

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة

قيصران هناء

باحثة دكتوراه

الدكتور: فوزي نور الدين

أستاذ محاضر " أ "

كلية الحقوق و العلوم السياسية

جامعة محمد خيضر - بسكرة

ملخص :

لقد تناولت الدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة بولاية بسكرة ، حيث اقتصرت الدراسة على تلاميذ البكالوريا ، و هدفت إلى معرفة مدى استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي ، و مساهمة هذه الأخيرة في تنمية الوعي السياسي و اكتساب المعرفة السياسية و ترسيخ القيم السياسية التي من شأنها أن تؤثر على الثقافة السياسية لديهم .

Abstract :

The study dealt with the impact of social network on the political culture , the study applied on a sample of Choukri Mohammed's secondary school in Municipality Tolga Biskra , this la limited to Baccalaureate students, the study aimed to find out how to use students to the social networks, and the contribution of this latter to the development of awareness political and gain political knowledge and the consolidation of political values that will t their was political culture they have .

مقدمة :

شهد العالم خلال السنوات القليلة الماضية تحولات كبيرة في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، و قد كان من أهمها ظهور شبكة الانترنت ، التي جعلت من العالم قرية صغيرة ، من خلال شاشة الكترونية يتم بواسطتها تبادل المعلومات و الأخبار بكل سهولة و بسرعة فائقة ، مهما كان الزمان و المكان. و لم يقتصر هذا التحول فقط في هذا الشأن ، بل أفرزت الانترنت بدورها تكنولوجيا جديدة دفعتها نحو عصر جديد من التفاعل و التواصل الإنساني ، من خلال ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ، التي تعد من أحدث منتجات تقنيات الإعلام و الاتصال الأكثر انتشارا و استخداما ، بحيث أصبح لها تأثير قوي على حياة الأفراد و الجماعات ، مما جعل من هذه المواقع يمتد استخدامها من وظيفة التواصل و التفاعل إلى الوظائف السياسية، فهي تسهم في تنمية معارفهم السياسية و تعزيز قيم المواطنة لديهم، و دفعهم نحو المشاركة السياسية ، و ذلك نظرا لما تحمله من مضامين إعلامية تؤثر على تشكيل و تنمية الثقافة السياسية لديهم. من هذا المنطلق نطرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية للشباب ؟

للتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

-فيما تتمثل شبكات التواصل الاجتماعي ؟

-ما مفهوم الثقافة السياسية ؟

-إلى أي مدى تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية لدى تلاميذ ثانوية شكري

محمد ؟

1- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي :

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي: هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ، جامعة ، مدرسة ، شركة ...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر ، مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين و معرفة أخبارهم و معلوماتهم التي يتيحونها للعرض⁽¹⁾.

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة و البريد الالكتروني و الفيديو و التدوين الخطي و الصوتي و المرئي و مشاركتها مع الآخرين⁽²⁾.

من خلال ما سبق نستنتج أن شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع على شبكة الانترنت ، تقدم خدمة للأفراد ، حيث تتيح لهم إمكانية التواصل و التفاعل، و تبادل المعلومات .

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: لشبكات التواصل الاجتماعي جملة من الخصائص أهمها⁽³⁾

:

- الشمولية : حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية ، و تلغي من خلالها الحدود الدولية ، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ، من خلال الشبكة بكل سهولة .
- التفاعلية : فالفرد في شبكات التواصل الاجتماعي مستقبل و قارئ ، مرسل و كاتب و مشارك ، فهي تعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ .
- تعدد الاستعمالات : مواقع التواصل الاجتماعي سهلة و مرنة ، و يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم ، و الكاتب للتواصل مع القراء ، و أفراد المجتمع للتواصل و هكذا .
- سهولة الاستخدام : فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف و بساطة اللغة ، تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع الآخرين .
- اقتصادية في الجهد و الوقت و المال : في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل ، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي ، و ليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال ، أو حكرا على جماعة دون أخرى .

أشكال شبكات التواصل الاجتماعي : و التي من أهمها :

الفيسبوك : عرفه قاموس الإعلام و الاتصال على أنه : موقع للتواصل الاجتماعي، تأسس عام 2004، يتيح نشر الصفحات الشخصية، وضع في الأصل لطلاب الجامعة و أعضاء هيئة التدريس و الموظفين، لكنه اتسع فيما بعد ليشمل كل الأشخاص⁽⁴⁾ ، كما يعد الفيسبوك موقعا للتواصل الاجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء و يساعدهم على تبادل المعلومات و الملفات و الصور الشخصية و مقاطع الفيديو و التعليق عليها و إمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية⁽⁵⁾.

جوجل بلاس Google Plus : هو عبارة عن مجموعات يضاف إليها الأشخاص على حسب تصنيفهم، بحيث أن كل مجموعة أو دائرة يمكن أن ترى المشاركات التي خصصت لها ، و من الممكن إضافة الأشخاص لهذه الدوائر⁽⁶⁾ .

تويتر : هو وسيلة اجتماعية تسمح للأفراد تبادل الرسائل القصيرة مع شبكة من المستخدمين الآخرين⁽⁷⁾.

يوتيوب : هو مكتبة الفيديو ، يمكن من خلالها أن تعزز البرامج التعليمية ، مشاهدة الأحداث ، و غيرها من الخدمات ، و ذلك بشكل فعال من خلال البث الشبكي⁽⁸⁾.

الانستقرام : يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور و التعليقات عليها، أو تسجيل الإعجاب ، و هو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي أو المؤسسي ، و هو تطبيق متاح لتبادل الصور ، إضافة إلى انه يعمل على التقاط الصور و إضافة فلتر رقمي إليها و إرسالها عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁹⁾.

2- ماهية الثقافة السياسية :

تعريف الثقافة السياسية : عرفها لوسيان باي بأنها: "مجموعة القيم و المعتقدات السياسية السائدة في أي مجتمع و التي تتميز عن غيره من المجتمعات و تخلق نوعا من الملائمة الاجتماعية لسلوك الأفراد و تعطي للعمليات السياسية شكلا و مضمونا بالطريقة نفسها التي تعطيها الثقافة ملائمة للحياة الاجتماعية"⁽¹⁰⁾.

عرفها غابريال الموند و بنجهام باول على أنها : " تشير إلى التوزيع الخاص للاتجاهات السياسية ، و القيم و المشاعر و المعلومات و المهارات ، و ذلك باعتبار أن اتجاهات الأفراد تؤثر فيما يفعلونه"⁽¹¹⁾.

كما تعرف الثقافة السياسية على أنها مجموع المواقف و القيم و أنماط السلوك المتعلقة بالعلاقات المتبادلة بين السلطة و المواطنين⁽¹²⁾.

من خلال التعاريف السابقة يتضح لنا أن الثقافة السياسية هي مجموعة من القيم و المعتقدات و الأنماط السياسية التي تحدد مواقف الأفراد السياسية اتجاه السلطة و القضايا السياسية .

عناصر الثقافة السياسية : يمكن تحديد أهم عناصر الثقافة السياسية على النحو التالي⁽¹³⁾:

- تمثل الثقافة السياسية مجموعة من القيم و الاتجاهات و السلوكيات و المعارف السياسية لأفراد المجتمع .
- الثقافة السياسية ثقافة فرعية من الثقافة العامة للمجتمع ، تؤثر فيه و تتأثر به ، و لكنها لا تنفصل عن ذلك الإطار العام لثقافة المجتمع .
- تختلف الثقافة السياسية بين مجتمع و آخر ، كما تختلف من فرد لآخر داخل المجتمع ، و هذا الاختلاف تفرضه عوامل معينة كالأصل و محل الإقامة و المهنة و الحالة التعليمية .

أبعاد الثقافة السياسية : تتحدد أبعاد الثقافة السياسية في ثلاث هي⁽¹⁴⁾ :

- المعارف السياسية : و يقصد بها ما يوجد لدى الفرد من معارف و آراء سياسية بخصوص القضايا و المؤسسات السياسية .
- الاتجاهات السياسية : و تعني حالة الاستعداد أو التأهب العصبي و النفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص و تكون ذات تأثير توجيهي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات و المواقف .
- القيم : عبارة عن ما يعتقده أو يؤمن به الأفراد فيما يتصل بالنظام السياسي .

مكونات الثقافة السياسية: تحتوي الثقافة السياسية لأي مجتمع على عدد من القيم السياسية يتراوح مضمونها في الآتي :

*المرجعية : و هي تعني "الإطار الفكري الفلسفي المتكامل ، أو المرجع الأساسي للعمل السياسي ، فهو يبرر المواقف و الممارسات ، و يكسب النظام الشرعية، و غالبا ما يتحقق الاستقرار بإجماع أعضاء المجتمع على الرضا عن مرجعية الدولة، و وجود قناعات بأهميتها و تعبيرها عن أهدافهم و قيمهم ، و عندما يحدث الاختلاف بين عناصر النظام حول المرجعية ، تحدث الانقسات و تبدأ الأزمات التي تهدد شرعية النظام و بقائه و استقراره"⁽¹⁵⁾. *الولاء المحلي و الولاء القومي : يتم نقل الثقافة السياسية أو خلقها أو تغييرها عن طريق عملية التنشئة السياسية أو نقل ثقافة المجتمع من جيل إلى آخر ، و يقوم بهذا الدور عدد من الأدوات أهمها الأسرة و المدرسة و جماعات الرفاق و الأحزاب السياسية و وسائل الإعلام المختلفة⁽¹⁶⁾.

*التوجه نحو النظام السياسي : الاتجاه نحو النظام السياسي و الإيمان بضرورة الولاء و الانتماء له و التعلق به من ضرورات الإحساس بالمواطنة و ما ترتبه من حقوق و التزامات ، فكل ثقافة سياسية عليها أن تحدد النطاق العام المعقول للعمل السياسي و الحدود المشروعة بين الحياة العامة و الحياة الخاصة ، و يتضمن هذا النطاق تحديد الأفراد المسموح لهم بالمشاركة في العملية السياسية و وظائف المؤسسات السياسية كل على حدة⁽¹⁷⁾.

*الإحساس بالمسؤولية : " التوجه نحو العمل العام و الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع و قضاياها من أهم مكونات الثقافة السياسية ، ذلك أن هذا الشعور بالمسؤولية يدفع المواطن إلى الإيجابية في التعامل مع القضايا و الموضوعات في ظل ثقافة متشابهة مؤداها الإحساس بالولاء للجماعة"⁽¹⁸⁾.

3-تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية :تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي كغيرها من الوسائل الثقافية السياسية لدى الأفراد ، و لا يقل هذا التأثير عن باقي الوسائل الأخرى، و ذلك لقدرة هذه الشبكات على التفاعل و شموليتها و كثرة استعمالها ، من خلال نشر القيم السائدة في المجتمع ، لاسيما القيم السياسية التي ينعكس تأثيرها على الفرد ، كقيم المواطنة .

حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي واحدة من المناهل الفكرية التي باتت تغذي قطاعا كبيرا من الشباب و حتى الكبار في الوقت الراهن ، و ذلك بفضل الكم الهائل من المعلومات التي يتداولها روادها عبرها و يشاركونها فيما بينهم ، و سهولة استخدامها ، الأمر الذي جعلها تؤدي دورا هاما في ترسيخ قيم المواطنة لدى أولئك الذين يتخذون منها زادا معرفيا أو منهلا تثقيفيا ، و ذلك من خلال صفحات و مجموعات عبر الفيسبوك ، أو في شكل تغريدات عبر التويت راو فيديو من خلال موقع الفيسبوك ، التي قد تأسست على

قواعد حب الوطن تهدف من خلالها إلى البحث عن أفضل السبل للرقى بالمواطن داخل مجموعته الوطنية ، حيث يصبح هؤلاء قد نمت بينهم مشاعر المواطنة بشكلها الالكتروني ، و وزعت بينهم قيم الولاء للوطن و العمل الجماعي من أجل الصالح العام في الدولة⁽¹⁹⁾.

لذا فتحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال أما ممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت ، و التي أطلق عليها المواطنة الافتراضية ، خاصة في ظل التوترات التي تعاني منها الدولة ، و تقلص الحقوق السياسية ، فهناك ممارسة لحقوق المواطنة في المجتمع الافتراضي ، و هناك أيضا قضايا يتم سحبها من الواقع إلى المجتمع الافتراضي ، الذي يعد بوابة جديدة لعبور و تحقيق المواطنة ، مع الأخذ بعين الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة و محلية المردد⁽²⁰⁾.

كما تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا مهما لا يقل أهمية عن غيره في نشر المعرفة السياسية و تنمية الوعي السياسي لدى الفرد ، باعتبار أن المعرفة السياسية و الوعي السياسي وجهان لعملة واحدة تنبثق من الثقافة السياسية بوجه عام ، و ذلك لارتباط هذين المفهومين ببعضهما ، و انعكاس ذلك على الفرد في اعتماده عليهم في التعرف على مختلف القضايا السياسية و الأحداث الجارية و تحديد موقفه منها²¹. و يتم ذلك عبر مجموعة من الأدوات من بينها شبكات التواصل الاجتماعي ، لما لها من قدرة على التأثير ، حيث تساعد على تنمية المعرفة و الوعي السياسي لدى مستخدميها ، من خلال ما تقدمه من أخبار و معلومات و معارف بالصوت و الصورة ، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة تسهم من خلالها في تشكيل الثقافة السياسية لديهم .

و هذا ما توصل إليه الاستطلاع الذي أجراه مركز بيو للأبحاث، الذي تم إجراؤه على 2500 مفردة ، حيث توصلت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي و تحديدًا الفيسبوك و تويتر قد أثروا بصورة كبيرة في قرارات 36 % من مستخدمي تلك المواقع خاصة فيما يتعلق بالقرارات التي تخص القضايا السياسية و الموضوعات التي تتعلق بالتطورات و الأحداث الخاصة بالحملات السياسية ، كما أشارت نتائج الاستطلاع إلى أن هناك فئة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ممن تجاوزت أعمارهم 18 عاما و التي بلغت 36 % اتفقوا على أن هذه المواقع ساعدتهم على أن يواكبوا الأخبار و التطورات و الأحداث للمشاركة في الموضوعات ذات الطابع السياسي التي يهتمون بها، كما أن 25 % يستخدمون تلك المواقع بهدف مناقشة القضايا السياسية مع باقي المستخدمين ، في حين أن 25 % يفضلون مواقع التواصل الاجتماعي لمقابلة الأشخاص الذين يتبادلون وجهات نظرهم حول القضايا السياسية⁽²²⁾.

و هذا ما يميز شبكات التواصل الاجتماعي على أنها تقوم بدور فعال في تعزيز الديمقراطية ، من خلال نشر الوعي السياسي و تنمية المعرفة السياسية لدى المستخدمين و زيادة اهتمامهم بالشئون السياسية ، الأمر الذي يساعد على تشكيل الثقافة السياسية لديهم، و هذا لا يمنع أن تكون لهذه الشبكات تأثيرات

سلبية ، فهي في بعض الأحيان تقوم بنشر الحقائق السياسية المزيفة ، و نشر ثقافة سياسية لا تتناسب مع ما هو سائد في المجتمع ، الأمر الذي يؤثر سلبا على تشكيل الثقافة السياسية لدى الفرد .

4- دراسة تطبيقية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية لدى تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة:

1-3 - الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية :من أجل التعمق في دراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية، تطلب الأمر تدعيمها بدراسة ميدانية ، وهذا بالتطرق إلى الأسس المنهجية المتبعة، وكذلك تحديد مجتمع البحث، لذا تم استخدام الاستبيان كأداة بحثية، وقد تم اختيار تلاميذ البكالوريا كعينة من ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة كنموذج للدراسة.

1-3-1-التعريف بأداة الدراسة والغاية منها:يندرج موضوع البحث ضمن الدراسات التطبيقية ، فالتقنية المستعملة في هذه الدراسة هي الاستمارة ، و هي "مجموعة من الأسئلة المترابطة و المتسلسلة و التي يتم الإجابة عليها و تعبئتها من قبل المبحوثين لجمع المعلومات و البيانات حول الظاهرة أو مشكلة البحث"(23).

2-1-3-مجال الدراسة:و يتعلق بمعرفة مكان و زمان إجراء الدراسة و معرفة مجتمع البحث الذي وزع عليه الاستمارة .

أ. المجال الزمني:يمتد المجال الزمني للدراسة للموسم الدراسي 2016 / 2017 ، حيث تم توزيع الاستمارة يوم 25 فيفري 2017 .

ب. المجال المكاني :أجريت الدراسة الميدانية بثانوية شكري محمد ببلدية طولقة ولاية بسكرة، و الذي يبلغ عدد تلاميذها حسب إحصائيات الموسم الدراسي 2016 / 2017 إلى 473 تلميذ .

ج. المجال البشري: و نعني به مجتمع الدراسة، حيث تم أخذ عينة من تلاميذ سنة ثالثة ثانوي بثانوية شكري محمد، و الذي بلغ عدد مفردات مجتمع البحث 186 تلميذ ، أما عدد التلاميذ الذين وزعت عليهم الاستمارة بلغ عددهم 157 مفردة ، و ما نلاحظه هو ارتفاع عدد الغياب .

3-1-3-معطيات حول مفردات البحث :

الجدول رقم(1):يوضح عدد ونسبة مفردات البحث :

المجموع	أنثى	ذكر	
157	31	66	العدد
%100	%58	%42	النسبة المئوية
/	2	1	الرتبة

*احتلت المرتبة الأولى عدد التلميذات قدر بـ 58 % من مجتمع الدراسة ، تلتها في المرتبة الثانية عدد التلاميذ الذكور بنسبة 42 % .

الجدول رقم(2):توزيع أفراد الدراسة حسب الوضع المعيشي :

مجموع	جيد	متوسط	ضعيف	
157	44	103	10	العدد
%100	%28	%66	%6	النسبة المئوية
/	2	1	3	الرتبة

*توصلت الدراسة إلى أن أغلب فئات مجتمع الدراسة ينتمون إلى المستوى المعيشي المتوسط و الذي قدر بنسبة 66%، في حين تحتل المرتبة الثانية بنسبة تقدر 28 % بالنسبة للمبحوثين الذي ينتمون إلى وضع معيشي جيد ، أما المرتبة الثالثة احتلها الأفراد الذي ينتمون إلى وضع معيشي ضعيف و الذي قدر بنسبة 6 % ، و هذا راجع إلى الظروف و المستوى المعيشي في الجزائر.

2-3-شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية لدى المبحوثين :

1-2-3-الوعي السياسي لدى المبحوثين :

الجدول رقم(3):يوضح مدى الانخراط في الأحزاب السياسية :

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
العدد	3	149	5	157
النسبة المئوية	%2	%95	%3	%100
الرتبة	3	1	2	/

*توصلت الدراسة إلى أن اغلب المبحوثين الذين لا ينخرطون في الأحزاب السياسية يحتلون المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 95% ، و أرجع المبحوثين سبب ذلك إلى عدم اهتمام المبحوثين بالأمور السياسية ، و ضيق الوقت بحكم أنهم مقبلين على شهادة البكالوريا ، و كذلك ضعف مضامين برامج الأحزاب و نشاطها المناسباتي ، أما نسبة المنخرطين في الأحزاب السياسية احتلت المرتبة الثانية و قدرت بـ 3% ، و من بين الأحزاب السياسية المذكورة : حزب جبهة التحرير الوطني و حزب التجمع الوطني الديمقراطي ، و قد كانت لهؤلاء المنخرطين مصلحة شخصية و مصلحة أخرى بنسبة 1.27% و وراء انخراطهم ، و مصلحة وطنية بنسبة 0.63% ، كما احتلت المرتبة الثالثة نسبة 2% بدون إجابة .

الجدول رقم(4):يوضح مدى الانخراط في الجمعيات :

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
العدد	4	139	14	157
النسبة المئوية	%2	%89	%9	%100
الرتبة	3	1	2	/

* كما كانت المرتبة الأولى من نصيب المبحوثين الذين لا ينتمون إلى الجمعيات و التي قدرت بنسبة 89% ، و لقد أجمع أغلب المبحوثين على سبب عدم انخراطهم إلى ضيق الوقت و الانشغال بالدراسة و عدم فعالية هذه الجمعيات ، في حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 9% بالنسبة للمبحوثين الذين ينتمون للجمعيات ، منها جمعيات ثقافية بنسبة 5% و أخرى ثقافية بنسبة 4% و اجتماعية بنسبة 1% ، و هؤلاء المنخرطين كانت لهم دوافع لتنمية قدراتهم و مواهبهم بنسبة 7% و خدمة المجتمع بنسبة 1.27% و دافع آخر بنسبة 0.63% ، في حين احتلت المرتبة الثالثة نسبة 2% دون إجابة .

3-2-2- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المعرفة السياسية لدى المبحوثين :

الجدول رقم(6):يبين عدد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي :

	نعم	لا	المجموع
العدد	139	18	157
النسبة المئوية	%89	%11	%100
الرتبة	1	2	/

*توصلت الدراسة إلى أن نسبة المبحوثين التي تحتل المرتبة الأولى يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر بـ 89%، و ذلك راجع لقوة تأثيرها على الفرد و أهميتها في جميع المجالات الحياة، كما لها مميزات كثيرة ،كما احتلت المرتبة الثانية بالنسبة للفئات التي لا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 11 %و يمكن إرجاع ذلك لنقص الإمكانيات لدى هذه الفئة .

الجدول رقم(7):عدد ساعات استخدام لشبكات التواصل الاجتماعي :

	من 1 سا إلى 2 سا	من 2 سا إلى 4 سا	من 4 سا إلى 6 سا	دون إجابة	المجموع
العدد	51	45	37	24	157
النسبة المئوية	%32	%29	%24	%15	%100
الرتبة	1	2	3	4	/

* أن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذي يقضون أوقاتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين بنسبة 32 % ، في حين احتلت المرتبة الثانية المبحوثين الذين يقضون أوقاتهم من ساعتين إلى 4 ساعات أمام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر 29 % ، تليها نسبة 24 % بالنسبة للمبحوثين الذي يقضون أوقاتهم أمام شبكات التواصل الاجتماعي من 4 ساعات إلى 6 ساعات ، أما المرتبة الرابعة قدرت بنسبة 15 % دون إجابة ، و الملاحظ أن عدد ساعات الاستخدام هي متوسطة وذلك راجع إلى ظروف التلميذ المتمثلة في الدراسة و الفروض و الامتحانات و دروس الدعم ، أي لا يوجد لديه متنوع من الوقت ، لكن قد تتغير هذه النسب في فترة العطلة.

الجدول رقم(8):الشبكات الأكثر استخداما

* إن أغلب فئات مجتمع الدراسة يحتلون المرتبة الأولى بنسبة 73 % يستخدمون الفيسبوك ، و هي

العدد	الفيسبوك	تويتر	يوتيوب	انستقرام	جوجل بلاس	آخر	دون إجابة	المجموع
114	9	79	51	17	11	14	295	
النسبة المئوية	73%	6%	50%	32%	11%	7%	9%	/
الرتبة	1	7	2	3	4	6	5	/

نسبة تفوق بقية المواقع ، و ذلك راجع حسب رأي المبحوثين إلى سهولة استخدامه ، تليها نسبة 50 % من المبحوثين الذين يستخدمون موقع اليوتيوب في مشاهدة الفيديوهات ، و ذلك راجع حسب رأي المبحوثين إلى تنوع المواضيع الذي يعرضها، كما تحتل المرتبة الثالثة المبحوثين الذين يستخدمون انستقرام بنسبة 32 % ، تليها في المرتبة الرابعة نسبة 11% بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون جوجل بلاس ، تليها في المرتبة الخامسة نسبة 9 % دون إجابة ، كما تحتل المرتبة السادسة نسبة 7 % بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون مواقع أخرى ، كما احتلت المرتبة السابعة و الأخيرة نسبة 6 % بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون موقع تويتر ، و يمكن إرجاع ذلك إلى صعوبة استخدامه .

الجدول رقم(9): دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

العدد	الترفيه	الدراسة	التوعية	تواصل و التفاعل مع الآخر	دون إجابة	المجموع
90	76	49	73	15	303	
%57	%48	%31	%46	%10	/	النسبة المئوية
1	2	4	3	5	/	الرتبة

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 57 % من المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه ، و احتلت المرتبة الثانية نسبة 48 % الذي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الدراسة ، تليها نسبة 46 % يستخدمونها كدافع للتفاعل و التواصل مع الآخر ، لأن من خصائص شبكات

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة

التواصل الاجتماعي المشاركة و الانفتاح مع الآخرين ، و احتلت المرتبة الرابعة نسبة 31 % من المبحوثين يستخدمونها كدافع للتوعية ، تساعده على التعرف على القضايا السياسية مما تسهم في تنمية الثقافة السياسية لديه، تليها نسبة 10 % دون إجابة .

الجدول رقم(10):الدور التي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي

	تعليمية	تربوية	توعوية	ثقافية	تنموية	آخر	دون إجابة	المجموع
العدد	58	23	45	103	25	14	18	286
النسبة المئوية	37%	15%	29%	66%	16%	9%	11%	/
الرتبة	2	5	3	1	4	7	6	/

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 66 % من المبحوثين أجابوا على أن شبكات التواصل الاجتماعي يقوم بأدوار تثقيفية، من خلال نقل الثقافة من جيل إلى آخر و العمل على ترسيخها ، و من خلال نشر الثقافة العامة ، في حين احتلت المرتبة الثانية على أنه يقوم بالأدوار التعليمية بنسبة 50 % فشبكات التواصل الاجتماعي تعمل على إكساب الأفراد مهارات و خبرات جديدة، كما احتلت المرتبة الثالثة نسبة 29 % على أن لشبكات التواصل الاجتماعي أدوار توعوية ، و ذلك من خلال إكساب الفرد المعرفة السياسية و تنمية وعيه السياسي ، في حين احتلت المرتبة الرابعة الأدوار التنموية بنسبة 16% ، كما احتلت المرتبة الخامسة الأدوار التربوية بنسبة 15 % ، من خلال إكساب التلاميذ مهارات العمل و تربيتهم على الثقافة السياسية و قيم المواطنة و الولاء و الانتماء للوطن، تليها نسبة 11 % دون إجابة ، كما تحتل المرتبة السابعة نسبة 9 % بالنسبة للأدوار الأخرى وهي العمل على تدفق المعلومات من النظام السياسي إلى الجماهير، و بالتالي يساهم في نشر الأخبار و المعلومات التي تخص الوطن و المجتمع ، فلاحظ أن كل هذه الأدوار تساهم في إدماج الفرد في الحياة الاجتماعية و الثقافية و السياسية و التي تفيدهم في حياتهم اليومية .

الجدول رقم(11):المواضيع التي يتصفحها أفراد الدراسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

سياسية	اقتصادية	إخبارية	رياضة	دينية	ثقافية	فنية	آخر	دون إجابة	المجموع
--------	----------	---------	-------	-------	--------	------	-----	-----------	---------

العدد	20	11	49	59	78	98	65	13	13	406
النسبة المئوية	%13	%7	%31	%38	%50	%62	%41	%8	%8	/
الرتبة	6	8	5	4	2	1	3	7	7	/

* أن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 62 % ،لأن كثيرا من الأفراد يعتبرونها منبرا للتعبير عن مواهبهم الإبداعية و الثقافية، كما احتلت المرتبة الثانية نسبة 50 % بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الدينية ، باعتبارها تتطرق بدرجة كبيرة إلى تفسير القرآن و الأحاديث النبوية ، كما احتلت المرتبة الثالثة نسبة 41 % بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الفنية ، تلها المواضيع الرياضية بنسبة 38 % ، و احتلت المرتبة الخامسة نسبة 31 % بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الإخبارية، من أجل التطلع على الأخبار الوطنية و العالمية، تلها في المرتبة السادسة المواضيع السياسية بنسبة 13%، و هي نسبة ضعيفة نظرا لعدم اهتمامهم بالأمور السياسية ، كما تحتل المرتبة السابعة نسبة 8 % دون إجابة ، تلها نسبة 7 % بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الاقتصادية .

الجدول رقم(12):مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المواضيع ذات الطابع السياسي

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
العدد	20	42	95	157
النسبة المئوية	%13	%27	%60	%100
الرتبة	3	2	1	/

* يتضح لنا أن المرتبة الأولى كانت من نصيب الفئة التي تربيان شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في نشر المواضيع ذات الطابع السياسي بنسبة تقدر ب 60 % ، حيث يتابعون الأحداث السياسية خاصة ما يحدث في دول الربيع العربي من خلال التفاعل و المشاركة مع الحدث من خلال نشر صور و فيديوهات عبر هذه الشبكات ، في حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 27% بالنسبة للفئة التي ترى بان شبكات التواصل الاجتماعي لا تساهم في نشر المواضيع ذات الطابع السياسي ، تلها نسبة 13 % دون إجابة .

الجدول رقم(13):التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي يزيد من اهتمامك بالشئون السياسية

	نعم	لا	دون إجابة	المجموع
العدد	43	105	9	157
النسبة المئوية	27%	67%	6%	100%
الرتبة	2	1	3	/

* إن نسبة 67 % من المبحوثين الذين أجابوا بان التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي لا تزيد من اهتماماتهم بالشؤون السياسية احتلت المرتبة الأولى ، و يمكن إرجاع ذلك إلى أن أغلب مستخدمي هذه الشبكات يتوجهون إلى المواضيع الاجتماعية و الثقافية ، في حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 27 % من المبحوثين الذين أجابوا بان التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي تزيد من اهتماماتهم بالشؤون السياسية ، تليها نسبة 6 % دون إجابة .

الجدول رقم(14):فسح المجال لمشاركة جميع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في النقاش حول المواضيع السياسية

	نعم	لا	دون إجابة	المجموع
العدد	45	80	32	157
النسبة المئوية	29%	51%	20%	100%
الرتبة	2	1	3	/

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 51 % من المبحوثين الذي أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي لا يفسح المجال لمشاركة جميع مستخدميهم في النقاش حول المواضيع السياسية ، و لقد ارجع ذلك معظم المبحوثين إلى عدم اهتمامهم بالأمر السياسي و الخوف من مناقشة مثل هذه الأمور، تليه في المرتبة الثانية نسبة 29% من المبحوثين الذين أجابوا بأنها تفسح المجال للمشاركة، من خلال تبادل وجهات النظر و توضيح الغموض في بعض القضايا السياسية و مناقشتها.

الجدول رقم(15):شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
157	19	64	74	العدد
%100	%12	%41	%47	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

*يتضح لنا أن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية ، لأن شبكات التواصل الاجتماعي عادة ما تقوم بنشر مقالات سياسية أو فيديوهات أو صور تحمل مضامين سياسية وعرض الحقائق و الأخبار سواء كانت وطنية أو دولية ، في حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 41 % من المبحوثين أجابوا بأنها لا تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية ، تليها نسبة 12 % دون إجابة .

الجدول رقم(16): مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب المعرفة السياسية

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
157	26	48	83	العدد
%100	% 17	%30	%53	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

*احتل المرتبة الأولى المبحوثون الذين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اكتساب المعرفة السياسية بنسبة تقدر بـ 53 % ، و يمكن إرجاع ذلك إلى أن هذه الشبكات تقوم بإثارة القضايا الوطنية و الدولية من خلال عرض التصورات و الآراء السياسية و مناقشتها بكل حرية ، في حين احتلت المرتبة الثالثة نسبة 30 % من مجتمع الدراسة الذي أجابوا بأنها لا تساهم في اكتساب المعرفة السياسية ، و يرجع ذلك إلى عدم اهتمامهم بالأمور السياسية ، تليها نسبة 17% دون إجابة .

الجدول رقم(17): تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات السياسية

ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	كبير	كبير جدا	دون إجابة	المجموع
----------	------	-------	------	----------	-----------	---------

العدد	43	42	36	9	6	21	157
النسبة المئوية	27	27	23	6	4	15	100
الرتبة	1	1	2	4	5	3	/

* من خلال الجدول يتضح لنا أن المرتبة الأولى كانت من نصيب الفئة الذين يرون أن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهاتهم السياسية هو ضعيف جدا و ضعيف ، و التي مثلت بنسبة 27 % ، في حين احتل المرتبة الثانية نسبة 23 % على أن تأثير الشبكات متوسط ، تليه نسبة 15 % دون إجابة ، أما المرتبة الرابعة مثلت نسبة 6 % على أن تأثيره كبير ، تليه نسبة 4 % على أن تأثيره كبير جدا ، كونه يفسح المجال لحرية التعبير و النقاش ، بحيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال لها 41 طمة يستخدمها التلاميذ و الأفراد عامة لما تقدمه من معلومات ، حتى وسائل الإعلام التقليدية أصبحت لها مواقع على شبكات التواصل الاجتماعي و تنشر فيها .

الجدول رقم(18): شبكات التواصل الاجتماعي من أهم نوافذ التعبير عن الآراء السياسية بكل حرية

	نعم	لا	دون إجابة	المجموع
العدد	94	39	24	157
النسبة المئوية	60%	25%	15%	100%
الرتبة	1	2	3	/

* إن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي من أهم نوافذ التعبير عن الآراء السياسية بكل حرية بنسبة تقدر ب 60 % ، و لقد أرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح فرص الحوار و التعبير عن آرائهم بحرية مطلقة ، الأمر الذي يساعد على التعبير السياسي و المناقشة السياسية عبر صفحات أو مجموعات أو مدونات أو حتى في شكل صور ، حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 25 % الذين أجابوا بلا ، و لقد أرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هناك تخوفا من مراقبة مثل هذه الشبكات، تليها نسبة 15 % دون إجابة .

الجدول رقم(19): شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما لزيادة المعرفة حول الحقوق و

الالتزامات اتجاه الوطن

المجموع	دون إجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة	موافق	
157	18	4	10	32	16	77	العدد
%100	%12	%3	%6	%20	%10	%49	النسبة المئوية
/	3	6	5	2	4	1	الرتبة

* احتل الترتيب الأول نسبة 49 % من مجتمع الدراسة الذين يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما لزيادة معرفتهم حول حقوقهم و التزاماتهم اتجاه الوطن ، و ذلك من خلال نشرها للمعلومات التي توضح ما عليهم من حقوق مثل الحق في الانتخاب و الحق في الأمن و المساواة أمام القانون ، كما توضح التزاماتهم اتجاه الوطن مثل احترام القانون و الدفاع عن الوطن و تحمل المسؤولية ، تلها نسبة 20 % لهم موقف محايد ، و نسبة 12% دون إجابة في الترتيب الثالث ، و نسبة 10 % موافقون بشدة في الترتيب الرابع، تلها نسبة 6% لهم موقف معارض، أما نسبة 3% معارضين بشدة في الترتيب السادس.

3-2-3- تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم السياسية لدى المبحوثين:

الجدول رقم(20): مساهمة المعلومات السياسية في ترسيخ القيم السياسية

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
157	19	55	83	العدد
%100	%12	%35	%53	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 35 % من مجتمع الدراسة أجابوا بان المعلومات السياسية التي يتلقونها من شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في ترسيخ الوعي السياسي، من خلال الاطلاع على المواضيع السياسية ، و معرفة النشاطات السياسية لصناع القرار التي يتم الإعلان عنها ، بما تساهم في تنمية ثقافتهم السياسية ، تلها نسبة 35 % من المبحوثين أجابوا بان هذه المعلومات السياسية لا تساهم في ترسيخ الوعي السياسي لديهم ، و يمكن إرجاع ذلك أن ما تنشره هذه الشبكات من معلومات سياسية غير كاف

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ ثانوية شكري محمد ببلدية طولقة

لترسيخ الوعي السياسي ، حيث تعمل على تعبئة مستخدميه فقط في فترة الانتخابات و التأكيد على أهميتها ، كما تقوم بطرح البرامج الانتخابية و جمع التأييد الشعبي ، كما احتلت في المرتبة الثالثة نسبة 12 % دون إجابة .

الجدول رقم(21): مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا الوطنية

	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	كبير	كبير جدا	دون إجابة	المجموع
العدد	13	12	73	27	19	13	157
النسبة المئوية	8	8	46	17	12	8	%100
الرتبة	4	4	1	2	3	4	/

*إن اغلب المبحوثين يرون أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم بالقضايا الوطنية هو متوسط احتل المرتبة الأولى بنسبة تقدر ب 24 %، في حين احتل المرتبة الثانية على انه مستوى كبير بنسبة 17 %، تليه في المرتبة الثالثة نسبة 12 %على انه مستواه كبير جدا ، حيث تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الأحداث و الأخبار التي تخص الوطن مما تساعد على زيادة الوعي و المعرفة السياسية لدى مستخدم هذه الشبكات ، أما الترتيب الرابع كان من نصيب المبحوثين الذي يرون على أن مستواه ضعيف و ضعيف جدا بنسبة تقدر ب 8 %، تليه نفس النسبة دون إجابة ، و يمكن إرجاع ذلك إلى إخفائها لبعض الحقائق و نشر الإشاعات في بعض الأحيان الذي من شأنه خلق التدمير .

الجدول رقم(22):شبكات التواصل الاجتماعي تسهم من خلال الخدمات التي تعرضها في تحقيق

الولاء و الانتماء للوطن

	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة	دون إجابة	المجموع
العدد	66	9	47	14	4	17	157
النسبة المئوية	%42	%6	%30	%9	% 2	%11	%100

الرتبة	1	5	2	4	6	3	/
--------	---	---	---	---	---	---	---

* يتضح لنا أن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم من خلال الخدمات التي تعرضها في تحقيق الولاء و الانتماء للوطن، بنسبة تقدر ب 42% ، من خلال ما تنشره من صور و فيديوهات و في المناسبات الوطنية تحمل مضامين تسهم في ترسيخ قيم الولاء للوطن ، تليها نسبة 30% من المبحوثين لهم موقف محايد ، كما تحتل المرتبة الثالثة نسبة 11% دون إجابة ، تليها نسبة 9 % لهم موقف معارض ، و ذلك راجع أن ما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي غير كافي لتعزيز مثل هذه القيم، في حين احتلت الترتيب الخامس نسبة 6 % موافق بشدة ، على الرغم من أن دورها مناسباتي يقتصر فقط في الأعياد الوطنية و في المقابلات الرياضية الدولية. لتحتل المرتبة السادسة فئة المعارضين بشدة بنسبة 2% .

	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	كبير	كبير جدا	دون إجابة	المجموع
العدد	22	14	62	28	12	19	157
النسبة المئوية	14%	9%	39%	18%	8%	12%	100%
الرتبة	3	5	1	2	6	19	/

الجدول رقم(23):مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة

* إن نسبة 39 % من المبحوثين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعزيز قيم المواطنة بمستوى متوسط احتلت الترتيب الأول، في حين احتلت الترتيب الثاني على أن مستواه كبير بنسبة 18 %، و ذلك لكونه قادر على التركيز على العوامل التي تساعد على بناء الشخصية الوطنية و تحقيق الأهداف الوطنية مثل تكريس قيم المساواة و التكافل و التضامن الاجتماعي بين الأفراد وتجميع الهويات الفرعية لتصب في صالح الهوية الوطنية الجامعة وهي الهوية الوطنية والالتفاف حولها وحمايتها وصيانتها من كل عبث داخلي أو خارجي، تليه الترتيب الثالث على أن مستواه ضعيف جدا بنسبة 14 %، أما في الترتيب الرابع نسبة 12 % دون إجابة ، تليه نسبة 9% على أن مستواه ضعيف، و يمكن إرجاع ذلك إلى أن ما تنشره هذه الشبكات غير كافي لتعزيز مثل هذه القيم ، تليه في الترتيب السادس على أن مستواه كبير جدا بنسبة 8% .

الجدول رقم(24):تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية اتجاه النظام

السياسي

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
العدد	22	98	37	157
النسبة المئوية	%14	%62	%24	%100
الرتبة	3	2	1	/

*إن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي لا تؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية اتجاه النظام السياسي بنسبة 62 %، في حين احتلت المرتبة الثانية نسبة 24% من المبحوثين الذين أجابوا بأنها تؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية اتجاه النظام السياسي ، ولقد أرجع الباحثون سبب ذلك إلى مساهمة هذه الشبكات في خلق الولاء لمؤسسات النظام السياسي ، ونشرها لأهمية العمل السياسي.

الجدول رقم(25):شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الثقافة السياسية

المجموع	دون إجابة	لا	نعم	
العدد	20	35	102	157
النسبة المئوية	%13	%22	%35	%100
الرتبة	3	2	1	/

*إن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي تعد وسيلة لنشر الثقافة السياسية بنسبة قدرت بـ 65 %، ولقد أرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هذه الشبكات تقوم بإنشاء صفحات و مجموعات و حسابات تحمل مضامين سواء بشكل مباشر أو غير مباشر تعمل على ترسيخ القيم و المعتقدات التي توجه سلوكهم السياسي ، سواء اتجاه القضايا السياسية أو النظام السياسي ، كما تعمل على ترسيخ الوعي السياسي لديهم ، كما احتلت المرتبة الثانية نسبة 22 % الذين يرون أنها لا تسهم في ذلك ، و أرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هذه الشبكات غالبا ما تنشر قيما و معتقدات سياسية تتعارض مع ما هو سائد في المجتمع .

الجدول رقم(26):مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تعميق الإحساس بالمسؤولية اتجاه

العدد	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	كبير	كبير جدا	دون إجابة	المجموع
18	13	52	37	20	17	157	
11%	8%	33%	24%	13%	11%	100%	
4	5	1	2	3	4	/	
الرتبة							

المجتمع وقضايا

*إن نسبة 33 % من المبحوثين يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعميق الإحساس بالمسؤولية اتجاه المجتمع وقضايا بمستوى متوسط احتل المرتبة الأولى ، في حين احتل المرتبة الثانية نسبة 24 % على أن مستواه كبير ، من خلال عمل هذه الشبكات على ترسيخ العمل الجماعي في المجال السياسي و حتى الاجتماعي الأمر الذي يساعد على إحساس المستخدمين بالمسؤولية اتجاه المجتمع و التعامل بإيجابية مع قضايا ، و هو ما يعزز الإحساس بالولاء للجماعة و تفضيل مصلحة الجماعة على المصلحة الفردية ، تليه نسبة 13 % بأن مستواه كبير جدا ، كما احتلت المرتبة الرابعة نسبة 11 % على أن مستواه ضعيف جدا و نفس النسبة دون إجابة ، تليها نسبة 8 % على أن مستواه ضعيف .

*بالنسبة للاقتراحات المقدمة من أجل تنمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية ، لقد اتفق أغلب المبحوثين على الاقتراحات التالية :

-مكافحة المواقع التي لا تلتزم بالمصداقية و الموضوعية في نشر الأخبار و المعلومات السياسية

- و نشر مواضيع تساعد على تطوير قدرات المستخدمين .

-أن تعمل على نشر ثقافة الديمقراطية من اجل حرية الرأي و التعبير .

الخاتمة :

توصلت الدراسة الميدانية إلأن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرا كبيرا على الثقافة السياسية ، حيث تبين أن معظم التلاميذ يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ، و يعد الفيسبوك أكثر استخداما لسهولة إنشائه و بساطة استعماله ، يليه موقع اليوتيوب، و الانستقرام و جوجل بلاس و تويتر ، و ذلك من اجل الترفيه و التواصل مع الآخرين و الدراسة لما له من ادوار تعليمية و تربوية و ثقافية و توعوية ، و ذلك من خلال تصفحهم للمواضيع الثقافية و الدينية تحمل مضامين إعلامية تسهم في ترسيخ الثقافة

السياسية لديهم و نقلها من جيل لآخر ، كما يتصفحون الأخبار و المواضيع ذات الطابع السياسي التي تقوم بنشرها شبكات التواصل الاجتماعي عبر الصفحات و الصور و الفيديوها ، لذا توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية ، من خلال نشر الأخبار و الأحداث السياسية و الحقائق و معرفة المؤسسات السياسية و طبيعة عملها و معرفة القضايا السياسية و القدرة على تكوين الآراء بشأنها ، التي تسهم بدورها في تنمية الوعي السياسي و اكتساب المعرفة السياسية التي تساعد على تشكيل اتجاهاتهم السياسية و بالتالي تنمية الثقافة السياسية لديهم .

كما توصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يرون أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة معرفتهم بالقضايا الوطنية و تعزيز قيم المواطنة هو دور متوسط ، و ذلك بسبب تقصيرها في عرض خدمات تسهم في توعية المواطن بقضايا وطنه ، على الرغم من موافقة أغلب أفراد الدراسة على مساهمة هذه الشبكات في ترسيخ المعتقدات السياسية التي تسهم في تحقيق الولاء و الانتماء للوطن ، كما يوافق أغلب أفراد الدراسة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما لزيادة معرفتهم حول حقوقهم و التزاماتهم اتجاه الوطن ، و بالتالي تسهم في تنمية إحساسهم بالمسؤولية اتجاه مجتمعهم و قضاياهم ، و أنهم ضمن مجموعة تربطهم مصالح مشتركة ، حيث يترجم هذا الإحساس في سلوك تحدد من خلاله مواقفهم و ميولاتهم و اتجاهاتهم، و هذا ما يدل على استفادة أفراد الدراسة من شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد من أهم النوافذ للتعبير و طرح الآراء السياسية بكل حرية و دون قيود ، و بالتالي تؤثر على اتجاهاتهم السياسية من خلال ما تطرحه هذه الشبكات من أفكار و إيديولوجيات ، تسهم في تنمية الثقافة السياسية لديهم .

و توصلنا من خلال الدراسة إلى أن استخدام أغلب التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي لا يزيد من اهتمامهم بالشؤون السياسية ، و ذلك نظرا لتصفحهم المواضيع الثقافية و الرياضية و الفنية بدرجة أكبر من المواضيع الأخرى السياسية و الإخبارية ، كما توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تسهم في تشكيل اتجاهاتهم السياسية اتجاه القضايا الوطنية ، و يمكن إرجاع سبب ذلك إلى أن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات في هذا الشأن هي غير كافية ، كما بينت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تفسح المجال لمشاركة جميع مستخدميه في النقاش حول المواضيع السياسية ، و يمكن إرجاع سبب ذلك إلى الخوف من عدم مصداقية المعلومات و عدم موضوعيتها ، و نشر الشائعات و نقل الأخبار الخاطئة و نشر الفيديوها المزيفة للحقيقة المواضيع السياسية و النظام السياسي ، الذي من شأنه أن يشكل عائقا في تنمية الثقافة السياسية .

التوصيات :

- توعية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بمدى أهمية هذه الشبكات في تشكيل اتجاهاتهم و سلوكياتهم السياسية .

-على أصحاب المدونات و أصحاب صفحات و مجموعات الفيسبوك أن يقوموا بنشر القيم و المعتقدات السياسية بما يتناسب مع ما هو سائد في المجتمع ، الأمر الذي يساعد على تشكيل الثقافة السياسية لدى المستخدمين .

-يجب على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أن يقوموا باستغلال المواضيع و البرامج التي من خلالها تنمي الوعي السياسي لديهم و تزيد من معرفتهم سياسيا.

-العمل على تثمين الدور الفعال الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى المستخدمين .

-ضرورة نشر مواد إعلامية عبر الشبكات التواصل الاجتماعي سواء في شكل صفحات أو صور أو فيديو، من شأنه أن يساهم في تعزيز قيم المواطنة لدى الأفراد .

الهوامش :

(1)ماهر عودة الشمايلة ، محمود عزت اللحام ،مصطفى يوسف كافي ، الإعلام الرقمي الجديد . الأردن : دار الإحصاء العلمي للنشر و التوزيع ، 2014، ص 199 .

(2)عبد الأمير الفيصلي ، دراسات في الإعلام الإلكتروني .الإمارات العربية المتحدة : دار الكتاب الجامعي ، 2014 ، ص 65 .

(3)عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي و السلوك الإنساني . عمان : دار صفاء للنشر و التوزيع ، 2015 ، ص 67 .

(4)Marcel Danesi ، Dictionary of Media and Communication .New York : M.E.Sharpe , 2009, p 117 .

(5)علاء الدين محمد عفيفي المليجي ، الإعلام و شبكات التواصل الاجتماعية العالمية . الإسكندرية : دار التعليم الجامعي و دار الكتب المصرية ، 2015، ص 163 .

(6)عامر إبراهيم قندلجي ، الإعلام الإلكتروني . عمان : دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، 2015 ، ص ص 318 – 321 .

(7)Hana SNoor Al –Deen, John Allen Hendricks , Social Media : usage and impact .USA : lexington Books , 2013, p26.

(8)Adeyink Tella ,Social Media Strategies for Dynamic Library Szervice Development . USA : ALIS , 2015 , p 286 .

(9)عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر ، مرجع سابق ، ص 66 .

(10)سعد شاكر شلبي ، التنمية السياسية و دورها في الاستقرار السياسي في الدول العربية . الأردن : دار زهران للنشر و التوزيع ، 2015 ، ص 91 .

(11)جمال أبو شنب، أصول الاجتماع السياسي : النشأة – القضايا – التطبيقات . مصر : دار المعرفة الجامعية ، 2011 ، ص 261 .

(12)Gheorghe Fulga, Social Change and Political Culture .Belgique : L' Université de Liège , 2005 , p 108 .

(13)إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، أسس و مجالات العلوم السياسية . الإسكندرية : مركز الإسكندرية للكتاب ، 2011 ، ص 88 ، 89 .

(14)محمد توفيق سلام ، التنشئة السياسية و تعزيز قيم الولاء و الانتماء عند القائد الصغير . القاهرة : المجموعة العربية للتدريب و النشر ، 2015 ، ص 19 ، 20 .

(15)عبد النور ناجي ، المدخل إلى علم السياسة . الجزائر : دار العلوم للنشر و التوزيع ، 2007 ، ص 115 .

(16)حسام مرسي ، مدخل العلوم السياسية . ط 2 ، الإسكندرية : دار الفكر الجامعي ، 2016 ، ص 12 .

(17)إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي ، مرجع سابق ، ص 90 .

(18)عبد النور ناجي ، مرجع سابق ، 116 .

(19)جبيدور حاج بشير ، "اثر الثورة الرقمية و الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة : من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي" ، مجلة دفاتر السياسة و القانون ، العدد 15 ، جوان 2016 ، ص 729 ، 730 .

(20)ساسبي سفيان ، "شبكة التواصل الاجتماعي و انعكاساتها على قيم الشباب الجزائري" ، مجلة العلوم الاجتماعية ، العدد 6 ، جانفي 2014 ، ص 230 ، 231 .

(21)عصام فريد صالح ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأرنني" . مذكرة ماجستير (كلية الإعلام ، قسم الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2016) ص 21 .

(22)محمد توفيق سلام ، مرجع سابق ، ص 105 ، 106 .

(23)عبد النور ناجي ، منهجية البحث السياسي . عمان : دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2010 ، ص 81 .