

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

قيصران هناء
باحثة دكتوراه

الدكتور: فوزية 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 والاتصال ، وقد كان من أهمها ظهور شبكة الانترنت ، التي جعلت من العالم قرية صغيرة ، من خلال شاشة الكترونية يتم بواسطتها تبادل المعلومات والأخبار بكل سهولة وبسرعة فائقة ، مهما كان الزمان والمكان، ولم يقتصر هذا التحول فقط في هذا الشأن ، بل أفرزت الانترنت بدورها تكنولوجيا جديدة دفعنا نحو عصر جديد من التفاعل والتواصل الإنساني ، من خلال ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي ، التي تعد من أحدث منتجات تقنيات الإعلام والاتصال الأكثر انتشارا واستخداما ، بحيث أصبح لها تأثير قوي على حياة الأفراد والجماعات ، مما جعل من هذه المواقع يمتد استخدامها من وظيفة التواصل والتفاعل إلى الوظائف السياسية، فهي تسهم في تنمية معارفهم السياسية وتعزيز قيم المواطنة لديهم، ودفعهم نحو المشاركة السياسية ، وذلك نظرا لما تحمله من مضامين إعلامية تؤثر على تشكيل وتنمية 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 ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض⁽¹⁾.

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع الكترونية تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها 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 والتعليقات عليها، أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي أو المؤسسي، وهو تطبيق متاح لتبادل الصور، إضافة إلى انه يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها عبر الشبكات الاجتماعية⁽⁹⁾.

2- ماهية الثقافة السياسية :

تعريف الثقافة السياسية : عرفها لوسيان باي بأنها: "مجموعة القيم والمعتقدات السياسية السائدة في أي مجتمع والتي تتميز عن غيره من المجتمعات وتخلق نوعا من الملائمة الاجتماعية لسلوك الأفراد وتعطي للعمليات السياسية شكلا ومضمونا بالطريقة نفسها التي تعطيها الثقافة ملائمة للحياة الاجتماعية"⁽¹⁰⁾.

عرفها غابريال الموند وبنجهام باول على أنها: "تشير إلى التوزيع الخاص للاتجاهات السياسية، و القيم والمشاعر والمعلومات والمهارات، وذلك باعتبار أن اتجاهات الأفراد تؤثر فيما يفعلونه"⁽¹¹⁾.

كما تعرف الثقافة السياسية على أنها مجموع المواقف والقيم وأنماط السلوك المتعلقة بالعلاقات المتبادلة بين السلطة والمواطنين⁽¹²⁾.

من خلال التعاريف السابقة يتضح لنا أن الثقافة السياسية هي مجموعة من القيم والمعتقدات والأنماط السياسية التي تحدد مواقف الأفراد السياسية اتجاه السلطة والقضايا السياسية.

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

• تمثل الثقافة السياسية مجموعة من القيم والاتجاهات والسلوكيات والمعارف السياسية لأفراد المجتمع.

• الثقافة السياسية ثقافة فرعية من الثقافة العامة للمجتمع، تؤثر فيه وتتأثر به، ولكنها لا تنفصل عن ذلك الإطار العام لثقافة المجتمع.

• تختلف الثقافة السياسية بين مجتمع وآخر، كما تختلف من فرد لآخر داخل المجتمع، وهذا الاختلاف تفرضه عوامل معينة كالأصل ومحل الإقامة والمهنة والحالة التعليمية.

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

• المعارف السياسية: ويقصد بها ما يوجد لدى الفرد من معارف وآراء سياسية بخصوص القضايا والمؤسسات السياسية.

• الاتجاهات السياسية: وتعني حالة الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف.

• القيم: عبارة عن ما يعتقد به 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 : وهي تعني "الإطار الفكري الفلسفي المتكامل ، أو المرجع الأساسي للعمل السياسي ، فهو يبرر المواقف والممارسات ، 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 الانقسامات و تبدأ الأزمات التي تهدد شرعية النظام و بقاءه 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 مهلا 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 للبرقي بالمواطن داخل مجموعته الوطنية ، حيث يصبح هؤلاء قد نمت بينهم مشاعر المواطنة بشكلها الالكتروني ، ووزعت بينهم قيم الولاء للوطن والعمل 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 ، وهناك أيضا قضايا يتم سحبا 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 تحديدا 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.

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

1-1-2-مجال الدراسة: يتعلق بمعرفة مكان وزمان 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 بـ 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% ، وهذا راجع إلى الظروف و المستوى المعيشي في الجزائر.

2-3-شبكات التواصل الاجتماعي و الثقافة السياسية لدى المبحوثين :

1-2-3-الوعي السياسي لدى المبحوثين :

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

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

* 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 بالأمر السياسي ، وضيق الوقت بحكم أنهم مقبلين على شهادة البكالوريا ، وكذلك ضعف مضامين برامج الأحزاب ونشاطها المناسباتي ، أما نسبة المنخرطين في الأحزاب السياسية احتلت المرتبة الثانية وقدرت 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% 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	
157	4	139	14	العدد
%100	%2	%89	%9	النسبة المئوية
/	3	1	2	الرتبة

* كما كانت المرتبة الأولى من نصيب المبحوثين الذين لا ينتمون إلى الجمعيات والتي قدرت بنسبة 89%، ولقد 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 .

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

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

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

*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 وأهميتها في جميع المجالات الحياة، كما لها مميزات كثيرة ، كما احتلت المرتبة الثانية بالنسبة للفئات التي لا تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 11% ويمكن إرجاع ذلك لنقص الإمكانيات لدى هذه الفئة .

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

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

* 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 ،

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

أي لا يوجد لديه متسع من الوقت ، لكن قد تتغير هذه النسب في فترة العطلة.

الجدول رقم(8): الشبكات الأكثر استخداما

* إن اغلب فئات مجتمع الدراسة يحتلون المرتبة الأولى بنسبة 73% يستخدمون الفيسبوك ، وهي نسبة تفوق بقية المواقع ، و ذلك راجع حسب رأي المبحوثين إلى سهولة استخدامه ، تلمها 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% ، تلمها في المرتبة الرابعة نسبة 11% بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون جوجل بلاس ، تلمها في المرتبة الخامسة نسبة 9% دون إجابة ، كما تحتل المرتبة السادسة نسبة 7% بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون مواقع أخرى ، كما احتلت المرتبة السابعة والأخيرة نسبة 6% بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون موقع تويتر ، و يمكن إرجاع ذلك إلى صعوبة استخدامه .

الجدول رقم(9): دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

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

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

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 57% من المبحوثين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الترفيه ، واحتلت المرتبة الثانية نسبة 48% الذي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الدراسة ، تلتها نسبة 46% يستخدمونها كدافع للتفاعل و التواصل مع الآخر ، لأن من خصائص شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة والانفتاح مع الآخرين ، واحتلت المرتبة الرابعة نسبة 31% من المبحوثين يستخدمونها كدافع للتوعية ، تساعده على التعرف على القضايا السياسية مما تسهم في تنمية الثقافة السياسية لديه، تلتها نسبة 10% دون إجابة .

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

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

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 66% من المبحوثين أجابوا على أن شبكات التواصل الاجتماعي يقوم بأدوار تثقيفية، من خلال نقل الثقافة من جيل إلى آخر والعمل 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 وخبرات جديدة، كما احتلت المرتبة الثالثة نسبة 29% على أن لشبكات التواصل الاجتماعي أدوار توعوية ، وذلك من خلال إكساب الفرد المعرفة السياسية وتنمية 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 وقيم المواطنة والولاء والانتماء للوطن، تلتها 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 والمعلومات 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

المجموع	دون إجابة	آخر	فنية	ثقافية	دينية	رياضة	إخبارية	اقتصادية	سياسية	
406	13	13	65	98	78	59	49	11	20	العدد
/	%8	%8	%41	%62	%50	%38	%31	%7	%13	النسبة المئوية
/	7	7	3	1	2	4	5	8	6	الرتبة

* 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 القران و الأحاديث النبوية ، كما احتلت المرتبة الثالثة نسبة 41% بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الفنية ، تلتها المواضيع الرياضية بنسبة 38% ، و احتلت المرتبة الخامسة نسبة 31% بالنسبة للمبحوثين الذين يتصفحون المواضيع الإخبارية، من أجل التطلع على الأخبار الوطنية و العالمية، تلتها في المرتبة السادسة المواضيع السياسية بنسبة 13%، وهي نسبة ضعيفة نظرا لعدم اهتمامهم بالأمر السياسي . كما تحتل المرتبة السابعة نسبة 8% دون إجابة ، تلتها 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	
157	20	42	95	العدد
%100	%13	%27	%60	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

* يتضح لنا أن المرتبة الأولى كانت من نصيب الفئة التي تربان 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 ، تلتها نسبة 13 % دون إجابة .

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

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

* إن نسبة 67% من المبحوثين الذين أجابوا بان التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي لا تزيد من اهتمامهم بالشؤون السياسية احتلت المرتبة الأولى ، ويمكن 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 اهتمامهم بالشؤون السياسية ، تلتها نسبة 6% دون إجابة .

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

حول المواضيع السياسية

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

* احتلت المرتبة الأولى نسبة 51% من المبحوثين الذي أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي لا يفسح المجال لمشاركة جميع مستخدميها في النقاش حول المواضيع السياسية ، ولقد ارجع ذلك معظم المبحوثين إلى عدم اهتمامهم بالأمور السياسية 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 وتوضيح الغموض في بعض القضايا السياسية ومناقشتها.

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 بان 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 والأخبار 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 بان شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في اكتساب المعرفة السياسية بنسبة تقدر بـ 53% ، ويمكن 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

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

احتلت المرتبة الثالثة نسبة 30% من مجتمع الدراسة الذي أجابوا بأنها لا تسهم في اكتساب المعرفة السياسية ، ويرجع ذلك إلى عدم اهتمامهم بالأمور السياسية ، تليها نسبة 17% دون إجابة .

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

المجموع	دون إجابة	كبير جدا	كبير	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا	
157	21	6	9	36	42	43	العدد
100	15	4	6	23	27	27	النسبة المئوية
/	3	5	4	2	1	1	الرتبة

* 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 41متظمة 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

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

* إن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بان 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 والتعبير 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 بـ لا، ولقد أرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هناك تخوفا من مراقبة مثل هذه الشبكات، تلتها 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	العدد
157	18	4	10	32	16	77	
%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 ، وذلك 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 ، تلتها نسبة 20% لهم موقف محايد ، و نسبة 12% دون إجابة في الترتيب الثالث ، و نسبة 10% موافقون بشدة في الترتيب الرابع، تلتها 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	العدد
157	19	55	83	
%100	%12	%35	%53	النسبة المئوية

الرتبة	1	2	3	/
--------	---	---	---	---

* 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 تسهم في تنمية ثقافتهم السياسية ، تليها نسبة 35% من المبحوثين أجابوا بان هذه المعلومات السياسية لا تساهم في ترسيخ الوعي السياسي لديهم ، ويمكن إرجاع ذلك أن ما تنشره هذه الشبكات من معلومات سياسية غير كاف 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

العدد	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	كبير	كبير جدا	دون إجابة	المجموع
13	12	73	27	19	13	157	
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 والأخبار التي تخص الوطن مما تساعد على زيادة الوعي والمعرفة 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 إخفاؤها لبعض الحقائق و نشر الإشاعات في بعض الأحيان الذي من شأنه خلق التذمر .

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

الولاء و الانتماء للوطن

المجموع	دون إجابة	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة	موافق	
157	17	4	14	47	9	66	العدد
%100	%11	% 2	%9	%30	%6	%42	النسبة المئوية
/	3	6	4	2	5	1	الرتبة

* 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 والالتزام للوطن، بنسبة تقدر ب 42 %، من خلال ما تنشره من صور وفيديوهات وفي 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، وذلك 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 وفي المقابلات الرياضية الدولية، تحتل المرتبة السادسة فئة المعارضين بشدة بنسبة 2%.

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

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 %، وذلك لكونه قادر على التركيز على العوامل التي تساعد على بناء الشخصية الوطنية وتحقيق

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

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	
157	22	98	37	العدد
%100	%14	%62	%24	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

* 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 ، و لقد 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	
157	20	35	102	العدد
%100	%13	%22	%35	النسبة المئوية
/	3	2	1	الرتبة

* إن المرتبة الأولى كانت من نصيب المبحوثين الذين أجابوا بان شبكات التواصل الاجتماعي تعد وسيلة لنشر الثقافة السياسية بنسبة قدرت بـ 65%. ولقد ارجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هذه الشبكات تقوم بإنشاء صفحات ومجموعات وحسابات تحمل مضامين سواء بشكل مباشر أو غير مباشر تعمل على ترسيخ القيم والمعتقدات 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 ، وأرجع المبحوثون سبب ذلك إلى أن هذه الشبكات غالبا ما تنشر قيما ومعتقدات سياسية تتعارض مع ما هو سائد في المجتمع .

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

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

المجتمع وقضايا

* إن نسبة 33 % من المبحوثين يرون بان شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في تعميق الإحساس بالمسؤولية اتجاه المجتمع وقضاياها 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 بايجابية مع قضاياها ، و هو ما يعزز الإحساس بالولاء للجماعة و تفضيل مصلحة الجماعة على المصلحة الفردية ، تليه نسبة 13 % بان مستواه كبير جدا ، كما احتلت المرتبة الرابعة نسبة 11 % على أن مستواه ضعيف جدا ونفس 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 والموضوعية في نشر الأخبار والمعلومات السياسية

- ونشر مواضيع تساعد على تطوير قدرات المستخدمين .

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

الخاتمة :

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن لشبكات التواصل الاجتماعي تأثيرا كبيرا على الثقافة السياسية ، حيث تبين أن معظم التلاميذ يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي ، و يعد الفيسبوك أكثر استخداما لسهولة إنشائه وبساطة استعماله ، يليه موقع اليوتيوب، والانسستقرام و جوجل بلاس و تويتر ، وذلك من اجل الترفيه والتواصل مع الآخرين والدراسة لما له من ادوار تعليمية و تربوية و تثقيفية 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 الفيديوهات ، 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 اغلب 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 ، ويمكن إرجاع سبب ذلك إلى الخوف من عدم مصداقية المعلومات وعدم موضوعيتها ، و نشر الشائعات ونقل الأخبار الخاطئة ونشر الفيديوهات المزيفة للحقيقة المواضيع السياسية والنظام السياسي ، الذي من شأنه أن يشكل عائقا في تنمية الثقافة السياسية .

التوصيات :

- توعية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بمدى أهمية هذه الشبكات في تشكيل اتجاهاتهم وسلوكياتهم 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 الشمائلة ، محمود عزت اللحام ،مصطفى يوسف كافي ، الإعلام الرقمي الجديد . الأردن : دار الإحصار العلمي للنشر و التوزيع ، 2014، ص 199 .

(2)عبد الأمير الفيصل ، 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 مرسى ، 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)جيدور 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)ساسي 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 الأردني" . 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 البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، 2010 ، ص 81 .