وجذب اهتمام الجمهور.¹

فالوجود العملي والتطبيقي للبيئة الافتراضية في الإعلام يظهر من خلال تطبيقات الواقع المعزز، حيث يمكن استخدامها في بناء نماذج مثل خرائط الطقس الافتراضية، على سبيل المثال، عند مشاهدتك مذيع النشرات الجوية وهو يستخدم الواقع المعزز لتوضيح حركة الرياح أو الأمطار، فإنه في الواقع يقف أمام شاشة زرقاء أو خضراء، بينما الخريطة الافتراضية التي تظهر خلفه تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر، بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام البيئات الافتراضية في الدراما التلفزيونية والسينمائية، وفي الإعلانات وبرامج الأطفال والرياضات المختلفة، حيث يتم إنشاء بيئات وهمية تظهر على الشاشة بشكل واقعي، سواء كان ذلك عن طريق تصويرها في استديوهات افتراضية أو إنشائها بواسطة فنانيين متخصصين في مجال المؤثرات الخاصة.

فتطبيقات الواقع الافتراضي في مجال التلفزيون تشمل حالياً استديو الواقع الافتراضي، الذي يوفر بيئة استوديو متكاملة مع ديكورات ومؤثرات افتراضية، بالإضافة إلى كاميرات ذكية تتفاعل مع الديكورات والموجودات الحقيقية بطريقة ذكية. أما استديو الراصد الافتراضي، فيختص برصد المباريات والأحداث الرياضية بشكل ذكي، باستخدام كاميرات ذكية تحسب أبعاد الملعب وتقوم برصد اللاعبين والحالات المختلفة مثل التسلل والأخطاء، ويتم ذلك في الاستوديوهات التلفزيونية بدون الحاجة إلى تطبيق مؤثرات خارجية.²

تم استخدام تكنولوجيا إعادة المباريات بالرسوم المتحركة في عدة مواقع رياضية على الإنترنت، مثل صفحات الرياضة في بي بي سي بلغات متعددة خلال بطولات كرة القدم مثل

¹عباس مصطفى صادق ، الاعلام الجديد -المفاهيم و الوسائل و التطبيقات -، دار الشروق ، دون سنة ، ص 155-156.

²عباس مصطفى صادق ، مرجع سابق ، ص 157.

كأس أوروبا عام 2004 وكأس العالم في ألمانيا عام 2006، حيث يمكن للمستخدمين مشاهدة إعادة المباريات والاستماع للتعليقات على الأحداث. يتيح هذا النظام مشاهدة إعادة التسديدات والأهداف وأبرز اللحظات خلال المباراة بشكل مفصل، بالإضافة إلى اختيار زوايا الكاميرا المفضلة أو رؤية الإعادة من منظور كل لاعب. كما يتيح النظام إضافة إعلانات في أماكن محددة خلال البث التلفزيوني، مما يمكنها من الظهور كجزء من البيئة الخارجية للملعب، مما يخلق تجربة تلفزيونية أكثر واقعية.

أحد أهم متطلبات استخدام الواقع الافتراضي في العمل التلفزيوني، وخاصة الإخباري، هو أن يكون ملتزمًا بالواقعية والمصادقية، يتطلب ذلك وجود فنان جرافيك ماهر قادر على إنشاء بيئة افتراضية تكون أقرب للحقيقة، بإشراف إدارة صحفية تضمن الصدق والموضوعية في العمل، كما يجب أن يتم التصوير في استديو مجهز بشاشة خضراء من الداخل بشكل متقن، بزوايا مثالية وإضاءة نقية. يتم ذلك باستخدام كاميرات مزودة بمجسات خاصة تتفاعل مع الحركات والعدسات، وتتحكم فيها برمجيات كمبيوتر متقدمة، حيث تجري حاليًا أبحاث في مجال تطوير تلفزيون الواقع الافتراضي، الذي يتيح للمشاهدين رؤية المشاهد بشكل ثلاثي الأبعاد من أي زاوية ممكنة بوضوح عالي، مما يجعل الأشكال والشخصيات التي تم إنشاؤها بواسطة الكمبيوتر سمة بارزة في الإعلام. فيما يخص غرفة الأخبار الافتراضية، فقد كانت أساسية في تغطية حرب عاصفة الصحراء، حيث أنشأت مجموعة من الصحف ومحطات التلفزيون صالات تحرير بدون حائط لتسهيل التواصل بين المراسلين والمحريين، وقد تم تطبيق هذه الفكرة بشكل أكثر تطورًا في شركات إعلانية كبيرة تعتمد على مكاتب افتراضية لأداء أعمالهم عبر الإنترنت.¹

المطلب الثالث: العلاقة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي

مع تدفق التقنيات الاتصالية الجديدة فإن المفاهيم الإعلامية، ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة، وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الانترنت والتي أصبحت من خلال معايير جديدة للاتصال معلومة هي

¹عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 158.

الأخرى، يقول "برودي" بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الرقمي استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت، ومن بين المساحات الدالة على الصراع والمنافسة نذكر منها:¹

مصدرية المادة الإعلامية: فوسائط الإعلام الجديد قد أتاحت فرصا لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات، أو في سرعة نقلها أو في استخدامها، وقد انعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات.

مصادقية المادة الإعلامية: حيث يثير تدفق هذه المادة عبر أجهزة الكترونية مباشرة ومترابطة، قضية مصدر هذه المادة الحقيقي والأولي ومدى مصداقيته، ومدى التحوير والتعديل والتشويه والقص والنسخ الذي حدث ويحدث لهذه المادة الخبرية أو الإعلامية بفعل تعاقب الأطراف الناقلة لها. كذلك فإن هذه التكنولوجيات وبما وفرته من تسهيلات الوصول إلى مصادر المعلومات أخذت تبعد أكثر فأكثر الإعلامي عن الميدان، ولم يعد في بعض الأحيان المراسل أول من يكون في موقع الحدث ليصف الوقائع ويسأل الفاعلين والشهود، إنما يكتفي بالاعتماد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا.

وبدأت نسبة تنقل الصحفيين إلى موقع الحدث تتراجع فقد أصبح بإمكانهم تلقي البلاغات الصحفية والتصريحات بواسطة البريد الإلكتروني بل إن بعضهم يقوم بإعداد الاستجابات والمقابلات الإعلامية بهذه الوسيلة كما مكنت الانترنت كل فرد من أن يصبح منتجا وينا للمعلومة، وبذلك فقدت المهنة خصوصياتها وأسرارها العملية.

موضوعية المادة الإعلامية: ومدى تأثير تنوع وزيادة المصادر المتاحة على توفير مناخ إبداعي وإنتاجي للرسالة أكثر موضوعية، يتيح مساحة أكبر أمام وجهات النظر المختلفة فالقائمون على إعداد الرسالة الإعلامية في الوسائل التقليدية لم يعودوا يلتقون إلا نادرا، فقد اختفت في بعض المؤسسات الأقسام ومعها أسر التحرير، وغابت مقارعة الأفكار وتلاقحها بين الصحفيين ورئيس التحرير، ومسئول البرنامج، كما غابت النقاشات حول التوجه

¹ محمد علاوة، الاعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، والعوامل، التي تميزه عن الاعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد الأول والثاني، 2017، ص 182-183.

الإعلامي ، وأكثر من ذلك فإن اجتماعات هيئات التحرير أصبحت نادرة مما أدى إلى تركيز الصلاحيات في بعض الأحيان في أيدي قلة مسيرة.

مظاهر التكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي: والتي تتجلى أكثر في الآتي:
أ-تكنولوجيا الإعلام الجديد لم تلغ وسائل الاتصال القديمة، ولكن طورتها وساهمت بشكل كبير في جعلها أكثر انتشارا وتنوعا في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي.

فعلى مستوى العمل داخل الصحيفة فإن دخول الحاسوب ونظام النشر المكتبي إلى الصحيفة اليومية حمل كثيرا من التغيير في سير العمل داخل غرف التحرير والإنتاج والتصميم والإخراج، ويمكن تلخيص أهمها في:¹

- الاعتماد على الحاسوب كوسيلة نشر إلكترونية أثر في طريقة تلقي الأخبار اليومية من وكالات الأنباء التي تشترك معها الصحيفة فالجريدة التي تستخدم الحاسوب تستقبل تقارير وكالات الأنباء عن طريق وسيط أنباء وهو نظام لمعالجة الأخبار الواردة من الوكالات يقوم بعملية استقبال الأخبار ثم يوزعها أوتوماتيكيا على المحررين ، فالمحرر يملك خيار الاطلاع على جميع الأخبار الواردة إلى الصحيفة دون تحديد موضوعي أو جغرافي ، ويملك أيضا تلقي خيار الاطلاع على الأخبار التي تهمة فقط مع تحديد جغرافي إذا شاء فالمحرر الذي يهتم بالأخبار العلمية أو المسؤول عن صفحة العلوم يملك خيار استقبال الأخبار والتحقيقات التي لها علاقة بموضوع صفحته فقط وبذلك فهو غير معني بالأخبار السياسية التي تبثها وكالات الأنباء للصحيفة التي يعمل فيها.

- الاعتماد على الحاسوب كوسيلة إلكترونية أثر في طريقة تصميم الصحيفة وإخراجها فتصميم الصفحات وإخراجها يتم بشكل آلي وعلى الشاشة مباشرة وليس يدويا كما هو الحال مع الصحف التي تتبع الأسلوب التقليدي في إنتاج الصحيفة.

العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد:²

1- هناك منافسة شديدة بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد.

¹محمد علاوة ، مرجع سبق ذكره، ص 183.

²محمد علاوة، مرجع سبق ذكره، ص 184.

2- هناك أرقام مؤكدة حول انحسار عدد المتابعين لوسائل الإعلام التقليدي وازدياد مستخدمي الإعلام الجديد في المجال الصحفي.

3- بعض وسائل الإعلام التقليدي أخذت تعيد تكوين نفسها وتعيد بناء ذاتها، لتندمج في الإعلام الجديد وتكون جزءا منه.

كما يرى آخرون أن العلاقة بينهما تتجلى فيما يلي:¹

- في ظل هذه الهيمنة الإعلامية للإعلام السائد تبرز قدرة المواطن العربي على مقاومة الإعلام السائد عبر التعرض لمصادر المعلومات التي تتسق مع قيمه ومواقفه واتجاهاته ، والابتعاد عن الإعلام الذي يصطدم مع تلك القيم والمواقف والاتجاهات، ويقد ناشطو الإعلام الجديد المعلومات اللازمة للحراك الاجتماعي والسياسي مثل تفاصيل اللقاءات والاعتصامات والتظاهرات وعناوين الشخصيات والجهات المستهدفة بالاحتجاج، مشكلين بذلك شبكات تضامنية بين المهتمين بقضايا الجمهور، وهكذا فإن الإعلام الجديد يتجاوز مجرد تقديم المعلومات إلى التحفيز والحشد والإثارة.

- ان الإعلام الجديد يمثل في رأينا جرس إنذار لوسائل الإعلام التقليدية من جرائد ومجلات وقنوات تلفزيونية التي يشعر الناس بالإحباط تجاهها والشك في مصداقيتها والانزعاج من صعوبة الوصول إليها أو التأثير فيها، وعدم المشاركة في صياغة رسائلها الإعلامية، وهو ما يجب أن يدفع المؤسسات العربية إلى التخلص من الأخطاء الفادحة التي وقعت فيها عبر العقود، كما يحتاج الإعلاميون كواقفة صادقة وجهود جبارة لتصحيح أخطائهم وزيادة مصداقيتهم وتطوير ارتباطهم بالشارع وفتح أبوابهم للآراء الأخرى.

- ويرى البعض انه رغم المشكلات العديدة التي يئن تحت وطأتها الإعلام التقليدي إلا أن الإعلام الجديد يعاني أيضا مجموعة من المشكلات الأخرى قد لا تجعله الحل الأمثل، وقد تجعله أكثر خطرا على المنظومة الثقافية للأمة العربية، حيث يعاني الشارع العربي مشكلات جمة في التفكير تجعل آراءه أقرب إلى السطحية والتعميم ومرتبطة أكثر بالشائعات

¹محمد علاوة، مرجع سبق ذكره، ص 185.

والشعارات الإيديولوجية التي تلاقي هواه، حتى لو لم يقف المنطق إلى جانبها ويؤيدها التاريخ والعلم.¹

¹ محمد علاء، قوة مرجع سبق ذكره، ص 186.

خلاصة الفصل:

لم يعد يخفى على أحد الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام في المجتمعات، بما تمثله من ضرورة حياتية، وقوة لها نفوذها وأبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، إذ تقوم بدور أساسي في نقل وتداول المعلومات بين الشعوب، وتكوين الآراء والاتجاهات نحو مختلف الموضوعات وقضايا الساعة، ومن هنا تتجلى أهمية وسائل الإعلام في المساهمة في التنمية الشاملة عموماً و التنمية الثقافية للمجتمعات خاصة، حيث أن الدول التي استثمرت في الإعلام ووسائله، وهيأت له البيئة الملائمة من حرية وسلاسة في الوصول للمعلومات، هي ذاتها التي حققت تنمية ثقافية رائدة عادت عليها بالتطور والرقى، الشيء الذي يجعل المجتمعات التي لازلت بعيدة عن ركب التطور، خاصة الدول التي تمتلك من موارد ووسائل إعلام متطورة، أن تعمل على تهيئة الظروف السياسية والتشريعية والثقافية من أجل أن تكون وسائل إعلامها منافسة وحامية لها من كل غزو ثقافي وافد من جهة، ومنقحة لها من كل عائق داخلي أو خارجي قد يقف في مسار تقدمها وريقيها من جهة أخرى.

الفصل الثالث: المستوى الثقافي

تمهيد

المبحث الأول: تنمية المستوى الثقافي

المطلب الأول: مفهوم الوعي الثقافي

المطلب الثاني: المفاهيم ذات صلة بالوعي الثقافي

المبحث الثاني: تنمية المستوى الثقافي عبر الإعلام الجديد

المطلب الأول: دور وسائط الاعلام الجديد في التثقيف

المطلب الثاني: الثقافة عبر وسائط الاعلام الجديد

تمهيد:

إن التنمية الثقافية مطلب لا بد منه للوجود القومي في هذا العصر لأسباب كثيرة لعل أهمها الحاجة الماسة لترشيد التنمية ذاتها بتعزيز بعدها الثقافي في مواجهة العولمة، وما يرافقها من مظاهر التبعية أو الخضوع الثقافي والذاتي، لأن البعد الثقافي للتنمية هو بصيرتها وليست جانب من جوانبها، فالتنمية الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية لن تكون مجدية، ما لم تسترشد بالبعد الثقافي.

المبحث الأول: تنمية المستوى الثقافي

الوعي الثقافي هو نتاج المعرفة اللازمة لفهم القيم والسلوك ومهارات اللغة والعادات المرتبطة ببيئة الإنسان في مجتمع، والوعي عبارة عن ردود أفعال الإنسان تجاه الوسط الذي يعيش فيه كما يشير إلى نوعية الأفكار والعواطف التي تكونها عن أشياء العالم الخارجي.

المطلب الأول: مفهوم الوعي الثقافي

إن كلمتي "واعي"، "وعي" مصطلحان جامعان يغطيان تشكيلة واسعة من الظواهر العقلية. تستخدم كلتاها بمعانٍ شتى، والوصف "واعي" يغطي نطاقاً غير متجانس من الموصوفات لكونه ينطبق على كائنات بأكملها؛ ووعي الكائن، وعلى حالات وعمليات عقلية بعينها؛ ووعي الحالة.¹

إن الأفراد المتميزون غالباً ما يكون لديهم وعي ذاتي بما يفكرون فيه، وتكون القناعة عندهم قوية وثقتهم بأنفسهم عالية، إذ ما تولد لديهم الاعتقاد بأن جميع المشكلات يمكن تجاوزها والتغلب عليها ومجابتها والتدرج الواعي في تحليلهم للمواقف وتحديدها والعمل على مراقبة الذات بشكل مستمر والانتباه الانبي لجميع التصرفات وتسجيل ملاحظات ردود أفعال الآخرين عنها بينما قد لا يتولد هذا الوعي بالذات أو الشعور لدى الأشخاص الأقل وعياً وتمائزاً موازنة مع الأشخاص الأكثر وعياً.²

يُعرّف بأنه "هو القدرة على فهم القيم الشخصية والمجتمعية، والمعتقدات، والتصورات من الناس، وكذلك من الثقافات الأخرى، ليصبح الفرد على بينة من القيم الثقافية التي تشكل وتحدد الأشخاص كأفراد".

ويعرف كل من العاجز وعساف والطويل الوعي الثقافي بأنه "مدى إدراك الفرد ووعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي ومبادئه الأصيلة مع حمايتها من الشوائب لتبقى خالية من أي تأثيرات خارجية".

¹ أحمد عمر و شريف، الوعي ، موسوعة ستانفورد للفلسفة، 2018، ص 48.

² عبد الرحمان بن منيف الخالدي ، الوعي الذاتي و علاقته بالتوافق النفسي لدى طلاب و طالبات المرحلة الثانوية ، المملكة العربية السعودية ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2014 ، ص 8 .

أما عن تعريف تنمية الوعي الثقافي في هذه الدراسة ، فيعرفه الطالب إجرائياً بأنه كل ما يقوم به أعضاء هيئة التدريس بكلية التربية بجامعة الحدود الشمالية بدور مقصود أو غير مقصود في تنمية وإكساب طلبة الكلية القدرة على فهم وإدراك وتبني الأفكار، والقيم، والمفاهيم، والمعتقدات والعادات الثقافية السائدة في المجتمع السعودي وتوعيتهم بها ليكونوا أكثر إدراكنا ووعينا، بحيث تصبح لديهم بنية ثقافية تؤثر في قيمهم الشخصية، وأنماط سلوكهم وتوجهها إلى ممارسات عملية، وذلك في بعض السلوكيات الثقافية المعاصرة، والتراث الثقافي السعودي والعربي والهوية الوطنية والعربية والإسلامية، وتقبل الاختلاف مع الآخرين وطبيعة النظام القائم في البلاد وعلاقة الداخلية وارتباطاته الخارجية والإمام والاستيعاب لأهم القضايا والتحديات السياسية والثقافية على المستوى الوطني والقومي، والتعصب الفكري.¹

يشير مصطلح الوعي الثقافي إلى المعرفة اللازمة لفهم القيم والسلوك ومهارات اللغة والعادات المرتبطة ببيئة الإنسان في مجتمع، والوعي عبارة عن ردود أفعال الإنسان تجاه الوسط الذي يعيش فيه كما يشير إلى نوعية الأفكار والعواطف التي تكونها عن أشياء العالم الخارجي".

وعرف أبو زيد الوعي الثقافي بأنه "الفهم السليم والمعرفة العلمية للمضامين الثقافية، وتوجيه الطاقات لتحقيق بناء الفرد من الداخل، بالنسبة لمصلحته ومكانته في المجتمع".

ويُعرفه عطية بأنه "المهارة النقدية والتحليلية للمضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد والجماعة من المصادر التربوية والإعلامية، فتشكل معتقداتهم وتصوراتهم ومفاهيمهم وقيمهم التي تؤثر في تكوين سلوكهم وعاداتهم وتقاليدهم وأنماط حياتهم.² لقد زادت أهمية تنمية الوعي الثقافي لطلبة الجامعة بعد التقدم التقني الذي أحدثته الثورة العلمية التكنولوجية، وانعكاساتها على منظومة التربية فلسفتها وسياستها،

¹ حميد بن كويمي حران الرويلي ، محمد بن عبد الله اليحي ، دور أعضاء هيئة التدريس في تنمية الوعي الثقافي ، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية و النفسية ، العدد الثامن ، الجزء الأول ، 2017 ، ص 144.

² حميد بن كويمي حران الرويلي ، محمد بن عبد الله اليحي ، مرجع سبق ذكره ، ص 140.

ومؤسساتها ومناهجها- بما تفرضه من إشكاليات تدور حول توطين التكنولوجيا في المجتمع بأسلوب النقل الحالي من التكنولوجيا والنقل المعاكس للتكنولوجيا. فقد أدى تطور أساليب الاتصال التكنولوجية إلى تقارب واندماج مختلف أجزاء العالم، وسيطرة بعض عناصر الثقافة العالمية واندثار بعض عناصر الثقافات المحلية أو صراعات بين الثقافات، وما من قضايا الخصوصية الثقافية والأمن المجتمعي وما صاحبها من مشكلات يواجهها الشباب وتلقى بظلالها على ثقافته والتي تعتبر نتاجاً طبيعياً للأحوال السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي ثقافة حافلة بالمتناقضات أمثال نمو النزعة الاستهلاكية، وذيوع الفراغ الثقافي بين الشباب وفقدان الشعور بالولاء والانتماء، وتدني مسؤولياتهم الاجتماعية.¹

المطلب الثاني: المفاهيم ذات صلة بالوعي الثقافي

الوعي الاجتماعي: ويعرف الوعي الاجتماعي في دائرة المعارف البريطانية بأنه هو الفهم وسلامة الإدراك، ويقصد بالإدراك هنا معرفة الإنسان لنفسه، والمجتمع الذي يعيش فيه.

إضافة إلى ذلك الوعي الاجتماعي هو وعي أفراد المجتمع بشكل عام بمختلف قضايا المجتمع التي ترتبط بحياتهم وواقعهم وتحدد ملامح مستقبلهم، وللوعي الاجتماعي أنواع وهي الوعي الثقافي والديني والاقتصادي والسياسي والقانوني والأخلاقي والوعي الصحي.²

الانفتاح الثقافي

هو عبارة عن منهجية ثقافية، قوامها البحث عن المعرفة من كل الثقافات الإنسانية، دون العمل على إلغاء بعض الثقافات وإقصائها من الخريطة الثقافية، وإنما هو تواصل من الثقافات الإنسانية بغية التعرف على الجديد الذي تطرحه، والأفاق التي ترسمها، انطلاقاً

¹ حميد بن كويمي حران الرويلي ، محمد بن عبد الله البيحي، مرجع سبق ذكره، ص 141.

² سعود بن سهل القوس، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ع 10، الجزء الأول، 2018، ص 7.

من خلفيتها العقديّة والفكرية، وعن طريق هذا التواصل والانفتاح الثقافيّين، يتمكّن المثقّف من امتلاك الرؤية المستقبلية، لأنّه يعتمد في تكوينه وتعاطيه.¹

الثقافيّ على الانفتاح والتواصل الثقافيّين مع العناية والاهتمام الجديّ بالفكر الاستراتيجيّ. وعلى المستوى العمليّ لا نجد أن مثقفاً أو مفكراً استطاع أن يمتلك رؤية مستقبلية، دون تواصله مع الثقافات العالمية، وإنما دائماً التواصل الواعيّ مع الإنتاج الثقافيّ العالميّ يوفر للمثقف أدوات معرفية ومفهومية جديدة، تزيد من آفاقه الذهنية والفكرية، وتعمق من طموحاته الثقافية، مما يؤديّ الى وصول المثقف الى مرحلة النضج الثقافيّ والفكريّ. وحينذاك يبدأ المثقف معرفة قضايا المستقبل ضمن إطار ورؤية علمية ومعرفية. ولا نقصد بالانفتاح هنا التواصل العشوائيّ مع الثقافات الإنسانية الأخرى، وإنما المقصود الانفتاح مع وجود الناظم الفكريّ والمنهجيّ، مما يسهل على المثقف في المجال العربيّ والإسلاميّ، عملية الهضم والاستيعاب لتلك الثقافة. وغياب هذا الناظم المنهجيّ، يعني دخول المثقف في متاهات المنظومات الثقافية المغايرة، دون الخروج منها بحصيلة ثقافية ومعرفية تتناغم والظروف الذاتية والموضوعية للمحيط العربيّ والإسلاميّ. ولذلك نستطيع القول إن توافر الرؤية المستقبلية في حياة المثقف العربيّ الإسلاميّ أصبحت من الضروريات القصوى التي تؤهل المثقف لممارسة دوره، والقيام بمسؤولياته المجتمعية والفكرية على أكمل وجه.²

التنوع الثقافيّ: يعد مفهوم التنوع الثقافيّ من أهمّ المفاهيم المركبة والمبنية على كلمتي التنوع والثقافة. أما التنوع والثقافة، كون التنوع هو سمة كونية شائعة في كل زمان في كل بقعة من بقاع الأرض؛ ذلك أنه سنة من سنن الخالق في كونه.³

¹ حنان مراد ، أثر الانفتاح الثقافيّ على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائريّ ، -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة ، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، دون سنة ، ص 540.

² حنان مراد، مرجع سبق ذكره، ص 540-541.

³ خديجة محمد كمال سعد الشاذلي، التنوع الثقافيّ و اليات تعزيزه بالتعليم الجامعيّ في العالم المعاصر، جامعة بني سويف، مجلة كلية التربية، العدد يناير، الجزء الثاني، 2020، ص 328.

أقرأها عز وجل في كتابه حين قال في سورة الحجرات: « يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ » الآية 13.

المبحث الثاني: تنمية المستوى الثقافي عبر الإعلام الجديد

تقنية وسائط الاعلام الجديدة المعاصرة والجديدة تعالج الان العديد من القضايا المهمة والجديدة مثل بناء المجتمعات السياسية في الفضاء الالكتروني، الانترنت كأداة للمشاركة السياسية.

المطلب الأول: دور وسائط الاعلام الجديد في التثقيف

1- في المجال السياسي: تسعى وسائل الإعلام الرقمية الى تفعيل المشاركة السياسية، فأغلب الأفراد ينضمون لمناقشة القضايا السياسية عبر وسائل الإعلام الرقمية، وذلك نتيجة لارتفاع نسبة استخدام للصفحات والمواقع السياسية، وقد ظهر ذلك من خلال مشاركة الأفراد سياسياً عبر وسائل الإعلام الرقمية ومن أبرزها إرسال الفيديوهات السياسية عبر الفيس بوك واليوتيوب.

ف نجد أن المواقع جاءت في الترتيب الأول من حيث نسبة الاستخدام وهي نتيجة منطقية، ومن أهم القضايا والموضوعات السياسية التي تم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمية واهتم بها غالبية الأفراد قضايا الإخوان والقبض على الخلايا الإرهابية وذلك نظراً للظروف السياسية التي تمر بها البلاد وأبرزها الحرب على الإرهاب.¹

حيث تساهم وسائل الإعلام في تشجيع على المشاركة السياسية بتوسيع دائرة الحوار السياسي والمساعدة في تحديد المطالب السياسية، ويتطلب ذلك حزمة معايير وشروط مهنية منها ما يلي:²

الدقة والحياد: تعني تفادي الأخطاء بأنواعها والتأكد من صحة الآراء، وتجنب الميل الذاتي.

¹ علا القوي عامر ، دور وسائل الاعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي، سيناء جامعة، الاعلام تكنولوجيا بكلية و التلفزيون الإذاعة قسم مدرس ، دون سنة ، ص 559.

² قاسم حجاج، غرداية: أزمة ممتدة في عهدة بوتفليقة، مجلة المركز العربي الأبحاث ودراسة السياسات الدوحة، أغسطس 2015، ص 13

التوازن هو نقل المعلومات ووجهات النظر دون أحكام ويتساو، مع الحرص على المصلحة العامة.

الموضوعية: هي نقيض الذاتية، أي نقل الأحداث بأقصى درجات الأمانة. فالتثقيف السياسي هو عملية تستهدف تعليم الأفراد والجماعات مبادئ وأسس السياسة؛ بغرض تحقيق ثقافة سياسية مرجوة، كما ويتعرض الفرد لهذا التثقيف منذ الصغر ويتبعه في مراحل نموه لرفع الوعي وتوجيه السلوك، وليتكيف الأحداث والوقائع المعاصرة والجارية دون إهمال لعنصر التاريخ، والذي يشكل أساساً متيناً له، كما هو الحال في العلوم الاجتماعية، وفيه يتم تدريس الفرد بشتى طرق التدريس كالمحاضرات والندوات والصحف والنشرات والمناقشة والتفسير وتحليل الأحداث، والكتب، بشرط أن تكون الأخيرة غير متعمقة في الجانب السياسي، بل تطرح أفكارها بأسلوب بسيط، بما يجعلها أقرب إلى الكتيبات أو الرسائل الخفيفة.¹

حيث شهدت الجزائر تنظيم عدة مواعيد انتخابية محلية تشريعية رئاسية حيث تابعت وسائل الإعلام الحدث، كما تناولت قضايا تخص الديمقراطية التشاركية، الفساد السياسي، قضايا التعايش الظاهرة الانتخابية، ونستعرضها فيما يلي:²

أ- التلفزيون الجزائري: تحتوي الشبكات البرمجية لقنوات التلفزيون الجزائري على برامج سياسية قارة مثل حصة في دائرة الضوء حوار الساعة، وأخرى خاصة بالمواعيد الانتخابية للتحسيس بالمشاركة الانتخابية.

ب- الإذاعة الجزائرية تتضمن شبكاتها برامج إخبارية بالقناة الأولى، ومنتهى السياسة ونقاش بالإذاعة الدولية، وبرنامج بالقناة الثالثة، وقد أحصت الإذاعة الجزائرية في تقريرها 20 ألف ساعة برامج ذات مضامين سياسية وتوعية للانتخابات المحلية.

ج- الصحافة المكتوبة تسعى إلى تشكيل المدركات السياسية وفسح المجال لمختلف الاتجاهات للتعبير وكتابة الافتتاحيات والأعمدة الصحفية، ونذكر عمود نقطة نظام

¹ محمد خليفة صديق ، فاعلية وسائط الاعلام في التثقيف السياسي للناخبين ، كلية الاقتصاد و العلوم السياسية جامعة افريقيا العالمية ، الخرطوم -السودان ، دون سنة ، ص 93.

² احسينة بوشيوخ ، بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وأثرها على الالتزام بالمعايير المهنية و الأخلاقية ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 09، جامعة أم البواقي، 2018، ص 282.

بجريدة الخبر، ومواقف وغيرها، إضافة الى تنظيم منتديات بجرائد الشعب المجاهد الحوار الوطن وغيرهم.

د- الفضائيات الخاصة: خصصت برامج المرافقة الشأن السياسي وعرض رأي الجمهور والمنتخبين، ومن أمثلة ذلك: برنامج الشعب يريد هنا الجزائر بقناة الشروق، وصريح جدا وقضية نقاش بقناة النهار، وحصّة قراءات بقناة دزير نيوز، وتتميز باستضافة المعارضة السياسية التي قد لا تظهر في الإعلام العمومي.

هـ - الإعلام الجديد: تشمل مواقع إخبارية إلكترونية مثل سبق برسوكل شيء عن الجزائر، تقدم عبر منصاتها حصص مع السياسيين تبث مباشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

رغم ذلك سجلت الجزائر ظاهرة العزوف الانتخابي وارتفاع معدل الأوراق الملغاة، ولا تعنى نقص وعي وإنما موقف من العملية الانتخابية والإحباط لأسباب متعددة، فالاغتراب السياسي هو الشعور بالعجز إزاء المشاركة وعدم القدرة عن التأثير في القرار السياسي.

وتعاني الشبكات البرمجية من تشابه الحصص التلفزيونية في القطاع الخاص، وبدل تخصيص فقرة " ترندينغ " صارت جل مواضيعها من فايسبوك.¹

كما يعرف الوعي السياسي بأنه (مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها).²

التثقيف السياسي يجب أن يلتزم بالنظر للقيم كأمر مسلم به، فالثقافة السياسية هي نتيجة مباشرة للقيم المجتمعية وهي إرث متداول من جيل إلى جيل، كل منهما يضيف عليها أنفاسه ويضع بصماته مع بقاء الأصل.³

¹ الحسينة بوشايخ، مرجع سابق، ص 283.

² وديع العززي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، -دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، دون سنة، ص 06.

³ محمد خليفة صديق، مرجع سبق ذكره، ص 93-94.

برغم الدور الكبير لوسائل الإعلام في التنقيف السياسي يظل دور المؤسسات الدينية والتعليمية والأسرة هو الأكثر أهمية خاصة في المجتمعات التقليدية مثل مجتمعاتنا العربية، فالتنشئة الأولى للطفل في نطاق الأسرة تلعب دوراً مهماً في غرس قيم وأحاسيس نفسية وأخلاقية، تلعب فيما بعد دوراً مقدراً في تحديد سلوكه السياسي، بل يمكن القول إن نتيجة التنشئة السياسية في آخر المطاف تعتمد على مدى التوافق بين ما يتلقاه الطفل في المنزل وبين ما يراه أو يسمعه بواسطة وسائل التنشئة الأخرى.

من أوائل من استشعر أهمية الإعلام عموماً والصحافة خصوصاً في التنقيف السياسي نابليون بونابرت حيث قال قولته المشهورة في تكريم صحيفة مونتييور الفرنسية: "لقد جعلت من مونتييور قلب حكومتي وقوتها وكذلك وسيطي لدى الرأي العام في الداخل والخارج معا.

رغم الاستخدام الواسع جداً والمتشابك للإعلام الجديد من قبل مستخدميهم المتنوعين، فإنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين بشأن طبيعة تأثيراته السياسية، حيث تذهب طائفة من الباحثين إلى القول إن الإعلام الجديد لا يستطيع إحداث تغيير سياسي سواء في الحكومات أم أنظمة الحكم، وهم يشككون في فاعلية الإعلام الاجتماعي بوصفه وسيلة فعالة للتغيير السياسي، لأنه لا يخلق أكثر من روابط ضعيفة بين المستخدمين؛ والروابط الضعيفة نادراً ما تقود إلى نشاط عالي المخاطر؛ فضلاً عن أن التاريخ الحديث يُظهر أن الثورات العالمية الكبرى كانت سابقة للإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، وفي أواخر ثمانينيات القرن العشرين نجح التغيير السياسي في أوروبا الشرقية رغم غياب الإعلام الاجتماعي؛ وحديثاً جداً أيضاً نجح التغيير السياسي في اليمن رغم انخفاض درجة انتشار الإنترنت.¹

ولكن مع أن هذا الرأي لا يخلو من وجهة فإن الإعلام الاجتماعي يظل مهماً بسبب حجم وسرعة التواصل الذي يسمح به بين الجماعات المختلفة، مما يجعله أداة فعالة للتعبئة والتنسيق بين الناشطين، فضلاً عن قدرته على تمكين الأفراد والجماعات

¹ محمد خليفة صديق، مرجع سبق ذكره، ص 98-99.

من تشكيل شبكات اجتماعية منظمة بشأن قضايا معينة، ومن التواصل عبر المنصات الاجتماعية المختلفة.¹

ومنه يمكن القول ان تقنية وسائط الاعلام الجديدة المعاصرة والجديدة تعالج الان العديد من القضايا المهمة والجديدة مثل بناء المجتمعات السياسية في الفضاء الالكتروني، الانترنت كأداة للمشاركة السياسية.

2- في المجال الاجتماعي: تؤدي وسائل الإعلام الجديد بشتى أنواعها دورًا كبيرًا في تشكيل الوعي المجتمعي لدى قطاع كبير من الأفراد من جهة، والمجتمعات من جهة ثانية، سواء أكانت الرسالة سلبية أم إيجابية، فالإعلام سلاح ذو حدين، إما أن يسهم في تعزيز وترسيخ القيم والعادات السليمة، وإما أن يكون معول هدم لها، ومن هذا المنطلق يقع على عاتق القائمين على هذه الآلة في عالمنا العربي والإسلامي دور كبير في انتقاء ما يعرض في شتى وسائل الإعلام من إذاعة أو تلفاز أو غيرها.²

ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا رئيسًا في بناء الوعي، وصارت ركنًا أساسيًا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات بالنسبة لكثير من الأشخاص في العالم، فهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الإيجابي الفعال.³

يعمل الإعلام على تزويد الإنسان في مجتمعه بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية التي تشكل الوعي الاجتماعي، التي تحرك السيرورة التفاعلية مؤثرة ومتأثرة، وفي ذات

¹ محمد خليفة صديق، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² خالد بن عبد العزيز ال ثاني ، دور وسائل الاعلام في بناء الوعي الاجتماعي ، مدونات ، الجزيرة نت ، 30-09-2023 ، متاحة على الرابط،

<https://www.aljazeera.net/blogs/2023/9/30/%D8%AF%D9%88%D8%B1-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B9%D9%8A>

تم الاطلاع يوم 07-05-2024 ، على الساعة 12:08.

³ خالد بن عبد العزيز ال ثاني ، مرجع سبق ذكره، ص66.

السياق، يلفت عبد الباسط عبد المعطي الانتباه إلى أهمية الدور الذي يقوم به الإعلام في نقل المعلومات لكافة الناس في جميع بقاع المجتمع، وتزويدهم بالمستجدات الضرورية للحياة الاجتماعية العصرية، أيا كانت طبيعة تلك المعلومات لأن لها دور في تشكيل الوعي الاجتماعي وتناميه، والذي زاد من سرعة وقوة تأثير الإعلام التطور الرهيب للوسائل التكنولوجية حيث أن التحولات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلي المشاعر الإنسانية، ويتحدد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام، وبالتالي يعد الإعلام بوسائله المختلفة آلية المجتمع في تشكيل الوعي الاجتماعي؛ وفي المقابل يتزايد دور وسائل الإعلام وطأة في تنمية الوعي الاجتماعي للأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم التي تؤثر على تكييف علاقاتهم.¹

توافقاً لما سبق، يبرز عالم الاجتماع رايت ميلز خطورة وسائل الإعلام الجماهيرية وكيفية تأثيرها في صياغة، وتشكيل أفكار الأفراد (جوهر الوعي الاجتماعي) والتأثير في آرائهم، وتكوين وعيهم، إذ قال إن جانباً ضئيلاً فقط مما تعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم قد توصلنا إليه بأنفسنا، والجانب الأكبر عن طريقه الإعلام والاتصال الجماهيري بمعنى أن الخبرات الشخصية والرصيد المعرفي الذاتي جزء ضئيل مقارنة بالتي نقلها الإعلام لأنه يعمل على تلخيص تلك الخبرات زمنياً وكمياً وبالتالي فإن وسائل الإعلام تحدث تراكماً معرفياً يصبح ذخيرة الفرد في المجتمع لفهم ما يحدث حوله من تفاعلات وعلاقات ومواقف والقضايا الاجتماعية خاصة وعمامة وإحدى تلك القضايا هي الإرهاب، هذه الظاهرة التي تأتي على الأنفس والأموال والمؤسسات، ولا تستثنى شيئاً ولا أحداً، وبالتالي التعامل معها يتطلب وعياً اجتماعياً متميزاً، يحمل من الخبرة والأفكار النيرة لذوي القرار أو عامة المواطنين لتمكينهم من السيطرة عليه وتقويض قوته ونشاطه.²

3- في المجال الصحي والبيئي: إن التنقيف الصحي له دورا هاما في رفع مستوى الصحة العامة لدى الأفراد، ونظرا لأهميته فقد اعتبره العلماء والأطباء بأنه الوسيلة

¹مليلة عرعور، سامية حميدي، دور الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حياى محاربة الإرهاب، جامعة بسكرة الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية، دون سنة، ص 71.

²مليلة عرعور، سامية حميدي، مرجع سبق ذكره، ص 72.

الفعالة والرئيسية التي تساهم في توعية المجتمع من جهة وتحسين مستوى صحة المجتمع من جهة أخرى.

ويعرف التنقيف الصحي بأنه " عملية تعليم تزويد الأفراد أو المجتمع بالخبرات اللازمة بهدف التأثير في معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم فيما يتعلق بأمور الصحة تأثيراً إيجابياً نحو الأفضل".¹

ويشتمل التنقيف الصحي على ما يلي:²

اعلام الناس عن الصحة والمرض إضافة إلى تعريفهم بطرق حماية صحتهم. مساعدة الناس على تعلم المهارات الضرورية لتبني ممارسات ونظم حياة صحية وكيفية المحافظة عليها وتغيير بعض السلوكات المضرّة بالصحة عن اقتناع بمدى خطورتها.

كون أن الهدف من التنقيف الصحي هو تحقيق السعادة والرفاهية للمجتمع عن طريق بث الحس الصحي في نفوس الناس وتحفيزهم للنهوض بمحض إرادتهم للعمل على تحسين أحوالهم الاقتصادية والصحية والاجتماعية وترسيخ الشعور بالمسؤولية وتقويم سلوكيات الأفراد ورغباتهم وتوجيههم نحو الافضل وتطوير آفاق تفكيرهم وفرض شخصياتهم واحترامهم لتحقيق السلامة الصحية والعقلية والنفسية والاجتماعية للوصول إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تندرج فيما يلي:³

-توجيه المعلومة الصحية المستهدفة أو الصادقة لحماية المجتمع والأفراد من الأمراض والمشاكل الصحية.

تعديل الأنماط السلوكية غير الصحيحة

القضاء على العادات السيئة

الوصول إلى قاعدة الفرد السليم يؤدي الى مجتمع سليم

التذكير باستمرار في كل موسم بالعادات والسلوك الصحي والمخاطر الموسمية مثل امراض الصيف والشتاء.

¹ طه عبد العاطي نجم، الاعلام و المجتمع ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2013 ، ص 45.

² طه عبد العاطي نجم، مرجع سبق ذكره، ص 46.

³ بسام عبد الرحمان المشاقبة، الاعلام الصحي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 82.

من هنا يبرز دور وأهمية وسائل الاعلام من خلال اللغة البسيطة والشرح البسيط والمتعمق في ذات الوقت في جعل افراد المجتمع بمختلف شرائحهم العمرية ومستوياتهم التعليمية، يفهمون المعلومات الصحية، فيستخدمونها جيدا ما يجعلهم يرتقون صحيا وبالتالي أكثر وعيا.¹

فوسائل الاعلام متعددة ومتنوعة ولكل وسيلة اعلامية خصائص ومميزات تتفرد بها عن الأخرى، كما أن لكل وسيلة اعلامية خصائص هامة تكون أكثر تأثير إذا ما استعملت بطريقة صحيحة.²

برز مفهوم الاعلام الصحي بدأ من العقد التاسع من القرن الماضي، وقد جاء مفهوم الاعلام الصحي ليعكس مجموعة متداخلة من النشاطات والفعاليات المنظمة والمخططة التي تتضمن مزيجا متوازنا من العمليات الاعلامية والتعليمية والاتصالية بهدف خلق تغيير في اتجاهات وممارسات الجمهور المستهدف. وعلى العموم يتمثل دور الاعلام الصحي في:³

توفير المعلومات المتعلقة بالمجال الصحي لأفراد المجتمع، وبالتالي رفع المستوى المعرفي لديهم.

توجيه آرائهم وتغيير مفاهيمهم الخاطئة حول الممارسات الصحية.

رفع مستوى وعي الأفراد في المجال الصحي وهذا عن طريق التعريف بالأمراض الصحية وكيفية الوقاية منها او علاجها.

تفعيل دور الأفراد في المجتمع فيما يتعلق بكيفيات التعامل مع الامراض الصحية.

ويرى الباحث محمد الحفناوي أن هذا الاعلام الصحي يمكنه أن يقوم بالحفاظ على صحة الانسان لإحداث التنمية الصحية المبتغاة وبالتالي التنمية الشاملة التي هي

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، 83-84.

² طه عبد العاطي نجم، مرجع سبق ذكره، ص52.

³ ظافر بن سعد ، عبد الله الشهري ، دور الاتصال و الاعلام في تشجيع المدمنين على التقدم طوعا للعلاج ، دراسة ميدانية على المدمنين المتقدمين طوعا للعلاج في مستشفى الامل بمدينة الرياض ، مذكرة ماجستير في العلوم الشرطية ، جامعة نايف العربية الأمنية ، 2004 ، ص 112.

هدف المجتمع عن طريق نشر الوعي الصحي وذلك عن طريق ايجاد الوعي المساعدة على اكتساب المعرفة والاتجاهات (وكذا التأكيد على تنمية الوعي الصحي) من خلال مساعدة الافراد على اعتناق وتبني أنماط جديدة من السلوك الصحي السليم، وتهيئة الفرصة لكل فرد ليكتسب المعارف والمعلومات والقيم والاتجاهات الصحية السليمة للحفاظ على صحته بالإضافة إلى التأكيد على ضرورة التعاون والتنسيق بين الافراد والجماعات والوزارات والهيئات والمؤسسات المعنية بالصحة وكذا تنمية الاهتمام بمدى الترابط الموجود بين الصحة وبين مكونات كل جوانب الحياة المختلفة".¹

وتتبع أهمية هذه الشبكات في خصائصها وما تمتلكه من مميزات، ما جعلها تتنافس الوسائل الاعلامية التقليدية وبسبب هذه الخصائص وأخرى تحضا شبكات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها " الفايسبوك" بأهمية بالغة في الوقت الراهن من طرف أغلب أفراد المجتمع خصوصا الشباب منهم، فقد أصبحت الى جانب كونها فضاء لتبادل الآراء والافكار والحوار والنقاش تقوم بصناعة قيم جديدة أو تأييد قيم موجودة وتدعيمها، كما اصبحت تساهم في تشكيل قضايا الراي العام وفي توعية المجتمعات من الأمراض الصحية والنفسية الاجتماعية المختلفة.²

ولعل هذا الواقع الذي فرضته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أثر في المنظومة المجتمعية وفي شتى مجالات الحياة المختلفة، وغير طبيعة العلاقة التي كانت تربط الأفراد فيما بينهم، كما أحدث تحولات كثيرة فقد أدى إلى توجه جزء كبير من جمهور وسائل الإعلام الجماهيرية التقليدية إلى الانترنت وما تتيحه من خدمات وتطبيقات ومواقع للتواصل الاجتماعي. وقد أصبح هذا الجمهور يلجأ الى هذه المواقع للترفيه وللتزود بالأخبار والمعلومات وحتى من أجل التثقيف والتوعية حول المواضيع التي تهتمه في شتى المجالات الحياتية، والتي تعتبر الصحة أحد أبرز القضايا التي يهتم بالاستعلام

¹ الحنفاوي محمد، الصحافة والتوعية الصحية، ط 1، دار العلم والايمان للنشر و التوزيع، 2014، ص 163.

² نايلي سماح، دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي تبسة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة الاعلام والاتصال، الجزائر، 2016، ص 42.

حولها عبر هذه الفضاءات الجديدة، بدليل كثرة الصفحات التي تتناول مواضيع خاصة بالصحة وكذا ارتفاع عدد مشتركها.¹

وتسعى المؤسسات القائمة على التوعية الصحية سواء كانت حكومية أو خاصة في شتى بلدان العالم إلى استخدام شبكة الانترنت وما توفره من خدمات وتطبيقات من أجل تحقيق ذلك، وهذا بعد تأكد هذه المؤسسات من التأثيرات الهامة التي أصبحت تمارسها هذه الأخيرة، بحيث تسهم في حالة الإعداد الجيد لاستراتيجية الاتصال إلى إحداث تغييرات سلوكية ملحوظة.²

المطلب الثاني: الثقافة عبر وسائط الاعلام الجديد

1- مفهوم الثقافة

يعد مصطلح الثقافة من المصطلحات الحديثة نسبياً كتعريف، رغم أن معناه قد عُرف منذ زمن بعيد، ورغم أن الحديث عن الثقافة لا يتوقف إلا أنها مازالت مفهوماً خلافياً بين الكثيرين، إذ تعددت مفاهيم الثقافة واختلفت وجهات نظر أصحاب التعريفات وتخصصاتهم العلمية، فالثقافة مفهوم يتميز بأنه ذو طبيعة تراكمية ومستمرة، فهي ليست وليدة عقد أو عقود، بل ميراث اجتماعي لكافة إنجازات البشرية، لذلك، فإن من الصعوبة محاولة تعريف هذا المفهوم تعريفاً دقيقاً لاختلاف الباحثين والمفكرين حوله، إذ لم يتوصلوا إلى اتفاق محدد وتعريف دقيق بشأنه.³

- يُعرف "دونالد" الثقافة بأنها مجموعة من المفاهيم الثقافية المشتركة بين أفراد مجموع معينة إضافة إلى القيم والمعتقدات التي تشكل مفاهيم تلك المجموعات العرقية، أو القومية وتوجه سلوكهم.

ويُعرف نبيل الثقافة "بأنها نسق اجتماعي من القيم، والمعارف، والعادات، وهي أيديولوجية ترى بها العالم ونرى بها الآخر، أو أن الثقافة هي ممثل في الهوية وفي

¹نايلي سماح، مرجع سبق ذكره، ص 47.

²الزهرة بيك، وسائل الاعلام و دورها في نشر الوعي و التنقيف الصحي، مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الاتصالية، المجلد الأول، العدد الأول، 2019، ص 61.

³حميد بن كويمي حران الرويلي، محمد بن عبد الله اليحي مرجع سبق ذكره، ص 141.

الحمية القومية، أو أن الثقافة هي تواصل عن طريق الخبرة، أو نقل الخبرات، أو بوصفها دافعا للإبداع والابتكار، أو أنها حصاد من الإبداع والشعر والموسيقى أو كل هذه الأشياء.

أما المعنى الأنثروبولوجي للثقافة فتعني كل ما صنعته وأنتجته يد وعقل الإنسان من أمور معنوية ومادية من خلال تفاعله مع الوسط الذي يعيش فيه، أو هي مجموعة الأفكار، والقيم والمعتقدات، وكل ما توارثه الإنسان نتيجة عيشه في مجتمع معين¹. حيث برز من خلال هذا التعريف الصفة التألفية للثقافة لتصبح ظاهرة مركبة تتكون من عناصر بعضها فكري وبعضها سلوكي واستمد الباحثون تعريفاتهم للثقافة من ثلاثة معايير أهمها: التغييرات الثقافية العلاقات الاجتماعية أنماط وأساليب الحياة حيث يظهر الفرق بشكل أساسي بين تقدم أي شعب من الشعوب وتطور الثقافة المجتمعية وقدرتها على التفاعل والتطور الذي يلحق بفروع الحياة المختلفة ويعني بها أسلوب مع الحياة بتفرعاتها المختلفة.²

لم يتفق العلماء على تعريف واحد أو توافقي للثقافة فقد عرفها غرامشي بأنها ذلك المخزون الحي في الذاكرة كمركب كلي ونمو تراكمي ومكون من محصلة العلوم والمعارف والأفكار والمعتقدات والفنون والآداب والأخلاق والقوانين والأعراف والتقاليد والمدرجات الذهنية والحسية والمورثات التاريخية والبيئية التي تصوغ فكر الإنسان وتمنحه الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تصوغ سلوكه العلمي في الحياة³.

¹ حميد بن كويمي حران الرويلي ، محمد بن عبد الله اليحي، مرجع سبق ذكره، ص 142.

² صليحة محمدي ،سامي بخوش ، الثقافة الرقمية دراسة تحليلية في المفهوم ، مخبر الامن في منطقة المتوسط ، جامعة باتنة 1 ، الجزائر ، 2021 ، ص 02.

³ صغيرعباس وفريدة رياح، رضوان، ص راع القيم بين الثقافة المحلية و الثقافة الافتراضية في ظل الفضاء السيبراني ، مجلة البدر ، المجلد 10 ، العدد 11 ، 2018 ، ص 1424.

في حين عرفها تايلور سنة 1871" بقوله: "الثقافة أو الحضارة بمعناها الإثنوغرافي هي مجمل التركيبية التي تحتوي على المعارف والعقائد والفن والأخلاق والقانون والتقاليد وكل القدرات التي يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في مجتمع ما.¹

وهناك من يعرف الثقافة بأنها مجموع ما يتعلم وينقل من قيم واتجاهات ومعتقدات وأفكار ترتبط بمجتمع ما، من خلال تفاعل الفرد مع أسرته والبيئة المحيطة بيه.

وتعرف أيضا بأنها المخزون المعرفي ومستودع قيم المجتمع وأعرافه وأحكامه ومفاهيمه السائدة التي يتأثر بها أفراد المجتمع بمختلف فئاتهم المتعلم والامي، والكهل والطفل والمرأة والرجل، بدرجات متفاوتة وفق استيعاب كل منهم.²

وعرف مالينوفسكي الثقافة بأنها تشمل المهارات الموروثة الأشياء، والأساليب، أو العمليات الفنية والأفكار والعادات والقيم وكلمة العادات التي أشار إليها مالينوفسكي تخرج بالتعريف من حيز الوسط البيولوجي إلى مجال الدراسات الاجتماعية.

ومن العلماء من نظر إلى الثقافة باعتبارها نتاج العقل الإنساني عن تفكير وعلم وفن وآداب وتكنولوجيا. فقد استخدم "ماكيفر وبيج" المصطلح للإشارة إلى كل ما صنعه أي شعب من الشعوب، أو أوجده بنفسه من مصنوعات بدوية ومجربات ونظم اجتماعية سائدة.³

فهي المجتمع وما يحتويه من نظم وعادات وتقاليد وتاريخ ولغة ودين وسلوك وتقييم... الخ، يتلقاها الفرد باستمرار في حياته من خلال عملية التنشئة الاجتماعية.

ومنه نستنتج من خلال مجمل التعريفات السابقة للثقافة، أن التعريفات اتفقت حول أهم المكونات والعوامل التي تُكوّن الثقافة، وهذه العوامل هي اللغة -العلاقات الاجتماعية- الديانة- القيم- العادات والتقاليد، وأن تلك العوامل تظهر ويمكن لمسها من

¹ عفوفو عبد السلام ، المفاهيم العامة للثقافة و انعكاسها و اجتياح الفنون و الثقافة التركية للثقافة العربية ، مركز البصيرة للبحوث و الاستشارات و الخدمات التعليمية ، دراسات إسلامية ، العدد 02، ص 127.

² محمود أبو عامر ، امال محمود ، مستوى الثقافة الرقمية لدى عينة من الإباء و الأمهات في محافظات قطاع الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية و النفسية ، غزة ، العدد 06 ، ، ص 196.

³ خالد خواني ، مفاهيم الثقافة و المصطلحات المرتبطة بها ، مجلة القارئ للدراسات الأدبية و النقدية و اللغوية ، المجلد 04 ، العدد 03، 2021 ، ص 82.

خلال السلوك أو التصرفات التي يسلكها الإنسان خلال احتكاكه، وتعامله مع المجتمع، ويختلف كل مجتمع عن غيره حسب اختلاف الثقافة.

2-أنواعها

الثقافة المادية: تشير الثقافة المادية إلى الأشياء المادية والموارد والأماكن التي يستخدمها الناس لتحديد ثقافتهم، وهي تعني حرفياً كل العناصر الجسدية والمادية المشكلة لثقافة مجتمع معين كالطعام والشراب والأدوات والآلات والمباني من منازل ومدارس وكنائس ومساجد بأنساقها المعمارية، والنباتات والملابس والأواني والطرق والحلي، والسلع والمنتجات والمتاجر وغيرها الكثير. أي أن كل الأشياء من صنع الإنسان والتي تطورت على مر العصور من أجل الإنسان وتحقيق رفاهيته وراحته هي ثقافة مادية.¹

الثقافية الغير مادية: تنتمي الثقافة غير المادية إلى الأفكار غير المادية التي يمتلكها الناس حول ثقافتهم، وهي المجردة والسلوكيات الرمزية واللغة المعتمدة في مجتمع معين، والتي تُعتبر ذات قيمة بالنسبة لأفراد هذا المجتمع، وتشمل المعتقدات والقيم والقواعد والأعراف والأخلاق واللغات والأدوار الاجتماعية والأخلاق والموسيقى والأدب والموسيقى والأدب والعادات والتقاليد والمنظمات والمؤسسات وللثقافة غير المادية تأثير كبير على حياتنا مثل تأثير الثقافة المادية.²

3-الثقافة الرقمية: تعد الثقافة الرقمية مطلباً مهماً من متطلبات العصر الرقمي لدى الابناء، وتعني القدرة على استخدام التكنولوجيا، وأدوات الاتصالات الرقمية؛ للتواصل بفاعلية عبر الشبكة العنكبوتية، وتقييم واستخدام وإنشاء المعلومات.

¹سامر سليمان ، أنواع الثقافة ، مجلة سيدتي ، 26 يناير 2022 ، الثقافة منظومة اجتماعية ، متاحة على الرابط <https://www.sayidaty.net/node/1343671/%D8%A8%D9%84%D8%B3/%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D9%86%D8%A7/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9>

تم الاطلاع يوم 05-05-2024 ، على الساعة 18:46.

²سامر سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 71.

كما يقصد بها القدرة على التعامل مع التقنيات الحديثة بدقة وتوظيفها من أجل التعلم مدى الحياة، وضمان الارتقاء بالعملية التعليمية ومواكبة العصر الرقمي. والثقافة الرقمية كذلك- القدرة على استخدام التطبيقات الرقمية ؛ لإنجاز الأعمال الشخصية والوظيفية.¹

وفي هذا الصدد تعرف أنها " عملية ميكنة جميع مهام وأنشطة المؤسسات الإدارية بالاعتماد على جميع تقنيات المعلومات الضرورية، للوصول إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الورق وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين والانجاز السريع والتدقيق للمهام والمعاملات لتكون كل إدارة جاهزة لربطها بالحكومة الالكترونية.² تعرف كذلك أنها عملية عصرية تقوم من خلالها الإدارة بتوظيف منظومة الكترونية متكاملة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات لتحسين العمليات الإدارية المختلفة داخل المنظمة عبر تحويلها من العمل اليدوي إلى أعمال تدار بواسطة التقنيات الرقمية مما يوفر من الجهد والإنفاق وتحقيق القصى من المعلومات المتاحة.³ وتعرفها الجمعية الدولية لتكنولوجيا التعليم بأنها منظومة متفاعلة من الاستراتيجيات المعارف المهارات والمعايير القواعد والضوابط الأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل والقيم للتقنيات الرقمية واستثمارها بطريقة ذكية وأمنة من خلال التحكم في الوصول إلى المحتوى الرقمي وإنتاجه من خلال عمليات الإتاحة المعادلة والمتوجه نحو منافع التقنيات الحديثة والحماية من أخطار وتعزيز المعرفة والممارسات المثلى.⁴

¹ محمود هلال عبد الباسط عبد القادر، الثقافة الرقمية للأبناء بين الرفاهية والحتمية في العصر الرقمي " رؤية تربوية "، كلية التربية، جامعة سوهاج، 2021، ص 05.

² عبيد فتحي السماك، اسراء غانم، توظيف الثقافة الرقمية في إدارة الوقت عند مديري المدارس الثانوية من وجهة نظر المشرفين التربويين، المؤتمر العلمي الدولي الأول، العلوم الإنسانية والصرفة، رؤية نحو التربية والتعليم المعاصرة، نقابة الأكاديميين العراقيين، العراق، مركز استراتيجي أكاديمي، جامعة دهوك، 2019، ص 639.

³ لولي حسبية، الثقافة لرقمية في وسط الشباب، مجلة اللوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، 2017، ص 67.

⁴ زينب فاطمة ، فضاءات المطالعة العمومية و دورها في تفعيل و نشر ثقافة المعلومات و الثقافة الرقمي ة ، المجلة العربية للارشيف و التوثيق و المعلومات ، المجلد 23 ، العدد 46 ، 2019 ، ص 420.

أ- **الثقافة في عصر الرقمنة:** حيث تمنح الثقافة الرقمية الإمكانيات للفرد والمجتمع المدني للاستحواد على الثقافة فتحريها وهذا يعني تعزيز المفهوم الأنثروبولوجي للثقافة وتجسيده غير تغلغل المنتج التعافي في مختلف الأوساط والتراوح الإجتماعية. تسمح الثقافة الرقمية بالتمفصل بين الثقافات المختلفة العالمية والوطنية والمحلية السياسية والإيديولوجية والثقافية والمحلية من جهة وتعمل من جهة أخرى على إنتاج ثقافة تتجه لفك ارتباطها بالمكان فهي ثقافة اللا مكان أو الثقافة التي نشارك فيها الجميع من كل الأمكنة حسب قدراتهم وإمكانياتهم ومرادهم الثقافي.

- تساعد الثقافة الرقمية على تنمية احساس الفرد بالإيجابية من خلال المشاركة والتفاعل والإبداع وفي إنتاج الأفكار والتصورات التي يقدمها النص الرقمي والانتقال من مفهوم الإحساس بالفردية إلى الجماعية.

تعزز الثقافة الرقمية من فعالية البنية الثقافية والتعليمية وتحفز الجهات المعنية بذلك، مدارس، جامعات منظمات المجتمع المدني، مؤسسات... الخ. لكي تسهم في تأمين تنمية الثقافة الرقمية أي العمل على الحساب الخبرات والمهارات وإعطاء فرص ومجالات تعليمية مناسبة.¹

ب- **الثقافة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال:** يعرف الباحث رولي تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها: " جمع وتخزين ومعالجة وبت باستخدام المعلومات ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية أو البرامج ولكن إلى أهمية دور الإنسان وغاياته التي يربوها من تطبيق واستخدام تلك التكنولوجيات والقيم والمبادئ التي يلجأ إليها لتحقيق خبراته.

تشير تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى الوسائل المستعملة لإنتاج معالجة تخزين استرجاع، وإرسال المعلومة، سواء كانت في شكل كلامي (صوتي) أو كتابي أو صورة. ومن خلال هذه التعاريف يتبين أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي " مجموع التقنيات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو

¹ سنوسي حياة، مرجع سبق ذكره، ص 311.

المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها.¹

ولتحقيق أقصى استفادة مما تقدم شبكة الانترنت يجب أن يكون هناك نظام قوي ومعالج سريع للمعلومات وتوفر مودم بسرعة عالية ومن المميزات التي تقدمها شبكة الانترنت ما يلي:

تكبير المعلومات مباشرة إلى الحاسوب بحيث تسد الاحتياجات الخاصة للمنظمة.
توفير الوقت وتقليل استخدام الورق.

خلاصة الفصل:

لقد زادت أهمية تنمية الوعي الثقافي لطلبة الجامعة بعد التقدم التقني الذي أحدثته الثورة العلمية التكنولوجية، لذلك أضحت مطلب لا بد منه للوجود القومي في هذا العصر لأسباب كثيرة لعل أهمها الحاجة الماسة لترشيد التنمية ذاتها بتعزيز بعدها الثقافي في مواجهة العولمة، وما يرافقها من مظاهر التبعية أو الخضوع الثقافي والذاتي، لأن البعد الثقافي للتنمية هو بصيرتها، وليست جانب من جوانبها، فالتنمية الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية لن تكون مجدية، ما لم تسترشد بالبعد الثقافي، بما تفرضه من إشكاليات تدور حول توطين التكنولوجيا في المجتمع بأسلوب النقل الحالي من التكنولوجيا والنقل المعاكس للتكنولوجيا .

¹ علي فلاق، حكيم بوجطو، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقافة التنظيمية للمؤسسة، العدد الثالث، د. س، ص 292.

الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة

تمهيد

الإجراءات المنهجية للدراسة.

وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.

اختبار الفرضيات ومناقشتها.

تمهيد:

من خلال ما تقدم سابقا تبين لنا أهمية موضوع دور وسائط الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، من خلال دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، فبعد ما تطرقنا في الجانب المنهجي من بحثنا هذا إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بموضوع البحث وذلك حسب ما توفر لنا من مادة علمية. فقد قمنا بتطبيق هذه الدراسة المسحية على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، أما في الجانب الميداني من الدراسة فقد تم الاعتماد فيه على أسلوب المسح، وهذا من خلال تصميم الاستبيان كونه يمكننا من جمع المعلومات المراد التوصل إليها، وأيضا يعطي لنا إجابة على الإشكالية المطروحة، حيث سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى:

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

المبحث الثاني: وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية، حيث سنقوم بتبيان حدود الدراسة، كما اننا سنقوم بشرح كيفية إعداد وبناء أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان، وهذا بتبيان مجتمع وعينة الدراسة وتبيان الاداة المستخدمة لجمع البيانات والاساليب المستعملة في معالجة البيانات التي تم جمعها.

المطلب الأول: الأساليب المتبعة في معالجة الدراسة.

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية، حيث سنقوم بتبيان حدود الدراسة ومتغيراتها.

الفرع الأول: حدود الدراسة

تم انجاز هذا البحث ضمن الحدود والأبعاد التالية:

الحدود المكانية:

شملت الدراسة التطبيقية طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي، حيث تم اختيارهم كمحل للدراسة الحالية في محاولة لدراسة درجة الارتباط بين دور وسائط الاعلام في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي.

الحدود الزمانية:

امتدت الدراسة المنجزة من شهر ديسمبر 2023 الى غاية شهر مارس 2024.

الحدود العلمية:

يتمثل البعد النظري للدراسة في الجوانب الفكرية والمعرفية لكل من وسائط الاعلام الجديد والمستوى الثقافي، وبحيث بناء على مضمون مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها، واعتمادا على الدراسات السابقة والادبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، فقد تم تصميم نموذج فرضي يوضح العلاقة المنطقية بين متغيرات الدراسة تعبيراً عن الحلول المفترضة للإجابة على الأسئلة البحثية، ويبين الشكل رقم 01 أنموذج المستخدم في هذه الدراسة.

متغيرات الدراسة:

✓ المتغير المستقل: وهو المتغير الذي نريد قياس درجة ارتباطه على المتغير التابع بحيث يتمثل في وسائط الاعلام الجديدة؛

✓ المتغير التابع: وهو المتغير الذي نريد قياس مدى تأثره بالمتغير المستقل والتمثل في المستوى الثقافي.

الفرع الثاني: أداة الدراسة.

اقتصرت الدراسة على الاستبيان الذي يعتبر كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة ومعرفة ما مدى درجة الارتباط بين وسائط الاعلام الجديدة والمستوى الثقافي، قمنا بإجراء دراسة تطبيقية على مستوى جامعة الوادي، وقد استهدفت هذه الدراسة مجموعة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بالجامعة محل الدراسة، بحيث قمنا بصياغة استبيان والذي يتكون من جزأين:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الشخصية للمستجوبين والتي تتمثل في: الجنس،

السن، المستوى المعيشي، الطور الجامعي؛

الجزء الثاني: يضم متغيرات الدراسة.

يضم هذا العنصر مجمل المحاور التي شكلت أداة الدراسة الممثلة في الاستبيان وهي كالآتي:

المحور الأول: عادات وانماط استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد، ويتكون من (07 عبارات)؛

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛

المحور الرابع: تأثير استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي (06 عبارات).

حيث تم استخدام مقياس ليكارت الثلاثي لقياس درجة إجابات المستجوبين على عبارات الاستبيان حيث يعتبر هذا المقياس من أكثر المقاييس شيوعاً بحيث يطلب فيه من المبحوث أن يحدد درجة موافقته أو عدم موافقته على خيارات محددة وهذا المقياس مكون غالباً من خمسة خيارات متدرجة يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها وهي ثلاثة خيارات موضحة كما يلي:

الجدول رقم (01-): يوضح مقياس ليكارت الثلاثي.

معارض	محايد	غير موافق تماما	الاستجابة
3	2	1	الدرجة
3,40_2,61 موافقة منخفضة	2,60_1,81 موافقة متوسطة	1,80_1,00 موافقة عالية	مجال درجة الموافقة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: محمد خير سليم أبو زيد. (2010). التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برمجية SPSS. عمان الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع. صفحة 27.

الفرع الثالث: الأساليب المتبعة في معالجة بيانات الدراسة.

بعد قيامنا بجمع المعلومات من الاستبيانات الموزعة قمنا بتفريغها ومعالجتها من خلال البرنامج الإحصائي الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS طبعة 25، وقد تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية، لوصف بيانات العينة من حيث خصائصها؛
- المتوسطات الحسابية، لمعرفة درجة موافقة عمال البنك على كل محور من محاور الدراسة؛
- الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي؛
- اختبار الارتباط لدراسة قوة ومعنوية العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع؛
- اختبار ANOVA لدراسة الاختلافات بين المتغير التابع المتغيرات الشخصية؛
- اختبار T-Test الأحادي العينة لدرجات الإجابة على مساهمة وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاعلام بجامعة الوادي.

المطلب الثاني: صدق وثبات أداة الدراسة.

ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة "الاستبيان" تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ، وذلك لقياس مستوى الثبات والذي يعد أحد أهم الاختبارات الإحصائية لتحليل بيانات الاستبيان لإضفاء الشرعية عليها، حيث على ضوء نتائج هذا الاختبار يتم تعديل الاستبيان أو قبوله، ويستخدم هذا الاختبار لتحديد فيما إذا كانت أسئلة الاستبيان صحيحة على إثر أجوبة المستجوبين على الأسئلة وقياس الثبات الكلي والاتساق الداخلي لعباراته، وتكون أصغر قيمة مقبولة لكرونباخ ألفا هي 0.6 وكلما تزيد القيمة تكون أفضل، فكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان ولكل محور كما في الجدول الموالي :

المحور الأول: عادات وانماط استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد، ويتكون من (07 عبارات)؛

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛

المحور الرابع: تأثير استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي (06 عبارات).

الجدول رقم (02-): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

المحاور	الأبعاد	معامل ألفا كرونباخ
الأول	عادات وانماط استخدام وسائط الاعلام الجديد، (07 عبارات)؛	0,852
الثاني	الإشباعات المحققة من استخدام وسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛	0,897
الثالث	الإشباعات المحققة من استخدام لوسائط الاعلام الجديد (06 عبارات)؛	0,811
الرابع	تأثير استخدام وسائط الاعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي (06 عبارات).	0,802
جميع عبارات الاستبيان (25 عبارة).		0,927

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: بالنظر إلى النتائج المسجلة في الجدول أعلاه رقم (02-II) يتبين لنا أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور ومجالات الدراسة كانت مقبولة وهي تتراوح بين (0.802 و 0.897)، أما قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان فقد بلغت 0,927 وهي نسبة ثبات مقبولة مما يدل على أن عبارات الاستبيان تتسم بالتناسق الداخلي وبالموثوقية وهذا ما يجعلها صالحة للدراسة والتحليل واستخلاص النتائج.

المبحث الثاني: وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.

في هذا المبحث سنتطرق إلى الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية، ومحاولة تحليل وتفسير محاور الدراسة.

المطلب الأول: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية.

يتضمن هذا المطلب الوصف الاحصائي لعينة الدراسة، حيث نهدف من خلال الفرع الأول إلى التعرف على توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس، أما الفرع الثاني خصص لمعرفة السن الغالب على عينة الدراسة، الفرع الثالث نهدف من خلاله إلى معرفة

المستوى المعيشي لعينة الدراسة، بينما خصص الفرع الرابع لتحديد المستوى الجامعي لعينة الدراسة.

الفرع الأول: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

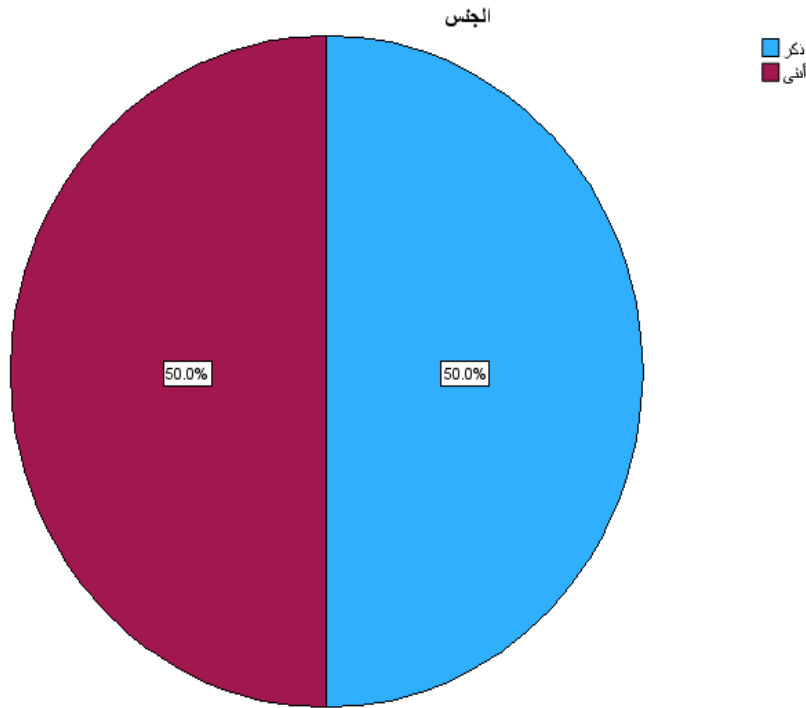
نهدف من خلال هذا الفرع إلى التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة إلى فئة الذكور والإناث كما هو موضح في الجدول والشكل ادناه.

الجدول (1): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
50%	52	ذكر
50%	59	أنثى
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور بلغت 50% في حين بلغت نسبة الإناث 50%.

أي أن عدد طلبة قسم الإعلام والاتصال متساو بين عدد الذكور والإناث.



الشكل (3): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الفرع الثاني: توزيع أفراد العينة حسب السن

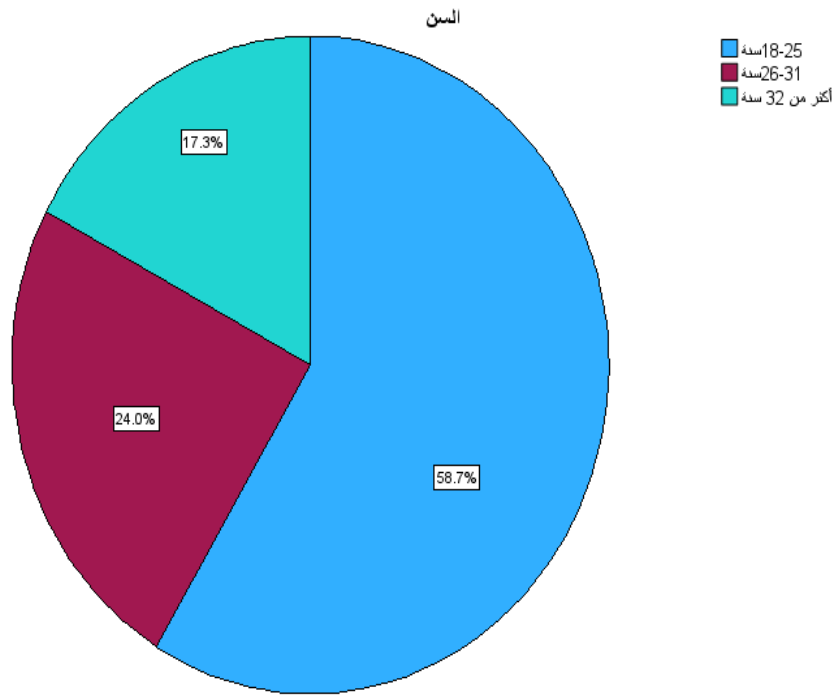
نهدف من خلال هذا الفرع إلى التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن كما هو موضح في الجدول والشكل ادناه.

الجدول (2): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
59%	61	من 18-25 سنة
24%	25	من 26-31 سنة
17%	18	أكثر من 32 سنة
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق توزيع المبحوثين حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن نسبة 59% من الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، ونسبة 24% من الفئة العمرية من 26 إلى 32 سنة، وبينما نسبة 17% من الفئة العمرية أكثر من 32 سنة. نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال من الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، أي من فئة الشباب الذين يستخدمون وسائط الإعلام الجديد بشكل أكثر.



الشكل (4): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

الفرع الثالث: توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي

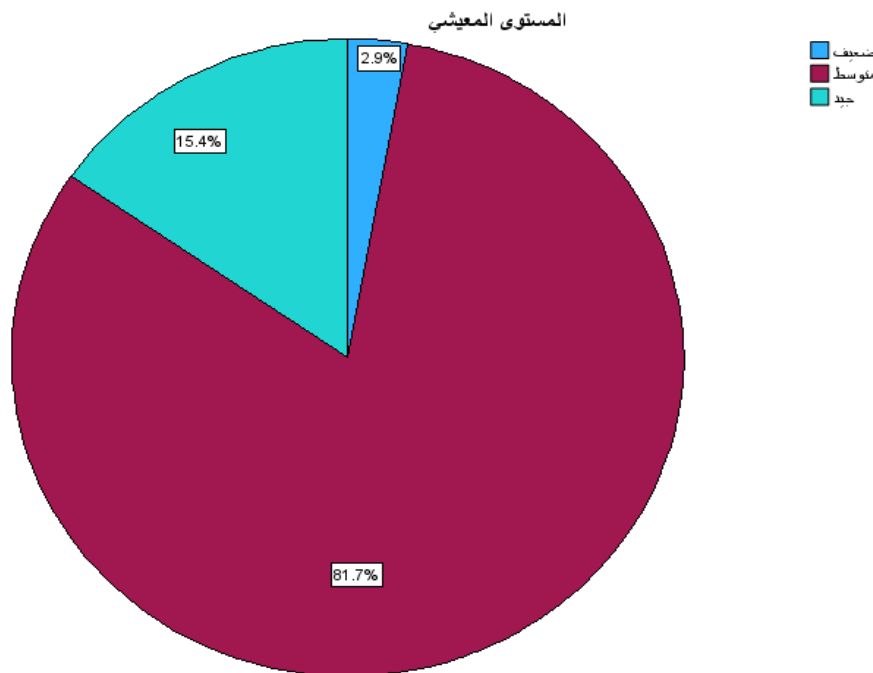
نهدف من خلال هذا الفرع إلى التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى المعيشي كما هو موضح في الجدول والشكل ادناه.

الجدول (3): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
3%	03	ضعيف
82%	85	متوسط

جيد	16	15%
المجموع	104	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق توزيع المبحوثين حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن نسبة 82% من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط، ونسبة 15% من أصحاب المستوى المعيشي الجيد، بينما نسبة 3% من أصحاب المستوى المعيشي الضعيف. نستنتج أن أغلب طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الوادي من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط.



الشكل (5): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

الفرع الرابع: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل الجامعي

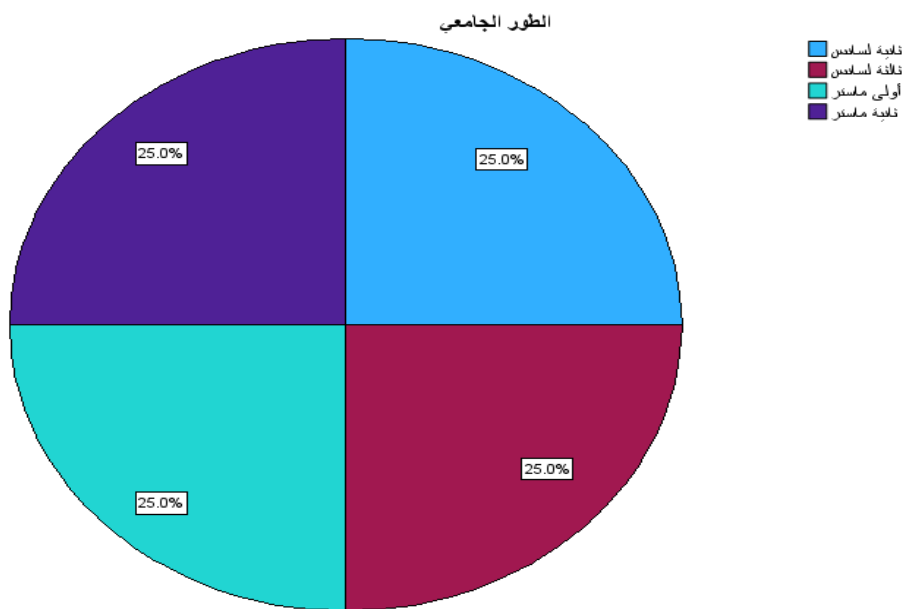
نهدف من خلال هذا الفرع إلى التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل الجامعي كما هو موضح في الجدول والشكل ادناه.

الجدول (4): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الطور الجامعي

النسبة المئوية	التكرار	الطور الجامعي
25%	26	ثانية ليسانس
25%	26	ثالثة ليسانس
25%	26	أولى ماستر
25%	26	ثانية ماستر
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الطور الجامعي، بحيث نلاحظ أن كل الأطوار من سنة ثانية وثالثة لسانس وأولى وثانية ماستر كانوا بنفس النسبة وهي 25%.

ومنه نرى أن الأطوار الجامعية بقسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي متساوية في عدد الطلبة في كل طور.



الشكل (6): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الطور الجامعي

المطلب الثاني: تحليل وتفسير محاور الدراسة

قبل عرض وتحليل النتائج المتعلقة بدور وسائط الاعلام في تنمية المستوى الثقافي، لابد من تحليل وتفسير محاور التي شكلت الدراسة. بحيث نهدف إلى معرفة اتجاهات اجابات افراد العينة ومتوسط الاجابات حول عبارات متغيرات الدراسة.

الفرع الأول: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الأول «عادات وانماط استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد».

يضم هذا العنصر متوسط إجابات أفراد العينة ودرجة الموافقة على عبارات المحور الأول كما هو موضح في الجدول الموالي:

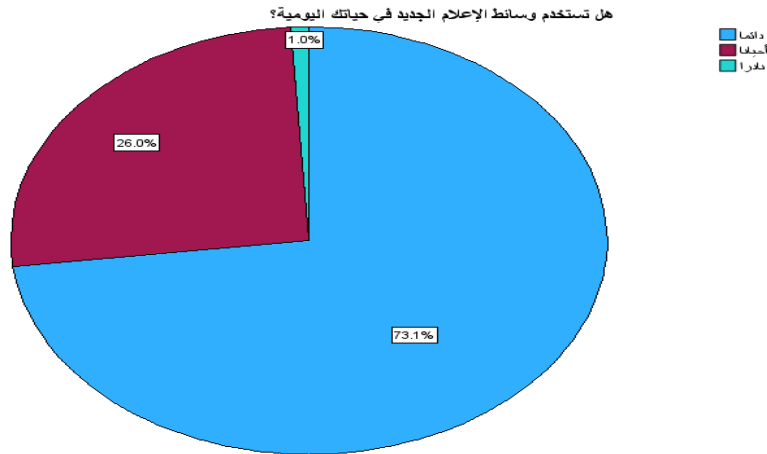
الجدول (5): يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية

النسبة	التكرار	مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد
73%	76	دائما
26%	27	أحيانا
01%	01	نادرا
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق مدى استخدام المبحوثين لوسائط الاعلام الجديد، حيث نلاحظ أن نسبة 73% ممن يستخدمونها دائما، ونسبة 01% ممن يستخدمونها نادرا.

ومنه نستنتج أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي يستخدمون وسائط الاعلام الجديد دائما، ويرجع ذلك إلى ما توفره من مميزات وخدمات تساعدهم في كل مجالات الحياة اليومية من دراسة وتواصل واطلاع على الأخبار والمستجدات التي يهتمون بها، وهذا ما جاءت به نتائج دراسة "العلي الوحيشي"، بأن وسائط الاعلام الجديد أحدث نقلة نوعية في مختلف ميادين المعرفة إلى جانب تعزيز الترابط بين الأفراد من ثقافات مختلفة وهو ما عجزت عن توفيره وسائل الاعلام التقليدي.



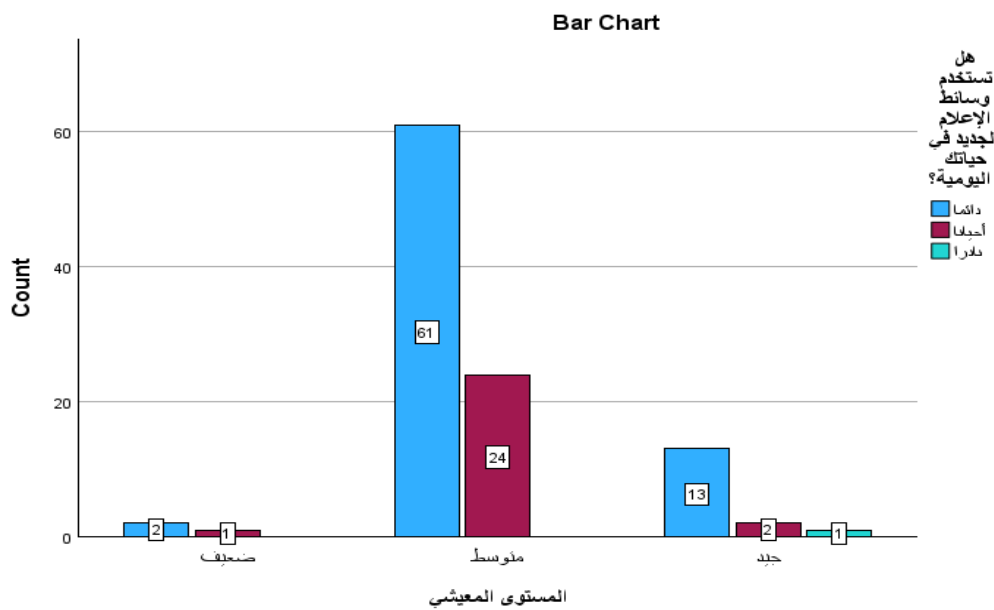
الشكل (7): يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية
 الجدول (6): يوضح مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد في الحياة اليومية حسب متغير المستوى المعيشي

مدى استخدام وسائط الإعلام الجديد								
المجموع		نادرا		أحيانا		دائما		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	03	%00	00	%33	01	%67	02	ضعيف
%100	85	%00	00	%28	24	%72	61	متوسط
%100	16	%06	01	%13	02	%81	13	جيد
%100	104	%01	01	%26	27	%73	76	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19
 يوضح الجدول السابق مدى استخدام الباحثين لوسائط الإعلام الجديد حسب متغير المستوى التعليمي، حيث نلاحظ أن نسبة 73% ممن يستخدمونها دائما منها نسبة 81% من أصحاب المستوى المعيشي الجيد، ونسبة 72% من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط، ونسبة 67% من أصحاب المستوى المعيشي الضعيف، كما نلاحظ نسبة 01% ممن يستخدمونها أحيانا، منها نسبة 33% من أصحاب المستوى المعيشي

الضعيف، ونسبة 28% من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط، ونسبة 13% من أصحاب المستوى المعيشي الجيد، بينما نلاحظ أن نسبة 01% ممن يستخدمونها نادرا، منها نسبة 06% من أصحاب المستوى المعيشي الجيد، ونسبة منعدمة 00% لدى كل من أصحاب المستوى المعيشي المتوسط والضعيف.

ومنه نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي يستخدمون وسائل الإعلام الجديد دائما، وذلك لدى الطلبة أصحاب المستوى المعيشي الجيد، أي أنه كلما كان المستوى المعيشي جيدا كلما زاد استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد والعكس صحيح، وبالتالي هناك علاقة طردية بين استخدام الطلبة لوسائل الإعلام الجديد ومستواهم المعيشي.



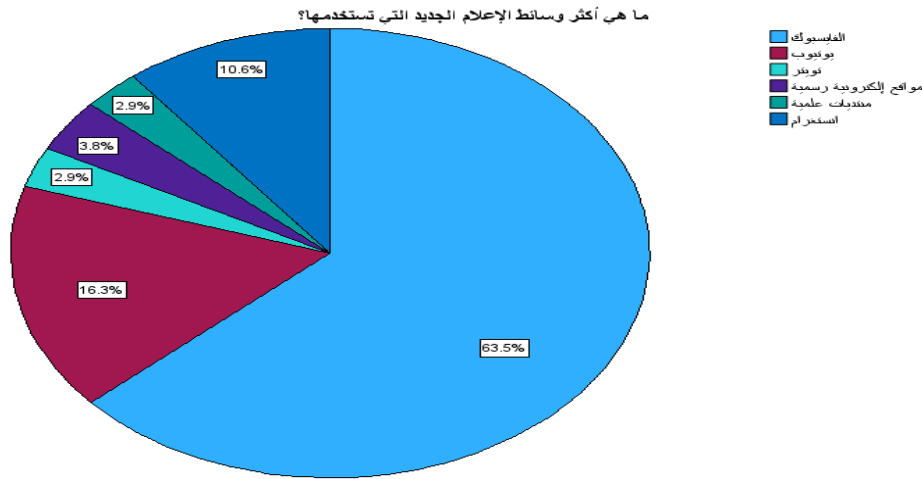
الشكل (8): يوضح مدى استخدام وسائل الإعلام الجديد في الحياة اليومية حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول (7): يوضح أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداما

النسبة	التكرار	أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداما
64%	66	الفايسبوك
16%	17	يوتيوب

03%	03	تويتر
04%	04	مواقع إلكترونية رسمية
03%	03	منتديات علمية
11%	11	انستغرام
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها المبحوثين، حيث نلاحظ أن نسبة 64% ممن يستخدمون الفيسبوك، ونسبة 03% ممن يستخدمون كلا من تويتر والمنتديات العلمية. ومنه نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي يستخدمون موقع الفيسبوك من بين وسائل الإعلام الجديد، ويرجع ذلك إلى كون الفيسبوك من بين أكثر استخداما لدى الشباب الجزائري لما يتميز به عن غيره من الوسائل من سهولة في الاستخدام وتوفير المعلومات بصورة مبسطة في مجموعات وصفحات تلبي حاجات الطلبة وهذا ما أشارت له فروض نظرية الاستخدامات والإشباع بأن وسائل الإعلام تستخدم من أجل إشباع رغبات الفرد، كما أن الفيسبوك هو أكثر التطبيقات والوسائل استخداما وذلك حسب ما جاء في الفصل الأول من الإطار النظري لدراستنا بأن الفيسبوك أكثر وسائل الإعلام الجديد استخداما في الجزائر، بالإضافة إلى إمكانية اقتنائه بسعر أقل أو مجاني لدى بعض متعلمي الهاتف النقال في الجزائر مثل أوريدو.

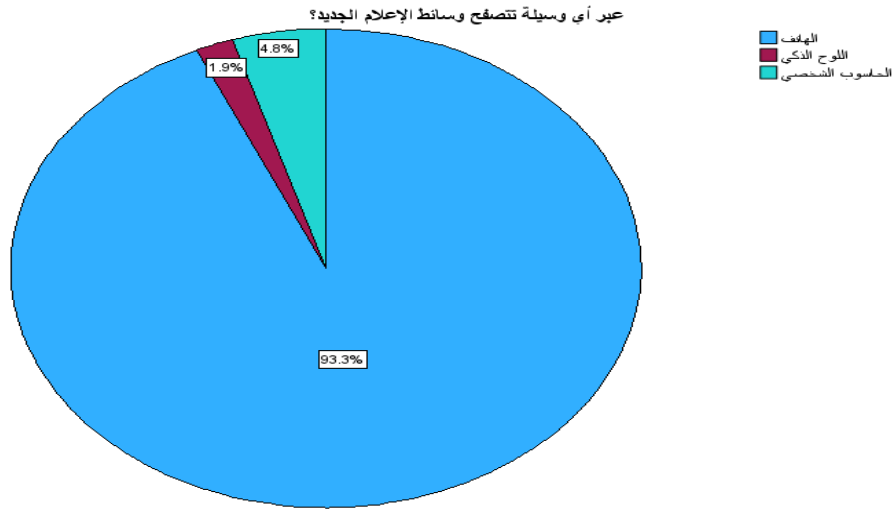


الشكل (9): يوضح أكثر وسائط الإعلام الجديد استخداما

الجدول (8): يوضح وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد

النسبة	التكرار	وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد
93%	97	الهاتف
02%	02	اللوحة الذكية
05%	05	الحاسوب الشخصي
00%	00	الحاسوب الثابت
100%	104	المجموع

يوضح الجدول السابق وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد، حيث نلاحظ أن نسبة 93% من المبحوثين يتصفحونها باستخدام الهاتف، ونسبة 02% ممن يتصفحونها باستخدام اللوحة الذكية، ونسبة منعدمة 00% ممن يتصفحون باستخدام الحاسوب الثابت. أي أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف، وذلك يرجع إلى لتوفره لدى الجميع مع إمكانية استخدامه بسهولة، بحيث أنه يعتبر أقل سعرا مقارنة باللوحة الذكية والحاسوب، كما أنه أصبح من الضروريات في الحياة اليومية خاصة وأن أفراد دراستنا من الطلبة، إذ أنهم يتصفحون وسائط الإعلام الجديد باستخدام الهاتف في أي مكان خاصة مع توفر الاتصال بشبكة الأنترنت عن طريقه.



الشكل (10): يوضح مدى وسيلة تصفح وسائط الإعلام الجديد

الجدول (9): يوضح متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد

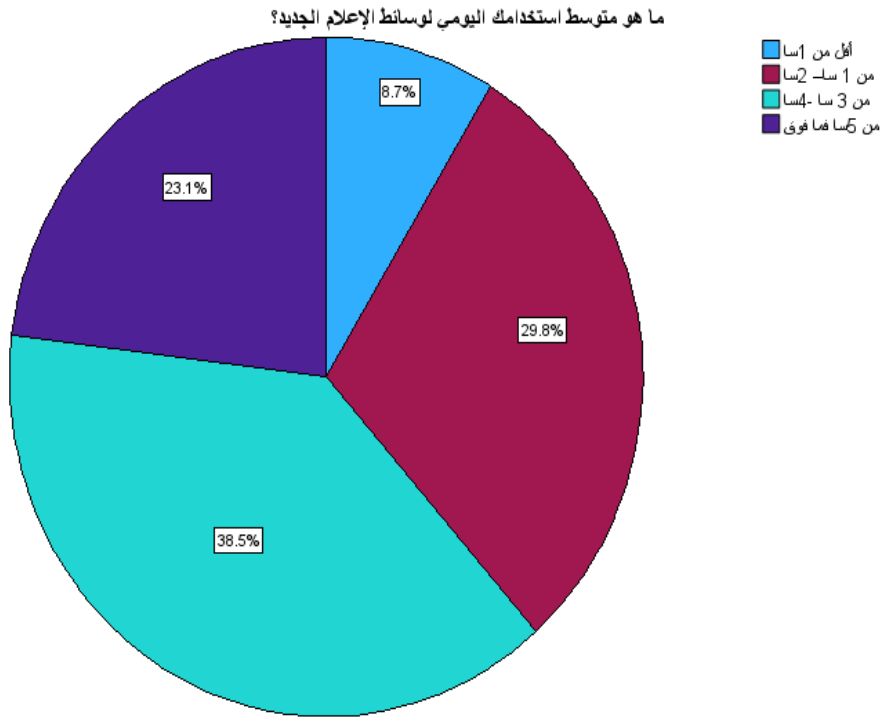
النسبة	التكرار	متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد
09%	09	أقل من 1 ساعة
30%	31	من 1 ساعة إلى 2 ساعة
39%	40	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
24%	24	من 5 ساعات فما فوق
100%	104	المجموع

يبين الجدول السابق متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد، حيث نلاحظ أن نسبة 39% من المبحوثين يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، ونسبة 30% ممن يستخدمونها من 1 ساعة إلى 2 ساعة في اليوم، كما نلاحظ أن نسبة 24% ممن يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من 5 ساعات فما فوق في اليوم، بينما نجد أن نسبة 09% ممن يستخدمونها أقل من 1 ساعة في اليوم.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، وهذا يرجع إلى حاجتهم لها يوميا في الدراسة وعمل

البحوث والواجبات الدراسية من خلال تصفح المجموعات والصفحات للبحث عن المعلومات، كما تستخدم في الاتصال بالأساتذة.

إذ يكون استخدامها بحجم ساعي أكبر في اليوم لما توفره من معلومات وأخبار وإمكانية الاتصال والتواصل مع بقية الأفراد.

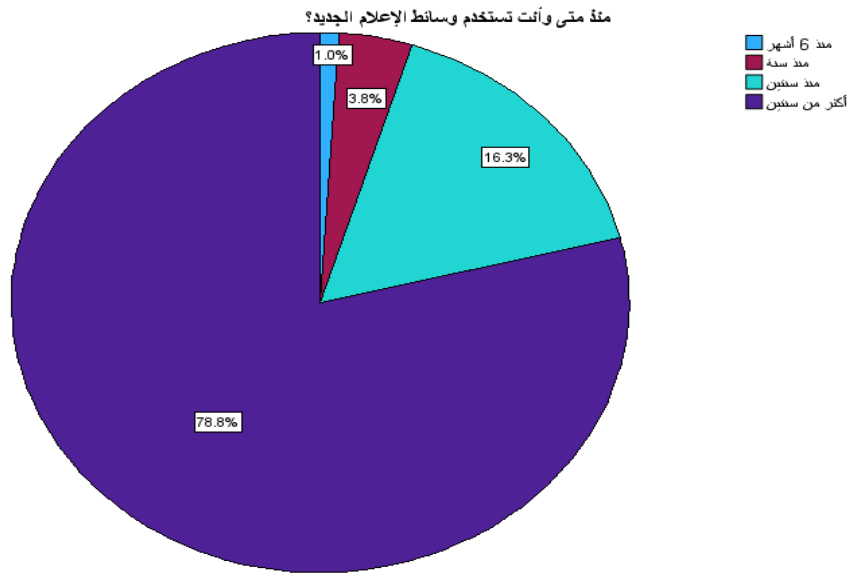


الشكل (11): يوضح متوسط الاستخدام اليومي لوسائط الإعلام الجديد

الجدول (10): يوضح مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد

النسبة	التكرار	مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد
01%	01	منذ 6 أشهر
04%	04	منذ سنة
16%	17	منذ سنتين
79%	82	منذ أكثر من سنتين
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد، فنلاحظ أن نسبة 79% من المبحوثين يستخدمونها منذ أكثر من سنتين، ونسبة 16% ممن يستخدمونها منذ سنتين، بينما نلاحظ أن نسبة 01% ممن يستخدمونها منذ 6 أشهر. أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون وسائط الإعلام الجديد منذ أكثر من سنتين، وهذا يرجع إلى كونهم من الشباب المواكبين للتطورات والتغيرات الحاصلة في المجتمع، بالإضافة إلى كون وسائط الإعلام الجديد أصبحت متاحة للجميع.



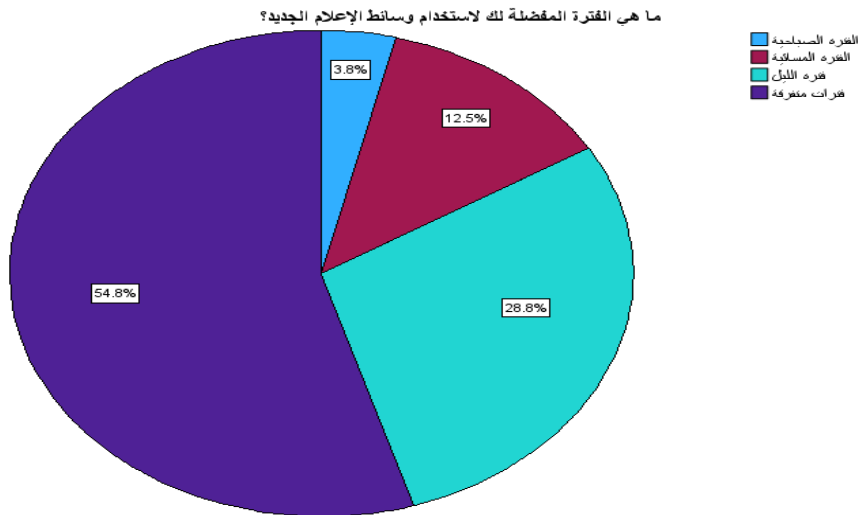
الشكل (12): يوضح مدة استخدام وسائط الإعلام الجديد

الجدول (11): يوضح الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد

النسبة	التكرار	الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد
04%	04	الفترة الصباحية
12%	13	الفترة المسائية
29%	30	فترة الليل
55%	57	فترات متفرقة
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد، حيث نلاحظ أن نسبة 55% من المبحوثين يستخدمونها في فترات متفرقة، ونسبة 29% ممن يستخدمونها في فترة الليل، ونسبة 04% ممن يستخدمونها في الفترة الصباحية.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون وسائط الإعلام الجديد في فترات متفرقة في اليوم، ويرجع ذلك إلى كون الطلبة يدرسون في الجامعة مما يجعل استخدامهم متفرق عبر فترات اليوم، بحيث يستخدمونها من أجل الاطلاع على حاجات الدراسة أو الترفيه أو ما تعلق بالحياة اليومية مما يعرض على هذه الوسائط.



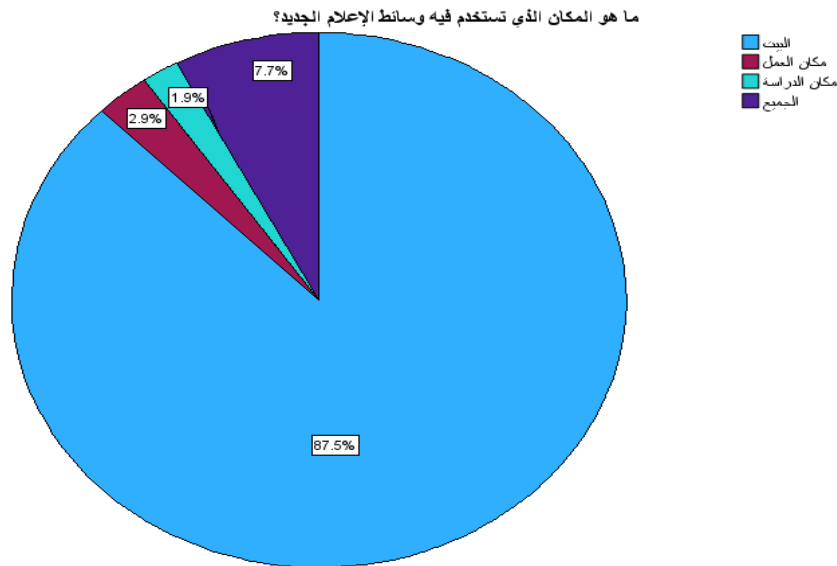
الشكل (13): يوضح الفترة المفضلة لاستخدام وسائط الإعلام الجديد

الجدول (12): يوضح مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد

النسبة	التكرار	مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد
95%	99	البيت
03%	03	مكان العمل
02%	02	مكان الدراسة
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد، حيث نلاحظ أن نسبة 95% من المبحوثين يستخدمونها في البيت، ونسبة 3% ممن يستخدمونها في مكان العمل، في حين نلاحظ أن نسبة 2% ممن يستخدمونها في مكان الدراسة. أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون وسائط الإعلام الجديد في البيت، ويرجع هذا إلى عدم قدرتهم على تصفحها في مكان العمل أو الدراسة لانشغالهم بالدراسة أو العمل.



الشكل (14): يوضح مكان استخدام وسائط الإعلام الجديد

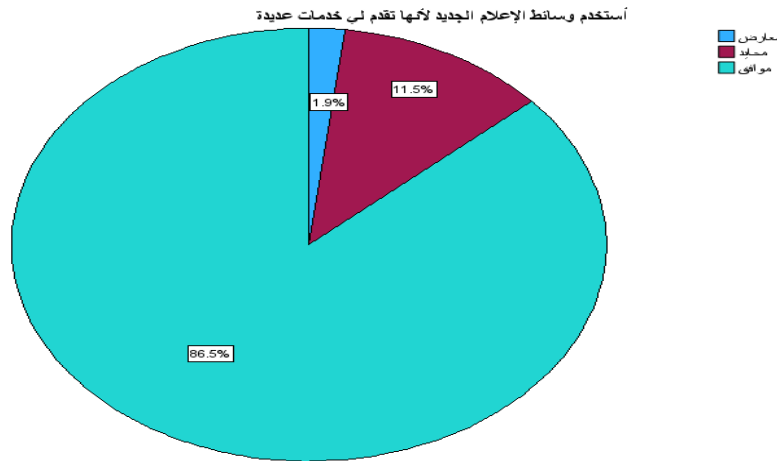
الفرع الثاني: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الثاني «دوافع استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد».

يضم هذا العنصر متوسط إجابات أفراد العينة ودرجة الموافقة على عبارات المحور الثاني كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول (13): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة"

النسبة	التكرار	العبرة
86%	90	موافق
12%	12	محايد
02%	02	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يبين الجدول السابق يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة"، حيث نلاحظ أن نسبة 90% من المبحوثين موافقون على ذلك، ونسبة 12% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 02% من المعارضين. نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن استخدامهم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لهم خدمات عديدة، ويرجع ذلك إلى خصائص وسائط الإعلام الجديد ووظائفها التي تتميز بها كونها تقدم خدمات عديدة للطلبة مه سهولة استخدامها، كما رأينا ذلك في الفصل الأول من الإطار النظري لدراستنا.

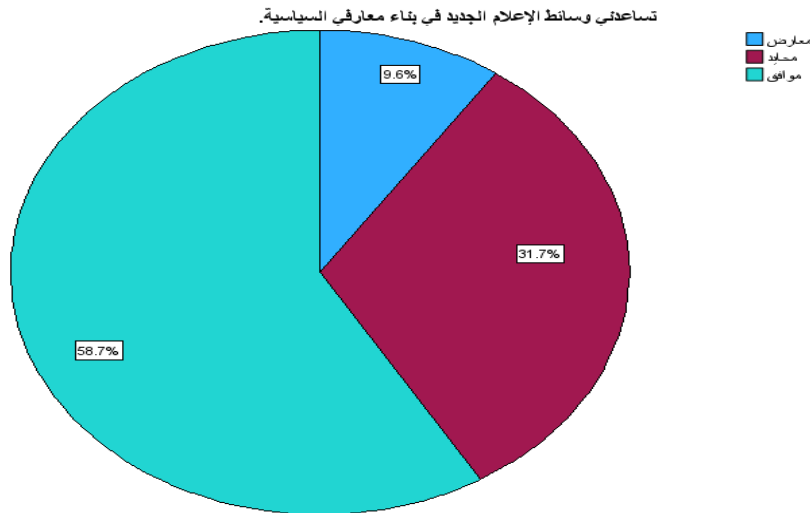


الشكل (15): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة"

الجدول (14): يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"

النسبة	التكرار	العبرة
59%	61	موافق
32%	33	محايد
09%	10	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19
 يتضح من خلال الجدول السابق يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"، حيث نلاحظ أن نسبة 59% من المبحوثين موافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساعدهم في بناء معارفهم السياسية، ونسبة 32% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 09% من المعارضين.
 أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساعدهم في بناء معارفهم السياسية، وذلك نظرا لما توفره من معلومات وأخبار سياسية على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي مع تقديمها بالصورة والصوت.



الشكل (16): يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"

الجدول (15): يوضح عبارة "تساعدني وسائل الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية" حسب الطور الجامعي

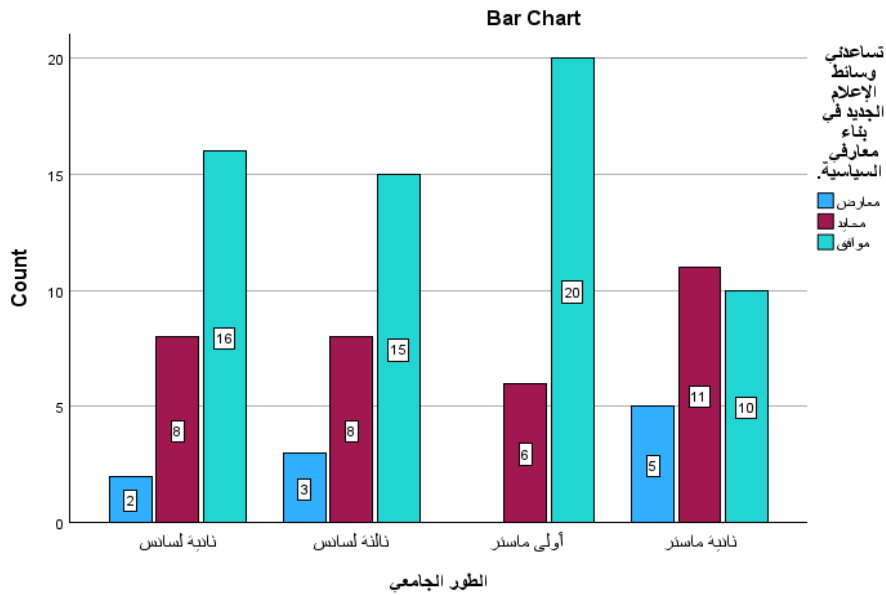
عبارة "تساعدني وسائل الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية"								
المجموع		معارض		محايد		موافق		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	26	%08	02	%31	08	%62	16	ثانية لسانس
%100	26	%11	03	%31	08	%58	15	ثالثة لسانس
%100	26	%00	00	%23	06	%77	20	أولى ماستر
%100	26	%19	05	%42	11	%38	10	ثانية ماستر
%100	104	%09	10	%32	33	%59	61	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "تساعدني وسائل الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية" حسب الطور الجامعي، حيث نلاحظ أن نسبة 59% من المبحوثين موافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تساعدهم في بناء معارفهم السياسية، منها نسبة 77% من طور الأولى ماستر، ونسبة 62% من طور الثانية لسانس، ونسبة 58% من طور الثالثة لسانس، ونسبة 38% من طور الثانية ماستر، كما نلاحظ أن نسبة 32% من المحايدين، منها نسبة 42% من طور الثانية ماستر، ونسبة 31% لدى كل من طور الثانية والثالثة لسانس، ونسبة 23% من طور الأولى ماستر، في حين نلاحظ أن نسبة 09% من المعارضين، منها نسبة 19% من طور الثانية ماستر، ونسبة 11% من طور الثالثة لسانس، ونسبة 08% من طور الثانية لسانس، ونسبة منعدمة 00% من طور الأولى ماستر.

ومنه نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تساعدهم في بناء معارفهم السياسية، وذلك لدى كل الأطوار اللسانس والماستر

بنسب متقاربة، أي أنه لا توجد علاقة بين مساعدة وسائط الإعلام الجديد للطلبة في بناء معارفهم السياسية وبين متغير الطور الجامعي.



الشكل (17): يوضح عبارة "تساعدني وسائط الإعلام الجديد في بناء معارفي

السياسية" حسب الطور الجامعي

الجدول (16): يوضح عبارة "أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"

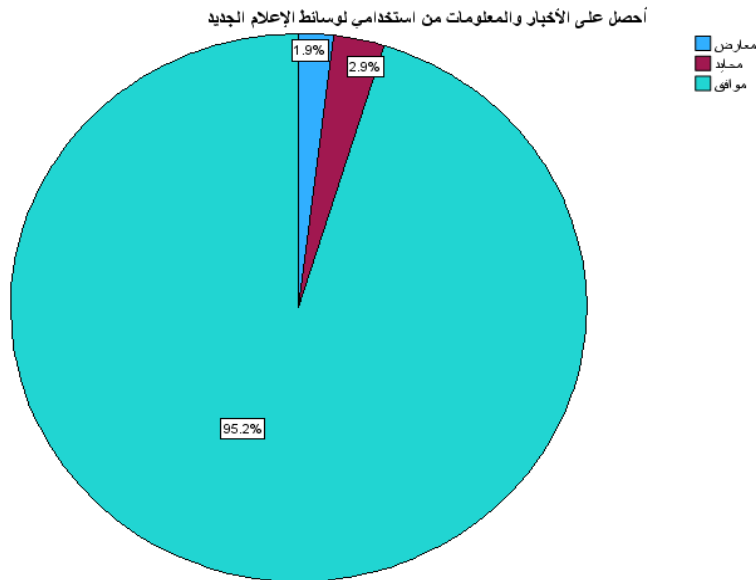
النسبة	التكرار	العبارة
95%	99	موافق
3%	03	محايد
2%	02	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"، حيث نلاحظ أن نسبة 99% من المبحوثين موافقون على أنهم

يحصلون على الأخبار والمعلومات من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد، ونسبة 03% من المحايدون، في حين نلاحظ أن نسبة 02% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أنهم يحصلون على الأخبار والمعلومات من استخدامهم لوسائل الإعلام الجديد، وذلك نظرا لوجود هذه المعلومات بوسائل الإعلام الجديد، بحيث تتوفر على مجموعات وصفحات متنوعة المجالات تقدم من خلالها معلومات وأخبار، وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة "يحمي خديجة" من الدراسات السابقة بأن الفرد أصبح لا يعيش داخل أسرة أو محيط مغلق تجمع نفسه الأخلاق إنما يعيش في وسط مفتوح.



الشكل (18): يوضح "أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائل الإعلام الجديد"

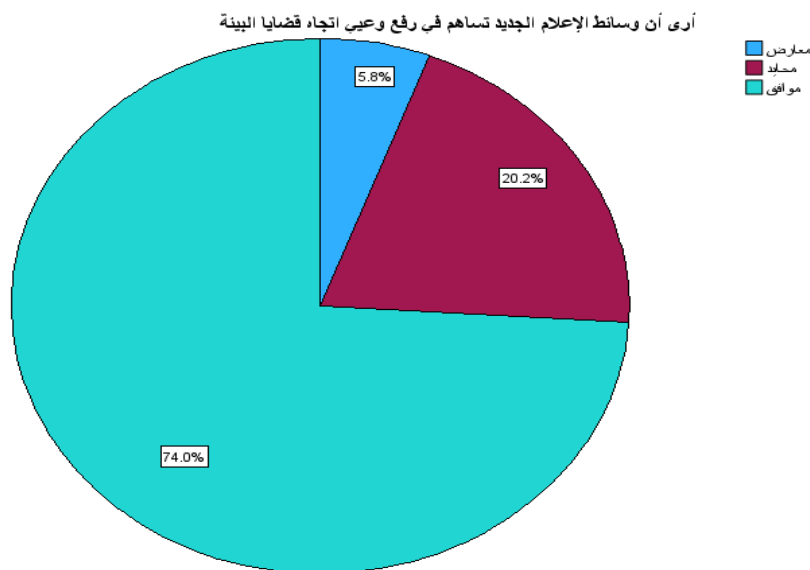
الجدول (17): يوضح عبارة "أرى أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة"

النسبة	التكرار	العبارة
74%	77	موافق

محايد	21	20%
معارض	06	06%
المجموع	104	100%

يبين الجدول السابق يوضح عبارة "أرى أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة"، حيث نلاحظ أن نسبة 74% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيهم اتجاه قضايا البيئة، ونسبة 20% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 06% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيهم اتجاه قضايا البيئة، وذلك يرجع إلى وجود منشورات ومعلومات حول كل ما يخص قضايا البيئة من نظافة وتشجير والقضاء على مختلف الآفات البيئية خاصة مع تزايد تدهور الوضع البيئي في الجزائر من خلال انتشار حرائق الغابات وغيرها من القضايا التي جعلت وسائل الإعلام الجديد تقوم بالنشر حول قضايا البيئة وهذا ما يساهم في رفع الوعي البيئي لطلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، كما أن لهذه الوسائل تأثير على الشباب، وهذا جاء في نتائج دراسة "يحمي خديجة" بأن المضمون الذي يتلقاه الشاب يؤثر حتما في معتقداته وتوجهاته الفكرية، هذا ناهيك عن التغيير الجذري في سلوكه بغية الإثباع.



الشكل (19): يوضح عبارة "أرى أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة"

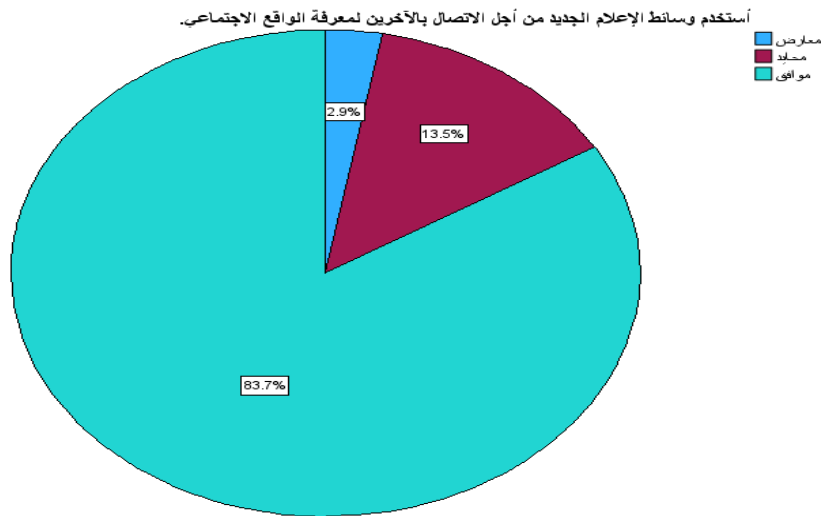
الجدول (18): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي"

النسبة	التكرار	العبارة
84%	87	موافق
13%	14	محايد
03%	03	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي"، حيث نلاحظ أن نسبة 84% من المبحوثين موافقون على أنهم يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي، ونسبة 13% من المحايدين، ونسبة 03% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أنهم يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي، وهذا من خصائصها، بحيث أنها تمكن الأفراد من الاتصال فيما بينهم عبر دردشات ثنائية وجماعية، وهذا ما يستغله الطلبة في الاتصال فيما بينهم أو مع الأساتذة حول الدراسة أو غيرها من مختلف شؤون الحياة اليومية، وذلك ما يؤكد ما جاء في الفصل الأول من الإطار النظري لدراستنا حول خصائص وسائط الإعلام الجديد.



الشكل (20): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي"

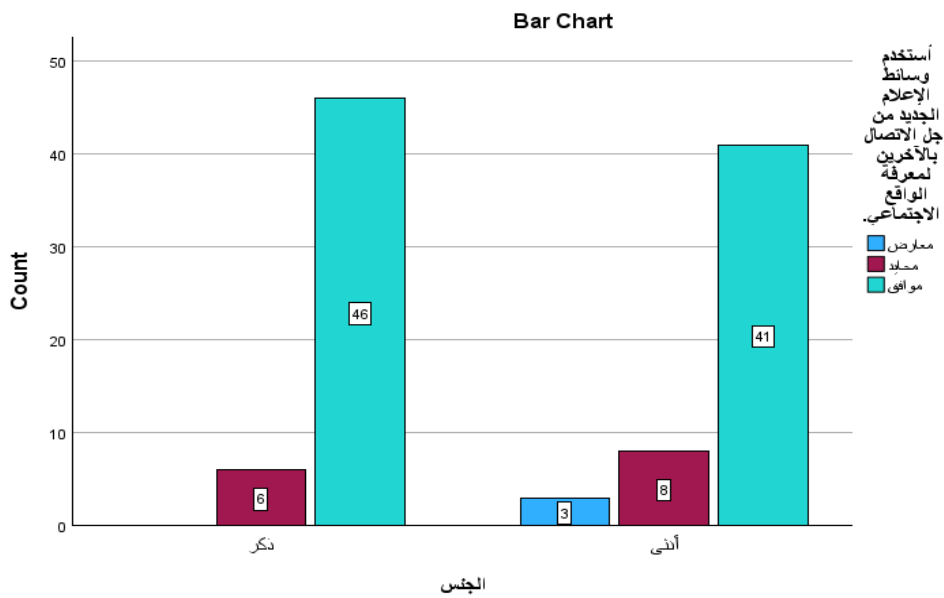
الجدول (19): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي" حسب متغير الجنس

عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي"								
المجموع		معارض		محايد		موافق		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	52	%00	00	%11	06	%89	46	ذكر
%100	52	%06	03	%15	08	%79	41	أنثى
%100	104	%03	03	%13	14	%84	87	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يتبين من خلال الجدول السابق يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي" حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 84% من المبحوثين موافقون على أنهم يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي منها نسبة 89% من الذكور، ونسبة 79% من الإناث، كما نلاحظ أن نسبة 13% من المحايدون منها نسبة 15% من

الإناث، ونسبة 11% من الذكور، في حين نلاحظ أن نسبة 03% من المعارضين منها نسبة 06% من الإناث، ونسبة منعدمة 00% من الذكور. أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أنهم يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي، وذلك لدى الذكور أكثر من الإناث، أي أن الذكور يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي أكثر من الإناث.



الشكل (21): يوضح عبارة "أستخدم وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي" حسب متغير الجنس

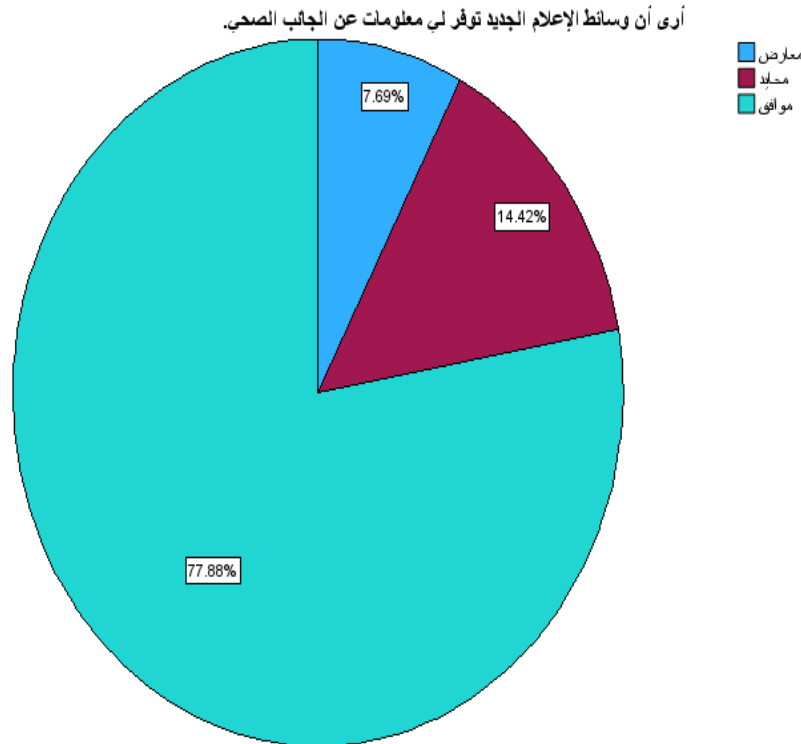
الجدول (20): يوضح عبارة "أرى أن وسائط الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي"

النسبة	التكرار	العبارة
78%	81	موافق
14%	15	محايد
08%	08	معارض

المجموع	104	%100
---------	-----	------

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "أرى أن وسائل الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي"، حيث نلاحظ أن نسبة 78% من المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الجديد توفر لهم معلومات عن الجانب الصحي، ونسبة 14% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 08% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائل الإعلام الجديد توفر لهم معلومات عن الجانب الصحي، ويرجع ذلك إلى استخدامها من مختلف أطياف المجتمع، فحتى المختصين بالمجال الصحي يستخدمونها ويقومون بنشر معلومات صحية من خلال منشورات مكتوبة أو فيديو هات مباشرة عبر صفحات ومواقع الإعلام الجديد، كما رأينا ذلك في فترة جائحة كوفيد 19 من انتشار لمعلومات توعوية صحية تخص الوقاية والعلاج منه.



الشكل (22): يوضح عبارة "أرى أن وسائط الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي"

الفرع الثالث: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الثالث «الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد». يضم هذا العنصر متوسط إجابات أفراد العينة ودرجة الموافقة على عبارات المحور الثالث كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول (21): يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"

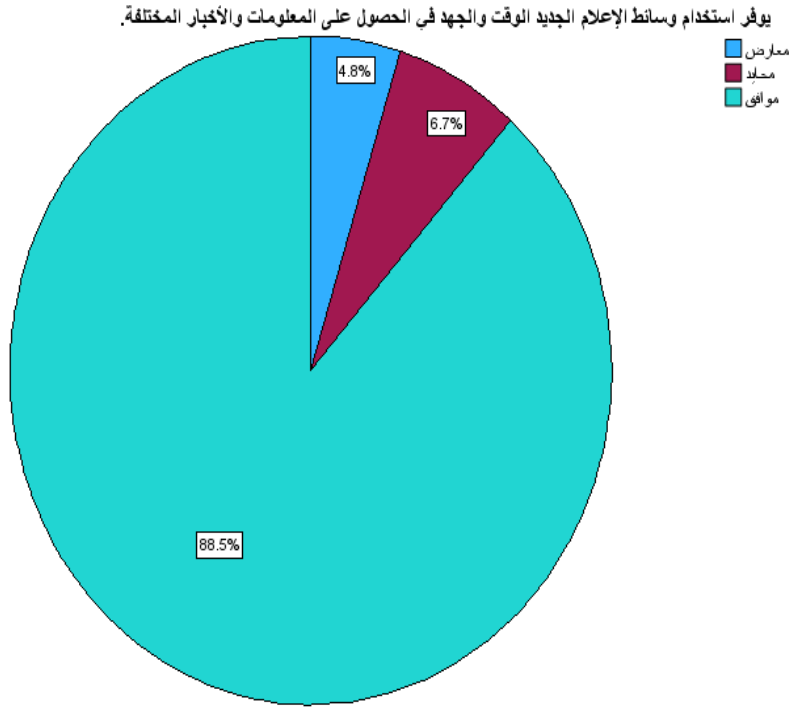
النسبة	التكرار	العبارة
88%	92	موافق
07%	07	محايد
05%	05	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول السابق يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"، حيث نلاحظ أن نسبة 88% من المبحوثين يوافقون على أن استخدام وسائط الإعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة، ونسبة 07% من المحايدون، في حين نلاحظ أن نسبة 05% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال يوافقون على أن استخدام وسائط الاعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة، وذلك من مميزات وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال، إذ تمتاز بتوفير الوقت وتقليل الجهد

فقد جعلت هذه الوسائط وغيرها من تطبيقات التواصل الاجتماعي العالم كقرية صغيرة، وذلك كما جاء في الفصل الأول من الإطار النظري لدراستنا.



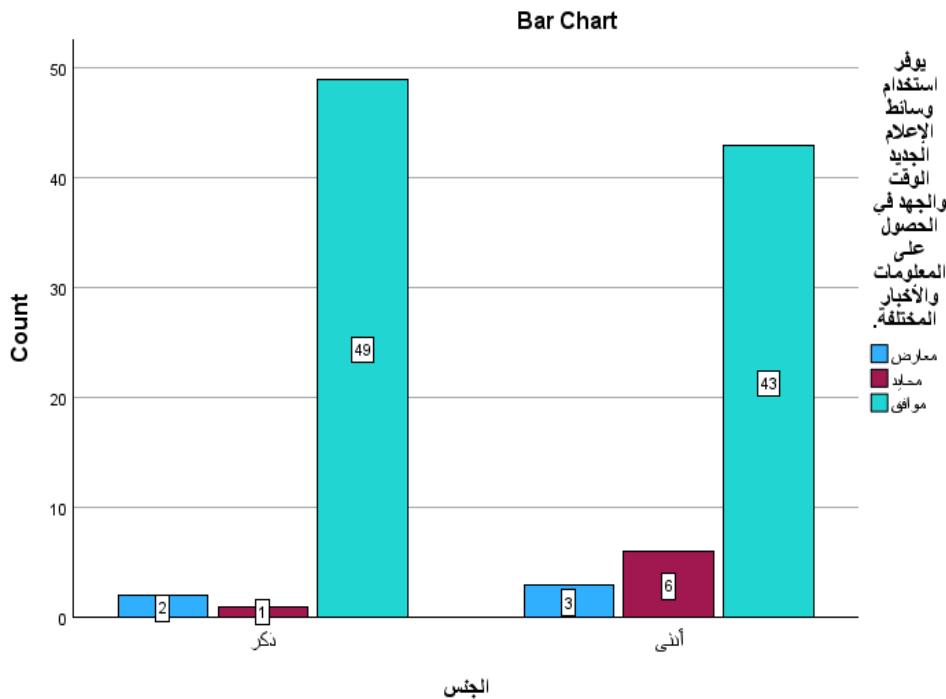
الشكل (23): يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"

الجدول (22): يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة" حسب متغير الجنس

عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة"								
المجموع		معارض		محايد		موافق		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	52	%04	02	%02	01	%94	49	ذكر
%100	52	%06	03	%11	06	%83	43	أنثى
%100	104	%05	05	%07	07	%88	92	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة" حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 88% من المبحوثين يوافقون على أن استخدام وسائط الإعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة، منها نسبة 94% من الذكور، ونسبة 83% من الإناث، كما نلاحظ أن نسبة 07% من المحايدين منها نسبة 11% من الإناث، ونسبة 02% من الذكور، في حين نلاحظ أن نسبة 05% من المعارضين، منها نسبة 06% من الإناث، ونسبة 04% من الذكور.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن استخدام وسائط الإعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة، وذلك لدى الذكور والإناث بنسب متقاربة، أي أن كلا من الذكور والإناث من طلبة القسم يوافقون على أن استخدام وسائط الإعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة.



الشكل (24): يوضح عبارة "يوفر استخدام وسائط الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة" حسب متغير الجنس

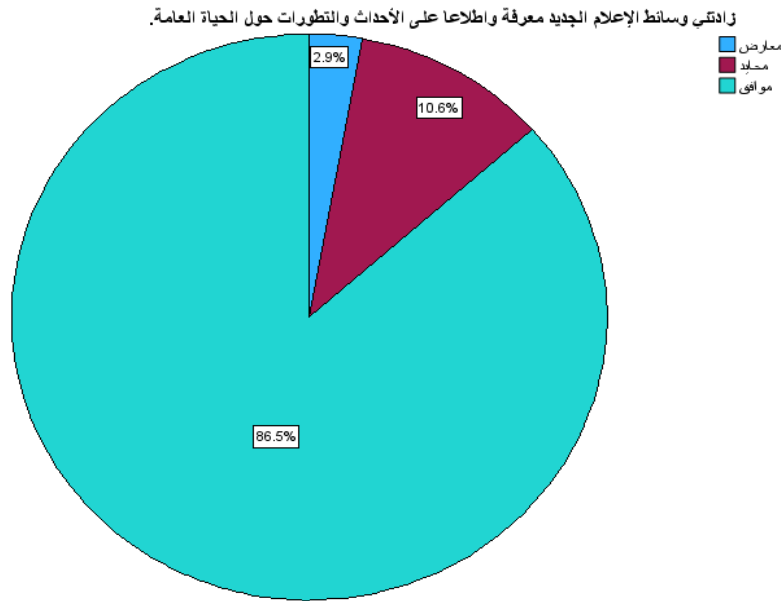
الجدول (23): يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"

النسبة	التكرار	العبارة
86%	90	موافق
11%	11	محايد
03%	03	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "زادتي وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"، حيث نلاحظ أن نسبة 86% من المبحوثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، ونسبة 11% من المحايدين، ونسبة 03% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، وذلك يرجع لما تقدمه هذه الوسائط من معلومات مفيدة حول العديد من القضايا من أحداث وتطورات على المستوى المحلي والوطني والدولي وكل ما يخص الحياة العامة، إذ أصبحت تلك الوسائط تعاش الواقع المعيشي للأفراد والمجتمعات.



الشكل (25): يوضح عبارة "زادتنى وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"

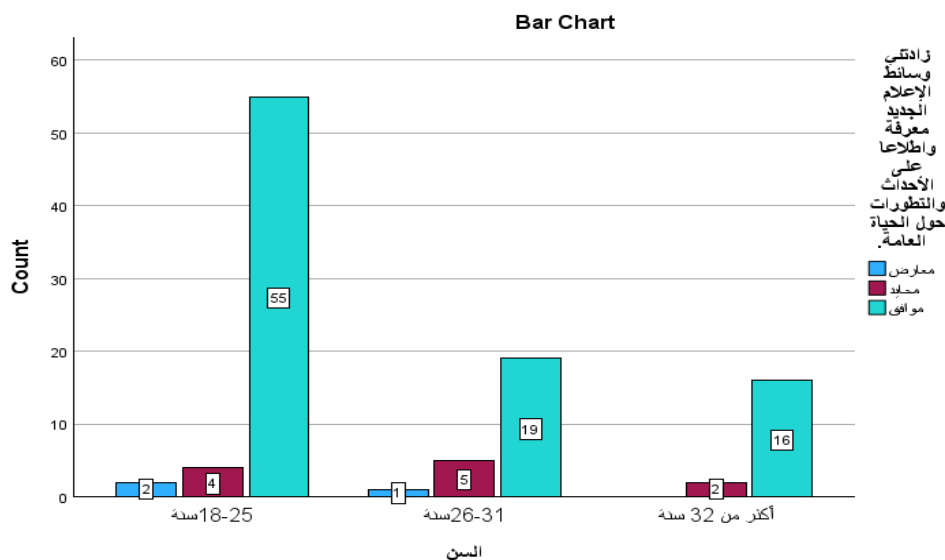
الجدول (24): يوضح عبارة "زادتنى وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة" حسب متغير السن

عبارة "زادتنى وسائط الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة"								
المجموع		معارض		محايد		موافق		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	61	%03	02	%07	04	%90	55	من 18 إلى 25 سنة
%100	25	%04	01	%20	05	%76	19	من 26 إلى 31 سنة
%100	18	%00	00	%11	02	%89	16	أكثر من 32 سنة
%100	104	%03	03	%11	11	%86	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "زادتنني وسائل الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة" حسب متغير السن، حيث نلاحظ أن نسبة 86% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، منها نسبة 90% من الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، ونسبة 89% من الفئة العمرية أكثر من 32 سنة، ونسبة 76% من الفئة العمرية من 26 إلى 31 سنة، كما نلاحظ أن نسبة 11% من المحايدين، منها نسبة 20% من الفئة العمرية من 26 إلى 31 سنة، ونسبة 11% من الفئة العمرية أكثر من 32 سنة، ونسبة 07% من الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، في حين نلاحظ أن نسبة 03% من المعارضين، منها نسبة 04% من الفئة العمرية من 26 إلى 31 سنة، ونسبة 03% من الفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة، ونسبة منعدمة 00% من الفئة العمرية أكثر من 32 سنة.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة، وذلك لدى مختلف الفئات بنسب متقاربة، أي أن طلبة القسم بكل فئاتهم العمرية يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة.



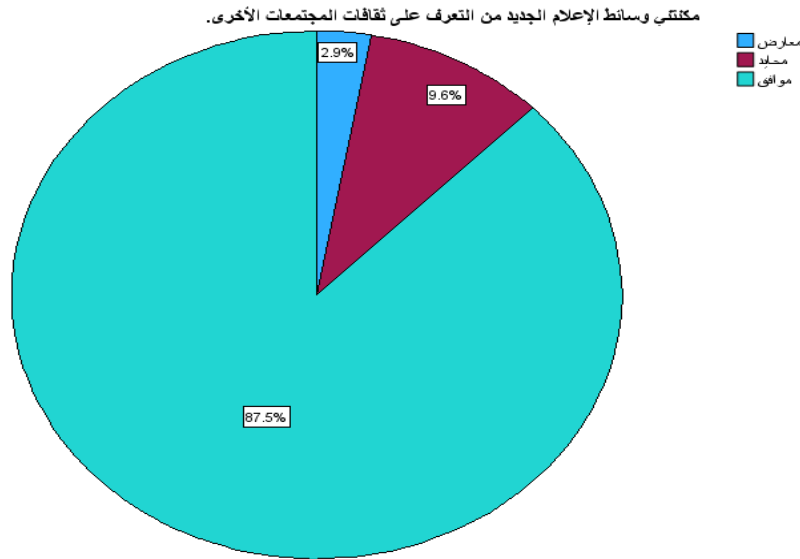
الشكل (26): يوضح عبارة "زادتنني وسائط الإعلام الجديد معرفة وإطلاعاً على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة" حسب متغير السن
 الجدول (25): يوضح عبارة "مكنتني وسائط الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى"

النسبة	التكرار	العبارة
87%	91	موافق
10%	10	محايد
3%	03	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "مكنتني وسائط الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى"، فقد جاءت نسبة 87% من المبحوثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد مكنتهم من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى، ونسبة 10% من المحايدون، في حين نلاحظ أن نسبة 3% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد مكنتهم من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى، ويرجع ذلك إلى إمكانية تصفح هذه الوسائط والتعرف على عدة أماكن بالعالم يكفي ذلك من خلال عملية البحث عن أي منطقة يفضل المستخدم فيجد ما يريد في وقت قليل ودون التنقل إلى المكان كون تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت العالم قرية صغيرة، فلا وجود لحواجز جغرافية.



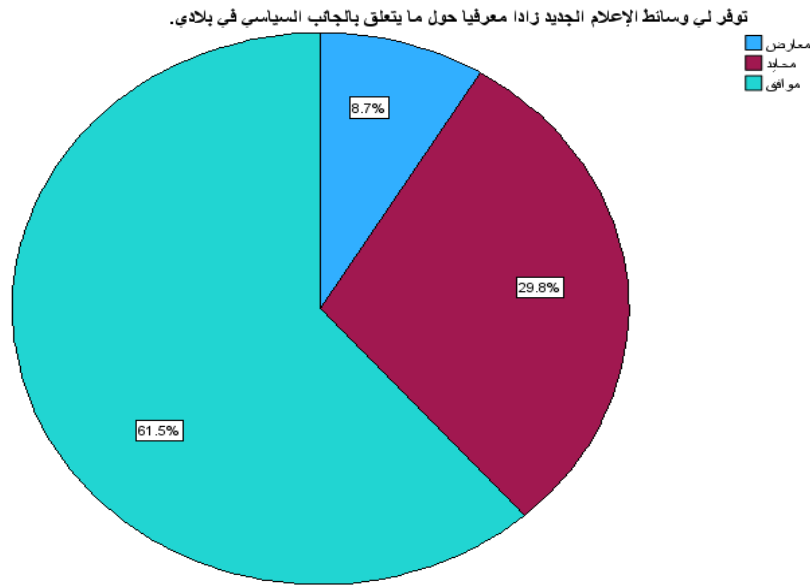
الشكل (27): يوضح عبارة "مكتنتي وسائط الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى"

الجدول (26): يوضح عبارة "توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي"

النسبة	التكرار	العبارة
61%	64	موافق
30%	31	محايد
09%	09	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي"، حيث نلاحظ أن نسبة 61% من الباحثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادهم، ونسبة 30% من المحايدين، ونسبة 09% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادهم، فوسائط الإعلام الجديد تقدم مختلف المعلومات في مختلف المجالات والمجال السياسي أحدها، فعند تصفح الطالب لهذه الوسائط وبحثه عن معلومات في المجال السياسي يجد الكثير منها وبمختلف اللغات وذلك من خلال ما يتم نشره عبرها.



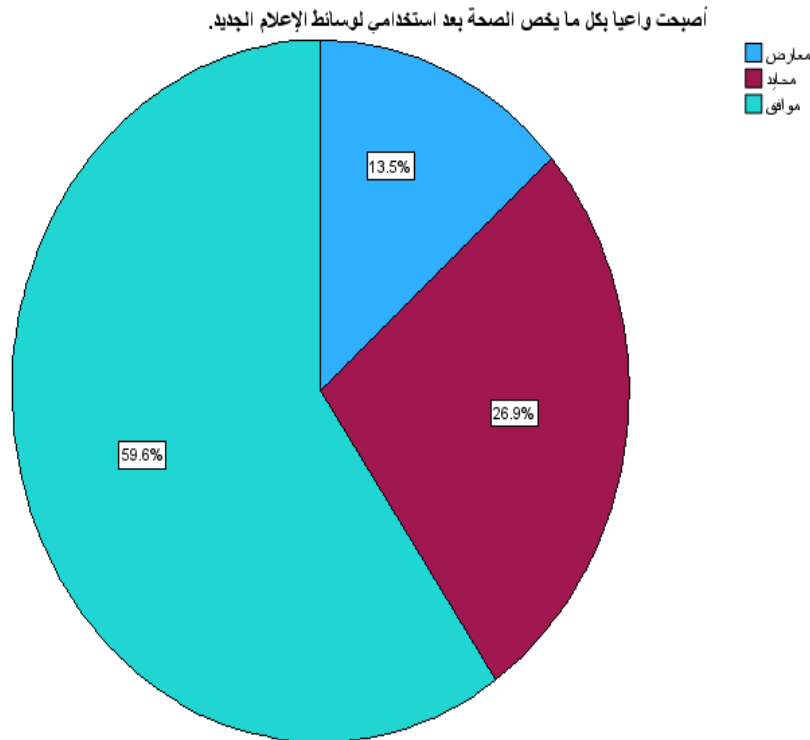
الشكل (28): يوضح عبارة "توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي"

الجدول (27): يوضح عبارة "أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدامي

لوسائط الإعلام الجديد"

النسبة	التكرار	العبرة
60%	62	موافق
27%	28	محايد
13%	14	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"، حيث نلاحظ أن نسبة 62% من المبحوثين أصبحوا واعين بكل ما يخص الصحة بعد استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد، ونسبة 28% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 13% من المعارضين. أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال أصبحوا واعين بكل ما يخص الصحة بعد استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد، وذلك يرجع إلى مدى تأثير هذه الوسائط على المستخدمين، بحيث تعمل على غرس الأفكار والمعلومات وتغيير السلوكيات، وهذا ما تفسره نظرية الغرس الثقافي التي جاءت بدراستنا، وما توصلت إليه نتائج دراسة "حنادر عبد الله" من الدراسات السابقة بأن الشباب الجامعي من الجنسين ليس لهم أي فكرة عن طبيعة الأخطار التي تتركها وسائط الإعلام الجديدة، وهذا ما يدل على وجود تأثيرات على الطلبة الجامعيين من استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد.



الشكل (29): يوضح عبارة "أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدامي لوسائط الإعلام الجديد"

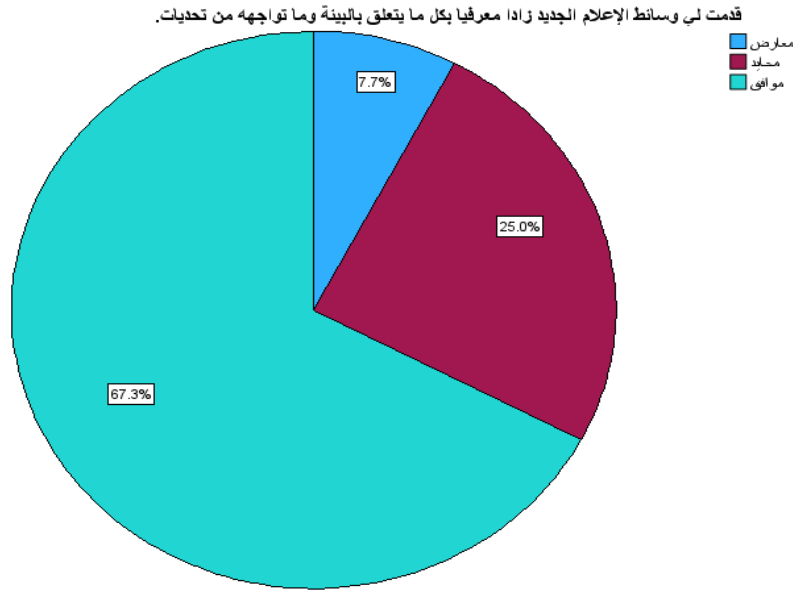
الجدول (28): يوضح عبارة "قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات"

النسبة	التكرار	العبارة
67%	70	موافق
25%	26	محايد
08%	08	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يتضح من خلال الجدول السابق يوضح عبارة "قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات"، حيث نلاحظ أن نسبة 67% من المبحوثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد قدمت لهم زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات، ونسبة 25% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 08% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد قدمت لهم زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات، وذلك يرجع إلى وجود منشورات تقدم معلومات وأفكار حول ما يخص البيئة وهذا ما جعل الطلبة يطلعون عليها مما شكل لديهم زادا معرفيا حول البيئة وقضاياها، وذلك لما لوسائط الإعلام الجديد من تأثير على تشكيل الأفكار والمعلومات على المستخدمين.



الشكل (30): يوضح عبارة "قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات"

الفرع الرابع: تحليل إجابات المبحوثين حول المحور الرابع «تأثير استخدام طلبية قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي».

يضم هذا العنصر متوسط إجابات أفراد العينة ودرجة الموافقة على عبارات المحور الرابع كما هو موضح في الجدول الموالي:

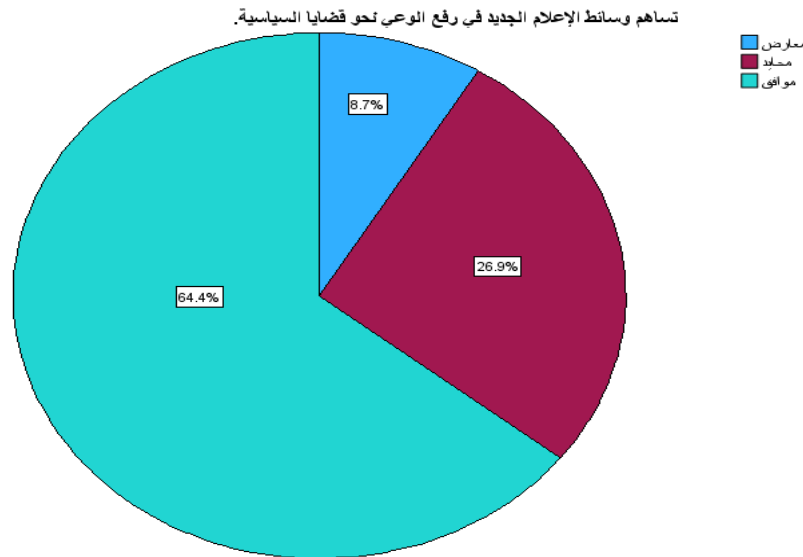
الجدول (29): يوضح عبارة "تساهم وسائط الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا

السياسية"

النسبة	التكرار	العبارة
64%	67	موافق
27%	28	محايد
09%	09	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "تساهم وسائل الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا السياسية"، حيث نلاحظ أن نسبة 64% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع الوعي نحو قضايا السياسية، ونسبة 27% من المحايدون، ونسبة 9% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع الوعي نحو قضايا السياسية، وهذا يرجع إلى قوة تأثير وسائل الإعلام الجديد على الأفراد، فاطلاع الطلبة الجامعيين على ما تقدمه من معلومات في المجال السياسي يؤدي إلى وجود تأثير على أفكارهم في المجال السياسي مما يساهم في زيادة الوعي نحو القضايا السياسية.



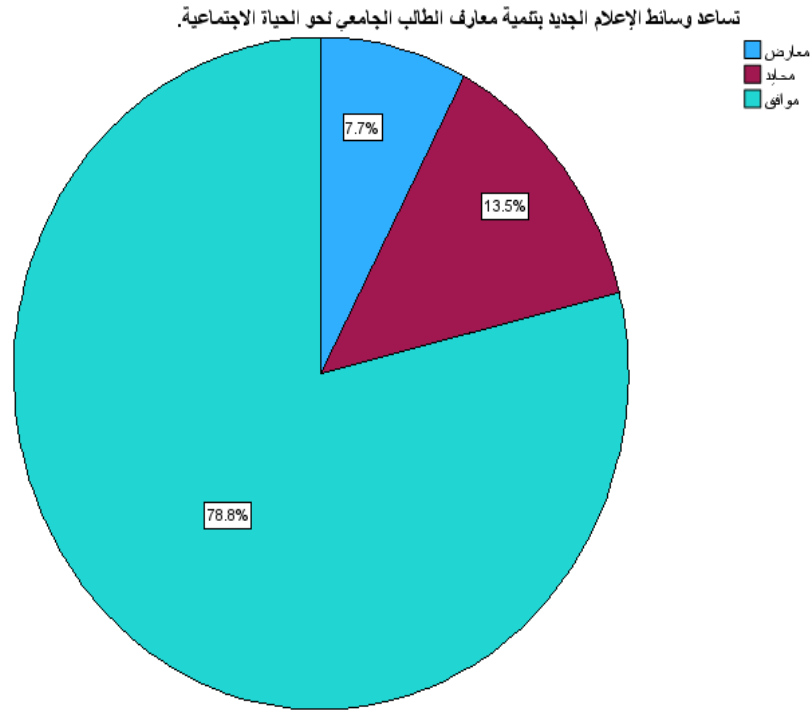
الشكل (31): يوضح عبارة "تساهم وسائل الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا السياسية"

الجدول (30): يوضح عبارة "تساعد وسائل الإعلام الجديد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية"

النسبة	التكرار	العبرة
79%	82	موافق
13%	14	محايد
08%	08	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يبين الجدول السابق يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية"، حيث نلاحظ أن نسبة 79% من المبحوثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساعد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية، ونسبة 13% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 08% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال وسائط الإعلام الجديد تساعد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية، وهذا يرجع إلى تأثير الذي تحدثه هذه الوسائط على المستخدمين، فكما جاء في دراسة "حنادر عبد الله" من الدراسات السابقة بأن الشباب الجامعي ليس لهم أي فكرة عن طبيعة الأخطار التي تتركها وسائط الإعلام الجديدة، فهي تؤثر على أفكارهم وسلوكياتهم في العديد من مجالات الحياة والحياة الاجتماعية كون هذه الوسائط اجتماعية بشكل أكبر.



الشكل (32): يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد بتنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية"

الجدول (31): يوضح عبارة "تفيد وسائط الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض"

النسبة	التكرار	العبارة
73%	76	موافق
16%	17	محايد
11%	11	معارض
100%	104	المجموع

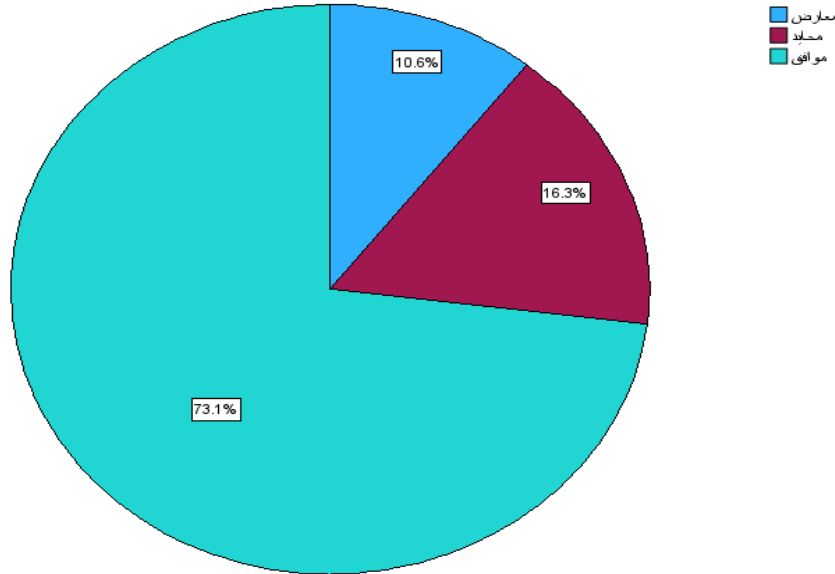
المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "تفيد وسائط الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض"، حيث نلاحظ أن نسبة

76% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تفيد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض، ونسبة 16% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 11% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائل الإعلام الجديد تفيد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض، ويرجع ذلك إلى وجود مختصين وأطباء في المجال الصحي، وذلك كما رأينا في تحليل الجدول الخاص بالمجال الصحي، حيث شهدت فترة انتشار وباء كوفيد 19 اعتماد الدول على وسائل الإعلام الجديد في نشر أساليب الوقاية والعلاج من الوباء كما عرفت العديد من الأمراض مواجهة عن طريق استخدام هذه الوسائط التي تعتبر أحد مفاتيح الأزمات الصحية من خلال تقديم شروحات حول الوقاية والعلاج من أي مرض.

تفيد وسائل الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض.



الشكل (33): يوضح عبارة "تفيد وسائل الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض"

الجدول (32): يوضح عبارة "تزيد وسائل الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي

في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا"

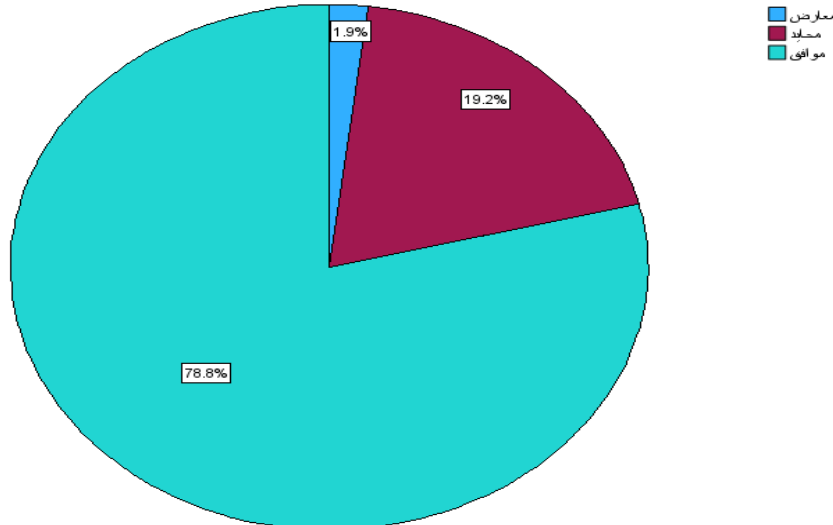
النسبة	التكرار	العبرة
79%	82	موافق
19%	20	محايد
02%	02	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "تزيد وسائل الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا"، حيث نلاحظ أن نسبة 79% من المبحوثين يوافقون على أن وسائل الاعلام الجديد تزيد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا، ونسبة 19% من المحايدين، ونسبة 02% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائل الاعلام الجديد تزيد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا، فهي تعتبر من الوسائل التي لها تأثير على المستخدمين بشكل عام والطلبة الجامعيين بشكل خاص، فقد يتم اعتمادها للتوعية في المجال البيئي، فهي تزيد من الوعي البيئي وغيرها من المجالات.

تزيد وسائل الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا.



الشكل (34): يوضح عبارة "تزيد وسائط الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا"

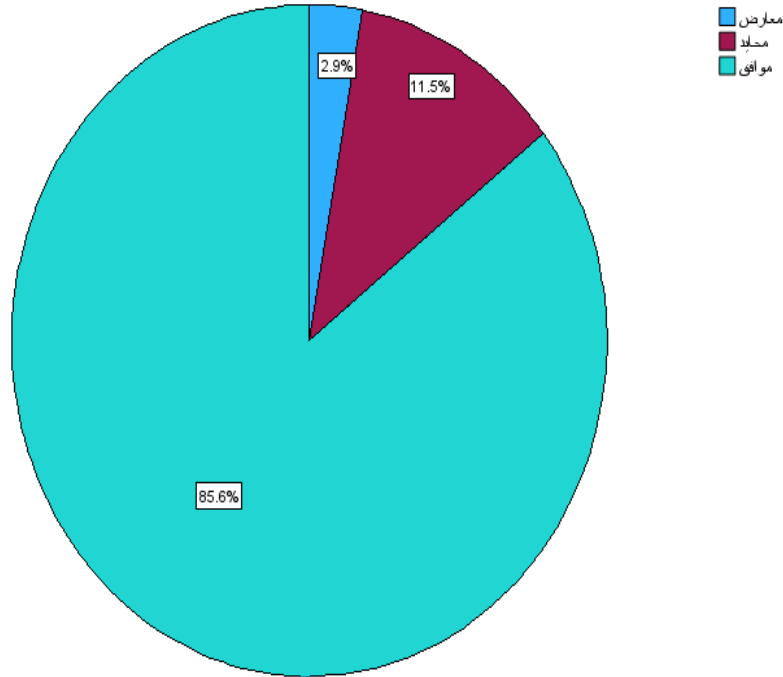
الجدول (33): يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم"

النسبة	التكرار	العبارة
86%	89	موافق
11%	12	محايد
03%	03	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "تساعد وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم"، حيث نلاحظ أن نسبة 86% من المبحوثين يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساعد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم، ونسبة 11% من المحايدين، في حين نلاحظ أن نسبة 03% من المعارضين.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال وسائط الإعلام الجديد تساعد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم، وهذا من خلال ما تتميز به من خصائص منها تجاوز الحواجز الجغرافية، فباستطاعة الطالب معرفة كل جديد في أي مكان في العالم واكتساب مهارات غيره من الأفراد من أي بلاد.

تساهم وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم.



الشكل (35): يوضح عبارة "تساهم وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم"

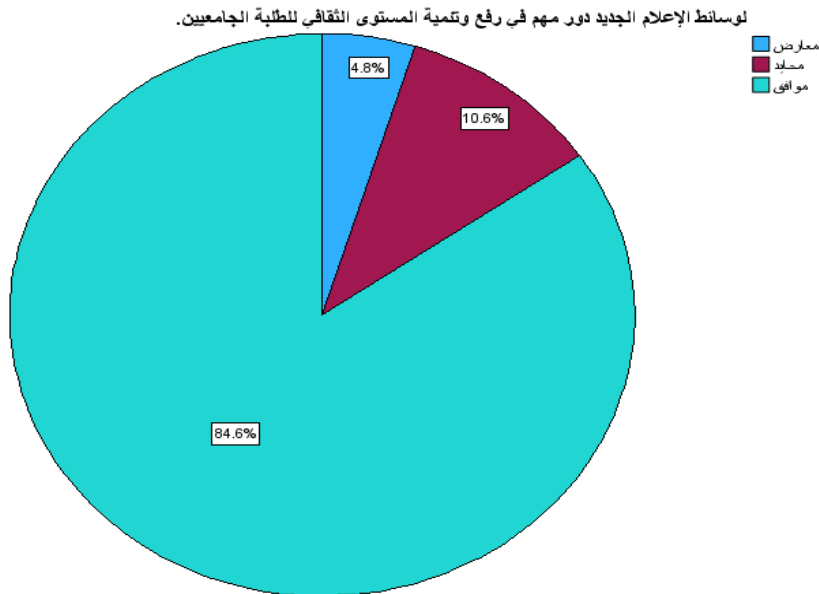
الجدول (34): يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين"

النسبة	التكرار	العبارة
85%	88	موافق
10%	11	محايد
5%	05	معارض
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يتبين من خلال الجدول السابق يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين"، حيث نلاحظ أن نسبة 85% من المبحوثين يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين، ونسبة 10% من المحايدين، ونسبة 05% من المعارضين.

نستنتج أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين، وهذا يرجع لكونها تساهم في زيادة الوعي في المجال السياسي والصحي والبيئي وحول الحياة الاجتماعية، كما أنها تساهم في الاتصال والتعرف على مختلف الثقافات عبر بقاع العالم وهذا ما يجعلها تساهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي من خلال تأثيرها الكبير على الطلبة الجامعيين.



الشكل (36): يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين"

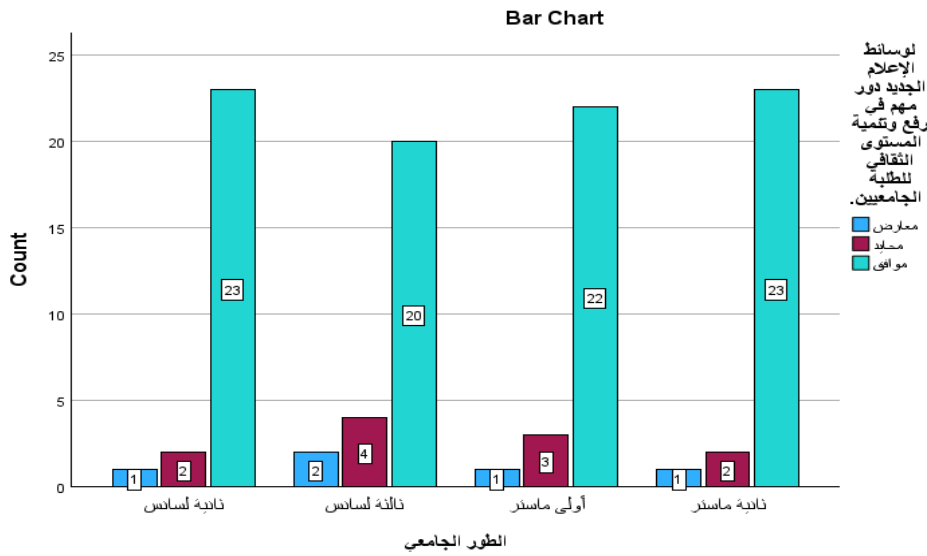
الجدول (35): يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين" حسب متغير الطور الجامعي

عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة"

الجامعيين "								
المجموع		معارض		محايد		موافق		
النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	النسبة	ت	
%100	26	%04	01	%08	02	%88	23	ثانية لسانس
%100	26	%08	02	%15	04	%77	20	ثالثة لسانس
%100	26	%04	01	%11	03	%85	22	أولى ماستر
%100	26	%04	01	%08	02	%88	23	ثانية ماستر
%100	104	%05	05	%10	11	%85	88	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19 يوضح الجدول السابق يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين" حسب متغير الطور الجامعي، حيث نلاحظ أن نسبة %85 من المبحوثين يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين، منها نسبة %88 لدى كل من أصحاب طوري الثانية لسانس والثانية ماستر، ونسبة %85 من أصحاب طور الأولى ماستر، ونسبة %77 من أصحاب طور الثالثة لسانس، كما نلاحظ أن نسبة %10 من المحايدين، منها نسبة %15 من أصحاب طور الثالثة لسانس، ونسبة %11 من أصحاب طور الأولى ماستر، ونسبة %08 لدى كل من أصحاب طوري الثانية لسانس والثانية ماستر، بينما نلاحظ أن نسبة %05 من المعارضين، منها نسبة %08 من أصحاب طور الثالثة لسانس، ونسبة %04 لدى كل من أطوار الثانية لسانس والأولى ماستر والثانية ماستر.

أي أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين، وذلك لدى كل أطوار الثانية والثالثة لسانس والأولى والثانية ماستر، أي أن أغلب طلبة القسم بكل الأطوار يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي.



الشكل (37): يوضح عبارة "لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين" حسب متغير الطور الجامعي.

المبحث الثالث: اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة

ان أحد فروع الاحصاء الاستنتاجي هو اختبار الفرضيات، فنحن في كثير من الاحيان لا نكتفي بتقدير معلمة المجتمع بأن نعطيها قيمة معينة أو نبني لها فترة ثقة معينة، بل نحتاج الى اتخاذ قرار حول صحة فرضية معينة أو عدم صحتها، أي أننا نحتاج الى اختبار الفرضيات المتعلقة بمعلمات المجتمع، وهذا ما سنقوم بدراسته من خلال هذا المطلب.

المطلب الأول: اختبار فرضيات الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة

الفرع الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

هناك علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي.

H0: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي.

H1: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي.

لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على اختبار الارتباط لبيرسون لدراسة قوة العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في " استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد" والمتغير التابع المتمثل في "تنمية مستواهم الثقافي" كما هو موضح ادناه:

الجدول رقم (II-36): يوضح نتائج إختبار الارتباط بيرسون بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي.

تنمية المستوى الثقافي	استخدام وسائل الاعلام الجديد		
0.644	1	معامل الارتباط بيرسون	استخدام وسائل الاعلام الجديد
0.000		قيمة المعنوية	
120	120	درجة الحرية	
1	0.644	معامل الارتباط بيرسون	تنمية المستوى الثقافي
	0.000	قيمة المعنوية	
120	120	درجة الحرية	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق: من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بيرسون قدرت بـ $R=0.644$ وهذا يدل على وجود ارتباط موجب وقوي بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي، مما يعني أن استخدام الطلبة لوسائل الاعلام الجديد فسر ما نسبته 64.4% من التباين الحاصل في تنمية مستواهم الثقافي، فحين بلغت قيمة المعنوية 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمدة 0.05 بالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 التي مفادها "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين استخدام طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الاعلام الجديد وتنمية مستواهم الثقافي".

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثانية

يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى للمتغيرات الشخصية
لاختبار هذه الفرضية لابد من تجزئتها إلى أربعة فرضيات فرعية:

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

❖ يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير الجنس.

H_0 : لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير الجنس.

H_1 : توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير الجنس.

تم اختبار هذه الفرضية باختبار ANOVA كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (II-37): يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية

المستوى الثقافي والجنس.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	فيشر	الدلالة المعنوية Sig
الانحدار	1,010	1	1,324	10,47	0,000
البواقي	7,020	119	,185	1	
المجموع	8,03	120			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال اختبار Anova نجد أن قيمة الدلالة المعنوية Sig=0,000 وهي أقل من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0.05، مما يعني لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية وهي أنه "لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير الجنس".

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير السن.

H0: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير السن.

H1: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير السن.

تم اختبار هذه الفرضية باختبار ANOVA كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (II-38): يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والسن.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	فيشر	الدلالة المعنوية Sig
الانحدار	1,412	1	1,478	10,432	0,000
البواقي	7,0	119	,185		
المجموع	8,412	120			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال اختبار Anova نجد أن قيمة الدلالة المعنوية Sig=0,000 وهي أقل من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0.05، مما يعني لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية وهي أنه "لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير السن".

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المستوى المعيشي.

H0: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المستوى المعيشي.

H1: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المستوى المعيشي.

تم اختبار هذه الفرضية باختبار ANOVA كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (II-39): يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والمستوى المعيشي.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	فيشر	الدلالة المعنوية Sig
الانحدار	1,124	1	1,254	09,06	0,065
البواقي	7,452	119	,123	1	
المجموع	8,879	120			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال اختبار Anova نجد أن قيمة الدلالة المعنوية Sig=0,065 وهي أكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0,05، مما يعني توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية وهي أنه "توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المؤهل العلمي".

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

H0: لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

H1: توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم

الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

تم اختبار هذه الفرضية باختبار ANOVA كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (II-40): يوضح نموذج تحليل التباين Anova بين تنمية المستوى الثقافي والمؤهل العلمي.

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	فيشر	الدلالة المعنوية Sig
الانحدار	1,859	1	1,85	10,06	0,065
البواقي	7,020	119	9	1	
المجموع	8,879	120	,185		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

بالنظر إلى الجدول أعلاه ومن خلال اختبار Anova نجد أن قيمة الدلالة المعنوية Sig=0,065 وهي أكبر من قيمة الدلالة المعنوية المعتمدة 0.05، مما يعني توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية وبالتالي نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية وهي أنه "توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في تنمية المستوى الثقافي لطلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة الوادي تعزى لمتغير المؤهل العلمي".

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

تساهم وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي.

H0: لا تساهم وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي.

H1: تساهم وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي.

تم اختبار هذه الفرضية بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على جميع عبارات الاستبيان حول نجاح العمل الجماعي في المؤسسة يتحقق بالتخطيط الاستراتيجي، كما هو موضح في الجدول أدناه:

الجدول رقم (II-41): يوضح نتائج اختبار T-Test الأحادي العينة لدرجات الإجابة على مساهمة وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي.

القيمة الاحتمالية Sig	د رجة الحرية	الانحد راف المعياري	المتوسط سط الحسابي	
0,000	1 20	0,88 7	4,96 96	مساهمة وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

التعليق:

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن قيمة المتوسط الحسابي لكل عبارات محاور الدراسة حول مساهمة وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي قدر بـ 4.9696 وبانحراف معياري قدره 0,887 وهذا ما يقابل درجة الموافقة العالية، كما أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية بلغت 0.000 وهي أقل من 0,05 مستوى الدلالة المعنوية المعتمدة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي هي "تساهم وسائط التواصل للإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى طلبة قسم الاتصال بجامعة الوادي".

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة

بعد تحليلنا وتفسيرنا لنتائج الدراسة الميدانية، تم التوصل للنتائج التالية:

✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي يستخدمون وسائط الإعلام الجديد دائماً، والفايسبوك من بين أكثرها استخداماً.

✚ أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف، ويستخدمونها من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، وفي فترات متفرقة في اليوم، ويستخدمونها في البيت.

- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يستخدمون وسائط الإعلام الجديد منذ أكثر من سنتين.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن استخدامهم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لهم خدمات عديدة.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساعدهم في بناء معارفهم السياسية.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أنهم يحصلون على الأخبار والمعلومات من استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيهم اتجاه قضايا البيئة.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أنهم يستخدمون وسائط الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم معلومات عن الجانب الصحي.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن استخدام وسائط الإعلام الجديد يوفر لهم الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد زادتهم معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد مكنتهم من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادهم.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال أصبحوا واعين بكل ما يخص الصحة بعد استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد.

- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد قدمت لهم زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في رفع الوعي نحو قضايا السياسية.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال وسائط الإعلام الجديد تساعد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد تفيد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن وسائط الاعلام الجديد تزيد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا.
- ✚ أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال وسائط الإعلام الجديد تساعد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم.
- ✚ أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين.

خلاصة الفصل:

لقد تم في هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التطبيقية المتعلقة بدور وسائط الاعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، والتي تم اسقاطها على طلبة الجامعة.

كما سعت هذه الدراسة من خلال اتباعها لمنهج دراسة الحالة، الى معرفة ما إذا كان لوسائط الاعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، وذلك بالاعتماد على تحليل مخرجات برنامج SPSS، فمن خلال كل ما سبق يتضح لنا أن اتجاه أفراد عينة الدراسة إيجابي، وأن هناك دور لوسائط الاعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي ، كما ثبت أنه توجد علاقة ارتباط بين وسائط الاعلام الجديد و تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي.

الخاتمة العامة

خاتمة:

من خلال دراستنا هذه التي تناولنا فيها موضوع دور لإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطلبة الجامعيين والذي توصلنا من خلال دراستنا لهذا الموضوع أحدث تغيرات كبيرة في خارطة الفضاء الإعلامي كما توصلنا أيضا إلى أن الطلبة الجامعيين الذي شكلا نموذج دراستنا وبالإسقاط نستطيع القول إلى أن الطلبة يحتاجون إلى توعية عالية المستوى وتنشئة اجتماعية سليمة أساسها الوعي والمقومات الأساسية التي تبرز وعيه من خلال استخدام وسائط الإعلام الجديد.

وقد توصلنا في دراستنا إلى نتائج أهمها أن أغلب طلبة قسم الاعلام والاتصال يتصفحون وسائط التواصل الاجتماعي باستخدام الهاتف، ويستخدمونها من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم، وفي فترات متفرقة في اليوم، ويستخدمونها في البيت، كما أنهم يوافقون على أن استخدامهم وسائط الإعلام الجديد لأنها تقدم لهم خدمات عديدة.

بالإضافة إلى أن أغلب طلبة قسم الإعلام والاتصال يرون أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم معلومات عن الجانب الصحي، كما أنهم يوافقون على أن وسائط الإعلام الجديد توفر لهم زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادهم، وأصبحوا واعين بكل ما يخص الصحة بعد استخدامهم لوسائط الإعلام الجديد، وأنهم يوافقون على أن لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب والمؤلفات العربية

- 1- إبراهيم مذكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1975.
- 2- أحمد مرسلي. مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.4. 2010. الجزائر.
- 3- بسام عبد الرحمان المشاقبة، الاعلام الصحي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 4- حسن حفطي، علم اجتماع التنمية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الأردن، 2001.
- 5- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.
- 6- حسين حسن موسى: استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2009.
- 7- الحنفاوي محمد، الصحافة والتوعية الصحية، ط 1، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع، 2014.
- 8- رضا عكاشة: تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، كلية الاعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة مصر، د.س.
- 9- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.
- 10- طه عبد العاطي نجم، الاعلام والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013.
- 11- عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد -المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، دون سنة.
- 12- عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال، دار اليازوري، عمان، 2016م.
- 13- فاطمة عوض صابر، علي ميرفت خفاجة، أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة الإشهار الفني، الإسكندرية، مصر، 2002.

- 14- كمال الحاج: نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 1-برامود كيه نايار، مقدمة إلى وسائل الإعلام الجديدة والثقافات الإلكترونية، ترجمة جلال الدين عز الدين علي، مؤسسة هنداوي للنشر والتوزيع، المملكة المتحدة، 2019،
- 15- محمد الجوهرى، طريق البحث الاجتماعي، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، 2008.
- 16- محمد الفهيدة وآخرون، علاقة الشباب بالصحافة المطبوعة والإلكترونية، جامعة قطر، كلية الآداب والعلوم، 2016.
- 17- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019.
- 18- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 19- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، ط2، 1999.
- 20- مصطفى عليان ربحي، البحث العلمي، أسسه مناهجه، اساليبه واجراءاته. بيت الافكار الدولية. عمان. الأردن. 2001.
- 21- مهدي محمد القصاص: تصميم البحث الاجتماعي. دار نيبور. بغداد. العراق. 2014.
- 22- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، تر. بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2008.
- 23- نضال فلاح الضلاعين، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار، 2016.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

- 1- باديس لونيس، جمهور الطلبة الجزائريين والانترنت دراسة في استخدامات وإشباعات طلبة جامعة قسنطينة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008.
- 2- شعباني مالك، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006/2005.
- 3- ظافر بن سعد، عبد الله الشهري، دور الاتصال والاعلام في تشجيع المدمنين على التقدم طوعا للعلاج، دراسة ميدانية على المدمنين المتقدمين طوعا للعلاج في مستشفى الامل بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير في العلوم الشرعية، جامعة نايف العربية الأمنية، 2004.
- 4- عبد الرحمان بن منيف الخالدي، الوعي الذاتي وعلاقته بالتوافق النفسي لدى طلاب وطالبات المرحلة الثانوية، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 2014.
- 5- علا القوي عامر، دور وسائل الاعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي، سيناء جامعة، الاعلام تكنولوجيا بكلية والتلفزيون الإذاعة قسم مدرس، دون سنة.
- 6- فتحية عينو، الشباب الجامعي والفضائيات العربية، قناة mbc4 نموذجا دراسة في الاستخدامات والإشباعات على طلبة جامعة مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2013.
- 7- محمد خليفة صديق، فاعلية وسائل الاعلام في التثقيف السياسي للناخبين، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة افريقيا العالمية، الخرطوم -السودان، دون سنة.
- 8- نايلي سماح، دور الدراما التلفزيونية في تنمية الوعي الصحي لدى طلبة الجامعة، دراسة ميدانية بجامعة العربي التبسي تبسة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة الاعلام والاتصال، الجزائر، 2016.
- 9- وديع العززي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات، دون سنة.

ثالثا: المقالات

- 2- ابتسام رايس علي، نظرية الاستخدامات والإشباعات وتطبيقاتها على الإعلام الجديد، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع8، 2016.
- 3- احسينة بوشيوخ، بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وأثرها على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 09، جامعة أم البواقي، 2018.
- 4- بن زينب فاطمة، فضاءات المطالعة العمومية ودورها في تفعيل ونشر ثقافة المعلومات والثقافة الرقمية، المجلة العربية للأرشيف والتوثيق والمعلومات، المجلد 23، العدد 46، 2019.
- 5- بن عب ووليد، الاعلام الجديد: مفهومه وخصائصه: مدخل نظري عام، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران 01 أحمد بن بلة، المجلد 07، العدد 01، 2020.
- 6- حاتم سليم علاونة، سهى محمد، استخدامات الصحفيين الأردنيين للفييس بوك والإشباعات المتحققة دراسة على عينة من الصحفيين الأردنيين، مجلة المنارة، مج22، ع3، 2016.
- 7- حميد بن كويمي حران الرويلي، محمد بن عبد الله اليحي، دور أعضاء هيئة التدريس في تنمية الوعي الثقافي، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، العدد الثامن، الجزء الأول، 2017.
- 8- حنادر عبد الله، تأثير وسائل الاعلام الجديدة على الهوية الوطنية للشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة غليزان، مجلة الفكر المتوسطي، مج12، ع01، جامعة غليزان، الجزائر، 2023.
- 9- حنان مراد، أثر الانفتاح الثقافي على مفهوم المواطنة لدى الشباب الجزائري، - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، دون سنة.
- 10- خالد خواني، مفاهيم الثقافة والمصطلحات المرتبطة بها، مجلة القارئ للدراسات الأدبية والنقدية واللغوية، المجلد 04، العدد 03، 2021.

- 11- خديجة محمد كمال سعد الشاذلي، التنوع الثقافي واليات تعزيزه بالتعليم الجامعي في العالم المعاصر، جامعة بني سويف، مجلة كلية التربية، العدد يناير، الجزء الثاني، 2020.
- 12- دريم فاطمة الزهراء، الهوية الثقافية للطالب الجامعي، مجلة الدراسات، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 1998.
- 13- بن عبو وليد، الإعلام الجديد: المفهوم، المداخل النظرية، نظرة في الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي، وطبيعة الفروق بينها، مجلة الراصد العلمي، جامعة وهران، المجلد 7، العدد 1، 2020.
- 14- شمس ضيات خلفاوي، الاعلام الجديد: قراءة في تطور المفهوم والوظيفة، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد 15، جوان 2015،
- 15- الزهرة بيك، وسائل الاعلام ودورها في نشر الوعي والتثقيف الصحي، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الأول، العدد الأول، 2019.
- 16- سعود بن سهل القوس، دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي -دراسة ميدانية على عينة من الشباب السعودي بمنطقة الرياض، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، ع10، الجزء الأول، 2018.
- 17- سمية بورقعة، مساهمة الاعلام الجديد في التنمية الثقافية نحو تعزيز الثقافة الجزائرية في الفضاء الرقمي، رؤية استشرافية، مجلة هيروdot للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مج06، ع02، جامعة عنابة، الجزائر، 2022.
- 18- صغير عباس وفريدة رياح، رضوان، صراع القيم بين الثقافة المحلية والثقافة الافتراضية في ظل الفضاء السيبراني، مجلة البدر، المجلد 10، العدد 11، 2018.
- 19- صليحة محمدي، سامي بخوش، الثقافة الرقمية دراسة تحليلية في المفهوم، مخبر الامن في منطقة المتوسط، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2021.
- 20- عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في تحولاته التكنولوجية وخصائصه العامة"، مجلة الأكاديمية العربية المفتوحة بالدانمارك، ع 02، جوان 2007.

- 21- عبد الرحمان محمد سعيد الشامي، آفاق الاتصال والتواصل في بيئة الاعلام الجديد، مجلة الاتصال والتنمية، ع98، 2011.
- 22- عبيد فتحي السماك، اسراء غانم، توظيف الثقافة الرقمية في إدارة الوقت عند مديري المدارس الثانوية من وجهة نظر المشرفين التربويين، المؤتمر العلمي الدولي الأول، العلوم الإنسانية والصرفة، رؤية نحو التربية والتعليم المعاصرة، نقابة الأكاديميين العراقيين، العراق، مركز استراتيجي أكاديمي، جامعة دهوك، 2019.
- 23- عفوفو عبد السلام، المفاهيم العامة للثقافة وانعكاسها واجتياح الفنون والثقافة التركية للثقافة العربية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، دراسات إسلامية، العدد 02.
- 24- علي الوحيشي، أثر الاعلام الجديد على الهوية الثقافية والخصوصية الإسلامية، مجلة علوم الانسان والمجتمع، مج07، ع27، جامعة الزاوية، ليبيا، جانفي 2018.
- 25- علي فلاق، حكيم بوجطو، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقافة التنظيمية للمؤسسة، العدد الثالث، د. س.
- 26- قاسم حجاج، غرداية: أزمة ممتدة في عهدة بوتفليقة، مجلة المركز العربي الأبحاث ودراسة السياسات الدوحة، أغسطس 2015.
- 27- لولي حسيبة، الثقافة لرقمية في وسط الشباب، مجلة اللوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 29، 2017.
- 28- محمد بلعيد، علاقة الإعلام الجديد بتعزيز الثقافة البيئية في الوسط المدرسي وتحقيق التنمية للمجتمع المحلي، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (05) العدد (02) ، ديسمبر 2021.
- 29- محمد علاوة، الاعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، والعوامل، التي تميزه عن الاعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد الأول والثاني، 2017.
- 30- محمود أبو عامر، امال محمود، مستوى الثقافة الرقمية لدى عينة من الإباء والأمهات في محافظات قطاع الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، غزة، العدد 06.

- 31- محمود هلال عبد الباسط عبد القادر، الثقافة الرقمية للأبناء بين الرفاهية والحتمية في العصر الرقمي " رؤية تربوية "، كلية التربية، جامعة سوهاج، 2021.
- 32- مليكة عرعور، سامية حميدي، دور الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب، جامعة بسكرة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، دون سنة.
- 33- يحيى خديجة، تأثير الاعلام الجديد على الانتماء الثقافي للشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الشلف، مجلة جسور المعرفة، مج05، ع02، الجزائر، 2019.

رابعاً: المواقع الإلكترونية:

- 1- وجدي حلمي عبد الظاهر، نظريات الاعلام والاتصال، قسم الاعلام جامعة أم القرى، <https://uqu.edu.sa/page/ar/181765> . يوم 2022/03/12 . ساعة 18:58.
- 2- الهذبة مناجلية، الاعلام الجديد... الواقع والخصائص، جامعة عنابة، دون سنة.
- 3- مدونة نسرین حسونة، شبكة أمين الاعلامية 02/02/2024، blog.amin.org/misreenhassouna
- 4- أحمد عمر وشريف، الوعي، موسوعة ستانفورد للفلسفة، 2018.
- 5- خالد بن عبد العزيز ال ثاني، دور وسائل الاعلام في بناء الوعي الاجتماعي، مدونات، الجزيرة نت، 30-09-2023، متاحة على الرابط، <https://www.aljazeera.net/blogs/2023/9/30/%D8%AF%D9%88%D8%B1-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A8%D9%86%D8%A7%D8%A1-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B9%D9%8A>
- 6- سامر سليمان، أنواع الثقافة، مجلة سيدتي، 26 يناير 2022، الثقافة منظومة اجتماعية، متاحة على الرابط

<https://www.sayidaty.net/node/1343671/%D8%A8%D9%84%D8%B3/%D8%AD%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D9%86%D8%A7/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A>

الملاحق

استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
-جامعة الشهيد حمه لخضر-بالوادي-



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان

في إطار إنجاز مذكرة ماستر تخصص سمعي بصري حول دور وسائط الإعلام الجديد في تنمية المستوى الثقافي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي، وفي سبيل ذلك فإننا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاز هذه الدراسة من خلال الإجابة بكل موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم علما أن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط تشكر لكم مقدما لجهودكم وحسن تعاونكم.

إشراف:

د. خضير رشيد

إعداد الطلبة:

أيمن قاسم

بلبي وردة

مرغني سمية

الموسم الجامعي: 2023-2024

الملاحق

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: 18-25 سنة 26-31 سنة أكثر من 32 سنة

المستوى المعيشي: ضعيف متوسط جيد

الطور الجامعي: ثانية لسانس ثالثة لسانس

أولى ماستر ثانية ماستر

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام الجديد

1- هل تستخدم وسائط الإعلام الجديد في حياتك اليومية؟

دائما أحيانا نادرا

2- ما هي أكثر وسائط الإعلام الجديد التي تستخدمها؟

الفايسبوك يوتيوب تويتر

مواقع إلكترونية رسمية منتديات علمية

أخرى أذكرها

3- عبر أي وسيلة تتصفح وسائط الإعلام الجديد؟

الهاتف اللوح الذكي الحاسوب الشخصي الحاسوب الثابت

4- ما هو متوسط استخدامك اليومي لوسائط الإعلام الجديد؟

أقل من 1 سا من 1 سا - 2 سا من 3 سا - 4 سا من 5 سا فما فوق

5- منذ متى وأنت تستخدم وسائط الإعلام الجديد؟

منذ 6 أشهر منذ سنة منذ سنتين أكثر من سنتين

6- ما هي الفترة المفضلة لك لاستخدام وسائط الإعلام الجديد؟

الفترة الصباحية الفترة المسائية فترة الليل فترات متفرقة

7- ما هو المكان الذي تستخدم فيه وسائط الإعلام الجديد؟

الملاحق

البيت مكان العمل مكان الدراسة

أماكن أخرى

المحور الثاني: دوافع استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد

معارض	محايد	موافق	العبارة
			1- أستخدم وسائل الإعلام الجديد لأنها تقدم لي خدمات عديدة.
			2- تساعدني وسائل الإعلام الجديد في بناء معارفي السياسية.
			3- أحصل على الأخبار والمعلومات من استخدامي لوسائل الإعلام الجديد.
			4- أرى أن وسائل الإعلام الجديد تساهم في رفع وعيي اتجاه قضايا البيئة.
			5- أستخدم وسائل الإعلام الجديد من أجل الاتصال بالآخرين لمعرفة الواقع الاجتماعي.
			6- أرى أن وسائل الإعلام الجديد توفر لي معلومات عن الجانب الصحي.

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائل الإعلام الجديد

معارض	محايد	موافق	العبارة
			1- يوفر استخدام وسائل الإعلام الجديد الوقت والجهد في الحصول على المعلومات والأخبار المختلفة.
			2- زادتني وسائل الإعلام الجديد معرفة واطلاعا على الأحداث والتطورات حول الحياة العامة.
			3- مكنتني وسائل الإعلام الجديد من التعرف على ثقافات المجتمعات الأخرى.

الملاحق

			4- توفر لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا حول ما يتعلق بالجانب السياسي في بلادي.
			5- أصبحت واعيا بكل ما يخص الصحة بعد استخدامي لوسائط الإعلام الجديد.
			6- قدمت لي وسائط الإعلام الجديد زادا معرفيا بكل ما يتعلق بالبيئة وما تواجهه من تحديات.

المحور الرابع: تأثير استخدام طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة الوادي لوسائط الإعلام الجديد على تنمية مستواهم الثقافي

معارض	محايد	موافق	العبارة
			1- تساهم وسائط الإعلام الجديد في رفع الوعي نحو قضايا السياسية.
			2- تساعد وسائط الإعلام الجديد في تنمية معارف الطالب الجامعي نحو الحياة الاجتماعية.
			3- تفيد وسائط الإعلام الجديد في اكتساب ثقافة صحية متكاملة حول الوقاية والعلاج من العديد من الأمراض.
			4- تزيد وسائط الاعلام الجديد من وعي الطالب الجامعي في المجال الثقافي وطرق الحفاظ على التراث الثقافي ببلادنا.
			5- تساعد وسائط الإعلام الجديد الطالب الجامعي في اكتساب كل ما هو جديد حول ثقافات المجتمعات في العالم.
			6- لوسائط الإعلام الجديد دور مهم في رفع وتنمية المستوى الثقافي للطلبة الجامعيين.

شَرِّحْنَا لِلَّهِ