

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سعيدة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث "LMD" في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذ:
أ.د/ غالم عبد الوهاب

إعداد الطالب:
بوطالب حمزة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً	جامعة مستغانم	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ نفوسي مرتاض لمياء
مشرفاً ومقرراً	جامعة وهران 1	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ غالم عبد الوهاب
مناقشاً	جامعة وهران 1	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ بركان محمد
مناقشاً	جامعة بشار	أستاذ التعليم العالي	أ.د/ سي موسى عبد الله
مناقشاً	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر -أ-	د/ عيسى عبد نورية

الموسم الجامعي: 2023/2022

ملخص

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل مشاركة الشباب الجزائري سياسياً، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة شباب من مستخدمي تلك المواقع بولاية سعيدة، ولتحقيق ذلك تمّ الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي، واستخدام الأداة الاستبيان لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة، والتي تملت في 400 شاب من مختلف دوائر ولاية سعيدة، والذين تمّ اختيارهم بالطريقة الحصصية القصدية، وتمّ تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وفي النهاية تمّ التواصل النتائج التالية:

- يعتمد شباب ولاية سعيدة في استقاء معلوماتهم السياسية على موقعي الفيسبوك واليوتيوب بمستوى عالي، ويعتمدون على تطبيقي تيك توك والأنستغرام بمستوى منخفض، بينما يعتمدون على موقع تويتر بمستوى منخفض جداً.
- يشارك شباب ولاية سعيدة سياسياً بمستوى منخفض، حيث أنهم يحرصون على توسيع معارفهم السياسية بمستوى متوسط، وعلى تكوين رغباتهم واتجاهاتهم السياسية بمستوى منخفض وعلى ممارسة الأنشطة السياسية بمستوى منخفض جداً.
- توجد علاقة طردية ضعيفة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.
- لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي متوسط على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة، حيث أنها تؤثر بمستوى متوسط على كل من معارفهم السياسية، ورغباتهم واتجاهاتهم السياسية، بينما تؤثر بمستوى منخفض على أنشطتهم السياسية.
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).
- هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفي مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تلك المشاركة تعزى لمتغيرات (السن والمستوى التعليمي). بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في ذلك تعزى لمتغيرات (الجنس والمهنة).

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، المشاركة السياسية، الجزائر، الشباب، ولاية سعيدة.

Abstract

This study aimed to examine the impact of social media on political activation of young Algerians in Saïda province. This was achieved by using the methodology of social survey and using the questionnaire tool to collect data from the study sample, It was done through a field survey using questionnaires on a sample of 400 young users selected via purposive random sampling. Data was analyzed with SPSS and These are the results achieved

- Young people in the Saïda province primarily use Facebook and YouTube for political information, while they use TikTok and Instagram to a lesser extent and Twitter even less.
- A weak relationship was found between the amount of dependence young people in Saïda province have on social media for obtaining political information and their level of political participation.
- Social media sites moderately positively affect young people's political participation in Saïda province, influencing their political knowledge, aspirations, and attitudes to some extent, but have a minimal impact on their political actions.
- The study found that the level of dependence of young people in the Saïda province on social media sites for political information varied based on factors such as gender, age, education level, and Job.
- The study found a significant correlation between age and educational level of young people in Saïda province and their political participation and the impact of social media sites on this participation, while gender and job do not have a statistically significant effect.

Keywords: Social media, political participation, Algeria, youth, Saida province.

الإهداء

إلى رمز التضحية والعطاء، التي ناضلت من أجلي..... أمي الغالية
إلى من فرطت بحقه وتحمل تفصيري تجاهه..... أبي الغالي
إلى قطعة من روجي دفنت تحت الثرى..... شقيقي "محمد"
إلى الذين لهم بهجة تسعدني في دربي..... إخوتي وأخواتي
إلى من حفروني على الاستمرار والمثابرة..... أصدقائي "محمد أمين" و"عبد القادر"
أهدي ثمرة هذا الإنجاز

الشكر والعرفان

أَحْمَدُكَ رَبِّي وَأَشْكُرُكَ أَوَّلًا وَأَخِيرًا عَلَى مَنْحِي الْقُدْرَةَ عَلَى اسْتِكْمَالِ هَذِهِ الْأَطْرُوحَةِ.
الشُّكْرُ الْخَاصُّ وَالتَّقْدِيرُ التَّامُّ لِأُسْتَدِّي الْمُشْرِفِ "البروفسور عبد الوهاب غانم" عَلَى تَعَاوُنِهِ
وَتَوَاضُعِهِ وَرَحَابَةِ صَدْرِهِ وَعَلَى نَصَائِحِهِ وَتَوَجُّهِاتِهِ الْقَيِّمَةِ.
الشُّكْرُ وَالِإِمْتِنَانُ لِكُلِّ مَنْ سَاهَمَ فِي تَكْوِينِي وَتَوَجُّيهِ وَأَخْصُ بِالدِّكْرُ أَسَاتِدَةَ قِسْمِ عُلُومِ
الإِعْلَامِ وَالِإِتِّصَالِ بِجَامِعَةِ عَبْدِ الْحَمِيدِ بِنِ بَادِيَسْ مُسْتَعَانِمِ.
الشُّكْرُ الْجَزِيلُ لِكُلِّ مَنْ قَدَّمَ لِي نَصْحًا وَأَفَادَنِي بِمَعْلُومَةٍ أَثَرَتْ هَذَا الْعَمَلَ وَلِكُلِّ مَنْ مَدَّ لِي يَدَ
العَوْنِ وَالْمُسَاعَدَةِ فِي إِنْجَازِهِ وَلَوْ بِكَلِمَةٍ طَيِّبَةٍ.
الشُّكْرُ مَوْصُولٌ أَيْضًا لِأَعْضَاءِ لَجْنَةِ الْمُنَاقَشَةِ الَّذِينَ تَفَضَّلُوا بِقُبُولِ مُنَاقَشَةِ هَذِهِ الْأَطْرُوحَةِ
وإِبْدَاءِ مُمَاحِظَتِهِمُ الْقَيِّمَةَ تَجَاهَ جَوَانِبِهَا الْمُخْتَلِفَةِ.

فهرس المحتويات

مقدمة.....أ

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

I موضوع الدراسة.....06

1- الإشكالية.....06

2- فروض الدراسة.....08

3- أهمية الدراسة.....09

4- أسباب اختيار الموضوع.....10

5- أهداف الدراسة.....11

6- تحديد مفاهيم الدراسة.....12

7- الدراسات السابقة.....20

II الإجراءات المنهجية للدراسة.....39

1- نوع الدراسة ومنهجها.....39

2- مجتمع وعينة الدراسة.....41

3- أداة جمع البيانات.....43

4- صدق وثبات الأداة.....47

5- الأساليب الإحصائية للدراسة.....49

6- مجالات الدراسة.....50

الفصل الثاني: الأبعاد النظرية والسياسية لمواقع التواصل الاجتماعي

I مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي.....54

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.....54

2- أجيال مواقع التواصل الاجتماعي.....57

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....62

II أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأشهر تطبيقاتها.....66

1- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي.....66

2- أشهر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي.....70

III التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي.....85

1- مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للاتصال والتواصل السياسي.....85

2- مواقع التواصل كآلية لتعزيز المواطنة والديمقراطية التشاركية.....89

3- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية.....93

الفصل الثالث: المشاركة السياسية في الجزائر وتنميتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

I مدخل مفاهيمي للمشاركة السياسية.....100

1- مفهوم المشاركة السياسية.....100

2- مراحل المشاركة السياسية ومحدداتها.....103

3- قنوات المشاركة السياسية.....107

II مستويات وأشكال المشاركة السياسية.....110

1- مستويات المشاركة السياسية.....110

2- أشكال المشاركة السياسية.....114

III واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري.....118

1- لمحة تاريخية عن تطور المشاركة السياسية في الجزائر.....118

2- أزمة المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري.....125

3- آليات تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري.....131

IV تنمية المشاركة السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....136

1- تنمية الوعي السياسي للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....136

2- تكوين الاتجاهات السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.....139

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

I تحليل وتفسير نتائج الدراسة.....147

1- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الأولى.....147

2- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الثانية.....171

3- التحليل الاستدلالي لنتائج الفرضية الثالثة.....188

4- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الرابعة.....190

الخاتمة.....210

المصادر والمراجع.....214

الملاحق.....231

فهرس الجداول

- الجدول (01) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية للدراسة.....43
- الجدول (02) مستويات المتوسطات الحسابية المرجة والاتجاهات العامة لها.....47
- الجدول (03) الفرق بين الويب 0.1 والويب 0.2.....58
- الجدول (04) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.....148
- الجدول (05) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي....150
- الجدول (06) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية.....152
- الجدول (07) اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى استخدام شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس.....158
- الجدول (08) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير السن.....161
- الجدول (09) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير السن.....163
- الجدول (10) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى اعماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير المستوى التعليمي.....165
- الجدول (11) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق المستوى التعليمي.....167
- الجدول (12) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى استخدام شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وفق متغير المهنة.....168
- الجدول (13) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير المهنة.....170
- الجدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى المشاركة السياسية.....172
- الجدول (15) المستويات الكلية لأبعاد المشاركة السياسية.....173
- الجدول (16) نتائج اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير الجنس.....176
- الجدول (17) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير السن.....179
- الجدول (18) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى المشاركة السياسية وفق متغير السن.....181

- الجدول (19) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المستوى التعليمي.....182
- الجدول (20) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق المستوى التعليمي.....184
- الجدول (21) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المهن.....185
- الجدول (22) معاملات الارتباط بيرسون (Pearson) لقياس العلاقة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.....188
- الجدول (23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى التأثيرات المعرفية، الوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية.....191
- الجدول (24) المستويات الكلية لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة السياسية.....192
- الجدول (25) اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير الجنس.....196
- الجدول (26) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن.....199
- الجدول (27) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن.....201
- الجدول (28) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المستوى التعليمي.....202
- الجدول (29) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق المستوى التعليمي.....204
- الجدول (30) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المهنة.....205

فهرس الاشكال

- الشكل (01) يبين أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.....65
- الشكل (02) يبين تدرج المشاركة السياسية عند "راش" و "ألتوف".....112
- الشكل (03) يبين تسلسل الهرمي للمشاركة السياسية ميلبرات.....113
- الشكل (04) يوضح مستوى استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.....148
- الجدول (05) يوضح مستوى تعرض المبحوثين لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي.....150
- الشكل (06) يوضح مستوى اعتماد المبحوثين على مصادر المعلومات السياسية.....153
- الشكل (07) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين الذكور والاناث.....160
- الشكل (08) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين مختلف الفئات العمرية.....162
- الشكل (09) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية حسب المستوى التعليمي.....166
- الشكل (10) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية حسب المهنة.....169
- الشكل (11) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية بين الذكور والاناث.....178
- الشكل (12) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية بين مختلف الفئات العمرية.....180
- الشكل (13) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية حسب المستوى التعليمي.....183
- الشكل (14) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية حسب المهنة.....186
- الشكل (15) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بين الذكور والاناث.....197
- الشكل (16) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة حسب مختلف الفئات العمرية.....200
- الشكل (17) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين حسب المستوى التعليمي.....203
- الشكل (18) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة لدى المبحوثين حسب المهنة.....206

فهرس الملاحق

- لملحق (01) استمارة الاستبيان بصيغتها النهائية.....214
- الملحق (02) الجداول اختبار صدق محاور الاستبيان.....217
- الملحق (03) جدول اختبار تباث محاور الاستبيان.....219
- الملحق (04) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي.....220
- الملحق (05) التكرارات والنسب المئوية لمستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي.....221
- الملحق (06) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية.....222
- الملحق (07) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى المشاركة السياسية.....223
- الملحق (08) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية....224

مقدمة

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت والتي أصبحت تشهد نموًا رهيبًا منذ مطلع العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، حيث أصبحت هذه المواقع تستقطب شريحة كبيرة من المستخدمين من كل أنحاء العالم، ومن كافة الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب، كونهم الفئة الأكثر انجذابًا وتأثرًا بكل ما هو جديد، وإن الانتشار الكبير والتوسع في استخدام هذه المواقع وتزايد اعتماد الشباب عليها في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية جعل منها وسيلة منافسة إن لم نقل بديلة لوسائل الإعلام التقليدية، وبهذا أصبحت ذات قدرة تأثيرية قوية لا يمكن الاستهانة بها أو تهميش أثرها بالنسبة لجميع المجتمعات خاصة النامية منها، وقد برز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح في مجال السياسة مؤخرًا، حيث وفرت فرصًا عديدة للناشطين السياسيين وللمواطنين للتعبير عن آرائهم بكل حرية بغية التأثير في العملية السياسية، ولتبادل الأفكار والمعلومات حول القضايا السياسية، وبهذا أضحت هذه المواقع أحد أهم عوامل التغيير السياسي عالميًا ومحليًا، فعلى المستوى المحلي شهدت الجزائر في العقد الأخير حراكًا شعبيًا كان الشباب الجزائري حاضرًا فيه بقوة. وقد لعبت فيه مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها دورًا بارزًا من خلال توجيه الرأي العام الجزائري وبلورت اتجاهاته وقيمه ومعارفه السياسية، وذلك من خلال المضامين الإعلامية منشورة عبرها، فأثرت على تشكيل وتنمية الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري.

كما كان لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي دورًا حاسمًا في تعديل إن لم نقل تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري في السنوات الأخيرة، حيث أصبح الشباب الجزائري يستخدم هذه المنصات للبقاء على اطلاع بما يحصل في الساحة السياسية وطنيًا ومحليًا، ولمناقشة مختلف القضايا والقرارات الصادرة من المؤسسات السياسية الرسمية وغير الرسمية في البلاد، هذا وقد وفرت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي للشباب الجزائري فضاءً أكثر فعالية وديمقراطية للانخراط في الحياة السياسية لبلدهم. كما أنها ساعدتهم على كسر الحواجز الجغرافية والقيود التي تفرضها الحكومة وعملت على توحيدهم حول قضايا مشتركة، فبواسطتها يمكنهم نشر المعلومات حول الأحداث السياسية الجارية، حتى ولو تمّ حظر هذه المعلومات في وسائل الإعلام التقليدية، الأمر الذي ساهم في زيادة وعيهم حول القضايا الهامة. وعلاوة على ذلك فقد مكنتهم تلك المواقع أيضًا من تنظيم الحركات الاجتماعية والسياسية، وتنظيم المظاهرات.

وبمأن المشاركة السياسية تحتوي على ثلاثة مراحل أساسية تتمثل في: الاهتمام والمعرفة السياسية، الاتجاهات والآراء السياسية، والسلوكيات السياسية الفعلية، فلا شك أن هذه المراحل قد تعرضت للتأثير

والتعديل بفعل انتشار استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، فعلى مستوى الاهتمام والمعرفة السياسية أصبحت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي تتيح كم هائل من المعلومات يسهل الحصول عليها، كما أصبحت تعمل على نقل الأخبار والأحداث المحلية والدولية بسرعة وأنية لمستخدميها، الأمر الذي جعل الشباب أكثر تعرضاً لها؛ وقد ساهمت تلك المعارف والمعلومات في تشكيل آراء وأفكار المجتمعات اتجاه أنظمتهم السياسية وتكوين مجموعة من قيم وعادات وتقاليد، مما ساهم في بلورت نوع من الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وخاصة لدى الشباب، الوعي الذي عادتاً ما يترجم إلى سلوكيات وأنشطة سياسية كمرحلة أخيرة من مراحل المشاركة السياسية. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستقرام، تيك توك) في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري عامةً وشباب ولاية سعيدة خاصةً، ومن أجل ذلك تمّ تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول:

الفصل الأول جاء بعنوان "الجانب المنهجي للدراسة" وتضمن موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية، فبالنسبة لموضوع الدراسة تمّ التطرق فيه للإشكالية وتساؤلاتها الفرعية، والفرضيات، ثم عرض الأهمية التي تكتسبها هذه الدراسة، وبعدها تمّ استعراض أسباب اختيار هذا الموضوع، حيث تعددت بين الأسباب الذاتية والأسباب الموضوعية، بالإضافة إلى تحديد الأهداف المراد تحقيقها من وراء اجراء هذه الدراسة، وصولاً إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بمصطلحات الدراسة وذلك على المستويين الاصطلاحي والاجرائى، وأخيراً تمّ عرض الدراسات السابقة المشابهة ومناقشتها؛ أما الإجراءات المنهجية للدراسة فتتمّ فيها تحديد نوع الدراسة والتطرق للمنهج المعتمد عليه، وبعدها تمّ تحديد مجتمع البحث والعينة التي تم اجراء الدراسة عليها، وتمّ تحديد الأداة المستخدمة في جمع البيانات والتي تمثلت في الاستبيان، كما تمّ ذكر الأساليب الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات المجمعة من أفراد العينة وفي الأخير تمّ تبين الحدود الزمانية والمكانية التي أجريه فيها هذه الدراسة.

أما الجانب النظري لهذه الدراسة فقد تضمن فصلين هما: الفصل الثاني والثالث، فالفصل الثاني حمل عنوان "الأبعاد النظرية والسياسية لمواقع التواصل الاجتماعي"، وتمّ التطرق فيه لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال ذكر مختلف التعاريف التي قدمها الباحثين والمنظرين لمواقع التواصل الاجتماعي، مع ذكر أجيال تلك المواقع وأهم خصائصها؛ وبعدها تمّ التطرق لمختلف أنواع مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي مع التفصيل في أشهر تلك المواقع والتطبيقات؛ وفي الأخير تمّ توضيح الدور السياسي

لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تبين كيفية توظيفها كوسيلة للاتصال والتواصل السياسي، وكآلية لتعزيز المواطنة والديمقراطية التشاركية، بالإضافة إلى طرق توظيفها في الحملات الانتخابية.

أما الفصل الثالث كان بعنوان "المشاركة السياسية في الجزائر وتتميتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، وتضمن أربع أجزاء رئيسية؛ حيث تمحورت عناصر الجزء الأول حول مفهوم المشاركة السياسية وتمّ فيه استعراض لأهم وأشهر التعاريف الخاصة بالمشاركة السياسية، مع تسليط الضوء على مراحلها ومحدداتها بالإضافة إلى ذكر مختلف القنوات المستخدمة في تطبيقها؛ وفي الجزء الثاني من هذا الفصل تمّ تعداد مختلف التصنيفات الخاصة بمستويات وأشكال مشاركة السياسية؛ أما الجزء الثالث فتضمن محاولة وصف لواقع المشاركة السياسية في الجزائر، حيث تمّ عرض لمحة تاريخية عن المشاركة السياسية في الجزائر، بعدها تمّ تحديد مظاهر أزمة المشاركة السياسية في الجزائر مع ذكر العوامل المتسببة فيها، وصولاً إلى آليات تفعيل المشاركة السياسية في الجزائر؛ وجاء الجزء الرابع كختم للإطار النظري بعنوان "تنمية المشاركة السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، وتضمن أساليب تنمية الوعي السياسي للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى مساهمة تلك المواقع في تكوين الاتجاهات السياسية للشباب.

الفصل الرابع والأخير خُصص لنتائج الدراسة الميدانية، وتمّ فيه عرض وتحليل وتفسير النتائج المُتحصّل عليها من أفراد عينة الدراسة، الذين أجابوا على الاستبيان الذي وزع عليهم، وتمّ التعرف على مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستغرام، تيك توك)، في استقاء معلوماتهم السياسية، والكشف عن مستوى مشاركتهم السياسية، بالإضافة إلى قياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، وذلك من خلال حساب: التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين وكان ذلك بهدف الإجابة على التساؤلات الفرعية للدراسة، بالإضافة إلى اختبار الفروق في تلك النتائج تبعاً للجنس، السن، المستوى التعليمي والمهنة، باستخدام الأساليب الإحصائية المخصصة لذلك وبالاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للبحوث والدراسات الاجتماعية (SPSS)، وتمّ إجراء ذلك بهدف التحقق من فروض التي انطلقت منها الدراسة.

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

I موضوع الدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- فروض الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- أهداف الدراسة
- 6- تحديد مفاهيم الدراسة
- 7- الدراسات السابقة

II الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- نوع الدراسة ومنهجها
- 2- مجتمع وعينة الدراسة
- 3- أداة الدراسة
- 4- صدق وثبات الأداة
- 5- الأساليب الإحصائية للدراسة
- 6- مجالات الدراسة

I موضوع الدراسة

1-الإشكالية

شهد العالم خلال القرن العشرين انتقال البشرية من الثورة الصناعية إلى مرحلة الثورة الرقمية، والتي يتوقع أن تكون أعظم أثرًا من الثورة الصناعية، خاصة أن قطاع المعلومات تضاعف مأتي مرة منذ عام 1982، وذلك بفضل النمو السريع في الانترنت، حيث قدر عدد مستخدميها بأكثر من أربعة مليارات نسمة في الأعوام الأخيرة، ويعود هذا النمو في عدد المستخدمين إلى الخدمات المتعددة والمتنوعة التي تقدمها هذه التكنولوجيا، والتمثلة في السرعة والسهولة في توفير المعلومات، وفي ربط الأفراد من مختلف بقاع المعمورة مع بعضهم البعض، بالإضافة إلى هذا فهي توفر للمستخدمين إمكانية إنشاء محتوى وبثه عبر هذه الشبكة، وبهذا عملت الانترنت على تحويل العالم إلى قرية صغيرة على حد تعبير ماكلوهان.

ومن أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت ظاهرة مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشهد نموًا رهيبًا منذ مطلع العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، حيث أصبحت هذه المواقع والتطبيقات تستقطب شريحة كبيرة من المستخدمين، من كل أنحاء العالم ومن كافة الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب، كونهم الفئة الأكثر تتأثرًا بكل ما هو جديد؛ واستطاعت هذه الوسائل على اختلاف توجهاتها ونظرة مؤسسيها وأهدافها أن تجمع النشاط الاتصالي البشري من خلال إتاحة خاصية التواصل والتفاعل والتعبير بحرية وديمقراطية ومرونة، وغيرها من المميزات الأخرى التي سهلت عملية اتصال وتواصل الأفراد مع بعضهم البعض.

ووفقًا لذلك فقد كان للإنترنت بشكل عام ولمواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص دورًا بارزًا في إحداث نقلة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان للتواصل عبرها نتائج مؤثرة في شتى المجالات، إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي والسياسي، عالميًا ومحليًا، وأصبح لها العديد من الانعكاسات الاجتماعية، الاقتصادية وخاصة السياسية، وذلك بما تنتجه من إمكانات للتواصل وتفاعل وتعبير بحرية وديمقراطية عن مختلف قضايا الشأن العام.

ولا يخفى على أحد أنه في أحداث الربيع العربي كان لتلك المواقع أثرًا واضحًا في إثارة الرأي العام العربي وفي الحشد الشعبي من أجل الخروج للشارع بشكل جماعي والاحتجاج على سياسات الأنظمة والمطالبة بالتغيير، حيث دفعت الحرية غير المسبوقة الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي الشباب العربي إلى المشاركة الفعالة في مناقشة قضايا الشأن العام، والتعبير عن نفسه بكل حرية بعيدًا عن القيود التي تفرضها البيئة التسلطية، المترسخة في المجتمعات العربية، كما ساهمت في تمكين الأصوات المهمشة من التعبير عن نفسها، وبإبداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية وانتقادها أو التعليق عليها، وتشكيل جماعات وتنظيمات افتراضية حول اهتمامات وأهداف مشتركة لتمارس الضغط على السياسيين، وساهمت أيضًا في إشاعة فكرة المشاركة الديمقراطية للأفراد في العملية السياسية التي أصبحت ممكنة عبر هذه المواقع والتطبيقات.

وبهذا فإن التوسع في القدرة على الاتصال الذي وفرته مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي يمكن أن يساهم في نشر الوعي السياسي ويقود إلى التنشئة السياسية، الأمر الذي يتيح للأفراد فرصة المشاركة في العمل السياسي ولو جزئيًا، من خلال التأثير في اتخاذ القرارات، وخير دليل على ذلك الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في 22 فيفري 2019، والذي لعب فيه الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي دورًا بارزًا من خلال: كشف زيف الخطابات الدعائية للسلطة والتصدي لخطاباتها التخويفية الترهيبية، ونشر العديد من الحملات والهشغات عبر عديد من الصفحات والمجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي تسبب في حشد المحتجين وتنظيم الصفوف للخروج إلى شارع في كل يوم جمعة، إضافة إلى تنظيم صفوف الطلبة كل يوم ثلاثاء للخروج في مسيرات أسبوعية. وبهذا يمكن اعتبار أن هذه المواقع والتطبيقات قد ساهمت في بروز نوع من المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري في الشأن العام، بحيث أصبح البعض منها كموقع فيسبوك وموقع تويتر وموقع يوتيوب يمثلون مركزًا للمعارضة، يتم من خلاله التواصل بين منتسبي الأحزاب السياسية والناشطين السياسيين، للتنسيق فيما بينهم، مما ساهم في تنمية المشاركة اتجاه القضايا السياسية خاصة بين أوساط الشباب الجزائري، كونهم الشريحة الكبيرة التي تستخدم هذه المواقع والتطبيقات.

ومن خلال ما سبق وبعد انتشار استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجزائري، وبعد أحداث الحراك الجزائري، لابد من إجراء دراسة للكشف عن نسبة ومستوى المشاركة السياسية لدى مستخدمي تلك المواقع والتطبيقات من الشباب الجزائري عامةً وشباب ولاية سعيدة خاصةً،

وذلك عبر قياس مستوى مشاركتهم السياسية في الوقت الحاضر، بالإضافة إلى الكشف عن مدى مساهمة تلك المواقع والتطبيقات في دفعهم نحو المشاركة الفعالة في الحياة السياسية، سواء عن طريق نشر الوعي السياسي والاهتمام بما يحدث من تطورات في هذا المجال، أو من خلال تكوين اتجاهاتهم وآرائهم السياسية. أو من خلال تنشيط ممارستهم للعمل السياسي وتحفيزهم على الانخراط في الهيئات السياسية محليا ووطنيا؛ هذا ما تحاول هذه الدراسة معالجته من خلال التساؤل الرئيسي التالي: إلى أي مدى تساهم مواقع توصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لمستخدميها من الشباب بولاية سعيدة؟

ولإلمام بجميع النواحي التي تتضمنها هذه الإشكالية تمّ طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية؟
- ما هو مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة؟
- هل توجد علاقة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية؟
- ما مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بأبعادها المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى شباب ولاية سعيدة؟

2-فروض الدراسة

توازيا مع التساؤلات الفرعية المطروحة لفهم نواحي الإشكالية العامة تمت صياغة أربع فرضيات أساسية والتي تسعى هذه الدراسة اختبارها:

- **الفرضية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).
- **الفرضية الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.
- **الفرضية الرابعة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

3- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تلقي الضوء على واحدة من أهم وسائل الاتصال الحديثة والمتمثلة في مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تصنف ضمن تطبيقات الويب 0.2، والتي أصبحت قبلة للعديد من الباحثين ومجالاً خصباً للبحث في مختلف التخصصات، ومنها تخصص علوم الإعلام والاتصال، بحيث أصبحت هذه المواقع والتطبيقات تعرف انتشاراً واسعاً ومتزايداً في المجتمع الجزائري على وجه الخصوص والمجتمعات الإنسانية عامةً، وذلك لما تتميز به من سمات تمكنهم من المشاركة الفعالة في صنع المضامين الإعلامية وتبادلها مع الآخرين، الأمر الذي جعل منها وسيلة منافسة إن لم نقل بديلة لوسائل الإعلام التقليدية.

وتتمثل أهمية هذه الدراسة أيضاً في تطرقها لموضوع المشاركة السياسية باعتبارها إحدى الإشكاليات المهمة في المجتمعات النامية، ومنها المجتمع الجزائري الذي يشهد ظروف التحولات السياسية، مؤكداً لما يحدث في محيطه الدولي، فهو يمر بمحاولات تحديد أطر اجتماعية لتحقيق أهداف الحراك الشعبي، وتوفير قنوات لتوسيع المشاركة في الحياة العامة، والتعبير عن الرأي بشكل حر وديمقراطي لكل فئات المجتمع النشطة، وخاصة فئة الشباب الذي تمثل شريحة مهمة في المجتمع وتلعب دوراً رئيسياً في التغيير السياسي.

تعتبر دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري زاوية مهمة لدراسة آثار وسائل الإعلام التفاعلي على المجتمعات العربية عامة كهدف محوري، وذلك لارتباطها بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية، أبرزها موجة الاحتجاجات الشعبية التي أصطلح على تسميتها بالربيع العربي، وذلك من خلال محاولة كشف عن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء والتوجهات السياسية وفي تنمية السلوكيات السياسية لدى الشباب الجزائري

بصفة عامة وشباب ولاية سعيدة بصفة خاصة، إضافة إلى الكشف عن مستوى مشاركته في قضايا السياسية في ظل التحولات التي تعيشها البلاد.

وتتجلى أهمية الدراسة في كونها تتناول فئة هامة من فئات المجتمع الجزائري تتمثل في الشباب الذي يمثل العنصر الأهم في تقدمه وازدهاره، ولا يمكن التحقق أية تنمية من دون المساهمة الجادة للشباب وتطوير أدائهم في المجتمع. كما تساهم الدراسة في إثراء البحث العلمي، ومن المأمول أن تضيف رصيد معرفي للبحوث الاجتماعية، ولبحوث علوم الإعلام والاتصال، خاصة وأن موضوع الإعلام التفاعلي لازال موضوعاً خصباً للدراسة. بالإضافة إلى ما قد تخلص له هذه الدراسة من نتائج قد تفيد مؤسسات المجتمع المدني ومراكز الأبحاث المتخصصة في المجال الإعلامي والسياسي وخاصة تلك المعنية بدراسة آثار مواقع التواصل الاجتماعي أو واقع المشاركة السياسية في الجزائر.

4-أسباب اختيار الموضوع

يعتبر اختيار الموضوع من أصعب مراحل البحث حيث أن سر نجاح في البحث عادة ما يكمن في انتقاء سؤال جيد وموضوع جيد، ولكل باحث جملة من الأسباب التي تجعله يختار موضوع الدراسة منها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، وفي هذه الدراسة يمكن تحديد الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع في النقاط التالية:

- الاهتمام الشخصي بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لانتشارها وزيادة الاعتماد عليها من كافة فئات المجتمع الجزائري وخاصة فئة الشباب، وبحكم كوني شاب جزائري ومن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لاحظت مؤخراً أن هذه المواقع على اختلافها أصبحت تساهم في جلب اهتمامي نحو القضايا السياسية المحلية والإقليمية، وزاد اعتمادي عليها في الحصول على المعلومات الاجتماعية والسياسية، الأمر الذي غير في الكثير من توجهاتي وأرائي السياسية، وعليه نمت لي الرغبة في معرفة أثر هذه المواقع على التوجهات والسلوكيات السياسية للشباب الجزائري بصفة عامة وشباب ولاية سعيدة بصفة خاصة.

- ومن أهم أسباب اختيار هذا الموضوع هي محاولة فهم أسباب قوة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية، ومساهمتها في تغيير السياسي محلياً وإقليمياً، خاصة بعد الأحداث التي شهدتها الجزائر مؤخراً والمتمثلة في الحراك الشعبي، بالإضافة إلى موجة الاحتجاجات الشعبية التي شهدتها عدة دولة عربية خلال هذا العقد والتي أصطلح على تسميتها بالربيع العربي.

- الرغبة في معالجة مثل هذه المواضيع التي تتقاسمها العديد من التخصصات مثل: الإعلام والاتصال، العلوم السياسية، علم الاجتماع. مما يفتح المجال للاطلاع أكثر على مزيد من المعارف فضلاً إلى ميلي الشخصي لموضوع الإعلام الجديد وموضوع الاتصال السياسي والرغبة في توسيع معارفي ودراساتي حولهما.
- الرغبة في دراسة موضوع مواقع التواصل الاجتماعي وموضوع المشاركة السياسية لأهميتها على مستوى الدراسات الإعلامية والسياسية، بالإضافة إلى التمكن من معرفة مختلف المداخل والمقاربات النظرية لكل من مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية ومحاولة إسقاط تلك المقاربات من جانبها النظري إلى جانبها التطبيقي.
- كثرة الإشكالات والتساؤلات عن موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والتغيير السياسي حيث أصبح هذا المجال محور انشغال العديد من الدارسين والباحثين في علوم الإعلام والاتصال وحقل العلوم السياسية وأصبحوا يولون اهتماماً خاصاً له نتيجة التغييرات التي أحدثتها هذه الشبكات الرقمية في المجتمعات الغربية والعربية في جميع المجالات الحياتية وخاصة السياسية منها.
- قلة الدراسات الجزائرية التي عنت واهتمت بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، حيث أن جل الدراسات في هذا الموضوع كانت تركز على دور وسائل الإعلام التقليدية في تفعيل المشاركة السياسية، في حين الرکز البعض منها على أثر وعلاقة هذه المواقع بالمشاركة السياسية، إما للطلبة الجامعيين أو للمرأة الجزائرية، إلا أن هذه الدراسة ركزت على مدى تفعيل هذه المواقع لمشاركة الشباب الجزائري بصفة عامة في الساحة السياسية.

5- أهداف الدراسة

- تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل مشاركة الشباب الجزائري سياسياً في المجتمع وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:
- إلقاء الضوء على مختلف الأطر والمداخل النظرية لكل من مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.
- التعرف على مستوى اعتماد شباب ولاية سعيذة على مواقع وتطبيقات تواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية.
- الكشف عن مستوى المشاركة السياسية لدى الشباب ولاية سعيذة.

- الكشف عن فروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفي مستوى مشاركتهم السياسية التي تعزى للمتغيرات التالية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة).
- الوقوف على طبيعة العلاقة الموجودة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.
- التعرف على ما إذا كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر المعرفة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفي جلب اهتمامهم نحو القضايا السياسية.
- التعرف مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الآراء والاتجاهات السياسية لدى شباب ولاية سعيدة.
- التعرف على ما إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تحفيز شباب ولاية سعيدة على المشاركة في الأنشطة السياسية كالتصويت أثناء الانتخابات والمشاركة في الحملات الانتخابية والانخراط في الأحزاب السياسية وجمعيات المجتمع المدني.

6- تحديد مفاهيم الدراسة

أصبح من المتعارف عليه في الدراسات الإنسانية بشكل عام وفي دراسات علوم الإعلام والاتصال على وجه التحديد تناول المفاهيم الخاصة بالدراسة ووضعها ضمن إطار اجرائي حتى تصبح هذه المفاهيم ودلالاتها القاعدة الأساسية التي تنطلق منها مضامين أية عملية بحثية. وفي هذا العنصر سيتم تناول المفاهيم الأساسية لهذه الدراسة كالآتي:

1-6 الدور

لغويا اتجهت ما عجم اللغة العربية إلى شرح معنى كلمة (الدور) بدورة الشيء، حيث يمكن فهمها بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة، فهو مشتق من الفعل (دَارَ)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه¹. أما في اللغة الإنجليزية فيعرفه قاموس ويبستر "بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص أو الشيء في موقف محدد"².

¹ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، ط4، مجمع اللغة العربية - مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004، ص302.

² Inc Lexicon Publications, **New Webster's dictionary and thesaurus of the English language**, Lexicon Publications, Danbury Ct USA, 1993, p862.

وإصطلاحاً هناك العديد من المفاهيم لمصطلح الدور وكل مفهوم له معنى خاص مثلاً: مفهوم الدور في علم الاقتصاد والسياسية يختلف عن مفهوم الدور في علم النفس والاجتماع، ففي هذا الأخير يعني مفهوم الدور: "وظيفة المرء الاجتماعية ويمكن أن تكون هذه الأدوار شخصية أو اجتماعية، وفاعلة تؤدي في اللحظة المعينة"¹، وفي إطار العلوم السياسية والاقتصادية فيعرفه محمد السيد سليم بأنه "الوظيفة التي تؤديها الوحدة الدولية بعد إدراك طبيعة موقعها في النسق الدولي وماهية العلاقات الدولية الرئيسة لوحدتها والدور هو سلوك سياسي تمارسه الدولة على وفق موقعها في بنية النظام الدولي لذا نرى أن فهم فكرة الدور تعد ضرورية لمعرفة الحراك السياسي لهذه الدولة أو تلك في العلاقات الدولية"².

التعريف الإجرائي: إن المقصود بالدور في هذه الدراسة يختلف نوعاً ما عما سبق من تعاريف فالدور في دراستنا نقصد به مجموعة الوظائف والمهام التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي لتفعل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال المركز الهام الذي تشغله هذه المواقع كوسائل فرعية للتواصل والتفاعل السياسي تعمل في إطار منظومة أكبر لها أهداف سياسية وهي المؤسسات الحكومية والأحزاب الجزائرية.

2-6 مواقع التواصل الاجتماعي

1-2-6 مواقع

المواقع لغةً مفردة موقع وهو مصدر ميمي من (وَقَعَ) اسم مكان: وقع على، وقع في، وقع من.. له موقع عند فلان: حظ ومنزلة. مواقع القتال الجيش: مواضعه. وقع الشيء موقعه. مواقع الغيث: القطر، الماء. {فَلَا أُقْسِمُ بِمَوَاقِعِ النُّجُومِ}: منازلها ومساقطها³.

2-2-6 التواصل

التواصل لغةً يرجع إلى مادة (وَصَلَ)، فإن "الواو والصاد واللام: أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء حتى يغلقه"⁴، "وصل فلان رحمه. والتواصل: ضد التصارم، والوصل: الرسالة ترسلها إلى صاحبك"⁵، "ومن حديث أسماء بنت أبي بكر (لَعَنَ اللَّهُ الْوَاصِلَةَ وَالْمُسْتَوْصِلَةَ)، فالواصلة التي تصل

¹ لطيفة مصباح حمير، دور المنظمات الدولية في حل مشكلة حقوق الإنسان في عصر العولمة: دراسة تحليلية من رؤية العولمة الاجتماعية، ط1، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2010، ص82.

² مفاز مثنى عبد الله القزاز، مستقبل دور المنظمات التعاون الإقليمية في قارة الآسيوية: دراسة لنماذج مختارة، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019، ص16.

³ أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2008، ص2472.

⁴ أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرزي، معجم مقاييس اللغة، ج6، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق-سوريا 1979، ص115.

⁵ محمد بن محمد عبر الرزاق الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ج31، ط1، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، 2006، ص86.

الشعر والمستوصلة التي يفعل بها ذلك¹. استنادًا لهذه المعاني، يتضح أن المراد بالتواصل لغة، الاقتران والاتصال والالتئام والجمع والإبلاغ والإعلام، كما يتبين أن التواصل ضد التقاطع، وضد التخاصم، وضد الهجر. أما في المعاجم الأجنبية وخاصة الفرنسية، فإن التواصل يعني "التبادل اللفظي بين مرسل ينتج معنى موجه إلى المتكلم آخر، وملبي يستقبل المسموع ويجب بكيفية ضمنية تبعًا لنوع المعنى"². أما اصطلاحًا فتواصل يعرف على أنه "نقل وتبادل الأفكار والمعلومات والمشاعر عبر اللغة أو الكتابة أو التعبير الجسدي بين طرفين: المرسل والمستقبل"³ كما يعرف بأنه "المكانيزم الذي توجد بواسطته العلاقات الإنسانية وتتطور، إنه يتضمن كل رموز الدهن مع وسائل تبليغها وتعزيزها.. ويستلزم تبليغ كل رسالة من جهة وجود شفرة، ومن جهة ثانية تحقيق عمليتين اثنتين: ترميز المعلومات Encodage وفك الترميز Décodage مع الأخذ ببعن الاعتبار طبيعة التفاعلات التي تحدث أثناء عملية التواصل، وكذا أشكال الاستجابة للرسالة والسياق الذي يحدث فيه التواصل"⁴.

3-2-6 الاجتماعي

لغةً يعود مصطلح الاجتماعي إلى مادة (جَمَعَ) نجد أن، "الجيم والميم والعين أصل واحد، يدل على تضام الشيء، يقال جمعت الشيء جمعًا، والجماع الأشابه من قبائل شيء، "وفلان جماع لبني فلان؛ يأوون إليه ويعتمدون على رأيه"، وسميت الجُمعة جمعة: لاجتماع الناس فيها. "الجمع ضم الشيء بتقريب بعضه من بعض، يقال جمعته فاجتمع"⁵.

والاجتماع اصطلاحًا هو "عبارة عن نسيج مكون من صلات اجتماعية؛ تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين، أو هو مجموعة من الأفراد يربط بينها رابط مشترك؛ يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم"⁶. وشيء الاجتماعي هو شيء الذي يتشارك أو يتواجد فيه المجتمع أو جماعة من الأفراد ويمكنهم من خلاله تكوين روابط وعلاقات.

¹ زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي الرازي، مختار الصحاح، ط1، المكتبة العصرية- الدار النموذجية، بيروت، 1999، ص340.

² Jean Dubois & Louis Guespin, Dictionnaire De Linguistique Et Des Sciences Du Langage, Larousse-France, 1994, p94.

³ عبد الله العلمي، أسس التواصل تأطير نظري تنزيل تطبيقي، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان-الأردن، 2020، ص11.

⁴ سعيدة محمد عبد الخالق، مفهوم فن التواصل، مجلة الفيصل، ع 437-438، دار الفيصل الثقافية، السعودية، 2012، ص25.

⁵ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المرجع السابق، ص135.

⁶ أيمن بن ناصر بن حمد العياد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض-السعودية، 2015، ص58.

6-2-4 مواقع التواصل الاجتماعي

عرفها قاموس أكسفورد بأنها: "مواقع مخصصة في الويب تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل والصور.. الخ".¹ ويعرفها المعجم المعاصر بأنها: "مواقع على شبكة الإنترنت تسمح بالتعارف بين المشتركين وتبادل الآراء والصور والفيديوهات"². وتعد مواقع التواصل الاجتماعي شكل من أشكال الإعلام الاجتماعي، وتتعلق بالتكنولوجيا الرقمية التي تسهل الاتصال. وتتعدد تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية إذ يعرفها Boyd و Parker على أنها "الجماهير الشبكية" لأنها تنقل فعل التواصل الاجتماعي من "التفاعل وجها لوجه" إلى مجال الإنترنت.³

التعريف الإجرائي: مواقع التواصل الاجتماعي هي تلك العناوين الإلكترونية والتطبيقات الموجهة على الويب والمخصصة لتواصل وتفاعل الأشخاص مع بعضهم البعض عن طريق مشاركة المعلومات عنهم أو الصور أو التسجيلات المسموعة أو المرئية، كما أنها تسمح للأشخاص بمشاركة المحتوى بشكل أسرع. والأحداث مع الأصدقاء في نفس وقت حدوثها، وتلك المواقع لا تستخدم على أجهزة الحاسب الآلي فقط. وإنما تستخدم على الهواتف الذكية أو الحاسوب اللوحي من خلال تحميل التطبيقات الخاصة بها. ومن أشهر هذه المواقع: موقع فيسبوك وتويتر ويوتيوب، ومن أشهر تطبيقاتها: أنستغرام وتيك توك.

6-3 التفعيل

التفعيل لغةً يرجع إلى الفعل (فَعَّلَ) الشيء بتشديد العين ويدل على تنشيط وزيادة الفاعلية، وفَعَّلَ الأمر: نشطه وقواه، وتفعيل الأمر جعله فاعلاً وواقعاً⁴

التعريف الإجرائي: التفعيل في هذه الدراسة يحمل معنى التنشيط وتحفيز وزيادة فعالية المشاركة السياسية للشباب الجزائري من خلال اعتمادهم على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، كما يعني زيادة التأثير الإيجابي لتلك المواقع والتطبيقات على مستويات المشاركة السياسية لدى مستخدميها من الشباب الجزائري بصفة عامة وشباب ولاية سعيدة بصفة خاصة، وذلك من خلال مساهمتها في إثراء معارفهم وثقافتهم السياسية وجلب اهتمامهم نحو القضايا السياسية، بالإضافة إلى تحفيزهم على الانخراط في الأحزاب

¹ محمد سيد أحمد عبده عبد العال، فاعلية التكامل بين تطبيقات حوّل التعليمية وأدوات الويب 2 في تحقيق نواتج تعلم طرق تدريس الرياضيات وتنمية الاتجاه نحو التعلم التشاركي لدى الطلاب المعلمين بكلية التربية، مجلة كلية التربية، ع42، ج1، جامعة عين شمس، 2018، ص294.

² مؤسسة صخر، المعجم المعاصر، 2019، متاح في: [المعجم المعاصر : معنى شبكات التواصل الاجتماعي \(alsharekh.org\)](http://alsharekh.org)، تم تصفحه في 2022/04/04.

³ Danah.m Boyd & Nicole.B Ellison, **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, Journal of computer Mediated Communication, Vol13, n°01, International Communication Association, U.S.A, Octobre 2007, p211.

⁴ محمد عثمان محمد، المعجم المعاني الجامع، ط1، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2002، ص565.

السياسية وجمعيات المجتمع المدني وتقلد مناصب سياسية ومشاركتهم في الحملات الانتخابية والاستفتاءات السياسية وغيرها من الأنشطة السياسية.

4-6 المشاركة السياسية

1-4-6 المشاركة

إن أصل كلمة المشاركة لغةً من كلمة (شَرَك) أي بمعنى جعله شريكاً له فيه، وبالله جعل له شريكاً، فهو مشرك. ويقال الشريك، شركاء، واشتراك، ومشاركة والمشارك، وتعني ما كان لك ولغيرك فيه حصة كثرته أم قلت. ومعنى مُشَارَكَة أي تشارك أحدهما الآخر وهي على وزن مُفَاعَلَة وهي لا تكون إلا بين إثنين فصاعداً، وشاركه في الأمر تعني أسهم معه فيه¹. وكلمة المشاركة في اللغات الأجنبية Participation تستخدم بمعنى مساهمة أو الاشتراك، ومفهوم Participate يعني أن يشارك أو يشاطر ومنه مصطلح Participant بمعنى مشارك أو مشترك²

وإصطلاحاً المشاركة تعني "المساهمة في نشاط معين، والتواجد مع آخرين، وتعني المشاركة الفعالة أن يتوفر للأفراد الفرص الكافية والمتساوية للتمكن من التصريح عن اهتماماتهم والتعبير عن الخيارات المفضلة لديهم. ويمكن أن تكون المشاركة بشكل مباشر أو عبر ممثلين شرعيين³". كما تعرف أيضاً على أنها "العملية التي يلعب الفرد من خلالها دوراً في الحياة السياسية والاجتماعية في بلده، والتي تتيح له فرصة الإسهام في وضع الأهداف العامة لذلك المجتمع، واقتراح أفضل الوسائل لتحقيق تلك الأهداف وإنجازها"⁴.

2-4-6 السياسية

إن كلمة السياسة في اللغة العربية مأخوذة من الفعل (سَاسَ) ومنه قولهم: "ساس الناس سياسة: تولى رياستهم وقيادتهم، والأمور دبرها وقام بإصلاحها"⁵، "والسياسة: استصلاح الخلق بإرشادهم إلى الطريق المنجي في العاجل أو الآجال؛ والسياسي: هو الذي يزاول السياسية أي يتخذها حرفة له"⁶ ويعرف معجم

¹ درر العراق، معجم لسان العرب لابن منظور، متاح في: [شرك - معجم لسان العرب لابن منظور \(dorar-net\)](http://www.dorar-net.net)، تم تصفحه في 2022/04/12.

² قاموس المعاني، قاموس عربي فرنسي، متاح في: ترجمة ومعنى participation بالعربي في قاموس المعاني. قاموس عربي فرنسي المعاني مصطلحات صفحة 1 (almany.com)، تم تصفحه في 2022/04/12.

³ مدحت أحمد محمد يوسف غنابم، تفعيل دور المرأة في المشاركة السياسية: دراسة تأصيلية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2014، ص14.

⁴ موزة عيسى سلمان الدوي، المشاركة السياسية للمرأة البحرينية: تحديات وطموحات، ط1، معهد البحرين للتنمية السياسية، 2018، ص14.

⁵ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المرجع السابق، ص426

⁶ لويس معلوف، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، ط19، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، 2009، ص362.

Le Petit Larousse السياسة (La Politique) بأنها: "إدارة الدولة وتحديد أشكال نشاطها و... مجموعة الشؤون التي تهم الدولة". ويعرّف كتاب Lexique de politique كلمة Politique بمعناها المطلق "فن حكم المدينة بغية الوصول الى ما يعتبر الغاية العليا للمجتمع"¹ والسياسية في الاصطلاح لها تعريف عديدة من بينها تعريف موريس ديفرجيه الذي عرفها بأنها: "عبارة عن صراع متواصل بين فئة اجتماعية تسعى لبسط نفوذها والتحكم في مصير المجتمع كله والتمتع بجميع الخيرات، وبين فئة مناهضة لها تحرص على توفير الأمن والعدالة لجميع الأفراد وتحويل أجهزة الدولة إلى أداة فعالة لتحقيق الوئام الوطني، ودمج الأفراد في مجتمع تسوده العدالة".² في حين عرف عمار بوحوش السياسة بأنها: "تعني أن الحكم الذي يختص بتوزيع القيم على المجتمع وإعطاء الأولوية للطاقات البشرية، أو الثروات الوطنية التي تمكن أي مجتمع من تحقيق آمال أفرادها وإشباع حاجاتهم الأساسية. والقصد هنا بالقيم الاجتماعية هي الأشياء الثمينة بالنسبة للأفراد والهيئات، وذلك مثل المصالح الخاصة، والتقاليد والعادات والديانات وغيرها من المبادئ الأخلاقية والمعتقدات الروحية. والسلطة العليا يقصد بها تلك الهيئة السياسية التي تستطيع أن تثبت في جسام الأمور وتتخذ القرارات الإلزامية التي تنطبق على جميع الأفراد والمنظمات"³.

6-4-3 المشاركة السياسية

تعرف موسوعة دائرة معارف العلوم الاجتماعية المشاركة السياسية بأنها "تلك الأنشطة التطوعية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع في اختيار حكامه وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، وتتمثل تلك الأنشطة في التصويت والبحث في المعلومات والنقاشات والجدل وحضور الاجتماعات والمساهمة بالمال والاتصال في الحملات الانتخابية والدعاية والمناقشة لمصلحة حزب أو لمصلحة المجتمع عامة"⁴

وبشكل عام، فإن مفهوم المشاركة السياسية من الناحية الاصطلاحية قد ارتبط باتجاهين أساسيين، يتعلقان أساساً بطبيعة المشاركة السياسية للمواطن التي قد تتبلور في الصورة الاعتيادية التقليدية أو الصورة غير

¹ فيصل براء متين المرعشي، مفهوم علم السياسية، الموسوعة السياسية، تاريخ الاثاحة: 2016/02/08، متاح في: encyclopedia.org، تم تصفحه في 2022/04/04.

² أحمد سليم البرصان، علم السياسة: المفاهيم والأسس الدولة السلوك السياسي السياسة الدولية، ط1، زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 06-07.

³ عمار بوحوش، تطور النظريات والأنظمة السياسية، ط1، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1977، ص 11

⁴ علي صادق السعداوي، محمد عبد الحسن العماري، الاتصال المواهبي: الحملات الانتخابية وتأثيرها في الجمهور، ط1، العربي للنشر والتوزيع، (د.م)، 2022، ص 91.

المألوفة وغير التقليدية. ومن جملة التعريفات التي تدخل في الإطار الأول للمشاركة السياسية، تعريف الباحثين السياسيين "سيدني فيربا" «Sidney Verba»، «نورمان ناي» «N.H. Nie» و"جاي أون كيم" «Jae On kim» في كتابهم: المشاركة والمساواة السياسية حيث يعتبرونها: "تلك الأنشطة ذات الطابع الشرعي التي يمارسها مواطنون معينون والتي تستهدف بصورة أو بأخرى التأثير في عملية اختيار رجال الحكم أو التأثير في الأفعال التي يقومون بها"¹ أما الاتجاه الثاني للمشاركة السياسية والخاص بتلك الأنشطة غير المألوفة أو غير التقليدية، فقد عرفها كل من "صموئيل هنتغتون" «Samuel Huntington» و"نيلسون" «Nelson» على أنها: "ذلك النشاط الذي يقوم به المواطنون العاديون بقصد التأثير في عملية صنع القرار الحكومي، سواء أكان هذا النشاط فردياً أم جماعياً، منظماً أم عفويًا، متواصلًا أو متقطعًا، سلمياً أم عنيفًا، شرعياً أم غير شرعي، فعال أم غير فعال"² كما تعرف على أنها "العلاقات التي تنشأ داخل مجموعة وطنية بين الحكام والمحكومين، المواطنين والدولة، الأعضاء والقوى السياسية، الرعاية والإدارة. فهذه العلاقات تساهم في تكوين السلطة السياسية وتسيير النظام السياسي. ويتم تأطير هذه العلاقات بقوانين قد تحفز أو تحد من المشاركة"³.

التعريف الإجرائي: المشاركة السياسية في مقياس الدراسة الحالية، هي نشاط تفاعلي بين طرفين، يتجسد الأول في الشباب ويتجسد الثاني في النسق أو النظام السياسي والاجتماعي، وهذا النشاط يمر بثلاثة مراحل أو مستويات أساسية، يتمثل أولها في ارتفاع درجة الوعي والاهتمام السياسي لدى الشباب وذلك من خلال تتبع القضايا السياسية على مختلف وسائل الإعلام، إبداء الرأي في قضية ذات اهتمام وطني عام أو من خلال الدخول في مناقشات سياسية مع الغير أو المشاركة في الاجتماعات السياسية؛ والمرحلة الثانية ترتبط بتكوين اتجاهات وأراء الشباب نحوى البيئة السياسية المحيطة، وذلك من خلال ما تعرضوا له من معلومات عبر مختلف مصادر الإعلام وسائل الاتصال الشخصي، أما المرحلة الأخيرة تتعلق بممارسة الشباب للسلوكيات السياسية والمتمثل في المشاركة في التصويت أثناء الانتخابات، الانخراط في الأحزاب والمنظمات الفاعلة في المجتمع، وحضور المؤتمرات السياسية والدعوة إليها، والترشح لمناصب سياسية أو تقلدها وحتى المشاركة في المسيرات والمظاهرات.

¹ Sidney Verba & Norman.H Nie & Jae-on Kim, **Participation and Political equality: A seven-nation comparison**, Cambridge University Press, Chicago and London, 1987, p218.

² عربي بومدين، بوزيدي ياحي، أثر عملية المأسسة على المشاركة السياسية: دراسة في التحولات السياسية في المنطقة العربية بعد 2011، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، ع5، مخبر الدراسات وتحليل السياسات العامة، الجزائر، أكتوبر، 2015، ص78.

³ Danielle Nakache, **Dictionnaire de politique: le present en question**, Paris: Larousse, France, 1979, p235.

5-6 الشباب

لغويًا الشباب هو جمع شاب (ش ب ب) مصدر (شَبَّ) ويقال: في ريعان الشباب بمعنى في ريعان الفتوة أي ما بعد مرحلة الطفولة،¹ والشابُ أي من هو في مقتبل العمر² كما أن شَبَّ - شَبَابًا الغلام: صار فتياً. تَشَبَّبَ: ذكر أيام الشباب واللهو والغزل.³

اصطلاحًا مصطلح الشباب يشير إلى الوصول لسن البلوغ والإدراك، وترى منظمة اليونسكو ووزراء الشباب والرياضة العرب في مؤتمرهم بالقاهرة عام 1389هـ / 1969م، بأن "الشباب مرحلة سنوية اصطلاح على أنها من 15 سنة إلى 25 سنة، انسجامًا مع المفهوم الدولي المتفق عليه في هذا الشأن، وتعرف الجمعية العامة للأمم المتحدة الشباب بأنهم "الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 15 إلى 24 سنة"⁴.

التعريف الإجرائي: الشباب في دراسة الحالية نعني تلك المرحلة العمرية التي تمتد من البلوغ إلى الكهولة والنضج، أي هم كل الأشخاص من الجنسين الذين تتجاوز أعمارهم السن 18 إلى غاية 34 سنة فأكثر، والذين يتمتعون بأهلية والسلامة العقلية بالإضافة إلى القدرة على تنفيذ واجباتهم الاجتماعية، السياسية والاقتصادية، داخل المجتمع الذي يعيشون فيه. وتم اختيار هذا التحديد الزمني لسنوات الشباب، لطبيعة المجتمع الذي أجريت فيه الدراسة والمتمثل في المجتمع الجزائري، الذي يتسم بصفات تجعل من مرحلة الشباب تمتد لـ 40 سنة، ومن أبرز هذه السمات نذكر: معدل البطالة المرتفع نسبيًا، سن الزواج الذي أصبح يرتفع تدريجيًا في السنوات الأخيرة، طبيعة العلاقات داخل الأسر الجزائرية التي لا تشجع الشباب على الاستقلال المالي والاستقلال عن الأهل، وغيرها من السمات الأخرى.

7- الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، وتناولته من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين العربية والأجنبية. وسوف نستعرض هنا جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها. مع تقديم تعليقًا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الأوجه الاستفادة العلمية منها في الدراسة الحالية. ونشير هنا إلى أن الدراسات التي سوف يتم استعراضها جاءت في الفترة الزمنية بين 2012 و 2020، وشملت

¹ بطرس البستاني، محيط المحيط: قاموس عصري مطول للغة العربية، (د.ط)، ج5، دار الكتب العلمية-لبنان، 2009، ص42

² نفس المرجع، ص12

³ لويس معلوف المنحد في اللغة والإعلام، دار المشرق -بيروت-لبنان، 1975، ص371

⁴ مدحت أبو النصر، الشباب وصناعة المستقبل، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2019، ص25

جملة من الأقطار والبلدان مما يشير إلى تنوعها الزمني والجغرافي؛ هذا وقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب اللغة إلى دراسات عربية ودراسات أجنبية وهي كالآتي:

7-1 الدراسات العربية والوطنية.

7-1-1 دراسة "عبد العزيز علي حسن" (2012) بعنوان "العلاقة بين الاتصال عبر مواقع شبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب: دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة الجمهورية في مصر"¹.

هدفت هذه الدراسة إلى بحث في العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية في انتخابات رئاسة الجمهورية لعام 2012 في مصر، وذلك بالتركيز على فئة الشباب (من سن 18 إلى 35 عاماً). وانطلق الباحث من التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الأثر الذي أحدثه الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاركة السياسية للشباب قبل وبعد المرحلة الأولى من الانتخابات الرئاسية في مصر وهل اختلف مستوى المشاركة السياسية باختلاف المتغيرات الديموغرافية لهؤلاء الشباب؟ وطرح التساؤلات التالية:

- هل توجد علاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وبين المشاركة السياسية للشباب قبل وبعد المرحلة الأولى من انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر 2012؟
- إلى أي مستوى يختلف تأثير المتغيرات الديموغرافية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية على مشاركتهم السياسية قبل وبعد المرحلة الأولى من انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر 2012؟ واختبر الباحث الفرضتين الآتيتين:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب.

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (السن، النوع، التعليم، الدخل الشهري للأسرة، والحالة الاجتماعية) والمشاركة السياسية للشباب.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، كما استخدم استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة، وقام بجمع البيانات قبل وبعد إجراء الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية

¹ عبد العزيز علي حسن، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع شبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب: دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة الجمهورية في مصر، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج43، ع01، الجامعة الأردنية-الأردن، 2016، ص.ص229-252.

من خلال قائمة الاستقصاء المستكملة بمعرفة المستقصى منه إلكترونياً، وتم توجيهها إلى عينتين قوامهما 600 و500 مفردة على التوالي، وكان من أبرز نتائج هذه الدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية المتمثلة في (التواصل، والتعاون، ومشاركة المواد) وبين المشاركة السياسية للشباب وذلك قبل الجولة الأولى من الانتخابات، في حين توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كل من التعاون ومشاركة المواد من جهة والمشاركة السياسية من جهة أخرى، ولا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التواصل وبين المشاركة السياسية بعد الجولة الأولى من الانتخابات.
- كما أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية المتمثلة في السن والتعليم والدخل الشهري للأسرة والحالة الاجتماعية لمستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية وبين مشاركتهم السياسية قبل وبعد الجولة الأولى من الانتخابات الرئاسية، في حين تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وبين المشاركة السياسية قبل الجولة الأولى حيث وجد أن المشاركة السياسية للذكور أعلى من الإناث، وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وبين المشاركة السياسية بعد الجولة الأولى من الانتخابات.

2-1-7 دراسة "عبد الناصر قاسم الفرا" (2014) بعنوان "مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية"¹.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، من خلال التعرف على مدى استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الإلكتروني، والتعرف على المواقع الأكثر استخداماً، وبيان دور تلك المواقع في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، وتسلط الضوء على نوع القضايا السياسية التي يتناولها الشباب الفلسطيني عبر مواقع التواصل الإلكتروني، وتمثلت إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي: ما هو دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية؟ وتفرع عن التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى استخدام الشباب الفلسطيني لمواقع التواصل الإلكتروني؟ وما هي مواقع التواصل الإلكتروني الأبرز التي يستخدمها الشباب الفلسطيني؟

¹ عبد الناصر قاسم الفرا، مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج23، ع02، الجامعة الإسلامية بغزة-فلسطين، 2015، ص.ص259-282.

- ما دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مهارات التفاعل والمشاركة في القضايا السياسية لدى الشباب الفلسطيني؟
 - ما القضايا السياسية المثارة عبر مواقع التواصل الإلكتروني في فلسطين؟
 - ما مدى الاختلاف في الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإلكتروني في إتاحة فرص المشاركة في القضايا السياسية من وجهة نظر الشباب الفلسطيني باختلاف المتغيرات (الجنس، الحالة الاجتماعية، العمر)؟
- وللإجابة عن هذه الأسئلة اعتمد الباحث في على المنهج المسحي الاجتماعي بشقيه الوصفي والتحليلي ومجتمع بحث تمثل في جمهور الشباب الفلسطيني في قطاع غزة، والذين تتراوح أعمارهم بين 18 و35 سنة، وتمثلت عينة الدراسة في 400 شاب من محافظات غزة، والتي تم اختيارها بالطريقة الطبقية القصدية غير الاحتمالية. وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:
- أن الشباب الفلسطيني يستخدمون مواقع التواصل الإلكتروني بشكل دائم بنسبة 92.2%، وبلغت نسبة الذين يستخدمونها أحياناً 6.5%، وهذا مؤشر بأن نسبة كبيرة من الشباب الفلسطيني يستخدمون مواقع التواصل الإلكتروني.
 - بينت الدراسة أن شبكة الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الإلكتروني استخداماً بنسبة 96.5%، ثم تلاها موقع اليوتيوب بما نسبته 1.5%، ثم تويتر بما نسبته 1.25%، ثم جوجل بلس بما نسبته 0.5%، ثم المدونات بنسبة 0.25%.
 - أشارت الدراسة إلى أن نسبة 56.14% من الشباب الفلسطيني أجابوا أن مواقع التواصل الإلكتروني استطاعت أن تنمي مشاركتهم في القضايا السياسية.
 - جاءت القضايا السياسية التي يتناولها الشباب الفلسطيني عبر مواقع التواصل الإلكتروني بالترتيب حسب الأكثر أهمية فالأقل كالتالي: (إنهاء الانقسام والمصالحة الوطنية، الحركات والفصائل السياسية، الحصار والاحتلال الإسرائيلي، الانتخابات الفلسطينية، الأسرى، تهويد القدس وضياع الهوية الفلسطينية، الجدار والاستيطان).
 - ولم تظهر نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الشباب الفلسطيني وفق المتغيرات التالية: (الجنس، الحالة الاجتماعية، العمر).

3-1-7 دراسة 'رضوان فطبي' (2015) بعنوان 'شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي'¹.

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية: إلى أي حد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في المشاركة السياسية للشباب الجامعي، خلال الانتخابات الجماعية والجهوية التي شهدها المغرب في 4 شتنبر 2015؟ وسعت للإجابة عن هذه التساؤلات:

- ما حجم استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي للمتابعة والمشاركة السياسية في الانتخابات الجماعية والجهوية 2015؟
 - ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يحرص الشباب الجامعي على استخدامها؟
 - ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت؟
 - ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في شبكات التواصل الاجتماعي؟
 - ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015؟
 - كيف كانت مشاركة الشباب السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي في هذه الانتخابات؟
 - ما الإشاعات الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- وتجسد هدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الجماعي، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الجماعية والجهوية التي شهدها المغرب في سبتمبر 2015، بالإضافة إلى الكشف عن الدوافع والإشاعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي المغربي لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015. وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي، كما اعتمد على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة، وتم اختيار عينة الدراسة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة، في حين تكونت تلك العينة من 400 مقريه وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثلت أبرزها في:

¹ رضوان فطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مح 03، ع 01، الجامعة العربية الأمريكية-فلسطين، 2017، ص.ص 102-130.

- إن أبرز استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي تتمحور حول المشاركة في أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية بالمغرب 2015.
 - تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أتي دافع: التواصل مع الأصدقاء والأقارب وتكوين صداقات وعلاقات جديدة.
 - 43.52% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية كمصدر رئيسي في متابعة أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية.
 - 93.27% من أفراد العينة شاركوا في بعض الأنشطة الإلكترونية الخاصة بالانتخابات كانت على العموم الجماعية والجهوية لشهر سبتمبر 2015.
 - ومن أهم الإشعاعات التي تحققت لدى الشباب كالت الإشعاعات السياسية، ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار حولها من نقاشات.
- 4-1-7 دراسة "محمد بوخبزة" (2016) بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستغانم"¹.
- تناولت هذه الدراسة إشكالية الكشف ورصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى المواطن الجزائري، من خلال التساؤل الرئيسي التالي: هل لمواقع التواصل الاجتماعي دور في دفع مستخدميها نحو المشاركة السياسية؟ وتدرج ضمنه التساؤلات الفرعية التالية:
- هل تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلامًا بديلاً؟
 - هل ساهم الفيسبوك في تكوين معرفة سياسية من خلال الحصول على المعلومات من مصادرها المباشرة؟
 - إلى أي مدى يهتم المستخدم الجزائري بمتابعة الأخبار السياسية ذات صلة باهتماماته ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما مدى الحرية المتاحة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتعبير عن آرائهم حول القضايا السياسية؟

¹ محمد بوخبزة، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستغانم. أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم-الجزائر، 2016.

وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف ورصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى المواطن الجزائري، وإلى التعرف على دور توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد المستخدم بالمعلومات حول القضايا السياسية وذلك من خلال الكشف دورها في تهيئة وتكوين الدهنيات حول القضايا السياسية ودورها في توعية الرأي العام، بالإضافة إلى تبيان مدى استخدام سكان مدينة مستغانم لهاته المواقع كأداة تعبير عن آرائهم السياسية ومدى اعتمادهم عليها في رسم الخريطة السياسية بعيداً عن إعلام تقليدي، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، ومن خلال أسلوب العينة القصدية وأداة المقابلة المجموعات البؤرية، ولقد شملت عينة الدراسة عشرون مستخدماً لموقع الفيس بوك بمدينة مستغانم ممثلين لمختلف أحياء هذه المدينة، ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تعتبر الانترنت من أهم الوسائل المستخدمة للاطلاع على الأخبار وهذا بفضل تطبيقاتها المتاحة عليها ومن بين هذه التطبيقات الفيسبوك الذي أصبح قبلة لجميع الشرائح وساحة لمناقشة وتبادل المعلومات السياسية.
- يستخدم المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي في إطلاع على الأحداث السياسية الأمر الذي يرفع من رصيدهم المعرفي من خلال الاطلاع على الأخبار السياسية عبر الفيسبوك.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في منح حرية في التعبير عن مختلف الآراء السياسية لمستخدميها من خلال المساحة التي منح الفيسبوك والتي مكنت المستخدم من البوح وإخراج كل المكبوتات التي هي بداخله، وأيضاً بفضل الأسماء المستعارة التي يختفي من وراءها المستخدم.
- عينة الدراسة ترى أن التعليق وإبداء الرأي هو نوع من المشاركة السياسية، وإن الفيسبوك أتاح الفرصة لكل لمفرد بان يسهم في التعرف على أفضل الوسائل والأساليب من أجل إبرازها ووضع أهداف من أجل تحقيقها، كما وسع رقعت المشاركة السياسية.
- أثبتت الدراسة أن الفيسبوك ساهم بشكل كبير في نشر الوعي السياسي وترسيخ مفهوم المواطنة، ودفع مستخدميه إلى الانضمام إلى هياكل المجتمع المدني.

5-1-7 دراسة "خالد هدار" (2016) بعنوان "الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحوى عملية التغيير السياسي في الوطن العربي: الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً"¹.

¹ خالد هدار، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحوى عملية التغيير السياسي في الوطن العربي: الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مج 01، ع 02، جامعة الصديق بن يحيى-جيجل، 2018، ص.ص 181، 204.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات نحو التغيير السياسي في الوطن العربي، وكذا الكشف عن عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكات الاجتماعية، وعن مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها من خلال هذه الشبكات. وكان الانطلاق من الأسئلة التالية: ما هي اتجاهات الشباب الجزائري نحو عملية التغيير السياسي في الوطن العربي؟ وما دور الشبكات الاجتماعية في ذلك؟ وفككت إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟
- ما هي الاتجاهات التي شكلتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حول التغيير السياسي في العامل العربي؟

وللإجابة عنها اعتمد الباحث منهج المسح بالعينة وفي جمع المعلومات استخدم أداة الاستبانة، وتمثلت عينة هذه الدراسة في 420 طالب جامعي جزائري من مختلف مناطق الجزائرية أختارهم الباحث من خلال الاعتماد على العينة الطبقية حيث اختار من كل منطقة جامعتين، وقد استعان بالمنهج الوصفي، وكان من أبرز النتائج التي توصلت إليها:

- أن أغلب أفراد العينة يمتلكون حسابًا على الفيسبوك بنسبة 95.5% ومنتسبون فيه منذ 3 إلى 6 سنوات بنسبة 75%، وهم يفضلون الفترة المسائية وفترة الليل لتصفح حساباتهم، ويقضون فيها بين الساعة والأربع ساعات في اليوم.
- أظهرت الدراسة أن دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الشباب هو التواصل الاجتماع ونشر المواضيع المختلفة.
- الشبكات الاجتماعية كانت سببًا في اندلاع الربيع العربي حسب رأي أفراد العينة، وأنها ساهمت في بناء مواقف سياسية للشباب، تصعيد وتيرة الثورات العربية، وكذا في عدم الاستقرار السياسي في الدول العربية.
- كانت اتجاهات الشباب الجزائري نحو التغيير السياسي في العالم العربي سلبية، لأنهم يرون بأن الثورات العربية كانت فاشلة وأفرزت الجهاديين والمتطرفين في العالم العربي، وإنما خدمت أطرافًا خارجية أكثر من الداخلية، كما أنهم يرون بأن الأوضاع السابقة لدول الربيع العربي كانت أفضل من الأوضاع الحالية.

6-1-7 دراسة "فوزية عبو" (2018) بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة: دراسة ميدانية على عينة من الموظفين بمستغانم".¹

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة الإشكالية التالية: إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية؟ والتي تندرج ضمنها التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي دوافع وأسباب متابعة المرأة الجزائرية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما حجم اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعية كمصدر للمعلومات السياسية؟
 - هل تهتم المرأة الجزائرية بمتابعة القضايا السياسية وما هي أهم لقضايا التي تحظى باهتمامها؟
- وسعت لتحقيق من صحة الفرضيتين التاليتين

- هناك عالقة ارتباطيه بين اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعية كمصدر للمعلومة السياسية وحجم المشاركة السياسية.
- هناك عالقة ارتباطيه بين اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعية كمصدر للمعلومة السياسية والمعرفة السياسية.

كما هدفت هذه الدراسة إلى فحص الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، وذلك من خلال التعرف على حجم المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، وقياس مستوى الوعي السياسي لأفراد العينة، ورصد اعتمادية المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية. وقد استخدمت الباحثة المنهج المسح الوصفي، وأداة الاستمارة في جمع المعلومات، حيث تمثلت العينة في 30 موظفة من مدينة مستغانم تم اختيارهم بطريقة قصدية، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- 92.62% من المستجوبات يستخدمن موقع الفيسبوك، ثم 33.21% يستخدمون موقع اليوتيوب فيما تشكل مستخدمات موقع التويتر 13.22% ثم مستخدمات ماي سبايس ب 5.12% في حين تبلغ نسبة من يستخدمن مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي 11.43%.
- 61.7% من المبحوثات يفضلن الفترة الليلية و31.64% يفضلن المساء بينما تفضل 6.66% من المستجوبات الصباح لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ فوزية عبو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة: دراسة ميدانية على عينة من الموظفين بمستغانم، مجلة الدراسات الإعلامية، ع01، المركز العربي الديمقراطي، ألمانيا، 2018، ص34-52.

- أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أكثر من نصف المستجوبات يقرأن المعلومات السياسية التي تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً.
- إن أغلب المستجوبات يتابعن الصفحات التي تهتم بالشأن السياسي وذلك من أجل مناقشة القضايا السياسية الراهنة ومن أجل التعبير عن آرائهم ومتابعة تصريحات الشخصيات السياسية.
- ترى أغلب المبحوثات أن الصفحات التي تهتم بالشأن السياسي أسهمت في إحاطتهن بالمعلومات السياسية تليها وزادت اهتمامهن بأنشطة الأحزاب.

2-7 الدراسات الأجنبية.

1-2-7 دراسة "كريستوفر نيلز جوستافسون" "Nils Gustafsson" (2012) بعنوان "الطبيعة الخفية

لسياسة فيسبوك: مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في السويد والمشاركة السياسية"

The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site

users and political participation"¹

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير المحتوى السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدمين وعلاقته بالمشاركة السياسية في السويد، وذلك من خلال ثلاثة أنواع من المستخدمين (أعضاء الأحزاب السياسية، وأعضاء المنظمات المهتمة، وغير الأعضاء) تتم مقابلتهم في مجموعات بؤرية تركز حول مواقفهم من المحتوى السياسي في موقع الفيسبوك، حيث تمت مقابلة 50 مشاركاً في ستة (06) مقابلات جماعية ومركزة. وقد أجريت ثلاث منها عبر الإنترنت وثلاث دون اتصال بالإنترنت. وكان الهدف الإضافي للدراسة هو اكتشاف الاختلافات في منطوق الأشخاص الناشطين في المنظمات السياسية مقارنةً بالأشخاص غير الناشطين في المنظمات السياسية. كان الدافع النظري لمقابلة كل من أعضاء الأحزاب السياسية وأعضاء المنظمات الاجتماعية هو أن الأشخاص الناشطين في السياسة "بطريقة تقليدية" في حزب سياسي قد يختلفون في مواقفهم عن الأشخاص الناشطين في منظمات الاجتماعية، لهذا السبب، كانت المجموعات مكونة بشكل متجانس، أي كانت مجموعتان تتكونان من أعضاء الأحزاب السياسية؛ مجموعتين من أعضاء الجمعيات والمنظمات؛ ومجموعتان من أشخاص ليسوا ناشطين في السياسة ولا أعضاء في الجمعيات، واحدة في كل فئة تجري عبر الإنترنت والأخرى خارج الإنترنت، تم تحديد المستجيبين للمجموعات عبر الإنترنت باستخدام طريقة كرة الثلج، وأجريت هذه المقابلات في

¹ Nils Gustafsson, **The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation**, SAGA journals Permissions. nav, Vol 14, Issue 7, 2012, p 1111-1127.

الفترة من 18 نوفمبر إلى 8 ديسمبر 2009، واستمرت كل مقابلة جماعية مركزة عبر الإنترنت لمدة أسبوعين تقريبًا، وتم تحديد المستجيبين لمجموعات التركيز التقليدية عن طريق الاتصال بفروع الأحزاب السياسية والمنظمات المحلية، وكذلك طلاب الجامعات. أجريت هذه المقابلات من ديسمبر 2009 إلى جويلية 2010، واستغرقت كل مقابلة حوالي ساعة واحدة واحتوت العينة النهائية على 50 فردًا غالبيتهم تتراوح أعمارهم بين 19 و34 عامًا، معظمهم من ذوي التعليم العالي أو طلاب الجامعات. وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- تظهر المناقشات أنه على الرغم من اختلاف الممارسات والمواقف، فإن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحدها لا يدفع المشاركين غير النشطين سابقًا إلى المشاركة السياسية.
- يرى المستجيبون الذين هم أعضاء في المنظمات الاجتماعية مواقع التواصل الاجتماعي على أنها أدوات قيمة للمشاركة السياسية، بينما يرى المستجيبون الذين ليسوا أعضاء العكس.
- إن المستجيبون الذين ليسوا أعضاء لا يمتنعون عن مشاركة الآراء السياسية مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرضون للمحتوى السياسي وطلبات المشاركة، لكنهم يفضلون بشكل عام أن يظلوا سلبيين.

2-2-7 دراسة "شوانلي إكسيا وفي شان" "Chuanli Xia & Fei Shen" (2018) بعنوان "المشاركة السياسية في هونغ كونغ: دور وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام البديلة على الإنترنت".

"Political Participation in Hong Kong: The Roles of News Media and Online Alternative Media"¹

- هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية واستخدام وسائل الإعلام البديلة عبر الإنترنت بكل وبين الأشكال المؤسسية وغير المؤسسية للمشاركة السياسية (أي التصويت والمشاركة في الاحتجاجات)، وذلك من خلال التساؤلات التالية:
- هل توجد علاقة ترابطية بين الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام وبين الأشكال المؤسسية وغير المؤسسية للمشاركة السياسية؟

¹ Chuanli Xia & Fei Shen, **Political Participation in Hong Kong: The Roles of News Media and Online Alternative Medi**, International Journal of Communication, Vol 12, USC Annenberg School for Communication and Journalism, 2018, p.p1569-1590.

- هل يتوسط الرضا السياسي العلاقة بين الاستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام والأشكال المؤسسة وغير المؤسسة للمشاركة السياسية؟
وحاول الباحثان في هذه الدراسة التحقق من الفرضيات التالية:
 - توجد علاقة ترابط إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام التقليدية وبين الأشكال المؤسسة للمشاركة السياسية (التصويت).
 - توجد علاقة ترابط إيجابية بين استخدام وسائل الإعلام البديلة وبين الأشكال غير المؤسسة للمشاركة السياسية (والمشاركة في الاحتجاجات).
- واعتمد الباحثان في جمع البيانات التي تم تحليلها في الدراسة على أداة الاستبيان عبر الإنترنت للبالغين في هونغ كونغ وذلك في أواخر شهر ديسمبر 2015، أي بعد أسبوع واحد من انتخابات مجلس منطقة هونغ كونغ لعام 2015. وتكونت عينة الدراسة من 1057 مواطن من هونغ كونغ تبلغ أعمارهم 18 عاماً أو أكثر، وتم اختيارهم بطريقة العينة الحصصية باستخدام إحصائيات المتعلقة بالجنس، العمر، المستوى التعليمي والدخل، لجعل المستجيبين أكثر تمثيلاً لسكان هونغ كونغ، وتوصلت الدراسة في الأخير إلى النتائج التالية:
- أن استخدام وسائل الإعلام الإخبارية واستخدام وسائل الإعلام البديلة يمكن أن يؤثر على المشاركة السياسية بطرق مختلفة.
 - تلعب وسائل الإعلام التقليدية دور ميسر الفعالية في تعزيز المشاركة السياسية المؤسسية وغير المؤسسية.
 - تعمل وسائل الإعلام البديلة عبر الإنترنت بشكل أساسي كمضخم لعدم الرضا السياسي الأمر الذي يساهم في تنمية المشاركة السياسية غير المؤسسية (المشاركة في الاحتجاجات) للمواطنين.

3-2-7 دراسة "سوبيا شهزاد" "Sobia Shahzad" (2018) بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية في باكستان"

¹ "Social Media and Political Participation in Pakistan".

هدفت هذه الدراسة إلى بناء نموذج متكامل لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لاختبار دورها في تشجيع المشاركة السياسية في باكستان. تقدم هذه الدراسة مفهوم رأس المال

¹ Sobia Shahzad, **Social Media and Political Participation in Pakistan**, PhD thesis, Doctor of Philosophy, Universiti Sains Malaysia- Pakistan, 2018.

الاجتماعي ونموذج وساطة الاتصالات وتختبر تأثير وساطة رأس المال الاجتماعي والتعبير السياسي على المشاركة السياسية في باكستان. بالإضافة إلى هذا سعت لإثبات أن التعبير السياسي هو أقوى مؤشر في التنبؤ بالمشاركة السياسية ووسيط إيجابي للعلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمشاركة السياسية. علاوة على ذلك، تم تضمين الدعم السياسي الحزبي في النموذج كمحفز لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهدف الحصول على الأخبار. تم اختبار نموذج الدراسة هذا على الشباب الباكستاني الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 35 عامًا حيث بلغ حجم العينة 800 مفردة. وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن:

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام يؤدي إلى الحصول على المعلومات مما يؤثر على التعبير السياسي وعلى رأس المال الاجتماعي.
- نسبة المشاركة السياسية للمبجوثين عبر الإنترنت تفوق نسبة مشاركتهم السياسية في الواقع.
- إن الانخراط السياسي في حزب معين يساهم أيضًا في استخدام الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي ويعمل كمحفز للمشاركة في المجال السياسي خارج الإنترنت.
- تثبت نتائج الدراسة أن العلاقة بين رأس المال الاجتماعي والمشاركة السياسية هي علاقة سلبية، وهي مؤشر غير مهم على المشاركة السياسية خارج الإنترنت. وهذه النتائج تتعارض مع الفكرة الشائعة بأن الشبكات الاجتماعية تساهم في المشاركة السياسية وأن رأس المال الاجتماعي له تأثير متضارب على السيناريو السياسي في باكستان.

4-2-7 دراسة "إيسيدوروبولو كاستلتريني ومجدة بيتشكا" Isidoropaolo Casteltrione &

Magda Pieczka (2018) بعنوان "أثر ومساهمة الفيسبوك في المشاركة السياسية في

إيطاليا والمملكة المتحدة: دور المشهد الإعلامي والسياسي"

"Mediating the contributions of Facebook to political participation in

Italy and the UK: the role of media and political landscapes"¹.

¹ Isidoropaolo Casteltrione & Magda Pieczka, **Mediating the contributions of Facebook to political participation in Italy and the UK: the role of media and political landscapes**, Palgrave Communications, Vol 4, No 1, 2018, p.p56-67.

الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو استكشاف كيف تؤثر المشاهد السياسية والإعلامية على مساهمة الفيسبوك في المشاركة السياسية في إيطاليا والمملكة المتحدة. وأستخدم البحث المنهج المقارن ومنهجية البحوث المختلطة، وذلك من خلال مقارنة مساهمة الفيسبوك في المشاركة السياسية في دولتي إيطاليا والمملكة المتحدة. واستعانا بأداة الاستبيان لجمع البيانات الكمية وعلى أداة المقابلة لجمع البيانات النوعية، وتم ذلك خلال فترة نشاط انتخابي المترامن في كلتا الدولتين والذي كان في سنة 2012، فقاما بنشر الاستبيان عبر الفيسبوك في مارس وانتهيا في ديسمبر من نفس السنة، وأجريت المقابلات بين شهر أكتوبر وديسمبر 2012. وتمثلت عينة الدراسة في مجموعة من المواطنين من كلتا الدولتين بلغ عددهم 392 مبحوث وزع عليهم الاستبيان وتتراوح أعمارهم بين 18 إلى 65 سنة، و 26 مبحوث تم إجراء معهم مقابلة. ومن بين النتائج التي خلصت لها الدراسة نذكر:

- تم العثور على فجوة تشاركية بين المشاركين الإيطاليين والبريطانيين، حيث أظهر الإيطاليون مستويات أعلى من المشاركة السياسية من خلال الفيسبوك، وتعود هذه الفجوة إلى ثلاثة عوامل أساسية: الانتشار الأكبر للمنصات الأخرى على الإنترنت مثل تويتر ومنح الأهمية لها في المملكة المتحدة؛ يرتبط التصور السلبي للمشاركين الإيطاليين لوسائل الإعلام التقليدية بالمستوى العالي من التوازي السياسي لنظام الإعلام الإيطالي؛ وجود حزب سياسي في إيطاليا مثل حركة النجوم الخمسة Five Stars الذي يستفيد استفادة كاملة من إمكانيات التواصل والتنظيم التي يوفرها الفيسبوك.
- تشير النتائج إلى أن مساهمات الفيسبوك والتقنيات الرقمية بشكل عام في المشاركة السياسية يجب أن يتم تحليلها في السياق العام ضمن الأنماط الأكبر التي تناسبها، ولا يمكن فحصها بمعزل عن غيرها. ويمكن فهم هذه المساهمات على أفضل وجه إذا تم النظر فيها ضمن نظام الوسائط الذي تتفاعل وتندمج وتتنافس فيه المنصات الرقمية المختلفة. فإن السيناريوهات السياسية التي يعمل فيها المواطنون والأحزاب السياسية يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند دراسة الروابط بين الإنترنت والسياسة.

5-2-7 دراسة "توفيق أحمد وأيما ألفي ومحمد إتفاق" Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq (2019) بعنوان "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية بين طلاب الجامعات: تحليل لنتائج المسح من المناطق الريفية في باكستان"

“The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan”¹

تبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير الأنشطة السياسية عبر الإنترنت على الفعالية السياسية والمشاركة السياسية الواقعية بين طلاب الجامعات في المناطق الريفية في باكستان. بالإضافة إلى ذلك، تلقي هذه الدراسة الضوء أيضاً على العلاقة بين النشاط السياسي والوعي السياسي. حيث انطلقت من الفرضيات الآتية:

- توجد علاقة ترابطية بين الأنشطة السياسية المباشرة وبين الفعالية السياسية.
 - توجد علاقة ترابطية بين الأنشطة السياسية على الإنترنت وبين المشاركة في الحياة الواقعية.
 - توجد علاقة ترابطية بين المشاركة السياسية وبين الفعالية السياسية.
- واعتمد على منهج المسح الاجتماعي في هذه الدراسة، كما تم استخدام الاستبيان عبر الإنترنت كأداة لجمع البيانات ووزع على عينة تتكون من 200 طالب وطالبة جامعيون وطلاب دراسات عليا من جامعة ناروال، باكستان تم اختيارهم بطريقة العينة الطبقية القصدية. وخلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:
- إن غالبية الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية السياسية.
 - تظهر النتائج أن الفعالية السياسية تعتمد بشكل كبير على المشاركة السياسية عبر الإنترنت. بالإضافة إلى ذلك، تعد وسائل التواصل الاجتماعي منصة حيوية لمستخدمي الإنترنت للمشاركة في الأنشطة السياسية الواقعية.
 - وتشير نتائج الدراسة إلى أن الأنشطة السياسية عبر الإنترنت ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالوعي السياسي والمشاركة السياسية خارج الإنترنت.
 - في المناطق الريفية في باكستان، ينشط الشباب بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي للمشاركة في الأحداث السياسية عبر الإنترنت وخارجها.

6-2-7 دراسة نارينه كيشيشيان سيراكي “Garineh Keshishyan Siraki” (2018) بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التنشئة الاجتماعية والمشاركة السياسية لطلاب العلوم السياسية بجامعة آزاد الإسلامية ، فرع جنوب طهران (2007-2017)".

¹ Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq, **The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan**, SAGA journals Permissions, Vol 09, Issue 03, 2019, published online, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2158244019864484>.

“The Role of Social Networks on Socialization and Political Participation of Political science Students of Islamic Azad University, South Tehran Branch (2007- 2017)”¹

أجريت هذه الدراسة بهدف تحليل تأثير الشبكات الاجتماعية على التنشئة الاجتماعية السياسية والمشاركة السياسية لطلاب العلوم السياسية في جامعة آزاد الإسلامية في طهران، فرع طهران الجنوبي خلال 2007-2017. وكان سؤالها الرئيسي كالاتي: كيف أثرت الشبكات الاجتماعية على التنشئة الاجتماعية والمشاركة السياسية للسياسة لطلاب علوم جامعة آزاد الإسلامية بجنوب طهران فرع بين 2007 و2017؟ واعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال استخدام أداة استقصاء (الاستبيان) قائم على نظرية السلوك المخطط وقد تم إجراؤه على 280 طالب وطالبة من جامعة آزاد الإسلامية في طهران، فرع طهران الجنوبي، والذين تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وقد توصلت الدراسة إلى هذه النتائج:

- أن 93% من الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي ويقضون جزءًا كبيرًا من ساعات دراستهم على الشبكات الاجتماعية، والتي تشمل بشكل أساسي: في التيليفرام، الانستقرام، الفيسبوك، تويتر والواتساب.
- تؤثر المتغيرات المتعلقة بالشبكات الاجتماعية على التنشئة الاجتماعية والمشاركة السياسية للطلاب، وتأثير الشبكات الاجتماعية على تشجيع الأفراد على المشاركة في الانتخابات كعنصر من عناصر التنشئة الاجتماعية السياسية أمر إيجابي وهام.
- هذه النتيجة والنتائج الأخرى هي تأثير إيجابي وهام للشبكات الاجتماعية على مواقف وقيم ومعايير ومواقف وسلوكيات طلاب العلوم السياسية كعينة من السكان، وبالتالي تم تأكيد فرضية هذا البحث.

3-7 التعقيب على الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة التي دار معظمها حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، والتي تم بتصنيفها حسب اللغة للخروج بنوعين من الدراسات منها الدراسات عربية والدراسات الأجنبية، وتم ترتيبها ترتيبًا تصاعديًا وفقًا لفترتها الزمنية، لوحظ أنه هناك العديد من أوجه الاختلاف بين تلك الدراسات ودراسة الحالية وهذا أمر بديهي، حيث لولا ذلك الاختلاف لما دعت

¹ Garineh Keshishyan Siraki, **The Role of Social Networks on Socialization and Political Participation of Political science Students of Islamic Azad University, South Tehran Branch (2007- 2017)**, International Journal of Social Sciences (IJSS), Vol10, n°01, Government of National Capital Territory of Delhi-India, 2020, p.p57-67.

الضرورة لإجراء هذه الدراسة والتي من بين أهدافها معالجة الفجوة العلمية التي لم تعالجها الدراسات السابقة، كما لوحظ أنه توجد بعض أوجه التشابه بين الدراسات التي سبق عرضها وبين هذه الدراسة، ويعتبر أيضًا أمر جد عادي، وإلا لما اعتمدت كدراسات سابقة، بالإضافة إلى هذه الأوجه، يستوجب ذكر أوجه الاستفادة، حيث أفادت تلك الدراسات في عديد من مراحل إعداد الدراسة الحالية وفي ما يلي عرض لكل تلك الأوجه وهي كالتالي:

7-3-1 أوجه الاختلاف

يوجد اختلاف بين الدراسة الحالية وبين الدراسات السابقة في النقاط التالية:

- متغيرات الدراسات والهدف من إجرائها، فبعض الدراسات السابقة تناولت متغيرات تختلف نوعًا ما عن متغيرات الدراسة الحالية، كدراسة "خالد هدار" التي تناولت التغيير السياسي كمتغير تابع والتي هدفت إلى التعرف على مدى فعالية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات نحو التغيير السياسي في الوطن العربي، "Chuanli Xia & Fei Shen" التي تناولت وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام البديلة على الانترنت كمتغير مستقل، بالإضافة إلى دراسة "Garineh Keshishyan Siraki" التي تناولت متغير التنشئة الاجتماعية والمشاركة السياسية كمتغير تابع، والتي كان هدفها الرئيسي هو تحليل تأثير الشبكات الاجتماعية على التنشئة الاجتماعية السياسية والمشاركة السياسية لطلاب العلوم السياسية. أما بالنسبة للدراسة الحالية فالمتغير المستقل هو مواقع التواصل الاجتماعي والمتغير التابع هو المشاركة السياسية. في حين يتمثل هدفها الرئيسي في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل وتعزيز مشاركة الشباب الجزائري سياسيًا في المجتمع.

- المجال الزمني فكل الدراسات السابقة قد أجريت في فترات زمنية تراوح بين 2012 و 2020، بينما الدراسة الحالية أجريت في سنة 2022، وهذا يعد مؤشر قوي على اختلافها عن الدراسات السابقة من حيث الجودة والحداثة، كما تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث المنطقة الجغرافية، فجل الدراسات السابقة التي تم عرضها تم إجرائها في الدول ومناطق مختلفة عن الدولة والمنطقة التي أجريت فيها الدراسة الحالية، حيث أجريت الدراسات السابقة في الدول والمدن التالية: مصر، فلسطين، المغرب، الجزائر، السويد، باكستان، هونغ كونغ، إيطاليا والمملكة المتحدة، طهران. بينما

أجريت هذه الدراسة بولاية سعيدة التي تقع غرب دولة الجزائر، وهذا أيضًا يعتبر مؤشر عن تمييزها وأصالتها عن الدراسات السابقة.

- اختلفت جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية من حيث مجتمع عينة الدراسة، فدراسة "رضوان فطبي" أجريت على مجتمع الشباب الجامعي المغربي، كما أجريت كل من دراسة "محمد بوخبزة" ودراسة "عبو فوزية" على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة مستغانم، وعلى عينة من الموظفين بمستغانم على التوالي، وأجريت دراسة "خالد هدار" على مجتمع من طلاب الجامعيين بالجزائر، أما دراسة "Chuanli Xia & Fei Shen" فأجريت على مجموعة من مواطني هونغ كونغ، وأجريت دراسة "Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq" على مجموعة من طلاب دراسات عليا من جامعة ناروال، ودراسة "Isidoropaolo Casteltrione & Magda Pieczka" فقد أجريت على مجموعة من مواطني كل من إيطاليا والمملكة المتحدة، هذا وقد أجريت دراسة "Garineh Keshishyan Siraki" على عينة من الطلاب العلوم السياسية بجامعة آزاد الإسلامية. في حين أجريت الدراسة الحالية على مجتمع بحث تمثل في الشباب الجزائري وعلى عينة من الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بولاية سعيدة. الأمر الذي يضيف نوع من التميز والأصالة عليها حيث (على حد علم الباحث) لا توجد أي دراسة في هذا الموضوع قد سبق إجرائها على هذه العينة من المبحوثين.

- من حيث المنهج المستخدم تختلف هذه الدراسة على كل من دراسة "Isidoropaolo Casteltrione & Magda Pieczka" التي اعتمدت على المنهج المقارن في إجراءها، أما الدراسات التي استخدمت المنهج الوصفي بصفة عامة هي دراسة "عبد العزيز علي حسن"، ودراسة "رضوان فطبي"، ودراسة "محمد بوخبزة"، ودراسة "خالد هدار"، ودراسة "Garineh Keshishyan Siraki"، وهي بذلك تختلف عن الدراسة الحالية والتي استخدم فيها منهج المسح الاجتماعي.

7-3-2 أوجه الاتفاق

بالرغم من هذه الاختلافات إلا أنه توجد بعض أوجه التشابه بين هذه الدراسات والدراسة الحالية والتي يمكن أن التفصيل فيها كالآتي:

- اتفقت الدراسة الحالية مع جل الدراسات السابقة في موضوع ومتغيرات البحث، كدراسة "رضوان فطبي" ودراسة "محمد بوخبزة" ودراسة "عبو فوزية" ودراسة "Nils Gustafsson" إضافة إلى دراسة

"Sobia Shahzad" ودراسة "Taufiq Ahmad, Aima Alvi and Muhammad Ittefaq"

- التي تناولت كل من متغير شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير المشاركة السياسية.
- كما اتفقت هذه الدراسة مع بعض الدراسات السابقة في الهدف، حيث أن الهدف الرئيسي للدراسة الحالية هو التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري وهي بهذا الهدف تتشابه مع أهداف رئيسة لعدة دراسات سابقة مثل دراسة "عبد الناصر قاسم الفراء" التي كان هدفها الرئيسي هو الكشف عن دور مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية. ودراسة "محمد بوخبزة" التي كان الهدف منها هو التعرف على دور توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تزويد المستخدم بالمعلومات حول القضايا السياسية ودورها في تهيئة وتكوين الدهنيات حول القضايا السياسية ودورها في توعية الرأي العام. إضافة إلى دراسة "عبو فوزية" التي كان هدفها فحص الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية، ودراسة "Sobia Shahzad" التي هدفت إلى اختبار دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشجيع المشاركة السياسية في باكستان.
- ومن ناحية الفئة العمرية للمبحوث تتشابه الدراسة الحالية مع كل من دراسة "عبد العزيز علي حسن" التي أجريت فئة الشباب، دراسة "عبد الناصر قاسم الفراء"، دراسة "Nils Gustafsson"، ودراسة "Sobia Shahzad"، فهذه الدراسات قد أجريت على نفس الفئة العمرية في المجتمع والمتمثلة في فئة الشباب بصفة عامة مع اختلاف فقط في الزمان والمكان، أما بقية الدراسات فكانت فئات مبحوثها عبارة عن طلبة جامعيين أو مواطنين بصفة عامة أو النساء في منطقة معينة.
- ومن ناحية أدوات البحث فإن هذه الدراسة تتفق مع معظم الدراسات السابقة مثل دراسة "عبد العزيز"، دراسة "عبد الناصر قاسم الفراء"، دراسة "رضوان فطبي"، دراسة "عبو فوزية"، دراسة "خالد هدار"، دراسة "Chuanli Xia & Fei Shen"، دراسة "Sobia Shahzad"، دراسة "Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq Ittefaq"، دراسة "Isidoropaulo Casteltrione"، ودراسة "Garineh Keshishyan Siraki"، فكل هذه الدراسة اعتمدت على أداة الاستبيان في جمع المعلومات وهي نفسها الأداة التي اعتمدت في الدراسة الحالية.
- وقد اتفقت هذه الدراسة أيضًا مع دراسة "عبد الناصر قاسم الفراء"، ودراسة "Sobia Shahzad" ودراسة "Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq"، في استخدامها على منهج المسح الاجتماعي كمنهج رئيسي للدراسة.

7-3-3 أوجه الاستفادة

من خلال جمع والاطلاع على الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع هذه الدراسة، تم الاستفادة من عدة جوانب، وتكمن أوجه هذه الاستفادة فيما يلي:

- كان لجل الدراسات السابقة أهمية بالغة في صياغة اشكالية الدراسة الحالية، وفي تحديد التساؤلات والأهداف التي انطلقت منها، وذلك من خلال الوقف على عدة جوانب ونقاط لم تتناولها تلك الدراسات: كتعرف على مستوى المشاركة السياسية للشباب، وما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تلك المستويات تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المهنة، المستوى التعليمي). إضافة إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين مستوى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية، وأخيراً معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في جلب اهتمام الشباب نحوى القضايا السياسية، ونشر المعرفة والثقافة السياسية بينهم، وفي تحفيزهم على المشاركة في العمل السياسي. وهذه هي أهم الجوانب التي أهملتها الدراسات السابقة وحاولت الدراسة الحالية معالجتها، وذلك تقادياً لتكرار نفس المنطلقات التي بداءة منها تلك الدراسات والتي كانت قد ستوصل في الغالب لنفس النتائج.
- وساعدت دراسات السابقة في إثراء الجانب النظري لهذه الدراسة من خلال البناء المفاهيمي لكل من متغير مواقع التواصل الاجتماعي ومتغير المشاركة السياسية، كما أفادت بعض الدراسات السابقة في إعداد وتصميم أداة الاستبيان للدراسة الحالية وذلك من خلال صياغة بعض العبارات التابعة للمحاور العامة، بالإضافة إلى هذا أفادت الدراسات السابقة من خلال مناقشة النتائج التي كشفت عنها والتي توصلت لها الدراسة الحالية.

II الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها

1-1 نوع الدراسة

من المعلوم أن هناك العديد من الدراسات في العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكل دراسة تتطلب مناهج معينة من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة، كما يرتبط اختيار المنهج في الدراسة بناء على الإشكالية والفروض التي تم تحديدها، وبما أن هذه الدراسة تتطلب جمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص تأثيرات هذه المواقع على مستوى المشاركة السياسية لهؤلاء المستخدمين، ونظرًا لنوعية المتغيرات لهذه الدراسة ومصادر معلوماتها فإنها تعد من الدراسات الوصفية *Descriptive studies* التي تهتم "بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر من أجل تطوير الواقع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة".¹

كما تعرف الدراسات الوصفية على أنها "العملية المنظمة التي تهتم بدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو آراء ووجهات النظر أو قيم واتجاهات أفرد حول موضوع أو ظاهرة أو قضية معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة، وآثارها، والعلاقات التي تتصل بها".² حيث يتم تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليل هذه البيانات تحليلًا شاملاً واستخلاص دلالات مفيدة. وبناءً عليه فإن هذه الدراسة تحاول وصف الظاهرة المتمثلة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال وصف مستوى اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية، ووصف الآثار ذلك الاعتماد على مستوى مشاركتهم السياسية.

هذا وتتدرج هذه الدراسة أيضا ضمن دراسات جمهور وسائل الإعلام والتي أصبحت تتبوأ مكانة هامة ضمن مجالات البحث في الاتصال الجماهيري الذي يعتبر من أكثر المجالات الأكاديمية نمواً في

¹ مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، (د،ط) دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، 2007، ص95.

² حسان الجبلاني، بلقاسم سلطانية، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2012، ص133.

الثلاثين سنة الأخيرة، كنتيجة لتزايد الترابط بين النظام الإعلامي وباقي الأنظمة الاجتماعية وخاصة السياسية منها وتحوله لوسيلة للسلطة السياسية، وكذا للأهمية المتزايدة للمعلومات بالنسبة للأفراد، فضلاً عن التزايد المستمر في الوقت المخصص للتعرض لوسائل الإعلام.¹ وفي هذا الموضوع نحاول دراسة جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر حيث نستهدف جمع بيانات ومعلومات حول تأثير هذه المواقع على معارف واتجاهات وسلوكيات السياسية للشباب الجزائري.

1-2 منهج الدراسة

كما ذكر سابقاً، إن الهدف من أي بحث علمي أو دراسة هو الوصول إلى حقائق علمية منطقية ومنهجية يمكن تعميمها على باقي الظواهر الأخرى، وأن أحسن طريق إلى ذلك استخدام المناهج اللازمة لبلوغ الأهداف المرسومة، والمنهج بصفة عامة هو الأسلوب والطريقة المتبعة في البحث من قبل الباحث لدراسة سلوك أو ظاهرة معينة وذلك للوصول إلى حقيقتها وتطورها.² وبناء على طبيعة الدراسة ولتحقيق أهدافها سيتم تناول منهج أساسي هو:

- **منهج المسح الاجتماعي:** والذي يعد من المناهج الرئيسة المستخدمة في البحوث الوصفية والاستكشافية، فضلاً عن أنه المنهج المناسب في دراسة الظواهر الاجتماعية ميدانياً، وذلك من خلال تقويم نتائج الإحصاء واستخراجها بما ينسجم مع الأهداف المبينة لوصف سمات الظاهرة عبر استطلاع آراء عينة البحث وقناعاتهم؛ ويعرف بأنه الوسيلة الفنية للحصول على المعلومات من عدد مناسب من المبحوثين³ من خلال قياس آرائهم واتجاهاتهم وقناعاتهم إزاء المواقف والظواهر المختلفة لمعرفتها وتحديد حدودها والتنبؤ بسلوكها مستقبلاً. وقد اعتمد أسلوب المسح بالعينة في هذه الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب ولاية سعيدة على مواقع تواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية، وللكشف عن مستوى مشاركتهم السياسية، ولقياس العلاقة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع التواصل الاجتماعي وبين مستوى مشاركتهم السياسية، بالإضافة إلى التعرف على ما إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في جلب اهتمام الشباب الجزائري للمشاركة في التصويت والانخراط في الأحزاب وعمل السياسي.

¹ رشيد خضير، **المشكلات العامة في دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع24، مج1، ديسمبر جامعة الشهيد حمة لخضر، الودي-الجزائر، 2017، ص121.

² إبراهيم بختي، **الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية (المذكرة، الأطروحة، التقرير، المقال) وفق طريقة (IMRAD)**، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-الجزائر، 2015، ص03.

³ أحمد بدر، **علوم الإعلام البحث العلمي: المناهج-التطبيقات**، ط1، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص173.

2-مجتمع وعينة الدراسة

1-2 مجتمع الدراسة

مجتمع البحث هو مجموعة من العناصر ذات الخاصية والتي تعرف حسب "موريس أنجرس" بأنه "المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي"¹ ويتمثل مجتمع الكلي للدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستقرام، تيك توك) من الشباب بولاية سعيدة والذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 34 سنة فأكثر، والذين تعدر معرفة عددهم لعدم توفر الإحصائيات الرسمية بخصوص مستخدمي هذه المواقع والتطبيقات في الولاية؛ وتم تحديد صفات وخصائص هذا المجتمع والتي تتميز بالاختلاف من حيث الجنس (ذكور وإناث)، والمهنة (موظف، عامل حر، عامل يومي، طالب، دون مهنة) إضافة إلى التمايز بين المستوى التعليمي (ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي).

وقد تم تحديد هذا المجتمع لمجموعة من المبررات أبرزها: سهولة الوصول إلى مفردات الدراسة، على اعتبار أن الباحث هو جزء من هذا المجتمع، وبتعبير آخر اخترنا ولاية سعيدة لأننا من سكانها وهذا ما سيسهل توزيع استمارات البحث على الشباب. وتحديداً تم اختيار فئة الشباب كونها الفئة التي تتمتع بالمرونة وعدم الجمود في العلاقات الإنسانية، إلى جانب كونهم الشريحة الأكثر أهمية في المجتمعات حيث يمكنهم المشاركة بفاعلية في القضايا المجتمعية للبلاد، كما أنهم أيضاً الفئة العمرية الأكثر استعمالاً لتكنولوجيا الاتصال الحديثة والأكثر ارتباطاً وتأثراً بها، إضافة إلى مستوى الثقافة الرقمية الذي تتميز به هذه الفئة حيث نادراً ما تجد بينهم شخص يعاني من الأمية الرقمية، فالشباب هم من أكثر الفئات استخداماً للإنترنت كما بينت العديد من الدراسات التي تمت إشارة لها سابقاً.

2-2 عينة الدراسة

بعد تحديد مجتمع الدراسة ومميزاته العامة والخاصة، والذي شمل الشباب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بولاية سعيدة، ونظراً لاستحالة إجراء المسح الشامل لهذا المجتمع وذلك للأسباب التي ذكرت سابقاً، أعتمد أسلوب المعاينة من خلال اختيار جزء من هذا المجتمع، لإجراء الدراسة الميدانية، وتعتبر عملية انتقاء العينة "عملية منتظمة ومضبوطة تتضمن مجموعة إجراءات التي يتخذها

¹ موريس أنجرس، ترجمة: تريبوزيد صحراوي كمال، بوشوف سعيد سبعون، البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصب للنشر، الجزائر، 2006، ص298.

الباحث في عملية اختيار العينة التي سيشملها التحليل والمعالجة من المجتمع الأصلي¹. وتم اختيار العينة بدل المسح الشامل لمجتمع البحث الكلي لاعتبارات عملية ترتبط بالإمكانيات المادية والتقنية واللوجستية والوقت والظروف.

وفي سياق هذه الدراسة انتهج أسلوب العينة الغير الاحتمالية حيث يتم وفق هذا الأسلوب اختيار مفردات من مجتمع البحث بتدخل مباشر وقصدي من الباحث، وتعرف العينة غير الاحتمالية بأنها "العينة التي تتدخل فيها رغبة الباحث وأحكامه الشخصية في اختيارها وانتقاءها من مجتمع الدراسة"²، إذ لا تحظى جميع مفردات مجتمع البحث بنفس فرص الاختيار. ونظرًا لطبيعة مجتمع الدراسة والمتمثل في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في ولاية سعيذة والذي صعب تحديد عدده ونظرًا لتنوع واختلاف المناطق الجغرافية التي ينتشر فيها شباب ولاية السعيذة بين القرى والمدن، ولكي تكون العينة أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث دعت الضرورة في عملية المعاينة إلى الاعتماد طريقة العينة الحصصية والتي تعرف على أنها "من أنواع العينات اللااحتمالية، وتستخدم في بحوث الرأي العام، وفي هذه الطريقة ينقسم المجتمع إلى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة مثل النواحي الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية أو التعليمية، أو السن أو النوع وغير ذلك من النواحي. ويتم اختيار المفردات من كل فئة من الفئات بنسبة وجودها في المجتمع، ويترك للباحث حرية اختيار المفردات في كل حصة من الحصص التي حددها، بشرط أن يلتزم بالعدد المحدد لكل حصة، ولا تختار مفردات العينة عشوائية"³. وتماشياً مع هذا الأسلوب، تم انتقاء عينة حصصية من مختلف دوائر ولاية سعيذة، حيث تم تقسيم مجتمع البحث إلى حصص بناءً على الدوائر الستة لولاية سعيذة والمتمثلة في: دائرة ولاد براهيم، دائرة حساسنة، دائرة سعيذة، دائرة سيدي بوبكر، دائرة عين الحجر، ودائرة يوب. وبعدها تم تحديد من كل دائرة عينة من الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة عرضية، وقدّر العدد الإجمالي للعينة بـ 400 مفردة قسمت إلى حصص حسب الدوائر الستة للولاية، حيث تم اختيار من كل دائرة 60 مفردة باستثناء دائرة سعيذة أختار منها 100 مفردة، وذلك لكثافة سكان هذه الأخيرة مقارنةً ببقية الدوائر الأخرى. والجدول التالي يوضح السمات والخصائص الديمغرافية للعينة وفقاً للحصص المختارة.

¹ Wright.T, & H.Tsao.J, **A Frame on Frames: An Annotated Bibliography.**In **Statistical Methods and the Improvement of Data Quality**, ed.T Wright.NewYork: Academic Press.1983. p26.

² مصطفى فؤاد عبيد مفيد، **مهارة البحث العلمي**، ط2، مركز البحوث والدراسات متعدد التخصصات، إسطنبول-تركيا، 2022 ص88.

³ مصطفى حسين الباهي، منى أحمد الأزهرى، **معجم المصطلحات الإحصائية: إنجليزي-عربي-إنجليزي**، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة-مصر، 2010، ص596.

الجدول (01) توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية للدراسة

المتغيرات	البيان	الدائرة						المجموع
		ولاد براهيم	حساسنة	سعيدة	سيدي بوبكر	عين الحجر	يوب	
		ك	%					
الجنس	ذكور	34	33	40	33	30	220	55.0%
	إناث	26	27	20	27	30	180	45.0%
	المجموع	60	60	100	60	60	400	100%
السن	{22-18}	6	4	5	6	10	35	8.8%
	{26-22}	21	9	21	16	7	89	22.3%
	{30-26}	5	19	30	17	19	111	27.8%
	{34-30}	18	17	22	12	16	95	24.0%
	{34-فأكثر}	10	11	22	9	8	70	17.3%
	المجموع	60	60	100	60	60	400	100%
المهنة	دون مهنة	5	4	17	15	19	70	17.5%
	طالب	10	4	16	20	13	80	20.0%
	عامل يومي	3	14	7	4	2	34	8.5%
	عامل حر	13	7	17	4	7	50	12.5%
	موظف	29	31	43	17	19	166	41.5%
	المجموع	60	60	100	60	60	400	100%
	متوسط	5	9	7	1	6	33	8.3%
	ثانوي	20	15	21	13	10	86	21.5%
	جامعي	35	36	72	46	45	281	70.3%
	المجموع	60	60	100	60	60	400	100%

3-أداة جمع البيانات

تعتبر مرحلة جمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة من أهم الخطوات في البحث العلمي إن لم نقل أهمها، وذلك باعتبارها مرحلة منهجية حساسة تتحدد من خلالها قيمة ودقة النتائج المتوصل إليها، وليقوم الباحث بجمع المعلومات بطريقة صحيحة وشاملة لا بد له من اختيار الأدوات والتقنيات مناسبة لذلك الغرض، فطبيعة الموضوع هي التي تحدد مختلف التقنيات والأدوات التي يلجأ لها الباحث في دراسته، ونظراً لطبيعة الموضوع ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة والإجابة على إشكالياتها أستدعى الأمر استخدام أداة أساسية واحدة والمتمثلة في الاستبيان.

3-1 الاستبيان

يعتبر الاستبيان تقنية أساسية في جمع المعلومات التي يتطلبها البحث الميداني، وهو أداة تستخدم على نطاق واسع في البحوث الاجتماعية قصد جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة، فالاستبيان يمكن الباحث من استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث وأهدافه. ويعد الاستبيان في مفهومه الكلاسيكي مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بغية الحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها¹

أعتمد في هذه الدراسة على الاستبيان المقنن وهو الاستبيان الذي يتضمن الأسئلة التي تستهدف التعرف على الحقائق أو السلوكيات المحددة من خلال مجموعة من الأسئلة المعدة سلفاً، ذات البدائل المحددة.² ويقلل هذا النمط من الاستبيان هامش الخطأ المحتمل في تفسير الأسئلة، إذ أنها تكون في صيغة دقيقة وواضحة ومباشرة. وهي أسئلة تتيح للمبحوث اختيار إجابة واحدة وأحياناً أكثر من بديل واحد وهذا النوع من الاستبيانات هي التي تحصد القدر الأكبر من الاجابات. ووفقاً لهذا تم استخدام الأسئلة المغلقة في كل محاور وأقسام الاستمارة، لتسهيل الإجابة على المبحوثين ولتقادي عدم إكمال الإجابة عن الاستبيان وتجنب الإجابات الغامضة والمعقدة.

وقد تم إعداد استبيان بصيغة إلكترونية حيث يعتبر الاستبيان الإلكتروني الأداة الأنسب لجمع المعلومات من المجتمع الرقمي الافتراضي القائم على شبكة الانترنت، ويتم تصميمه وتوزيعه إلكترونياً عبر الانترنت، وعرفت موسوعة Techopedia الاستبيان الإلكتروني على أنه استمارة يمكن للجمهور المستهدف ملئها والتفاعل معها داخل الفضاءات السيبرانية، ويتم بناء الاستثمارات وتوزيعها داخل هذه الفضاءات، بالتوازي مع بناء قاعدة بيانات لتخزين الإجابات والبرامج الإحصائية لتوفير تحليلات للإجابات³. ويتميز الاستبيان الإلكتروني بتوفير التكاليف المرتبطة بطباعة وتوزيع الاستبيانات الورقية إذ أن جمع البيانات في شكل إلكتروني يؤدي إلى التقليل من الوقت والتكاليف اللازمة لمعالجة البيانات وقد يزيد من ثقة الجمهور المستهدف بالبحث في عدم الكشف عن هويته (anonymity) فهو

¹ عمار بحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص56.

² Luc Albarello et autre, Pratiques et méthodes de recherche en sciences sociales, ed 01, Armand Colin, Paris-France, 1995, p36.

³ Techopedia.Online Survey. <https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey> , V:28/06/2022

يوفر الآلية الأمثل لطرح الأسئلة ذات الحساسية والتي لا يمكن للمبحوث أن يجيب عليها في ظل الاستمارات التي تقدم وجهاً لوجه، إضافة إلى أن الاستمارات الإلكترونية تحافظ على خصوصية المبحوثين، كما أن هذه التقنية المبتكرة تمكن الباحث من حصول على عدد كبير من الإجابات في وقت وجيز نسبياً. إضافة لعامل المرونة الذي يتيح تنزيل الاستبيان في مختلف المواقع والمجموعات الافتراضية وفضاءات التواصل الاجتماعي¹. وبذلك تم منح المبحوثين رابط إلكتروني للاستبيان من خلال إرساله لهم في الفيسبوك وعن طريق نشره في مختلف المجموعات المتواجدة على الفيسبوك والخاصة بدوائر ولاية سعيدة.

3-2 خطوات تصميم الاستبيان

تم بناء الاستبيان بالاعتماد على تساؤلات الدراسة وأهدافها وبالرجوع للأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة وإلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المشاركة السياسية، وتمّ تحديد المحاور والأبعاد الأساسية بناءً على التعاريف الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وبعدها تمّ تحديد المقياس الرئيسي للأداة، ثم صياغة عبارات كل محور من محاور الاستبيان، حيث تمّ تصميم أربعة محاور تتماشى وفقاً لتساؤلات الدراسة وذلك لإيجاد إجابات موضوعية ودقيقة عنها وهي كالاتي:

- **المحور البيانات الشخصية:** خاصص للبيانات الشخصية وتضمن المتغيرات التالية: الدائرة، الجنس، السن، المهنة، المستوى التعليمي.
- **المحور الأول:** عنوانه "الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية"، وتضمن واحد وعشرون (16) عبارة تقيس مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية،
- **المحور الثاني:** عنوانه "مستوى المشاركة السياسية"، وتضمن هذا المحور خمسة عشر (15) عبارة تمت صيغتها بهدف معرفة مستوى المشاركة السياسية لدى المبحوثين.
- **المحور الثالث:** عنوانه "التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي"، واحتوى على خمسة عشر (15) عبارة هو الآخر وكان الهدف من تلك العبارة معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية وذلك من خلال قياس التأثير

¹ Schaefer.R & Dillman.D, **A.Development of a standard e-mail methodology: Results of an experiment**, Public Opinion Quarterly, Quarterly, Oxford University Press, vol.62, n°3, the American Association for Public Opinion 1998, p379.

مواقع التواصل الاجتماعي على الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمشاركة السياسية لدى المبحوثين.

3-3 مقياس الاستبيان

تمثل المقياس المحوري والأساسي لهذه الدراسة في مقياس ليكرت (Likert) الخماسي حيث تم استخدامه لقياس مستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية، ومستوى المشاركة السياسية وأثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بأبعادها الثلاثة: المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكل ذلك حسب الخيارات التالية: دائماً (5) - غالباً (4) - أحياناً (3) - نادراً (2) - أبداً (1).

وتم تصحيح المقياس ليتناسب مع بعض الأبعاد في المحور الأول، وتمثلت هذه الأبعاد في: مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي ومستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث تم تصحيح المقياس لبعدها مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي حسب الخيارات التالية: يوماً (5) - من 3 إلى 5 أيام في أسبوع (4) - من يوم إلى 3 أيام في الأسبوع (3) - بصورة غير منتظمة (2) - لا أستخدامه (1). أما بنسبة لبعدها مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي فتم تصحيح المقياس حسب الخيارات التالية: 6 ساعات فأكثر (5) - من 3 إلى 6 ساعات (4) - من ساعة إلى 3 ساعات (3) - أقل من ساعة (2) - لا أستخدامه (1).

أما فيما يتعلق بالحدود التي اعتمدت في هذه الدراسة عند التعليق على المتوسطات الحسابية للمتغيرات الواردة في نموذج الدراسة ولتحديد اتجاه المبحوثين في مستوى اعتمادهم على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية ولقياس مستوى مشاركتهم السياسية وأثر مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بأبعادها: المعرفية والوجدانية والسلوكية، تم تحديد خمسة مستويات هي (مستوى مرتفع جداً، مستوى مرتفع، مستوى متوسط، مستوى منخفض ومستوى منخفض جداً)، حيث تم ذلك بحساب أولاً عدد المسافات وهي في المقاييس الخماسية حاصل طرح أكبر درجة المتمثلة في (5) من أقل درجة وهي (1)، ثم تقسيم الناتج على عدد الدرجات أو عدد الأوزان، كما توضحه المعادلة التالية:

$$\text{تحديد اتجاه العينة:} = \frac{1-5}{5} = \frac{4}{5} = 0.80$$

بدالك تكون الدرجات كالتالي:

الجدول (02) مستويات المتوسطات الحسابية المرجحة والاتجاهات العامة لها

المتوسط الحسابي	من 1 إلى 1.79	من 1.8 إلى 2.59	من 2.6 إلى 3.39	من 3.4 إلى 4.19	من 4.2 إلى 5
المستوى	منخفض جداً	منخفض	متوسط	عالي	عالي جداً

4- صدق وثبات الأداة

1-4 الاختبار القبلي للاستبيان

للتحقق من صحة الأداة تم إجراء اختبارا قبلي للاستبيان على عينة استطلاعية (قصدية) من شباب ولاية سعيدة قوامها ثلاثون (30) مبحوثاً من مجتمع الدراسة ومن خارج العينة الفعلية للدراسة: حيث تم تقسيم الاستبيان في صورته الأولية تقسيماً متساوياً بتوزيع خمسة (05) استمارات على كل دائرة مختارة، في 06 أوت 2022، وكان الهدف من هذه الخطوة اختبار مدى فهم المبحوثين لأسئلة المتضمنة بالاستبيان، وظهرت بعض العيوب الطفيفة فيما يخص توضيح طريقة الإجابة وتحديدها جيداً، وكذلك اتضح أنه يجب إعادة صياغة بعض العبارات لتكون مفهومة من طرف المبحوثين من ذوي المستوى التعليمي المتوسط والثانوي، وبناءً على ذلك تم التعديل المطلوب من صياغة لبعض الأسئلة والاستغناء عن بعضها بما يتماشى مع أهداف الدراسة ليصبح الاستبيان في صورته النهائية كما هو موضح في الملحق (01) قابل للتطبيق على عينة الدراسة الميدانية في نهاية سبتمبر 2022.

2-4 اختبار صدق الاستبيان

للتحقق من صدق الاستبيان تم حساب الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان على العينة الاستطلاعية باستخدام معامل الارتباط سبيرمان (Sperman) لقياس درجة الترابط بين درجة كل عبارة من عبارات محاور الاستبيان وبين الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وأسفرت النتائج عن وجود ارتباط قوي بين فقرات الداخلية والمحاور الخاصة بها، بالإضافة إلى هذا تم التحقق من الصدق البنائي والذي يقيس مدى تحقق أهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، وذلك من خلال حساب معامل الارتباط بين درجة الكل محور من محاور الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان، وكل هذا تبينه الجدول المذكورة في الملحق رقم (02).

فمن خلال نتائج الجدول الأول في الملحق رقم (02) يتبين أن جميع معاملات الارتباط بين فقرات المحور الأول وبين الدرجة الكلية للمحور الأول دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة المعنوية ($a=0.01$)، حيث كان الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.287 فيما كان الحد الأعلى 0.676، بينما

جاءت جل علاقات الارتباط بقيمة متوسطة، وعليه فإن جميع هذه الفقرات متسقة داخليًا مع المحور الأول.

كما يتضح من الجدول الثاني في الملحق رقم (02) أن جميع معاملات الارتباط بين فقرات المحور الثاني وبين درجته الكلية دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($a=0.01$)، حيث قدر الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.446 وقدر الحد الأعلى 0.794، كما جاءت أغلب علاقات الارتباط بقيمة مرتفعة، ومنه نستنتج أن جميع فقرات هذا المحور متسقة داخليًا مع الدرجة الكلية له.

ويتضح أيضًا من الجدول الثالث في الملحق رقم (02) أن جميع معاملات الارتباط بين فقرات المحور الثالث وبين الدرجة الكلية للمحور دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($a=0.01$)، حيث جاء الحد الأدنى لمعاملات الارتباط 0.534 فيما جاء الحد الأعلى 0.814، هذا وقد جاءت أغلب العلاقات الارتباطية بقيمة قوية، مما يدل على أن جميع هذه الفقرات متسقة داخليًا مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

أما الجدول الرابع في الملحق رقم (02) فيوضح أن الصدق البنائي للاستبيان مرتفع جدًا حيث أن جميع معاملات الارتباط في كل محاور الاستبيان دالة إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.01$) وبذلك يعتبر الاستبيان صادقًا ويقاس لما وضع لقياسه.

3-4 اختبار ثبات الاستبيان

تمّ التحقق من ثبات محاور الاستبيان باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ " Alpha Cronbach's"، وذلك بالاعتماد على برنامج (SPSS) الإصدار 26، واتضح أنه يساوي (0.840) وهو مستوى مرتفع لثبات و الملحق رقم (03) يوضح معامل الثبات الخاص بكل محور بالإضافة إلى المعامل الكلي لثبات الاستبيان، حيث بلغ هذا الأخير نسبة (0.840) لإجمالي عبارات الاستبيان الواحد والخمسون، وتراوح ثبات المحاور بين (0.765) كحد أدنى وبين (0.855) كحد أعلى، وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة بحسب مقياس نانلي وبانشتاين¹ اللذان اعتمدا (0.70) كأدنى حد للثبات.

¹ Jum.C Nunnally & Ira. H Bernstein, Psychometric Theory, ed03, McGraw-Hi, New York, 1994, p246.ii

5- الأساليب الإحصائية للدراسة

بعد الانتهاء من جمع البيانات الخاصة بالدراسة وترميزها، تمّ تفرغ البيانات في قوائم خاصة، ثم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها إحصائياً باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، أو ما يعرف ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS) Statistical Package for Social Sciences الإصدار 26 وقد تمّ الاعتماد على الأساليب الإحصائية التالية:

- **معامل ارتباط سبيرمان (Sperman Correlation coefficient):** يستخدم هذا معامل لقياس وتحليل درجة العلاقة بين متغيرين وصفيين أو أكثر شرط أن تكون تلك المتغيرات ترتيبية، وتمّ استخدامه لقياس درجة الارتباط الاتساق الداخلي للاستبانة
- **اختبار ألفا كرونباخ: (Alpha Cronbach's):** تمّ استخدامه لقياس ثبات فقرات ومحاوير الاستبانة.
- **التكرارات والنسب المئوية:** واستخدمت بشكل أساسي لمعرفة تكرار ونسب فئات الدراسة ووصف درجات أبعادها، وتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة.
- **المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:** وتستخدم لأغراض معرفة متوسط إجابة الخاصة بكل فقرة ولمعرفة درجة تقارب وتبعد إجابات المبحوثين، واستخدمت في هذه الدراسة لقياس كل من مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية، وفي معرفة مستوى المشاركة السياسية للمبحوثين إضافة إلى قياس تأثير موقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين
- **معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation coefficient):** يستخدم هذا معامل لقياس درجة العلاقة الخطية بين متغيرين كميين، واستخدم بغرض معرفة طبيعة العلاقة بين مستوى الاعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.
- **اختبار T في حالة عينتين مستقلتين (Independent Samples T- Test):** يستخدم لمعرفة ما إذا كانت هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعتين من البيانات. استخدمناه لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول مستوى اعتمادهم على مواقع وتطبيقات

التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية، ومستوى مشاركتهم السياسية بالإضافة إلى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، وذلك وتبعاً لمتغير الجنس.

- اختبار تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA): لمعرفة ما إذا كان هناك فروقات ذات دلالة إحصائية بين أكثر من مجموعتين من البيانات. واستخدم لقياس الفروق مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات: السن، المستوى التعليمي، والمهنة، كما استخدم لقياس الفروق في مستويات المشاركة السياسية لدى المبحوثين ولقياس مستوى التأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية والتي تعزى لنفس المتغيرات.

- اختبار البعدي LSD (Least Significant Difference LSD-test): لتحديد أي من المجموعات في تحليل التباين الأحادي يعزى إليها الفرق، واستخدمه الباحث في تحديد مصدر الفرق في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية، وكذلك لتحديد مصدر الفرق لكل من مستوى المشاركة السياسية للمبحوثين ومستوى التأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية. وذلك بالنسبة لمتغيرات: السن، المستوى التعليمي، والمهنة.

6-مجالات الدراسة

لكل بحث مجالاته التي تخصه والتي تعطي صورة شاملة عنه، وتتمثل هذه المجالات في المجال المكاني والزمني، ومجالات هذه الدراسة هي كالاتي:

1-6 المجال المكاني

لقد اقتصرنا هذه الدراسة على منطقة جغرافية محددة والتي تمثلت في ولاية سعيدة بدواورها الستة (06): دائرة ولاد براهيم، دائرة حساسنة، دائرة سعيدة، دائرة سيدي بوبكر، دائرة عين الحجر، ودائرة يوب.

2-6 المجال الزمني

ويقصد به الفترة الزمنية المستغرقة في إنجاز هذه الدراسة بشقيها النظري والميداني، حيث امتد إجراء هذه الدراسة زمنياً من أول تسجيل في المستوى الثاني للتكوين ما بعد التدرج المتمثل في دكتوراه LMD للموسم الجامعي 2019/2020، وكانت البداية بجمع المادة العلمية الضرورية للدراسة كالمراجع المختلفة من كتب، مذكرات ومقالات علمية...، حيث كانت البداية الحقيقية في تحرير وتنظيم الإطار

المنهجي والنظري خلال شهر فبراير 2021 إلى غاية نهاية ماي 2022، لتأتي بعدها مرحلة العمل على الدراسة الميدانية والتي على أساسها تم تصميم استمارة الاستبيان في شهر جويلية 2022 وتم تجربتها، وتوزيعها إلكترونياً لمدة شهرين بداية من تاريخ 06 أوت 2022، لتأتي بعدها مرحلة تفرغ البيانات في جداول وتطبيق بعض الأساليب الإحصائية عليها، ثم صياغة النتائج النهائية للدراسة والتعليق عليها مع نهاية شهر ديسمبر 2022.

الفصل الثاني: الأبعاد النظرية
والسياسية لمواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثاني: الأبعاد النظرية والسياسية لمواقع التواصل الاجتماعي

I مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

2- أجيال مواقع التواصل الاجتماعي

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

II أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأشهر تطبيقاتها

1- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

2- أشهر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

III التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

1- مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للاتصال والتواصل السياسي

2- مواقع التواصل كآلية لتعزيز المواطنة والديمقراطية التشاركية

3- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية

I مدخل مفاهيمي لمواقع التواصل الاجتماعي

قدم الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية والإنسانية العديد من المفاهيم لمواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه المفاهيم برزت خلالها جملة من الاختلافات والتي تعود إلى اعتبار هذه المواقع وسائل تقنية من خلال برامجها وتطبيقاتها المتنوعة من جهة، واعتبارها وسائل اجتماعية تبرز من خلال الأدوار والخدمات التي تقدمها للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من جهة أخرى، وفيما يلي سيتم التطرق إلى أشهر هذه المفاهيم.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

عرف الباحثان "إليسون وبويد" «Ellison, N & Boyd, D» المواقع التواصل الاجتماعي بأنها خدمات على الويب، تسمح للأفراد بإنشاء حساب شخصي لهم يكون عام أو شبه عام داخل نظام محدود، وبناء قائمة مفصلة للمستخدمين الآخرين الذين يشاركون الاتصال معهم، كما تمكنهم من عرض وتصفح قائمة الاتصالات الخاصة بهم وتلك التي أنشأها الآخرون ضمن نفس النظام، ويمكن أن تختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر.¹ ويعتبر هذا المفهوم من التعاريف المتداولة لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لكونه تعريف عام لمختلف مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن أي موقع من هذه المواقع مهما كان نوعه فهو يمتاز بخاصية التواصل بين قائمة للمستخدمين سواء كانوا عبارة عن أصدقاء أو متابعين والذين يشاركون الاتصال مع المستخدم.

وعرفت الباحثة "آستير دايسون" «Esther Dyson» بأنها مواقع الكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات اجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز اهتمام مشترك، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محدد: صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهما.²

وقد عرفت الموسوعة البريطانية بأنها مواقع مجتمعية تشاركية يتشارك فيها أعضائها في الحياة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي لإقامة روابط اجتماعية وثيقة، حيث يتم التفاعل بينهم عبر قنوات

¹ Danaha Boyd & Nicola Ellison, Op.cit., P.211.

² Philippe Torloting, Enjeux et perspectives des réseaux sociaux, institut supérieur de commerce de paris, 2006, consultant français cazals, p.p10-11.

اتصال مختلفة تتمثل في الرسائل الفورية، مشاركة المعلومات وبعض وسائل الاتصال الأخرى ليعبر كل فرد عما بداخله بحرية دون قيود مفروضة عليه.¹

ويلاحظ من هذان التعريفان أنهما ركزا على خاصية إنشاء علاقات اجتماعية بين المستخدمين لهذه المواقع كما نوهت الباحثة "آستير دايسون" «Esther Dyson» على خاصية التفاعل التي اعتبرتها أساس استمرار تلك المواقع.

أما "راضي زاهر" فعرف مواقع التواصل الاجتماعي بكونها "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع. ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات".²

وتعرفها أيضا "مروة عصام صلاح" أنها "المواقع الإلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء والمشاركة الأنشطة والاهتمامات، وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى آخرين".³

في حين يعرفها "حسين شفيق" بأنها "عبارة عن مواقع على الإنترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات، والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم. وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوى الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الإنترنت"⁴

ويتضح من هذه التعريف أنها تفتقر إلى البعد التقني فهي لا تغطي جانب الأدوات المستخدمة كالأجهزة المختلفة من الحواسيب المكتبية والنقالة واللوحية والهواتف الذكية وتقنيات الاتصالات المختلفة التي تعتمد على تلك المواقع؛ هذا وإن مواقع التواصل الاجتماعي ليست نظام شبكي بين مجموعة تتقاسم نفس الاهتمامات فقط، وليس بالضرورة أن يتقاسم المستخدم مواقع الواحد نفس الاهتمام أو نفس المبادئ أو نفس الأهداف، خاصة إذا علمنا أن مواقع التواصل الاجتماعي قد توظف من قبل عدة جهات ليست بالضرورة معروفة وليس لها هدف واضح.

¹ Encyclopedia Britannica, **Social network**, <https://www.britannica.com/topic/social-media>, v18/06/2020.

² زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

³ مروى عصام صالح، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص246.

⁴ حسين شفيق، الإعلام الجديد والإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011، ص56.

وقد عرف "محمود عبد الستار خليفة" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل التعارف والصدقة والمراسلة، والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات"¹ إن هذا التعريف يقوم على عنصر جد حساس و هو المجتمع، فهذه المواقع أصبحت اليوم تعتبر عنصرا أساسيا في الحياة الاتصالية للأفراد والهيئات الاجتماعية، فأول نقطة يمكن أن نمسها كبعد مهم لمواقع التواصل الاجتماعي وظيفه بناء المجتمعات الإلكترونية، أو مجتمعات افتراضية، وذلك من خلال ربط جسور التعارف بين مختلف الأفراد في العالم دون أن يكون هناك أي تدخل للحدود جغرافية.

وفي هذا صياغ يعرفها "مهدي الحوساني" مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: "هي مواقع تصنف ضمن مواقع الجيل الثاني للويب «web2.0» وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم (بناء مجتمعات) بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى اشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الإنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه".²

كما عرفت على أنها "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب «web2.0» تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي com «unity virtual»، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك، أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة.. إلخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، سواء أكانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أم أصدقاء عرفناهم من خلال السياقات الافتراضية".³

¹ محمود عبد الستار خليفة، الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0، -cybrarians journal-، ع18 مارس 2009، تاريخ الاثاحة 2020/06/08، متاح على الربط: www.cybrarians.info، تم تصفحه في 2020/07/22.

² جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسي، www.cybrarians.info، www.cybrarians.info، رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص21.

³ هوري معراج وعباني عيسى صالح، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للعلامة دراسة حالة علامة ooredoo، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، ع06، جامعة سعد دحلب، بليدة-الجزائر، 2015، ص368.

في هذان التعريفان الأخيران تم التركيز على "الجيل الثاني للويب" «web2.0» والذي يرمز للطرق الجديدة للاتصال، والتي ظهرت مع تطور تكنولوجيا الأنترنت في بداية القرن الواحد والعشرين، ولعل أبرز ما امتاز به هذا الجيل من الويب هو الخاصية التفاعلية والتشاركية التي تجلت في أغلب مواقع التواصل الاجتماعي باختلاف أنواعها.

عموماً ومن خلال سرد هذه السلسلة من المفاهيم الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي بتعددتها واختلافها من باحث لآخر رغم اتفاقها في ذات الوقت في نقاط محددة أهمها: إنشاء علاقة وتكوين روابط بين المستخدمين الذي تجمعهم نفس الاهتمامات والتفاعل فيما بينهم، وبناء على هذه النقاط المنطق عليها يمكن القول: أن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم على مبدئين، يمكن تلخيصهما على النحو الآتي: أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي، والأشخاص الذين يشتركون معي في نفس الاهتمامات هم أصدقائي. كما يتضح من خلال المفاهيم السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها أبعاد تقنية واجتماعية فبعض تلك التعاريف ركزت على البعد التقني لهذه المواقع بينما ركزت مفاهيم أخرى على البعد الاجتماعي لها، وهنا يستخلص أن هذه المواقع هي بمثابة تزاوج بين للتقنية وعالم الشبكات والاتصالات وبين العلاقات الاجتماعية والانسانية، فهي بهذا صنعت واقعا جديدا في حياة الأفراد والمجتمعات في هذا العصر.

2- أجيال مواقع التواصل الاجتماعي

إن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي كان خلال العقد الأخير من القرن العشرين، والذي شهد ثورة تكنولوجية هائلة في جميع المجالات وعلى جميع الأصعدة، ومواقع التواصل الاجتماعي كغيرها من أنواع التكنولوجيا بدأت تدريجياً من غير المألوفة إلى واسعة الانتشار، فقد عرف عدد مستخدمي هذه المواقع ارتفاعاً كبيراً نتج عنه تطور وتحسين في خدماتها¹، حيث تجاوز عدد مستخدميها المليار شخص خلال عقدين من أول ظهور لها، وهم من مختلف أنحاء العالم ومن جميع الأطياف والمستويات. وقد ركزت أغلب الدراسات التي اهتمت بوضع السرد الكرونولوجي لظهور وتطور مواقع التواصل الاجتماعي بتقسيم هذا التاريخ إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب «web1.0»، والثانية هي مرحلة الجيل الثاني للويب «web2.0» وتجدر الإشارة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي قد ظهرت خلال المرحلة الثانية. والجدول التالي يوضح الفرق بين الويب 0.1 والويب 0.2.

¹ أيمن شافي سمير الشرفات، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية 2010 - 2014 م: مدخل نظري، مجلة المنار، مج23، ع01/ب، جامعة آل البيت عمادة البحث العلمي، الأردن، 2017، ص15.

الجدول (03) الفرق بين الويب 0.1 والويب 0.2¹

الخصائص	الويب 0.1	الويب 0.2
نمط الاستخدام	الاطلاع على الصفحات وقراءة المحتوى	إنشاء المحتوى ومشاركته ورفع الملفات وتحميلها
السيطرة على الموقع	تخضع للسيطرة والتحكم من طرف القائمين على الموقع	ضعيفة السيطرة وتمتاز بنوع من الحرية
اتجاه المحتوى	اتجاه واحد (من شخص إلى جماعة)	ثنائي الاتجاه
وحدة المحتوى	الصفحة	الصفحات- المجموعات- المدونات- التعليقات
الحالة	ثبات (إستاتيكي) أو متغير بعض الشيء	متغير ويتم التحديث لحظيا (ديناميكي)
الاطلاع على المحتوى	عبر المتصفح	عبر المتصفح- الأجهزة المحمولة- وقارئ الـ RSS
إنتاج المحتوى	من خلال الخبراء فقط	من خلال أي شخص

بينما قام بعض الباحثين من بينهم "إيهاب خليفة" بتقسيم مراحل تطور مواقع التواصل الاجتماعي إلى أربعة أجيال، وذلك وفق الترتيب التالي:

1-2 الجيل الأول: المرحلة التأسيسية

هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات، فكان أول موقع لتواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1994 هو موقع Theglob وتلاه موقع Geocitie في العام نفسه وتلاه موقع Tripod بعام بعد ذلك، وركزت هذه المواقع على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام رسائل شخصية للنشر عبر صفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات «blogs»². وبعدها ظهرت مجموعة من المواقع الاجتماعية كموقع Classmates الذي صممه "راندي كونرادز" سنة 1995 وكان الغرض منه ربط بين زملاء الدراسة، حيث قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية تشتمل على المناطق الداخلية وكل منطقة بها عدد من المدارس المتاحة والتي تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث من خلال هذا التقسيم حتى يصل إلى المدرسة التي كان ينتسب لها ويجد بها زملائه ويرشح بعض الزملاء الآخرين للتواصل فيما بينهم من خلال هذا الموقع، ثم ظهر موقع Sixdegree في سنة 1997 وكان أكثر تطورا وتفاعلا من الجانب

¹ Jane Bozarth, **Social media for trainers: Techniques for enhancing and extending learning**. John Wiley & Sons Ltd, From WorldofBooks, WS, United Kingdom, 2010 , p12.

² عبد الكريم علي الدببسي وزهير ياسين الطهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مح40، ع1، الجامعة الأردنية عمادة البحث العلمي، الأردن، 2013، ص70.

الاجتماعي، حيث كان يمنح فرصة للأفراد المتفاعلين فيه إنشاء حسابات «profiles» ووضع قوائم لأصدقائهم وكذا تصفحها¹.

وشهدت هذه المرحلة مواقع متعددة أخرى من أشهرها أيضا موقع LiveJournal وموقع CyWorld الذي أنشأ في كوريا سنة 1999، وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية والمهنية. وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه هذه المواقع هي خدمة الرسائل القصيرة، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات مواقع التواصل الاجتماعي الحالية، إلا أنها لم تستطع أن توفر ربحا لمؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء².

2-2 الجيل الثاني: مرحلة الانتشار

تزامن ظهور الجيل الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي مع بداية ظهور الويب 0.2، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور والتغير العميق في بنية الانترنت، حيث أصبحت هذه الأخيرة في ظل الجيل الثاني من الويب أكثر تفاعلية وديناميكية وديمقراطية من أي وقت مضى، فالانتقال من الجيل الأول إلى الجيل الثاني ليس مجرد انتقال روتيني من إصدار إلى آخر أحدث منه كما هو الحال في مجمل البرمجيات والتطبيقات المرتبطة بمجال الإعلام الآلي، بل هو انتقال من نموذج اتصالي إلى نموذج اتصالي آخر بتعبير خبراء الإعلام والاتصال³.

ويشير مصطلح الجيل الثاني للويب إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت من خلال تطوير أدوات التواصل الإلكتروني سواء عبر المحادثات الفورية أو الصور أو مقاطع الفيديو، كما تعتبر مرحلة اكتمال المواقع التواصل الاجتماعي⁴.

ويعتبر الموقع الأمريكي My_Space الذي ظهر عام 2003، بداية لتدشين الجيل الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى، إلا أن الميلاد الفعلي للموقع للتواصل

¹ أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسة المعلومات، ع8، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الرياض-السعودية، ماي 2010، ص46.

² محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2018، ص14.

³ خالد منصر وصحراوي مقالاتي، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة-الجزائر، 2017-2018، ص85.

⁴ علي الحجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والحديث، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2017، ص71.

الاجتماعي كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع Friendster الذي حقق نجاحا دفع Google إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع Skyrock كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع هذا الموقع تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين، ومع بداية 2005 تفوق موقع My_Space الأمريكي الشهير على Google في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع My_Space من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيسبوك «Facebook» والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع My_Space، حتى قام فيسبوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير على مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه My_Space عام 2008¹. كما ظهرت في هذه المرحلة أيضا العديد من مواقع التواصل مثل (ASmallWorld, Bebo, Diaspora, Hi5, LinkedIn, Ning, Orkut,)، إلا أن المنافسة القوية بين المواقع أفرزت نماذج ناجحة أبرزها "اليوتيوب" «Youtube»، و"التويتر" «Twitter»، والفيسبوك «Facebook». واستطاعت استغلال خصائص Web2.0 في إدراج عناصر متميزة بها، مثل خاصية الفيديو والصور والمحادثات الفورية والمشاركة الآنية للأفكار والحالات الاجتماعية. وقد حقق هذا الجيل من الشبكات الاجتماعية العديد من الإنجازات على مستوى التعارف الشخصي، وتجميع البيانات، والتسويق التجاري².

2-3 الجيل الثالث: درجة أكثر من التواصل

ظهر هذا الجيل نتيجة تطور المكونات المادية والبرمجية للبنية التحتية للإنترنت، فشهد بداية ظهور خدمات الجيل الثالث لشبكات الخلوي «G3» وهي خدمة اتصالات لاسلكية التي تتميز بذكاء اصناعي وقدرة على تبويب وتصنيف المعلومات، بالإضافة إلى تطوير المكونات المادية من خلال تقديم هذه الخدمات على نطاق واسع، وزيادة سرعة الإنترنت في المنازل، ومع انتشار استخدام إنترنت الهاتف المحمول على نطاق واسع، واستطاعت مواقع التواصل الاجتماعي الاستفادة من هذه المميزات، والعمل على تطوير أدوات التواصل بين مستخدميها، واتسعت أسواقها، وزاد عدد مستخدميها حتى وصل عدد

¹ علي حجازي إبراهيم، نفس المرجع، ص72.

² إيهاب خليفة، الجيل الرابع: تحولات القادمة في استخدامات الشبكات الاجتماعية، مجلة الاتجاهات الأحدث، مج01، ع02، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبو ظبي-الإمارات، سبتمبر 2014، ص48.

مستخدمي موقع فيسبوك إلى أكثر من 1.2 مليار مشترك عام 2013، كما شهد هذا الجيل ظهور مواقع تواصل جديدة احتلت مكانها على خريطة الشبكات الاجتماعية مثل (Instagram, Google+ ,Snap_chat).

وقد ازدادت أهمية المواقع التواصل الاجتماعي في هذا الجيل، خاصة بعد الدور المهم الذي لعبته خلال "الثورات العربية" منذ نهاية 2010 فقد كانت الوسيط الرئيسي لحشد الملايين من المواطنين، والأداة الرئيسية لنشر وتنظيم التظاهرات في الشوارع والبياديين. وبات يتم التعامل معها باعتبارها من مهددات الأمن القومي للدول، مما دفع العديد من النظم السياسية إلى غلق هذه المواقع التي تحولت في شق منها إلى أداة إعلامية وإخبارية لمعرفة ونشر الأخبار لأكبر عدد من الأفراد في أقل وقت ممكن وبسهولة.¹

2-4 الجيل الرابع: التحول نحوى التطبيقات

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي أو غيرها من المواقع حبيسة نظام الويب، بل اتجهت إلى سوق جديد واعد وقوي هو تطبيقات الهاتف المحمول «Mobil App»، فمع تطور المعدات التكنولوجية «Hardware»، وانتشار الجيل الرابع من شبكة الخلوي «G4» بين المستخدمين، والتي تمتاز بسرعة فائقة في نقل البيانات وبقدرة مضاعفة على الاتصال بالإنترنت أصبح بالإمكان الولوج إلى الانترنت من خلال الهاتف الذكي «Smart Phone»، أو الحاسب اللوحي «Tablet» أو غيرها من الأجهزة الحديثة. وقد تميز هذا الجيل بالاعتماد على التطبيقات «Applications» أكثر منه على صفحة الويب؛ حيث أصبح لكل موقع إلكتروني تطبيق خاص به يمكن الولوج إليه من خلاله، يتميز بالبساطة والسرعة والتخصص في نقل المعلومات. هذا التطور المتسارع في الأجهزة الإلكترونية جعل الفرد متصلاً بالإنترنت في أي وقت وفي كل مكان، وبالتبعية ازداد ارتباطه بمواقع التواصل الاجتماعي التي استفادت بصورة كبيرة من هذا التطور التكنولوجي المتسارع، ومن ثم تزداد تبعاتها سواء على السياسة أو الاقتصاد أو التجارة.²

في الأخير يمكن القول: أن هذا تطور السريع في أجيال مواقع تواصل الاجتماعي قد ساهمت فيه عدة عوامل أبرزها: العوامل التكنولوجية، مثل زيادة الوصول إلى النطاق العريض، وتحسين أدوات البرمجيات والقدرة المتزايدة باستمرار لأجهزة الكمبيوتر والأجهزة المحمولة؛ العوامل الاجتماعية، مثل

¹ إيهاب خليفة، الجيل الرابع: تحولات القادمة في استخدامات الشبكات الاجتماعية، نفس المرجع، ص48.

² إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص44.

التعلق والادمان من الفئات العمرية الأصغر سنًا؛ والعوامل الاقتصادية، مثل الأسعار المعقولة المتزايدة لأجهزة الكمبيوتر والهواتف الذكية والبرمجيات بالإضافة إلى الاهتمام التجاري المتزايد بمواقع التواصل الاجتماعي.

3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي تجعلها تختلف عن بقية التطبيقات والموقع في شبكة الانترنت، الأمر الذي ساهم في رفع نسبة الاقبال المستخدمين عليها، وبالرغم تنوع هذه الخصائص من موقع إلى آخر إلا أنها تشترك مع بعض في عدد من الخصائص نوردتها كالتالي:

- **التعريف بالذات:** الخطوة الأولى للدخول إلى معظم مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة شخصية (بروفيل).¹ ومن خلالها يمكن للمستخدمين التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. ويعد الملف الشخصي (بروفيل) بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلاله يمكن مشاهدة نشاطات الشخص، من هم أصدقاؤه وما هي الصور أو الفيديوهات الجديدة التي رفعها مؤخرًا، إلى غير ذلك من النشاطات.²
- **تكوين مجتمع افتراضي:** تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأشخاص بخلق صداقات مع أشخاص يبادلونهم الاهتمام والمحتوى فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن مواقع التواصل الاجتماعي وفرت للأفراد طرق جديدة للتواصل في ما بينهم داخل هذه المنظومة الالكترونية.³ فمستخدمي هاته المواقع مخيرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم "Tag"، والتطبيقات المدمجة في موقع التواصل كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب لتواصل حول الكتب التي أحبوا وغيرها من الخدمات.
- **سهولة الاستخدام:** من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار المواقع التواصل الاجتماعي هي بساطتها لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع تواصل اجتماعي، فسبقًا كان يجب أن يكون لدى الشخص الذي يريد إنشاء صفحة ويب بسيطة معرفة

¹ Cachia Romania, **social computing: study on the Use and impact of online social networking**, JRC Institute for Prospective Technological Studies, Luxembourg: European Communities 2008, p03.

² محمد مصطفى رفعت، المرجع السابق، ص36.

³ أحمد قاسمي وسليم جداي، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية**، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسة والاقتصادية، برلين- ألمانيا، 2019، ص14.

بالبرمجية ومهارات للعمل مع الوسائط المتعددة وتوفر بعض البرامج المطلوبة لتحميل الملفات وكان لا بد له من الوصول إلى خادم لوضع تلك الصفحة،¹ في حين أن مواقع التواصل اليوم أصبحت متاحة ومفتوحة أمام الجميع ويمكن حتى لمستخدمي الكمبيوتر الأقل مهارة استخدامها، كما أنها تتيح للأشخاص إمكانية تسجيل الدخول فيها ونشر الأفكار والمشاركة في المناقشات وذلك من خلال الصور ومقاطع الفيديو ونشر الروابط المختلفة.²

- **المشاركة والتفاعلية:** لقد سعت مواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور، فهي تشجع المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من الأشخاص الذين يتشاركون نفس القيم الاهتمامات، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام التقليدية والجمهور.³ فالمستخدم فيها هو العنصر الفاعل لأنه المستقبل والمرسل وال كاتب والمشارك، حيث دأبت وسائل الإعلام التقليدية على أن تتعامل مع الجمهور كمستقبل فقط، لكن في عصر المواقع والشبكات الاجتماعية أصبح المواطن هو الذي يقرر متى يريد المعلومة ويحدد زمن التفاعل والحوار والانتقال من دور المستقبل إلى دور المرسل.

- **الانفتاح «Openness»:** معظم مواقع التواصل تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التبادل المعلومات والتعليقات، بل نادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه.⁴

- **التجمع «Community»:** تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمجتمعات المحلية إمكانية تشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعات إلكترونية متقاربة.

- **الترابط والتواصل «Connectedness»:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها البعض وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك الموقع

¹ Cachia Romania, Op.cit, p03.

² Jane Bozarth, Op.cit, p11.

³ مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، ع 12، جامعة تكريت، العراق، 2018، ص 205.

⁴ علي الحجازي إبراهيم، المرجع السابق، ص 82.

والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضًا، مثلًا خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات¹.

- اقتصادية الاستخدام: تؤمن مواقع التواصل الاجتماعية اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل؛ فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز عليها، ولم يعد ذلك حكرًا على أصحاب الأموال أو فئة دون أخرى².
- الشمول والعالمية: فهي تتخطى الحواجز الجغرافية والحدود الدولية بين البلدان، فيستطيع الفرد من خلالها التفاعل والتواصل مع غيره من الأشخاص في أي مكان في العالم وذلك على مدار الساعة³.
- التزامنية: ويقصد بها عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد⁴، كما يمكنه أيضًا أن يتلقى الرسالة (المحتوى) أو المعلومة حال صدورها وذلك بصفة آنية.
- تعدد الاستعمالات (المرونة): فقد تتعدد استعمالاتها حيث تستخدم كأداة للتواصل الاجتماعي مع الآخرين، وكوسيلة لبث وتبادل الأخبار والمعارف، وتداول ألبومات الصور والفيديوهات⁵. بالإضافة إلى هذا بإمكان المستخدم لهذه المواقع أن يستفيد من كل الروابط والمواقع التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله. والشكل رقم (02) يبين أهم خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ علي الحجازي إبراهيم، نفس المرجع، ص 84.

² عبد الرحمن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 67.

³ ابتسام دراحي، أليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، مج أ، ع47، جوان 2017، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة-الجزائر، ص 265.

⁴ هدى مصطفى وعبد العالي محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي: دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، مجلة المنصورة للاقتصاد الاجتماعي والعلوم الاجتماعية، مج5، ع9، سبتمبر 2014، جامعة المنصورة، مصر، ص 1301.

⁵ أحلام مطالقة، رانقة على العمري، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة اليرموك في ضوء بعض المتغيرات، مجلة دراسة علوم الشرعية والقانون، مج45، ع4، ملحق2، 2018، الجامعة الأردنية، الأردن، ص 286.



الشكل (01) يبين أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي¹

¹ Cachia Romania, Op.cit, p09.

II أنواع مواقع التواصل الاجتماعي وأشهر تطبيقاتها

مند الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتتنوع وفقاً لعدد معايير، وإن معظم مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الموجودة حالياً هي عبارة عن منصات ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثات الفورية والرسائل الخاصة والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات. ومن الواضح ان تلك المواقع والتطبيقات قد احدثت تغييراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات، كما أنها تجمع الملايير من المستخدمين في الوقت الحالي، وتنقسم تلك المواقع حسب الاغراض، فهناك مواقع تجمع اصداق الدراسة، واخرى تجمع اصداق العمل بالإضافة الى مواقع التدوين الصغير. كما يمكن تقسيم مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي على عدة من الاسس المختلفة، فقد تنقسم حسب التقنية التي تبنى عليها، او على حسب جنسية الاشخاص، اذ ان هناك العديد من المواقع والتطبيقات التي تنتمي لأماكن بعينها ولأعراق ولأجناس خاصة، او على اساس الاهتمام الموضوعي¹، وفي هذا العنصر سيتم عرض بعض التقسيمات التي قدمها الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى تقديم بعض النماذج لأشهر تلك المواقع وأكثرها استخداماً في الجزائر.

1- تصنيفات مواقع التواصل الاجتماعي

هناك أعداد كبيرة ومتنوعة من مواقع التواصل الاجتماعية التي وصلت إلى جميع أنحاء العالم ولكل موقع من هذه المواقع الاجتماعية خدمات ومحتويات تختلف عن الأخرى، ومن هذه المواقع ما هو محدود الانتشار ومنها ما هو فائق الانتشار، وفيما يلي سيتم تناول أشهر التصنيفات لمواقع التواصل الاجتماعي حسب مختلف جهات نظر الباحثين والدارسين لها، وهي كالآتي:

1-1 تصنيف حسب الاستخدام

- شبكات شخصية أو محلية خاصة بأشخاص معينين: هذه الشبكات تقتصر على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل فيها بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات الصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وعمل حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات وهذه المواقع كثيرة وقر تجر مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء لمثل هذه الأمور، كما أنها قد تختص بلغة معينة الهندية والباكستانية وغيرها، ومن أشهرها موقع فيسبوك.

¹ عثمان محمد لدلمي، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2020، ص145.

- **شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة:** هذه الشبكات نشأت للجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها مثل المهتمين بالطب والهندسة وشبهات مهتمة بالحب والمكتبات مثل: Library Thing أو شبكات شاركت في التعليم عن بعل لبعض المدارس و شبكات ثقافية مختلفة¹.
- **شبكات الاجتماعية مهنية:** ظهرت وانتشرت مثل هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم العشب العمل واستخدام هذه الأغنية المتطورة لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشاركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتعلم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات LinkedIn.
- **الشبكات الاجتماعية للإبحار:** وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال، وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع Digg وهو موقع روابط إنترنت².

1-2 تصنيف حسب الأغراض والأهداف

- **شبكات تجمع أصدقاء الدراسة:** وهي مواقع مخصصة لجمهور الطلاب، فمن خلالها يمكن للطلاب الردشة واللقاء وتنزيل الملاحظات في نفس الوقت.
- **شبكات تجمع زملاء العمل والمهنة:** هم نوع من الشبكات الاجتماعية العمودية، حيث المشاركون هم محترفون يتفاعلون مع أهداف العمل. على سبيل المثال، الشركات أو العمال من مختلف القطاعات. أشهرها موقع لينكد إن.
- **شبكات التدوينات المصغرة:** تتميز هذه الشبكات الاجتماعية بنشر تدخلات قصيرة جدًا أو تحديثات تسمح التفاعل ونقله للأفراد. كما يمكن للمستخدمين الاشتراك في محتوى المستخدمين الآخرين، وإرسال رسائل مباشرة والرد عليها. ويمكنك أيضًا إنشاء علامات التصنيف ومشاركتها للحصول على محتوى حول الموضوعات ذات الصلة للعديد من الأفراد ويعتبر Twitter و Tumblr هما الأشهر³.

¹ أحمد بن عبد الله الدرويش، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدى طلبة كلية المعلمين بجامعة الملك سعود، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، مج34، ع2، ديسمبر 2014، الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، عمان-الأردن، ص95.

² محمد مصطفى رفعت، المراجع السابق، ص35.

³ راجح الصادق وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني: الإشكالات المنهجية - الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص344.

3-1 تصنيف تبعاً للوسائل التي تستخدمها

- وفي هذا التصنيف يتم تقسيم المواقع بناء على الوسائل والتقنيات المستخدمة في الاتصالات وإنشاء وتبادل المعلومات، ومن أهم هذه المواقع نجد:
- **المدونات «Blogs»:** وهي مواقع على شبكة الويب، تعرض فيها المواضيع المضافة أو ما يعرف بـ "الإدخالات" وتتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية مرتبة ترتيباً زمنياً معكوساً، وتسمح لزوار المدونة بالتعليق عليها¹، كما يوجد العديد من أنواع المدونات، بعضها يختص بنقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما آخر فيختص بأمر شخصية ويومية. ومن أهم برامج المدونات: (Blogger, ExperessionEngine, WordPress, Open Diary, LiveJournal, Typad, (WordPress, Xanga
 - **المدونات المصغرة «Micro Blogs»:** ما هي إلا أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية صغر حجم كمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، ومرئية) المتداولة عليها، مما يساعد الناس على تداول أحجام وكميات أصغر من المعلومات بشكل دائم وسريع. ومن أهم برامج المدونات الجزئية: (Goole Buzz, Qaiku, Tumbler, Twitter, Identi.ca)². وموقع تويتر هو الأشهر عالمياً.
 - **الويكي «Wiki»:** وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي وإضافة المحتويات إلى صفحة الانترنت وكذلك تعديل وتصحيح تلك المحتويات، ومن أكثر الأمثلة الشائعة على تلك المواقع موسوعة الحرة العالمية: ويكيبيديا «Wikipedia».
 - **شبكات الترابط الاجتماعي:** وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، وتحديد موقعهم الجغرافي، والبحث عن الأصدقاء والعمل، أو حتى التعرف على كل ما هو جديد في حياة و من أشهر هذه المواقع نجد: (Facebook, My Space, (Instagram, WhatsApp).
 - **مواقع مشاركة الاجتماعية:** وهي المواقع التي تتيح للمستخدمين المشاركة برفع المضامين أياً كان محتواها على الموقع، حيث أنها تتطلب من المستخدم الاشتراك في الموقع حتى يتسنى له تحميل المضمون الذي يرغب في مشاركته على الإنترنت. ويختلف محتوى المضامين التي يتم رفعها على

¹ هدى مصطفى وعبد العالي محمد، المرجع السابق، ص1300.

² صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص128.

الإنترنت باختلاف المواقع؛ فهناك مواقع تتيح مشاركة الملفات النصية مثل موقع Bookcrossing، ومواقع تتيح مشاركة ملفات الصور مثل موقع Flickr، ومواقع تتيح مشاركة ملفات الفيديو مثل موقع YouTube، كما يوجد مواقع تتيح مشاركة ملفات (Power Point Presentation) مثل موقع Slide Share¹.

- **مواقع للمحادثات الغير متزامنة:** وهي تلك المواقع التي لا تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل المتزامن المباشر إنما التواصل بشكل غير متزامن ومنها: (Email, Yahoo, google groups).
- **مواقع للمحادثات المتزامنة:** وهي التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل المتزامن سواء كان هذا التواصل كتابة أو استماعاً أو مشاهد ومن الأمثلة على هذه المواقع: (Chat, Skype, Yahoo messenger).
- **مواقع الألعاب الاجتماعية والعوالم الافتراضية:** تقوم فكرة هذه المواقع على فكرة المجتمع الافتراضي من خلال محاكاة العالم الواقعي، حيث يقوم الفرد بتسجيل في هذه المواقع ويقوم بإنشاء ما يسمى بالشخصية الرمزية «Avatar» الخاصة به ويتفاعل بها عبر عالم يقابل فيه العديد من الشخصيات المختلفة التي قد تعكس أو لا تعكس شخصيات منشئها الحقيقي في عالم افتراضي. كما يمكنه أيضاً التواصل والتحدث بالصوت مع أي من الشخصيات المتواجدة في تلك العوالم، وبإمكانه شراء وبيع سلع وممتلكات على هذه العوالم، وبعض العوالم الافتراضية تقوم على فكرة الحروب والقتال بينما البعض الآخر يقوم على فكرة إيجاد حياة أو عالم بديل لعالمنا الحقيقي. ومن هذه المواقع: (Kongregate, Active Worlds, Second Life, Armor Games)².
- **مواقع للتسوق وعرض المنتجات على الإنترنت:** هذه النوع من المواقع يوفر خدمة للبيع والشراء على الإنترنت ومن الأمثلة الشهيرة على هذه المواقع: (eBay, Amazon, TopCoder)³.

4-1 تصنيف حسب طبيعة المستخدمين

- **مواقع شبكات داخلية خاصة «Internal Social Networking»:** وتتكون هذه الشبكات من مجموعه من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول

¹ نزمين علاء الدين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص14.

² صالح العلي، المرجع السابق، ص135.

³ أيمن شافي سمير الشرفات، المرجع السابق، ص17.

للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل موقع LinkedIn.

- مواقع شبكات خارجية عامة «External Social Networking»: وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، ومثال على ذلك موقع Facebook¹.

2- أهم مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

هناك عدد كبير من أنواع مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كما سبق وبين في العنصر السابق وهذه المواقع والتطبيقات تختلف في بعض الخدمات والميزات وتتشارك في خدمات وميزات أخرى وفي هذا العنصر اخترنا أشهر وأهم هذه المواقع والتطبيقات، والأكثر استخداما من قبل الشباب الجزائري وفقا لآخر إحصائيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر²، المنشورة في 11 فبراير 2021 على موقع datareportal، وتتمثل هذه المواقع والتطبيقات في: موقع فيسبوك، موقع تويتر، موقع يوتيوب، تطبيق أنستغرام، تطبيق تيك بوك.

2-1 موقع فيسبوك «Facebook»

الفييس بوك هو موقع، يتيح للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرزوا أنفسهم، وأن يعززوا مكانتهم عبر أدوات للتواصل الإلكتروني مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع، أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى³.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال الفييسبوك على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي تأسس عام 2004 ويسمح بعرض الصفحات الشخصية وتطورها، وقد وانشئ في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس، لكنه اتسع فيما بعد ليشمل عامة الناس"⁴.

كما يعرف أيضا على أنه على شبكة الانترنت، يتيح للمستخدمين الاتصال فيما بينهم من خلال تبادل الآراء والأفكار، وعناصر المحتوى: (نصوص-صور-ملفات فيديو.. وغيرها)، على أن يكون لكل

¹ راجع الصادق وآخرون، المرجع السابق، ص 345

² Datareportal, **DIGITAL 2021: ALGERIA**, Hootsuite, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>, v03/09/2021.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورت الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص34.

⁴ Danesi Marcel, **Dictionary of media and communications**, M.E.Sharp, New york, 2009, p117.

مستخدم حساب خاص به يفتحه من خلال بريد إلكتروني أو رقم هاتف؛ ويقوم من خلال هذا الحساب بتكوين الصداقات والمراسلات والدعوات المتنوعة للمجموعات والربط المختلفة، مع وجود صفحة رئيسية تجمع كل الأصدقاء وتنتشر تعليقاتهم وأنشطتهم مباشرة ويمكن لجميع المشاركين التعليق والمشاركة. كما أنه مجاني للمستخدمين ويجني إيرادات من الإعلانات، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار اشهرات لها صلة باهتماماتهم وضمن ونطاق أعمالهم¹.

2-1-1 نشأة وتطور الفيسبوك

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماش «Face Match» التابع لجامعة هارفارد، وكان موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم يختار رواد الموقع الشخص الأكثر جاذبية، وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار (الفيس ماش) في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية، كما قام بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية،² واستمر الموقع قاصر على طلاب الجامعات والمدارس الثنية لمدة سنتين، وفي سبتمبر 2006 قرر زوكربيرج أن يفتح موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه بشرط أن يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع. حيث وصل الموقع في 2022 لأكثر من 2.5 مليار مشترك حسب إحصائيات مدونة Vincos³، بمعنى آخر أن شخص واحد من بين أربع أشخاص على الأرض لديه حساب في موقع فيسبوك وبحوالي 75 لغة.

2-1-2 خصائص وخدمات الفيسبوك

- **الملف الشخصي «Profile»:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصي يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك..، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل الآخرين معك، كما توفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

¹ نسرين عجب، الثورة الافتراضية: دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص154.

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البادية ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2014، ص391.

³ Vincos Blog, **Social Media Statistics**, <https://vincos.it/social-media-statistics/>, v30/06/2021

- إضافة صديق «Add Friend»: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- إنشاء مجموعة «Groups»: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية... إلخ.
- لوحة الحائط «Wall»: وهي عبارة عن ساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إليه أو الكتابة على هذا حائط.
- التغذية الإخبارية «News Feed»: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم¹.
- إنشاء صفحة خاصة «Facebook page»: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Face book Adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك².
- النكز «Pokes»: تتيح إرساله نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- الحالة «Status»: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به في الوقت الحالي.
- التعليقات «Notes»: هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات³.

2-2 موقع تويتر «Twitter»

التويتير هو أداة نشر تسمح للمستخدم بإرسال رسائل قصيرة مجانية تسمى التغريدات «Tweets» عبر موقع تويتير على الويب أو عبر الهاتف النقال أو عبر الرسائل القصيرة SMS أو باستخدام تطبيق مجاني يسمى Twitter client⁴.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص 35-36.

² نفس المرجع، ص 36-37.

³ ياس خضير البياتي، المرجع السابق، ص 392-393.

⁴ L'Agence Wellcom, **Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur les médias sociaux sans jamais oser le demander...**, Guide Social Media 2012, p38.

ويعرف على أنه: شبكة معلومات توفر اتصالات آمنة وآنية بين الأعضاء في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف " ماذا يحدث الآن، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن؟ «What's happening»، ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور¹.

كما يعرف على أنه: إحدى خدمات شبكات التواصل الاجتماعي للتدوين المصغر والذي يمكن للمستخدمين المسجلين في إرسال ومراجعة الرسائل النصية المعروفة باسم "رسائل تويتر". ولا تزيد أي رسالة عن 140 حرفاً وهي متاحة لعامة المستخدمين في الوضع الافتراضي. كما يمكن للمستخدمين مشاركة أنواع أخرى من المحتوى مثل الصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى الروابط بمواقع الويب الأخرى. وخدمة تويتر متاحة عبر موقع ويب، فضلاً عن تطبيقات الجوال والرسائل النصية القصيرة².

2-2-1 نشأة وتطور تويتر

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في شهر أكتوبر من نفس العام، وبعدها بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة Cbvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم "تويتر" «Twitter»، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية فقد قرر محرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث بدءاً من ديسمبر 2009³.

وقد كانت اللغة الإنجليزية الوحيدة المستخدمة في موقع تويتر فتطور، حيث أنه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من اليابانيين، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنجليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسخهم، وذلك من خلال إضافة الأشهرات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنجليزية، ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت في نهاية عام 2010 إلى سبع لغات هي: (الإنجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الإسبانية، والكورية).

وفي نفس العام وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من 200 مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، وحسب تقرير أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية في

¹ Bellin Jeffrey, **Facebook, Twitter, and the Uncertain Future of Present Sense Impressions**. University of Pennsylvania Law Review, Vol.160, No.2, January 2012, p334.

² هيئة تنظيم الاتصالات، الأوراق البيضاء الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي، هيئة تنظيم الاتصالات الإمارات العربية المتحدة، 2015، ص 03.

³ ياس خضير البياتي، المرجع السابق، ص 401.

نوفمبر 2011 فإن الوطن العربي به مليون ومائة ألف مغرد عبر تويتر،¹ ويشير تقارير صادر عن موقع Datareportal² إلى أن مستخدمي موقع تويتر بلغ 232 مليون في العام 2014، وحسب إحصائيات نفس الموقع فإن تويتر يملك اليوم 340 مليون مستخدم. واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أم ممثلين ومشاهير أم صحفيين... الخ. من المجتمع الغربي والعربي على حد سواء.³

2-2-2 خصائص تويتر

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركا بالموقع، وتستطيع عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع.
- مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول.⁴
- مناسب للتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهو يعطي طابع شخصي للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك.
- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين عبر تويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع التابعين لك، مما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك، واليوم يمكن لتدويناتك القصيرة على تويتر أن تظهر ضمن النتائج محرك البحث جوجل فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد مكن من المهتمين بك وباهتماماتك.
- الفورية: إن التدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً، وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم، ولا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

¹ رضا أمين، المرجع السابق، ص118.

² Datareportal, **DIGITAL 2021 JULY GLOBAL STATSHOT**, Hootsuite, <https://datareportal.com/>, v05/07/2021.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص39.

⁴ علي الحجازي إبراهيم، المرجع السابق، ص77.

- أداة تسويق فعالة: فالיום صار تويتر يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تلعب عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.
- شعار مميز «Unique Badge»: يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل HTML أو JAVA، مما يعطي طابعة شخصية وموثقة مع كل تدوينة.
- ميزة التتبع «Following»: فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، وكذلك يمكن للغير ان يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع «Follow».¹

2-3 موقع اليوتيوب «YouTube»

اليوتيوب هو "موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها"².

ويعرف اليوتيوب على أنه: "شبكة مخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة للتعليق عليها، مع إتاحة خدمة قنوات لعرض مجموعة الملفات المتجددة لكل مشترك، مع إتاحة الفرصة للمشاركين مشاهدة كل ما هو جديد في تلك القنوات"³.

كما يعرف أيضاً بأنه "موقع لمقاطع الفيديو المتفرع من جوجل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مرسلها من الحصول عليها"⁴. فهو يعد من مواقع مشاركة الفيديو على الانترنت، وهو يقوم على فكرة بسيطة وهي: بث المحتوى من خلال نشر ومشاركة الفيديوهات ومشاهدتها بشكل مجاني، وهذه الميزات والخصائص جعلت من اليوتيوب ينتشر في مدة زمنية قصيرة بين مستخدمي الانترنت على مستوى العالم ليصبح بذلك أحد أوجه الإعلام الجديد.

¹ علي الحجازي إبراهيم، نفس المرجع، ص 78-79.

² خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص 43.

³ بوخبزة محمد ومالفي عبد القادر، المرجع السابق، ص 66.

⁴ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن القومي والاجتماعي، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016، ص 31.

2-3-1 نشأة وتطور اليوتيوب

تأسس موقع يوتيوب بواسطة ثلاثة موظفين في شركة paypal وهم (Steve Chen و Chard Hurley و Jawed Karim)، حيث فكر كلٌ من Chen و Hurley في بداية عام 2005 في إنشاء موقع لمشاركة الفيديوهات حيث كانوا في حفلة عشاء في منزل Chen في سان فرانسيسكو وقاموا بالتقاط بعض الفيديوهات لكنهم واجهوا مشكلة في نشر تلك الفيديوهات ومن هنا جاءت فكرة الموقع، وقد تلقى المشروع في بدايته تحويلًا قدره 11.5 مليون دولار كاستثمار، وكان أول مقر للموقع في مكتب مؤقت في أحد المأرب.

وفي مايو 2005 تم إطلاق النسخة التجريبية من الموقع وبعد 6 أشهر، وفي نوفمبر 2005 تم إطلاق النسخة الرسمية، وفي أكتوبر 2006 كانت أهم اللحظات في تاريخ الموقع حيث قامت شركة "جوجل" بالاستحواذ على موقع يوتيوب بصفقة ضخمة بلغت قيمتها 1.65 مليار دولار، ويقدم الموقع خدماتها على أنها أحد الخدمات الفرعية لشركة "جوجل"، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا¹. وأول فيديو تم رفعه على اليوتيوب كان من نصيب Jawed Karim بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" «Me at the zoo»، وكان بتاريخ 23 إبريل 2005، وتبلغ مدته 0.19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنت.²

كان مرقع يوتيوب واحد من أسرع المواقع تطورًا على شبكة الإنترنت، خلال سنة واحدة تقريبًا كان ترتيبه العالمي في اليكسا الخامس. وفي صيف 2006 كان الموقع يحصل على 100 مليون مشاهدة يوميًا، وكان يضاف إليه 55 ألف مقطع فيديو كل 24 ساعة، وكان عدد زواره 24 مليون زائر في الشهر، وحوالي 700 ألف زائر يوميًا. وبعد أن أصبح يوتيوب يحظى بهذه الشهرة العالمية جلب العديد من السياسيين ليروجوا لأنفسهم غير لقطات مسجلة لهم، هذا ما فعله توني بليز رئيس الوزراء البريطاني عندما هنا الرئيس الفرنسي ساركوزي لقرزه بانتخابات الرئاسة، وتستخدمه هيلاري كلينتون السناتور الأمريكي السابق منذ تموز 2006، وقد قررت الإدارة الأمريكية استخدام يوتيوب لبث أفلام فيديو لمكافحة المخدرات.³

¹ ياس خضير البياتي، المرجع السابق، ص339.

² علي الحجازي إبراهيم، المرجع السابق، ص80.

³ ياس خضير البياتي، المرجع السابق، ص341.

وتشير بعض الإحصائيات للعام 2022 على حجم الموقع وضخامة المحتوى الموجود فيه ومستوى الإقبال عليه:

- 02 مليار مستخدم يستخدمون يوتيوب كل شهر
- تمت مشاهدة أكثر من 96 000 مقطع فيديو في ثانية واحدة على يوتيوب
- أكثر من مليار ساعة من مقاطع الفيديو التي يشاهدها الأشخاص حول العالم يوميًا على يوتيوب (عدة مليارات من المشاهدات يوميًا)
- تتم إضافة 720 000 ساعة من الفيديو إلى يوتيوب يوميًا، 500 ساعة من الفيديو كل دقيقة أي ما يعادل 30000 ساعة من الفيديو كل ساعة، حيث سيستغرق الأمر 82 عامًا لعرض عدد مقاطع الفيديو المضافة إلى يوتيوب في ساعة واحد.¹

2-3-2 خصائص اليوتيوب

- **عام ومجاني:** فأنت من خلال الموقع يستطيع المستخدم تحميل وتنزيل ما يشاء من الأفلام، وكل ذلك مجانًا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلامًا لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلام إباحية.
- **داعم لتحميل الأفلام:** يوفر الموقع مجانًا خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (MP4, WMV, FLV, AVI) أو الأغاني (MP3)، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كمرّة الهاتف المحمول.
- **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك
- **سهل المشاهدة:** فمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة ومباشرة من الموقع.
- **سهل البحث:** فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- **الرقابة:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته قصيرة على مجموعة خاصة، أو للعامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث جوجل.

¹ Yannick Bouissere, [YouTube Chiffres Clés 2022 \(2021\) et statistiques complètes](#), Proinflunte, [YouTube™ : chiffres clés 2022 \(2021\) et statistiques complètes • \(proinfluent.com\)](#), v09/02/2022.

- أداة رائعة للترويج: أفلام يوتيوب هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً، وهو مناسب لجميع أفراد كانوا أم شركات
- ميزة البث المباشر «Live streaming»: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم ليشاهده المستخدمون، بل يمكنك تصويره بصفه مباشرة وبثه في نفس الوقت، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر¹.

4-2 موقع الأنستغرام «Instagram»

يُعرف بشكل عام على أنه "منصة جديدة للتواصل الاجتماعي خاصة بتبادل الصور. وبشكل خاص، Instagram هو تطبيق قائم على الهاتف المحمول يتيح للمستخدمين التقاط الصور، وتطبيق أدوات المعالجة المختلفة لتعديل مظهر الصور ومشاركتها على الفور مع الأصدقاء على مختلف الشبكات الاجتماعية"².

كما يعرف Instagram ببساطة على أنه "منصة للتواصل الاجتماعي يقوم فيه المستخدمون بعرض صور وبعض مقاطع الفيديوهات القصيرة"³.

ويعرف أيضاً على أنه "تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، أُطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، يتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها، ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية"⁴.

وكتعريف شامل للأنستغرام نجد هذا التعريف: هو تطبيق لتبادل الصور على الهواتف المتحركة الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الحاسب الآلي. ويتيح هذا التطبيق للمستخدمين التقاط الصور وتحريرها وتحميلها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية، مثل فيسبوك وتويتر.

¹ عثمان محمد الدليمي، المرجع السابق، ص190.

² Hiram Ting, Winnie Wong Poh Ming..., **Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study**, International Journal of Business and Innovation. Vol. 2, Issue 2, 2015, Universiti Malaysia Sarawak, p17.

³ Rudy Viard, **La Liste des Réseaux sociaux +1M Utilisateurs Actifs**, <https://www.webmarketing-conseil.fr/liste-reseaux-sociaux/>, v11/07/2021.

⁴ سيف السويدي، صناعة المنصات الرقمية: **Building digital platforms**, Lulu.com، (د.م)، 2020، ص178.

ومن الخصائص الرئيسية التي تجعل أنستقرام مشهوراً وذو شعبية هي خاصية تحرير الصور التي تتيح للمستخدمين إضافة تأثيرات خاصة على الصور عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور (فلتر)¹.

2-4-1 نشأة وتطور الانستقرام

في مارس 2010 حصل خريج جامعة ستانفورد كينغسيستروم على تمويل أولي بمبلغ 500 ألف دولار من Ventures Baseline و Horowitz Andreessen بينما كان يعمل على تطبيق للتواصل الاجتماعي بالاعتماد على الموقع الجغرافي كما هو الحال في Foursquare لكن مع ميزة مشاركة الصورة وكان اسمه Burbn. وبعد إطلاق التطبيق لم يكتب له النجاح واستخدمه فقط بعض الأشخاص من معارف وأصدقاء كيفن ووصفه بأنه مجرد فكرة فاشلة، وفي يوليو 2010 قام كل من كيفن ومايك كرينجر الذي درس أيضا في ستانفورد بالبدء بالعمل على تصميم تطبيق لمشاركة الصور. أراد الاثنان صنع شيء وحيد جيد والتركيز عليه، ونظروا إلى مجال الصور فوجدوا أن مشاركة الصور على فيس بوك أو فليكر أو غيرها من المواقع عملية يصعب القيام بها عبر الهواتف المحمولة.

وبعد أن استغرق الأمر فقط شهرين للعمل تم إطلاق أول نسخة للتطبيق الجديد، وفي أكتوبر 2010 طلق الشريكان تطبيق انستقرام لمشاركة الصور بنسخة خاصة بهاتف ايفون وبدء 80 شخص فقط باستخدامه. وبعد 10 أيام من الإطلاق وصل عدد المستخدمين 10 آلاف. وفي ديسمبر 2010 أعلن انستقرام الدعم الكامل للصور والمشاركة على شبكة Foursquare، ووصل عدد المستخدمين إلى 1 مليون شخص². وفي العام 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد إلى خمسة ملايين مستخدم، وفي السنة الثالثة تضاعف العدد، خصوصا مع إطلاق التطبيق لمنصة أندرويد، ليتخطى عدد المستخدمين 30 مليون مستخدم³.

وفي يوليو عام 2011 قام مستخدمو التطبيق برفع 100 مليون صورة، وخلال شهر واحد وصل عدد الصور المرفوعة إلى 150 مليون صورة. وفي مايو من عام 2012، تم الإعلان عن أنه في كل ثانية، يتم إضافة 58 صورة جديدة، وفي الثانية الواحدة تحصل الشبكة على مستخدم جديد، كما تخطى

¹ Aurélie Sansen, **L'application Instagram, un engagement personnalisé au cœur d'une "communauté": une forme contemporaine d'idiorrythmie**, HAL Id: open science, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication – Sorbonne Université, 19 Mar 2020,p27.

² إيمان عبد الرزاق الحاجة، دور الإنستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الاعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، البحرين، 2015، ص72.

³ بتول السيد مصطفى جلال احمد، الانستقرام من وسيط اعلامي الى وسيط تجاري، مجلة الأكاديمي، ع74، جامعة بغداد كلية الفنون الجميلة، العراق، 2016، ص202.

التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم اطلاقه.¹ ومع نهايات العام 2013 حاز الموقع على نحو أكثر من 150 مليون مستخدم. هذا وتشير إحدى الدراسات إلى أن الانستقرام في نهاية العام 2012 تغلب على "تويتر" في مستوى النشاط اليومي. والجدير بالذكر أن شركة "فيسبوك" اشترت "الانستقرام"، وبعدها زادت شعبيته في فترة قياسية قصيرة. وأعلن بأن ذلك تم في الثاني عشر من ابريل 2012 بصفقة بلغت مليار دولار نقداً، وفي مصادر أخرى 715 مليون دولار. وحينها تعهدت الشركة بالالتزام بتطوير التطبيق بشكل مستقل. وفي 12 ديسمبر 2014 أعلنت خدمة الانستقرام التابعة للفيسبوك أنها تجاوزت عتبة 200 مليون مستخدم.²

2-4-2 خصائص الانستقرام

- مجاني لكلا نظامي التشغيل أندرويد و ios
- التعامل مع مختلف الكاميرات على كافة الأجهزة.³
- يقدم التطبيق ميزة الخصوصية في النشر، حيث بالإمكان إظهار الصور فقط لمتابعيك وأصدقائك.
- التنبيهات، فالبرنامج يتيح خدمة معرفة من قام بالتعليق على الصور الخاصة بك التي نشرتها وماذا علقوا عليها، ويتيح لك معرفة من أشاروا إليك في تعليق ما، ومن أعجبهم الصور الخاصة بك، وذلك بشكل منظم وفق ترتيب الأحدث في الأعلى والأقدم في أسفل الشاشة، وبالإمكان إضافة تحكم على هذه التنبيهات.
- الربط مع الشبكات الاجتماعية: بما أن Instagram هو أحد التطبيقات الاجتماعية ويتم من خلاله مشاركة الصور مع الأصدقاء والمعارف، فإنه من الضروري أن يتيح للمستخدمين نشر صورهم في شبكات اجتماعية أخرى، إذ يمكنهم من مشاركة صورهم التي قاموا برفعها للتطبيق مع أصدقائهم أيضاً على الفيس بوك ومتابعيهم في تويتر، وأيضاً أصحابهم في Foursquare, Tumblr, Flickr.⁴
- إضافة الصور، يتم مشاركة الصور في Instagram بكل سهولة وسرعة عالية، فبمجرد النقط الصورة يمكن للمستخدم مشاركتها في التطبيق، أو بمجرد الدخول إلى مكتبة الصور المخزنة في الجهاز يقوم المستخدم بالضغط نقراً مزدوجاً بكل سهولة يتم تحميل الصورة على التطبيق.

¹ إيمان عبد الرزاق الحاجة، المرجع السابق ص73.

² بتول السيد مصطفى جلال احمد، المرجع السابق، ص201.

³ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، المرجع السابق، ص204.

⁴ أحمد بن عبد الله القمزي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط للنشر وتقنية المعلومات ودار الشفري للنشر، القاهرة-مصر، 2017، ص380

- إضافة الفلاتر والحدود، بمجرد التقاط أو أخذ الصورة من مكتبة الصور المخزنة على جهاز المستخدم يوجد اختبارات أسفل الصورة لتحديد الفلتر (filter) المناسب، وهذه الفلاتر يملكها تطبيق Instagram، حيث تضيف تأثيرات مختلفة على الصور الخاصة بالمستخدم مزيداً من الجمالية للصورة، وبالإمكان إضافة حواف مدورة إليها أيضاً.
- ميزة Tilt-Shift: تتيح للمستخدم مزيداً من التعديل على الصور وإضافة الكثير من التأثيرات، حيث تعمل على تغطية أجزاء من الصورة بطريقة تمنحها شيئاً من العمق ومزيداً من الجاذبية والجمالية للصور.¹
- يمكن إضافة تسمية توضيحية للصورة ونبذة توضح ما قام المستخدم بتصويره، حيث يمكن إضافة (#) هاشتاق «hashtags» خاصة في حال نشر الصورة بتويتر، وسوف تكون التسمية التوضيحية هي نص التغريدة.
- بالإضافة إلى ذلك فإن بإمكان كل مستخدم للموقع متابعة أصدقائه، أو أشخاص مشهورين، تماماً مثل موقع تويتر، والأهم من هذا هو أن عملية المتابعة لا تحتاج بالضرورة أن يتبعك الشخص الآخر.²

2-5 تطبيق تيك توك «Tik Tok»

2-5-1 تعريف تيك توك

يعرف التيك توك على أنه: منصة اجتماعية لمشاركة الفيديو مملوكة لشركة Dance Byte والتي، وفقاً لموقعها الإلكتروني فإن التطبيق يسعى إلى إلهام الإبداع لدى المستخدمين وإضفاء البهجة عليهم، وهو تطبيق يمكن الوصول إليه عبر الهاتف المحمول، ويسمح للمستخدمين إنشاء فيديوهات مزمنة قصيرة في 3-15 ثانية أو 3-60 ثانية، للرقصات أو لألعاب أو لحرف يدوية ومقاطع فيديو الطبخ... الخ، وإلى جانب إنتاج الفيديوهات، يمكن للمستخدمين في TikTok من المشاركة والتعليق على مقاطع الفيديو التي أنشأها مستخدمون آخرون.³

¹ أحمد بن عبد الله القمزي، نفس المرجع، ص 381

² عثمان محمد الدليمي، المرجع السابق، ص 204.

³ Yuxin Yang, Understanding Young Adults' TikTok Usage: Real People, Creative Videos that Makes Your Day,

Undergraduate Honors Thesis, UCSD Department of Communication, June 2020, p04

كما يعرف على أنه: "شبكة اجتماعية صينية لمقاطع الفيديو الموسيقية، تم إطلاق التطبيق سنة 2016، ويسمح بتصوير فيديو لمدة 60 ثانية مع إضافة مؤثرات ومشاركتها مع الصداقة"¹.

ويعرف أيضا على أنه: تطبيق للجوال متاح لمنصات Android و IOS. يتم استخدامه لهدف إنشاء الفيديوهات ومشاركتها. تم إطلاقه في الصين في عام 2016. والتطبيق يساعد المستخدمين على أن يصبحوا صانعي المحتوى، من خلال مشاركة مقاطع الفيديو حول الأشياء التي يقومون بها، وهو يتنافس مع العديد من التطبيقات الاجتماعية مثل فيسبوك، أنستقرام ويوتيوب².

2-5-2 نشأة وتطور تيك توك

في أوت 2014 قرر "أليكس زو"، إطلاق تطبيق "ميوزكلي" «Musical.ly» والمتعلق بعرض فيديوهات "تعليمية" قصيرة لا تتجاوز 5 دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة على اخط «on line»، ما يتيح لهم فرصة أكبر للتعلم والاستفادة من المحتوى المرئي المعروف، لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل، وبالتالي الانصراف عن المحتوى. رغم ذلك إلا أن التطبيق ومنذ اليوم الأول لطرحه كان مصيره الفشل، فكان البديل تحويل الفكرة من فيديوهات للتعليم إلى الرقص، وتأدية مقاطع "بالي باك" «back Play»، لكونهما في مآزق حيث كانا يدينان بـ 250 ألف دولار للمستثمرين الذين تبنا فكرتهما، ولم يتبق معهما سوى 8% منها لأن تصوير محتوى تعليمي أمر مكلف، على حد تصريح "زو" وقتها، وقد نجح الأمر، وحاز ميوزكلي على شهرة عالمية وانتشار واسع³.

أما تطبيق التيك توك «Tik tok» فقد نشأ في سبتمبر 2016، حيث أطلقه الصيني "تسانغ يمينغ"، وجعله مبني على فكرة ميوزكلي الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين، وبحسب ما نشره تقرير موقع inews البريطاني وقتها فان مستخدمى تطبيق "ميوزكلي" انتقلو بحساباتهم إلى التيك توك دون الحاجة إلى إنشاء حساب جديد، والسبب في ذلك هو "الكس زو" صاحب ميوزكلي هو نفسه نائب المدير التنفيذي لتطبيق التيك توك استمر كال التطبيقين في النجاح إلا أن تطبيق التيك توك كان الأكثر نجاحا وانتشارا خاصة في 2018، حيث أكدت إحصائيات شركة سنسر تاوور للبحوث في السوق، أن

¹ فارس فزاع، سميحة بونس، الصورة الذهنية للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك: دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق، مجلة المجتمع والرياضة، مج05، ع02، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي-الجزائر، 02 جوان 2020، ص267.

² Y. Patil Vidyapeeth, Yashwantrao Chavan, **An Empirical analysis of use of TikTok by Management students in Pune city**, Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol. 27, No. 1, 2021, p4095.

³ محمد زكريا خراب، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" رؤية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج02، ع02، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، جامعة عمار التليجي، الأغواط-الجزائر، ديسمبر 2019، صص451-452.

التطبيق تم تحميله أكثر من 45,8 مليون مرة في الربع الأول من ذلك العام، وتم تداوله في 150 دولة ومنطقة في العالم وتصدر قائمة الأكثر تحميلًا على المتاجر الإلكترونية، كما ذكرت شركة البحوث انه تم استخدامه في الصين في 2018 فقط من قبل 150 مليون مستخدماً، واتسعت دائرته ليشمل مناطق جديدة منها: كامبوديا واندونيسيا وماليزيا وتايلاند والفيتنام، وبالطبع الشرق الأوسط، ونفذ صاحبي ميوزكلي وتيك توك قرارهما باختفاء الأول لصالح الثاني صبيحة يوم 02 أوت 2018، حيث استيقظ مستخدمي ميوزكلي ليجدوا أنفسهم دون سابق إنذار على منصة "تيك توك"، بسبب ضم العلامتين التجاريتين تحت اسم واحد وتطبيق واحد، ووصل عدد مستخدميه في 2021 إلى 500 مليون مستخدم شهرياً¹.

2-5-3 خصائص التيك توك

يملك تطبيق تيك توك ميزات وخصائص التي لا يضاهاه فيها أي تطبيقات مشابهة للفيديوهات القصيرة ومن أهم هذه الخصائص نذكر:

- **تنوع محتوى الفيديوهات:** والمقصود به محتوى الفيديوهات الخاص بالتيك توك، حيث يوفر التطبيق الكثير من أنواع المحتوى للمستخدمين، تتنوع بين محتوى تعليمي وترفيهي وترويجي.
- **مشاركة المضمون والتفاعل السريع:** إن تنقل للمستخدم من فيديو إلى آخر لا يتطلب منه سوى السحب إلى أعلى، أما في حالة رغبته في رؤية الصفحة الخاصة بالشخص الذي قام بنشر الفيديو فعليه السحب لليساار؛ وفي حالة رغبته بمشاركة الفيديو مع المتابعين عنده فعليه الضغط على زر المشاركة فقط، كما أن هناك إمكانية تحميل معظم الفيديوهات التي تم عرضها، ولكن يكون هناك استثناءات عندما يختار المستخدم عدم السماح لأحد. وبهذا يمكن للمستخدم أن يستخدم التطبيق بشكل سهل وسريع².
- **انشاء المحتوى بسهولة:** قام تيك توك بتبسيط عملية انشاء الفيديو، مما يعني أنك لست بحاجة إلى أن تكون منشئ محتوى محترف لإنشاء مقاطع فيديو، فباستخدام التطبيق كل ما عليك فعله هو تسجيل أي شيء في أي مكان ونشره على الفور؛ أيضا نظرا لأن مقاطع الفيديو قصيرة، فان انشاءها ومشاهدتها لا يستغرق وقتاً وجهداً.

¹ محمد زكريا خراب، نفس المرجع، ص452.

² آية ناصر، تيك توك الجديد مميزاته وعيوبه، موقع مقال، تاريخ الاثاحة 2022/06/02، متاح في: [تيك توك الجديد مميزاته وعيوبه - مقال \(mqaall.com\)](http://mqaall.com) ، تم تصفحه في 2022/06/06.

- الحركة والبصر والصوت: يبني تيك توك بيئةً صوتية وبصرية مميزة ومزودة بالموسيقى والتعليقات الصوتية والمؤثرات وردود الفعل وغيرها الكثير.
- تحديات المتعة: إذا كنت من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي فمن المؤكد أنك سمعت باسم تحدي كيكي وهي رقصة على أغنية "داربك"، فالتيك توك يمكن المستخدمين في أي وقت الاشتراك في خمس تحديات مختلفة على الأقل التي تنصدر التطبيق¹.
- استخدام لوغاريتمات قوية: إن اللوغاريتمات المستخدمة في التطبيق تجعل المحتوى المنشور من جانب المستخدمين بمثابة علامة مميزة يسهل الوصول إليها². وتجعل حصول المستخدم على معجبين خلال فترة وجيزة والشهرة يعدان من الأمور السهلة على تطبيق التيك توك.

¹ سلينا بيبير، هل التيك توك هي منصة التواصل الاجتماعي القادمة؟: تعرف على سر نجاحها، موقع GoDaddy، تاريخ الإثارة 2019/12/22، متاح في:

أسماء النطاقات، مواقع الويب، أدوات الاستضافة والتسويق عبر الإنترنت GoDaddy AE - ، تم تصفحه في 2022/06/07.

² مها محمد فتحي ومها محمد فتحي، تأثير تعرض الشباب لفيدوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مح20، ع02، كلية الإعلام، جامعة القاهرة-مصر، سبتمبر 2021، ص390.

III التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

إن استخدام رجال السياسة والحكومات لمواقع التواصل الاجتماعي لم يعد أمراً غريباً، فإذا اعتبرنا هذه الأخيرة بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية والتي لطالما كانت رفيقة درب واحد للسياسة، مما نتج عن تزاوجهما (وسائل الإعلام والسياسة) في الحياة العامة مصطلح الإعلام السياسي؛ فالإعلام هو ذراع النظام السياسي لحشد الطاقات للحصول على تأييد الشعب في خطط التنمية وفي الأحداث السياسية كالانتخابات وغيرها، وذلك بفضل الوظائف المتعددة لوسائل الإعلام التقليدية حيث كانت توفر المعلومات والمعارف في مختلف القضايا المطروحة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية... الخ، أما اليوم فإن النقاش حول هذه القضايا يقام داخل وسائل إعلام الرقمي كمواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي سوف نركز على أهم الأدوار السياسية لهذه المواقع ووظائفها وتأثيراتها في المجالات السياسية، من خلال تطرق لطرق ومميزات الاتصال السياسي عبر تلك المواقع، وكذلك من خلال تبين دورها في نشر قيم الديمقراطية والمواطنة، بالإضافة إلى توظيفها في التسويق السياسي خلال الانتخابات.

1- مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للاتصال والتفاعل السياسي

1-1 مواقع التواصل الاجتماعي كوسيط اتصالي سياسي

بظهور الانترنت أصبح يطلق على العصر الذي نعيشه "عصر المجتمعات المرئية"، وهو مصطلح اقترن ظهوره بإمكانية التواصل عبر الانترنت، والتي أصبح يطلق عليها مفهوم "الوسيط الاتصالي" حيث أصبحت وسيلة للتفاعل الاجتماعي والاتصال مع الآخرين من خلال أدواتها الاتصالية المتنوعة مثل المدونات ومختلف غرف الدردشة وغيرها من الأدوات المتنوعة¹، وبتطور هذه الوسيلة وظهور الويب 0.2 انتشارات مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بين ملايين المستخدمين في العالم، الأمر الذي جعل منها أهم وسيط اتصالي في السياسة، حيث تمنح للفرد القدرة الفائقة على الانضمام إلى مجموعات نقاشية متعددة مثل المؤتمرات والاجتماعات السياسية التي تتم عن بعد، والمجموعات المساعدة والمؤيدة، وغيرها..، وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الأداة التي تؤدي إلى تطوير مجتمعات وثقافات جديدة لم تكن موجودة من قبل، وهي المجتمعات الافتراضية².

¹ علياء سامي عبد الفتاح، الانترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009، ص21.

² نفس المرجع، ص22.

كما يشير كل من "دوهيني" «Doheny» و "فرينا" «Farina» وآخرون، إلى انه بظهور مواقع وتطبيقات الويب 0.2 كوسيط اتصالي أصبحنا نعيش في مجتمعين أو عالمين احدهما يطلق عليه "المجتمع الواقعي" والقائم على التواصل عبر الاتصال الشخصي بين الأفراد والآخر يطلق عليه "المجتمع الافتراضي"، وهو المجتمع القائم على التواصل بين الأفراد عن بعد عبر الانترنت¹. وهناك "مصطلحان يوضحان طبيعة كل من المجتمع الافتراضي والمجتمع الواقعي وهما: المكان والفضاء (أي الفضاء الالكتروني بأفكاره وآراءه)، حيث يطلق على المجتمع الواقعي مصطلح مجتمع الانطباعات الدافئة، ويطلق على المجتمع الافتراضي مصطلح مجتمع الانطباعات الباردة أو مجتمع الظل. ويرى "جوردن" «Jordan» أن هناك ميزات في المجتمع الافتراضي لا تتوفر في المجتمع الواقعي، وهي: حرية اختيار وتحديد وقت التواصل مع الآخرين، حدوده المفتوحة، غياب الرموز الخاصة بالمكانة والمستوى الاقتصادي والاجتماعي².

إن التوسع في القدرة على الاتصال السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يقود إلى ثقافة سياسية رحبة، وأفعال أكثر انتظاما للمشاركة السياسية، وأساس هذا التوقع هو فكرة أن المواطنين سوف يكونون أكثر نشاطا في التعبير عن آرائهم من خلال مختلف مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وإن هذه الأخيرة تتيح لهم فرصا جديدة لتوصيل رغباتهم ومصالحهم لموظفي الحكومة الرسميين والمنتخبين من جهة وتتيح لرجال السياسة سهولة تواصل وإبلاغ المواطنين بالقرارات الجديدة وتفاعل معهم في مختلف القضايا من جهة أخرى، وبهذا يؤدي الاتصال والتفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إلى توسيع وزيادة فاعلية التواصل بين المواطن بالحكومة.

2-1 كيفية التفاعل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لعمل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قواعد تختلف كلياً عن تلك المطبقة في العمل السياسي التقليدي أهمها هي:

- إنشاء صفحة خاصة للتعريف بالسياسي سواء كان فرد، حزب أو هيئة.. الخ، بحيث يبين توجهه السياسي أو توجهه الحزبي السياسي والقيم والأهداف التي يقفون وراءها وذلك لزيادة قاعدة الجماهير الخاصة به.

¹ Andrew J. Flanagin, Miriam J. Metzger, **Perceptions of Internet in Formation Credibility**, Journalism and Mass Communication Quarterly, vol.77, No.3, Autumn, 2000, p 515.

² علياء سامي عبد الفتاح، المرجع السابق، ص 40.

- التركيز على القضايا التي تهم الشعب فإثناء منشورات السياسية على قضية مهمة وحيوية التي تحظى بتأييد واهتمام وإجماع الغالبية من المواطنين الذين يرغبون بالانضمام إلى تلك الصفحة.
- إيصال رسالة سياسية بسيطة وواضحة فعند إرسال الرسالة توضح الأهداف السياسية التي يقف السياسي أو يقف حزبه من ورائها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- البقاء قريباً من القاعدة السياسية أو الانتخابية وهذا يتم بإرسال التدوينات عبر توفير لهم باستمرار أو إضافة كالتعليقات على حائط الفيسبوك.¹
- على السياسي يحاول أن يكون متجدداً وشيقاً في تصريحاته وتحديثاته على موقعه فالتعليقات والتصريحات المتجددة والمثيرة للجدل والحوار السياسي تصلح دوماً في جذب المشتركين والمتابعين له على مواقع التواصل الاجتماعي.
- المحافظة على السمعة السياسية الافتراضية ضرورة في العمل السياسي عبر الانترنت فإتباع السياسي أو الحزب الخطوات معينة بها فالحفاظ على بقاء سمعتهم الافتراضية الجيدة.

1-3 مميزات التفاعل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- تتسم مواقع التواصل الاجتماعية بعدة مميزات مدعمة للتفاعل السياسي مما أثرت على الحياة السياسية العامة للشعوب ومن أهم المميزات ما يلي:
- زيادة الوعي السياسي: إن الاطلاع على معلومات وأخبار السياسية والمشاركة مع أشخاص ينعمون بحرية الرأي والتعبير دون قيود والتعرف على سياسيين ومناضلين وحقوقيين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي، كل ذلك يساهم في توعية الأشخاص بان لهم حقوق وعليهم واجبات سياسية اتجاه أوطانهم، كما يساهم في رفع من مستوى ثقافتهم السياسية.²
 - التشجيع على المشاركة في النشاطات السياسية: من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر وغيرها، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط بها من خلال المشاركة بالفعاليات التي تنظم في عبر تلك المواقع أو المشاركة في الانتخابات المحلية، مما تعمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول القمعية والمتخلفة، كما ساهمت في كشف عن النفاق السياسي للأنظمة والمطالبة بالعدالة الاجتماعية والحرية والديمقراطية.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورت الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، المرجع السابق، ص 171.

² نفس المرجع، ص 165

- توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي: من خلال تكوين المجموعات الخاصة على مواقع التواصل أو عن طريق المحادثات عبر الفيسبوك وتويتر أو عن طريق تطبيقات الرسائل القصيرة والتحدث عبر أجهزة الهواتف الذكية وغيرها من الخدمات حافظت على سرية الحراك السياسي والنشاطات المطالبة بالتغيير، خاصة مع استخدام بعض مناضلي السياسة الاسم مستعار، وذلك للمزيد من الحماية ضد رقابة الأجهزة القمعية، كما استخدمها مشعلي الثورات العربية عبر تلك المواقع، وهذه التقنيات سهلت من مهمتهم في حشد وتأييد الجماهير بسرعة.
- حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال: فبحسب تقرير لمجلة حلف الناتو كتب "بن سكوت" وهو مستشار وزيرة الشؤون الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية هيلاري كلينتون، إن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي سرعت التغيير السياسي وخاصة في الشرق الأوسط، من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات، كما عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة والخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية وهو أمر عززت عنه الحركات والأحزاب السياسية بوسائلها التقليدية.
- توزع القيادة المطلقة على مجموعة كبيرة من القياديين: فتوفر قاعدة لإطلاق نشاط سياسي متعدد التحركات والرؤوس فليس هناك من يستطيع أن يدعي انه قائد التحركات المطلق والزعيم الأوحد للثورات الفيسبوك مثلا، وهذه الخاصية عملت على تشويش الحكومات القمعية وخلخلة إستراتيجيتها من خلال الحشد المتوازي المتعدد الرؤوس والمنابع بحيث لا تستطيع القوى القمعية أن تحدد هدفها بدقة للقضاء على منابع الثورة.¹
- تغير مفاهيم النضال والاحتجاج: فلم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب، ولم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم والمطالبة بالإصلاح وغيرها من الأشكال، وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية التي ترد عبر الانترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد، وقد برهنت العرائض الالكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحيانا عن المظاهرات الحاشدة.
- عولمة قضايا النضال السياسي المحلي: بحيث تعمل على نشر الآراء والأفكار السياسية المناضلين وأحزاب سياسية محلية، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم، وهو ما حدث مع قضايا ثورات الربيع العربي، وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي والحوار الفردي بين الملايين من المشتركين العرب والأجانب،

¹ العوفي حمزة، المرجع السابق، ص ص 150-151.

صارت العديد من القضايا العربية على رأسها القضية الفلسطينية تحظى بتعاطف وتأييد شعبي من طرف العديد من الدول في العالم.¹

2- مواقع التواصل الاجتماعي كألية لتعزيز المواطنة والديمقراطية التشاركية

لقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في كل من الربيع العربي والحراك السياسي الجزائري حيث تحولت إلى الفضاء الرقمي وإلى أداة فعالة للاحتجاج والتنسيق والتعبئة من أجل إرساء ثقافة جديدة للتغيير قوامها انهاء ثقافة الزعامة والاستبداد والتطلع نحو ثقافة المواطنة والديمقراطية، فظهرت عليها خلال تلك الأحداث عدة حملات الكترونية للتعبير عن الآراء والمواقف المختلفة، وللتأثير على الرأي العام وعلى أفكار مستخدميها وآرائهم في قضايا معينة، كما لعبت دورا في تحريك الطاقات والقدرات الشعبية على الأنترنت، حيث أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي للعديد من الناس أن يعبروا عن آرائهم بشكل منظم، وقد عملت على اتساع دور المواطنين في عملية صنع القرار والعمل على سد الفجوة بين المواطنين وأنظمة وبين من يمثلوهم في المجالس النيابية.² وفيما يلي سيتم التفصيل في دور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الديمقراطية والمواطنة لدى مستخدميها.

1-2 تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي لقيم المواطنة

إذا كانت المواطنة تعني في مفهومها العام إحساس الإنسان بالانتماء إلى المجموعة وتقاسم شعورها، وفي حالة الاغتراب فهي تعنى الحنين إلى الوطن الذي يذكر الإنسان بعباداته وتقاليده وسلوكيات مواطنيه، كما تصل بالمواطن إلى التفاعل في أوسع معانيه مع الوطن ومع المواطنين، فهي إذا علاقة الفرد "بالوطن" من حيث هو "الأرض" المساحة الجغرافية والتاريخية والاجتماعية والسياسية، لذلك فإن المواطنة هي المحرك الحقيقي للحياة الاجتماعية، وتلك الروح الوطنية تتضمن مجموعة القيم التي تحدد علاقة الفرد بمجتمعه، وتصل به إلى الالتزام بالعقد الاجتماعي الذي يربط بين المواطنين المتساويين في الحقوق والواجبات. فالمساواة بين المواطنين هي التي تحقق الوطنية والتي تتمثل في شرعية الانتماء إلى الوطن من خلال مجموع القيم التي تحدد علاقة الفرد بالمواطنين، والوطنية تتيح مجموعة من الحقوق المتساوية التي يضمنها الدستور، كما أنها ترتبط بمجموعة من الحقوق الاجتماعية التي تشمل كافة الجوانب الإنسانية المتعلقة بالمواطنين، وتتحقق الوطنية من خلال التفاعلية بين القيادة والمجموعات

¹ العوفي حمزة، المرجع السابق، ص151.

² العبيد الطيب عبد القادر أحمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام: دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، (دم)، 2017، ص181.

البشرية المستهدفة عبر قنوات الاتصال والإعلام حتى أصبح عنوانا لتلك القيادة بالاستناد إلى التطبيقات التكنولوجية وفي مقدمتها الإنترنت التي تتضمن مواقع التواصل الاجتماعي¹.

وعليه فالمواطنة الكاملة والمتساوية في المجتمع بما يترتب عليها من حقوق وواجبات تعمل على مبدأ الحرية والعدالة الاجتماعية، وهو ما يعني أن كافة أبناء الشعب الذين يعيشون في وطن واحد وتحكمهم نفس العادات والتقاليد لا تفرقهم ولا تميزهم أي معايير تحكيمية مثل الدين أو الجنس أو اللون أو المستوى الاقتصادي أو الانتماء السياسي والموقف الفكري، لأن انضمام الكثير من المتعلمين والمنتقلين، والإطارات، إلى مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، يوتيوب، أنستغرام،...) ساعدت وبشكل كبير في اتساع الهوية بين ثقافتهم، والتربية على المفاهيم الجديدة، كالمواطنة، وحقوق الإنسان، والمجتمع المدني. بحيث أصبح المستخدم العادي يستخدمها في خطابه الجديدة من خلال منشوراته ورسائله التي يرسلها عبر تلك المواقع والتطبيقات مطالبًا بحقوقه ومنفذًا لواجباته².

ومن خلال ما سبق تغير مفهوم المواطنة في زمن مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أسهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في التأسيس لمفهوم "المواطنة الافتراضية"، التي تعني مجموعة القواعد والضوابط والمعايير والأعراف والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا والتي يحتاجها المواطنون صغارا وكبارا من أجل المساهمة في رقي الوطن، فهي توجه نحو منافع التقنيات الحديثة وحماية من أخطارها. كما يمكن أن تتشكل المواطنة في شكلها الرقمي أيضًا من مجموعة قواعد المعتمدة في استخدامات التكنولوجيا المتعددة، كالتبادل الإلكتروني للمعلومات والمشاركة الإلكترونية للأفكار التي ترتقي بنظم المجتمع وأفراده، كما يمكن أن تشمل كل التعاملات بين المواطنين عبر شبكة الإنترنت كالدعوة إلى المشاركة السياسية أو الحث على التكافل المجتمعي أو غيرها³. كما صار الحديث متداولًا أيضًا عن "المواطن الإلكتروني" الذي ينشط عبر الفضاء الافتراضي ويتفاعل معه، حيث فتحت المواقع الاجتماعية المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت وتحولت هذه والمواقع إلى مجال لتعزيز وتبادل قيم ومفاهيم وقناعات مشتركة، بل لعبت أدوارًا في دائرة الفعل والتغيير عبر ممارسة المواطنة⁴.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص 192.

² مقدم رقية، مفهوم المواطنة في الإعلام الجديد بين التطبيقات التقنية وتفعيل الثلاثة القنمية، مجلة دراسات، مح 07، ع 02، كلية الآداب واللغات، جامعة طهاري محمد-بشار-الجزائر، جوان 2018، ص 262.

³ جيبور حاج بشير، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة: من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع 15، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح-ورقلة-الجزائر، جوان 2016، ص 726.

⁴ منال قنواح، الإعلام الجديد: خطوات واعدة نحو بروز مفهوم جديد للديمقراطية، وآليات ممارستها رقميا، مجلة العلوم الإنسانية، مح ب، ع 43، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، جوان 2015، ص 236.

وبهذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة جادة لتداول وجهات النظر المتعددة وسماع الآراء المختلفة، مما يتيح الممارسة الفعلية للمواطنة مثل المشاركة والنقد والانتخاب. فالمواطن الواعي بإمكانه المساهمة على نحو أفضل وبنشاط أكبر في عمليات صنع القرار في مجتمعه، مما يعزز قدرات المواطنين باستمرار من خلال مواصلة تزويدهم بالمعلومات وتيسير تدفق المضامين الإعلامية. والأهم من ذلك، تشجع مواقع التواصل الاجتماعي على اكتساب الحس مدني وتُيسر الحوار بشأن القضايا المثارة التي يشترك في خصوصياتها المجتمع بأكمله. وهذا ما يساعد الإعلام الجديد بكافة تطبيقاته ومواقعه الاجتماعية على إيجاد مفهوم المواطنة بوصفها أحد أهم أعمدة الديمقراطية والتفاعل الحر في اتخاذ القرارات والتمسك بالهوية، ثم المشاركة في سن القوانين والحفاظ على تطبيقها¹.

2-2 مواقع التواصل الاجتماعي كآلية لممارسة الديمقراطية التشاركية

يعود تاريخ ظهوره مفهوم الديمقراطية التشاركية، إلى ستينيات القرن الماضي حيث استخدم في المجال الصناعي والاقتصادي، أين قامت الشركات الأمريكية بإشراك عمالها وإطاراتها في كيفية تنظيم وتسيير العمل وطرق الإنتاج فيها ومناقشة كل المسائل، مع السعي إلى اتخاذ القرارات المناسبة لها، بعدها تم تمديدها وتعميمها إلى الجانب السياسي تجاوزا لمساوئ الديمقراطية النيابية².

وقدم الباحثون الغربيون عدة تعريفات لمفهوم الديمقراطية التشاركية، منهم الباحث "جون ديوي" الذي عرفها بقوله: "أنها مشاركة كل من يتأثر بالمؤسسات الاجتماعية، حيث يشارك الفرد في رسم وإنتاج هذه المؤسسات والسياسات التي تنتج عنها"³. في حين عرفها الباحثون الجزائريون، منهم الدكتور الأمين شريط بأنها: "صورة جديدة للديمقراطية، تتمثل في مشاركة المواطنين مباشرة في مناقشة الشؤون العمومية واتخاذ القرارات المتعلقة بهم..". كما تعرف بأنها "توسيع ممارسة السلطة إلى المواطنين، عن طريق إشراكهم في الحوار والنقاش العمومي واتخاذ القرار السياسي المترتب عن ذلك"⁴.

ويتطور تكنولوجيا الاتصالات بفعل شبكة الانترنت وبشكل ما يعرف بثورة المعلومات، تغيرت أساليب الديمقراطية التشاركية، حيث نتجت عن تلك التكنولوجيا برنامجاً ديمقراطياً يتوفر فيه لكل فرد

¹ علي خليفة كوراي وآخرون، المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص33-36

² لزهرة الخشايمة وسيمير حدادي، الديمقراطية التشاركية كأداة لتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج 14، ع03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021، ص270.

³ نفس المرجع، ص271.

⁴ الأمين سويقات، دور المجتمع المدني في تكريس الديمقراطية التشاركية: دراسة حالي الجزائر والمغرب، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح-ورقلة-الجزائر، 2017، ص 244.

فرصة الاتصال بالآخرين، وسمحت لكل شخص بالمشاركة والتفاعل في العديد من الموضوعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية وغيرها، عبر عدة وسائط كالمواقع الإلكترونية التي تتيح التفاعلية مع المستخدمين، والمدونات التي أصبحت من أقوى وسائل التعبير عن الرأي، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات الحوارية وغيرها من الوسائل الاتصالية..¹؛ وقد أدت هذه الأدوات والأساليب في مجملها إلى بزوغ فضاء اجتماعي جديد يمارس فيه الأفراد حريتهم في التعبير عن آرائهم، ما أحدث ثورة في مجال الديمقراطية التشاركية، لأنها أنشأت فضاءات عامة جديدة سمحت للأصوات المتعددة بأن تعبر عن نفسها، وهو ما شكل مجالا للصراع السياسي ولطرح مواضيع وقضايا تتناقض وتتعارض في كثير من الأحيان². وهذا سمح بتطوير الديمقراطية التشاركية إلى ما بات يعرف بالديمقراطية الرقمية أو الديمقراطية الإلكترونية.

وتعرف الديمقراطية الرقمية بأنها العملية التي يتم من خلالها توظيف الأدوات التكنولوجية، إما بغرض تجديد مضمون الممارسة الديمقراطية، أو بجهة توسيع فضاءها ومجال فعلها، أو على خلفية من ضرورة إعادة تشكيل القواعد القائمة عليها، ما يجعلها ترتبط بتكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصال³. في تعريف آخر، هي العملية التي يتم من خلالها توظيف منتجات الثورة التكنولوجية الرقمية، إما بغرض تجديد مضمون الممارسة الديمقراطية، أو لتوسيع فضاءها ومجال عملها، أو على خلفية من ضرورة إعادة تشكيل قواعد اللعبة القائمة عليها، ما يجعلها ترتبط بتكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصال على مستوى الأجهزة والأدوات، باعتبارها البيئة الحاملة، وعلى البيانات والمعطيات والمعلومات لكونها المادة الخام التي تعتمد على ذات البنية بغية الرواج والشيوع، والانتقال من الجهة المنتجة، إلى الجهة المتلقية المعيدة للإنتاج أو المستهلك له⁴.

وهنا وجب التنويه إلى أن الديمقراطية الرقمية أو الإلكترونية لا تعني، في الواقع، اختراعا لنوع جديد من الديمقراطية، بل هي ممارسة للديمقراطية التشاركية المعروفة بآلياتها وأدواتها، أي لا بد من وجود الديمقراطية التقليدية في الأصل قبل أن تظهر الديمقراطية الرقمية. وبعد اتساع رقعة ممارستها، يصبح كل مواطن يشارك في الحياة السياسية والاجتماعية ويساهم في صنع القرار المتعلق بحياته اليومية.

¹ عبد المجيد رمضان، الديمقراطية الرقمية كأداة لتفعيل الديمقراطية التشاركية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع16، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، جانفي 2017، ص80.

² فاطمة الزهراء عبد الفتاح، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، (د.ط)، دار العالم العربي، القاهرة، 2012، ص53.

³ نفس المرجع، ص 45.

⁴ رضوان قطبي، الديمقراطية الرقمية في الوطن العربي، موقع أنفاس-نت، تاريخ الإثابة 2016/01/22، متاح على الرابط: الديمقراطية الرقمية في الوطن العربي، رضوان قطبي - أنفاس نت (anfasse.org)، تم تصفحه في 2022/07/24.

فتصبح الديمقراطية الرقمية شكلاً من أشكال الديمقراطية التشاركية، لكن باستخدام التكنولوجيا الرقمية والوسائط الإلكترونية. وبهذا صارت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز وأهم تلك الوسائط الإلكترونية التي منحت آفاقاً جديدة للتعبير وإبداء الرأي المؤيد أو المعارض للسلطة، ما أدى لظهور مصطلح المعارضة الافتراضية والتي اتخذت طابعاً عالمياً في ظل قدرة المواقع على تحقيق التواصل بين النشطاء في مختلف الدول، بما يدعم اتجاهات الديمقراطية الرقمية على الصعيد العالمي¹.

3-توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية

إن أي المترشح للانتخابات مهما كان نوعها يجد نفسه ملزماً بالاستعانة بمختلف وسائل الإعلام والاتصال لينشر حملته الانتخابية، فلطالما ارتبطت وسائل الاعلام المرئية والمسموعة والمقروءة ارتباطاً وثيقاً بجمهور الناخبين، لذلك يعمل المترشحون والأحزاب على توظيف هذه الوسائل للتأثير على الرأي العام ومحاولة استمالته للتصويت لصالحه. وبتطور وسائل الإعلام والاتصال ومع ظهور الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وانتشار مستخدميها في جميع أنحاء العالم أصبح جل المترشحون للانتخابات يوظفونها في حملاتهم الانتخابية. وفيما يلي سنبين آثار مباشر وغير المباشرة لمواقع تواصل الاجتماعي أثناء الحملات الانتخابية وسنتناول أهم الوظائف التي يستفيد منها المترشحون في إدارة حملاتهم الانتخابية عبر تلك المواقع.

3-1 تأثير مواقع تواصل الاجتماعي على الحملات الانتخابية

بات تصاعد الدور السياسي والاجتماعي الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في دول العالم، ملموساً إلى حد كبير، حيث شهد العالم ومنطقة الشرق الأوسط، مؤخراً، دوراً فاعلاً ومؤثراً في سير بعض الاستحقاقات الانتخابية، وتتعدد أنماط تأثير هذه المواقع على حملات الانتخابية، لتكون فاعلاً أساسياً وذات تأثير مباشر في بعض الحالات، وعاملاً مساعداً في توجيه الرأي العام في حالات أخرى.

أ- **التأثير المباشر:** في بعض الأحيان، تفرض مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً مباشراً، وهو ذلك التأثير الذي يعتمد على الحشد الفعلي والمباشر للرأي العام لدعم أحد المرشحين²، تتمثل أبرز صور هذا التأثير في:

¹ عبد المجيد رمضان، المرجع السابق، ص ص 81-83.

² مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، **كيف تأثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية**، تاريخ الإصدار 2017/05/18، متاح على رابط: **مركز المستقبل - كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية؟(futureuae.com)**، تم تصفحه في 2021/12/13.

- **التأثير في الاتجاه الانتخابي:** مارست وسائل التواصل الاجتماعي، لأول مرة، دورًا بارزًا في الانتخابات الرئاسية الصومالية التي أُجريت في 8 فبراير 2017، والتي فاز فيها رئيس الوزراء السابق محمد عبد الله فرماجو، بحسب العديد من المراقبين. فقد وظّف المرشحون لمنصب الرئاسة منصات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم للإعلان عن برامجهم الانتخابية، وحشد المؤيدين لهم، في حين استخدم أعضاء مجلس النواب صفحاتهم لاستطلاع آراء الجمهور حول الشخصية الأنسب من وجهة نظرهم لتولي المنصب. وقد أسهم بشكل كبير غلبة الشباب على تشكيلة البرلمان الصومالي الحالي في دعم الدور السياسي لوسائل التواصل الاجتماعي، وجعلها بمثابة منصات لاستطلاع الرأي حول الرئيس الأنسب للبلاد.

- **التأثير على نسبة المشاركة:** أدى الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر لقيامها بدور مؤثر في الانتخابات التشريعية التي أُجريت في 4 ماي 2017؛ حيث شغلت تلك الانتخابات اهتمام مستخدمي تلك المواقع بشكل واضح؛ كما سعت الأحزاب السياسية التي شاركت في الانتخابات إلى الترويج لرؤيتها وسياساتها عبر تلك المواقع، كنوع من الدعاية الانتخابية. وعلى الرغم من توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الأحزاب السياسية، فإن دعوات المقاطعة للانتخابات التي أطلقها بعض مستخدمي تلك المواقع قد لاقت صدى عقب انتشار هاشتاغ "#مانسوطيش" الداعي إلى عدم المشاركة في التصويت بالانتخابات، والذي أُطلق بعد نجاح فيديو يحمل نفس الاسم وحقق نسبة مشاهدة قياسية، حيث بلغ عدد مشاهديه خلال أربعة أيام من بثه على موقع "يوتيوب"، أكثر من 2 مليون مشاهد. وبهذا كان لدعوات المقاطعة عبر مواقع التواصل أثر في انخفاض نسبة المشاركة في الانتخابات حيث وصلت إلى 35.37%، مقارنة بنسبة 43% في الانتخابات عام 2012¹.

ب- تأثير غير مباشر: على جانب آخر، تمارس تلك الوسائل تأثيرًا غير مباشر في بعض الحالات، وعادةً ما يتم من خلال إطلاق شائعات، أو التأثير على صورة أحد الأطراف لتحقيق مصالح أطراف أخرى، وتتعدد أنماط هذا التأثير أيضًا، ويمكن تناولها على النحو التالي:

- **محاولات تضليل الرأي العام:** عادة ما تشهد فترة الانتخابية إطلاق الشائعات للتأثير على سير العملية الانتخابية لصالح طرف على حساب طرف أو أطراف أخرى، وهو ما شهدته الانتخابات الأمريكية والفرنسية على حد سواء، حيث كان محور هذه الشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والتي روجت لها بشكل كبير. وفي هذا السياق، أشار تقرير لمجموعة من الباحثين في جامعة أكسفورد إلى أن ما

¹ نفس المرجع.

يقرب من 25% من المحتوى السياسي الذي تمت مشاركته على موقع "تويتر" حول الانتخابات الفرنسية كان مضللاً ولا أساس له من الصحة، وأن روابط الأخبار التي تمت مشاركتها لا تراعي المهنية والمعايير الصحفية، حيث تدعو هذه الأخبار إلى الحشد لمرشحي اليمين الذين ينتقدون سياسات الاتحاد الأوروبي وذلك قبل إجراء الجولة الأولى من الانتخابات. كما انتشرت العديد من الشائعات حول المرشح إيمانويل ماكرون على مواقع التواصل من قبل مؤيدي مرشحة اليمين مارين لوبان التي تجاوزت الجولة الأولى للانتخابات، دارت حول حساباته البنكية وتهربه الضريبي، وهو ما نفاه ماكرون، بالتزامن مع إعلان فريق حملته الانتخابية عن تعرض حزبه لعدة محاولات للقرصنة الإلكترونية، غير أنها لم تنجح في اختراق أي بيانات للحملة¹.

- **فرض ضغوط على النظام:** نجح بعض الإيرانيين في توظيف مواقع التواصل سياسياً واجتماعياً إلى الحد الذي لفت انتباه السلطات إلى ضرورة مواجهة مطالب التغيير التي تنادي بها هذه المواقع، واتجهت إلى حجبها ومراقبة مستخدميها، وملاحقة العديد منهم قضائياً، غير أن ذلك لم يؤثر على الشعبية المتزايدة لهذه المواقع في إيران، فعلى الرغم من القيود التي يُمارسها النظام الإيراني منذ عام 2009 على تلك مواقع، فإن دورها يتزايد سياسياً في حشد الرأي العام الإيراني في العديد من القضايا السياسية والاجتماعية، ففي الانتخابات 2017 قامت السلطات، بإغلاق خدمة البث المباشر لموقع "إنستغرام"، وذلك بعد أيام من إغلاق الخدمة الصوتية لموقع "تليغرام"، وهما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في إيران. ويرى البعض أن تعطيل خدمات الموقعين السابقين، إلى جانب حظر موقعي "فيسبوك" و"تويتر"، يأتي في إطار التخوف من الانتشار الواسع والتوظيف الواضح لمؤيدي التيار الإصلاحية على هذه الشبكات واستغلالها في انتقاد النظام وسياساته².

وفي إطار ما سبق يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر ساحات افتراضية للمعارك حيث يلجأ المرشحون إليها لعرض برامجهم، وكسب ثقة المواطنين والناخبين، وتنشط خلال المواسم الانتخابية طريقة التعامل مع مواقع التواصل بحيث أنها تصبح سلاحاً غير تقليدي في الانتخابات وتتحول إلى ساحات افتراضية للمعارك بين المتنافسين تديرها جيوش إلكترونية للتأثير في توجيهات الناخبين ذلك لجذب جماهير جدد، وبالطبع هذا ليس بالأمر الغريب فقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دوراً لا يستهان به في الحملات الانتخابية العالمية في العقد الأخير.

¹ ياسمين أيمن، كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في اختيارات الناخبين؟، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، تاريخ الإثابة 2019/09/29، متاح على رابط: [مركز المستقبل - كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في اختيارات الناخبين؟ \(futureuae.com\)](http://www.futureuae.com)، تم تصفحه في 2021/12/14.

² نفس المرجع.

3-2 وظائف مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الحملات الانتخابية

- الوظيفة الإخبارية وتكوين الصورة الذهنية عن المرشحين: من أولى الوظائف التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الحملات الانتخابية هي التعرف على المرشح أو الحزب، حيث تقوم الشبكات الاجتماعية بتقديم نبذة عن السيرة الذاتية للمرشح وغالبا ما يتم توظيف السيرة الذاتية للمرشح إذا كانت ثرية بالمناصب أو تتميز بالبطولات العسكرية، كما أنها تكسر الحاجز النفسي بين المرشحين والناخبين، تتيح توافر المعلومات عن المرشح والتي تجذب الناخبين للتعرف على حقيقة مرشحهم¹.
- الوظيفة الاتصالية: تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بالأساس على فكرة التفاعلية ومن أحد مميزات متلقي للمعلومات والرسائل الانتخابية فقط، فقد مكن الاعلام الجديد الناخبين من التعبير عن آرائهم وتوصيل صوتهم للمرشحين في القضايا المثارة حول الحملة الانتخابية فأصبحت هناك إمكانية للتداول بين المرشحين والناخبين فإن أنسب طريقة للناخب ليشترك مع الحملة هي الأنترنت، فبنقرة زر واحد يمكن للمرء استطلاع للرأي أو التوقيع على عريضة لإظهار دعمه².
- الوظيفة التعبوية: برزت وظيفة أخرى للإعلام الجديد وهي الوظيفة التعبوية للناخبين من أجل دعم المرشح، فتم تحويلهم من ناخبين محايدين يقتصر دورهم على الإدلاء بأصواتهم في العملية الانتخابية الى الفاعلين أساسيين في الحملة الانتخابية عن طريق التبرع بالوقت والجهد، مستفيدين بما تتحه هذه المواقع من إمكانية تصميم مجموعات وبناء تجمعات محلية عبر وصلات فرعية لموقع المرشح على الشبكات الدولية كما ساهم الاعلام الجديد في نشر ما يعرف بالحملات الالكترونية اللامركزية للمرشحين³.
- الحفاظ على جسور الثقة بين المرشح والناخبين: رغم أزمة الثقة في المجتمع الشبكي نتيجة جهل الهوية، تقوم مواقع التواصل الاجتماعي على جسور الثقة بين المرشح والناخبين، حيث يسعى المرشحون إلى كسب ثقة ناخبهم من خلال تقديم المعلومات الصحيحة على تلك المواقع، وذلك لأن

¹ راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2017، ص30.

² راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، الحملات الانتخابية عبر الإعلام الجديد، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2017، ص139.

³ راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المرجع السابق، ص30.

الثقة في المجتمع الافتراضي تقوم على أساس المعلومات الصحيحة وليس على أساس العلاقات الشخصية كما هو في الممارسة الواقعية.

- **توظيف الإعلام الجديد في الحملات المضادة:** تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات المضادة من خلال إطلاق الشائعات التأثير على المرشح المنافس، وذلك لما يمثله متغير السمعة من عنصر أساسي وفاعل في الانتخابات، ولذا يحرص المرشحين على مواجهة الشائعات والحفاظ على مصداقيتهم من خلال تدشين صفحاتهم على المواقع الاجتماعية لتصحيح المعلومات المغلوطة أو العمل على توظيفها كأداة في الحملات المضادة مثل انتهاز سقطات المرشحين المنافسين ونشرها على تلك المواقع¹.

من خلال ما سبق يمكن القول إن مواقع التواصل الاجتماعي قد عوضت الاتصال السياسي التقليدي وأسهمت في خلق بيئة أكثر ثراءً من المعلومات بشكل فاق بكثير تلك التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، بل على العكس فقد باتت الأخيرة تعتمد في تحديث اخبارها علي تقدمه وسائل التواصل من محتوى خبري، كما ساعد الفاعلين السياسيين على نشر قيم سياسية كالمواطنة والديمقراطية تشاركية، بالإضافة إلى هذا ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي أيضا المترشحين والأحزاب في حملاتهم الانتخابية من خلال التأثير على الرأي العام ومحاولة استمالته للتصويت لصالحه.

¹ راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المرجع السابق، ص31.

الفصل الثالث: المشاركة السياسية في الجزائر
وتنميتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث: المشاركة السياسية في الجزائر وتنميتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

I مدخل مفاهيمي للمشاركة السياسية

- 1- مفهوم المشاركة السياسية
- 2- مراحل المشاركة السياسية ومحدداتها
- 3- قنوات المشاركة السياسية

II مستويات وأشكال المشاركة السياسية

- 1- مستويات المشاركة السياسية
- 2- أشكال المشاركة السياسية

III واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري

- 1- لمحة تاريخية عن تطور المشاركة السياسية في الجزائر
- 2- أزمة المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري
- 3- آليات تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري

IV تنمية المشاركة السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- 1- تنمية الوعي السياسي للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- 2- تكوين الاتجاهات السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

I مدخل مفاهيمي للمشاركة السياسية

يعتبر موضوع المشاركة السياسية من المواضيع التي أثارة الاهتمام الإنسان واستحوذت على نشاطاته الفكرية والعلمية، فهو مجال اهتمام العديد من الحقول المعرفية خاصة علم السياسة وعلم الاجتماع السياسي، وبهذا يتخذ مصطلح المشاركة السياسية صيغاً ومضامين على قدر كبير من التقارب في عناصرها ومقوماتها وان تباعدت صورها وتعايرها، بينما يتخذ تعريفات عديدة وتتعدد وتتوغل الأطر الفكرية والمنهجية الخاصة بكل باحث حسب تخصصه؛ ومن خلال هذا يمكن الوقوع فعلياً في عدد كبير من التعاريف التي تحاول وصف هذا المفهوم وتحديد أبعاده ومقاصده، وفيما يلي عرض لأهم هذه التعاريف وأشهرها.

1- مفهوم المشاركة السياسية

يقصد بالمشاركة السياسية حسب المؤلف الفرنسي "روني كابيتان" «Rene capitant» أنها: "تلك المساهمة التي لا تعني الانضمام أو الانتماء فقط، بل المساهمة التي هي عبارة عن أخذ حصة أو حق في العمل وخاصة في عالم القانون والسياسة بمعنى أخذ نصيب في عمل قانوني وفي قرار سياسي"¹. كما تعني عند "جيرين باري" «Geraint parry» "الاشتراك بنصيب في بعض الأعمال والأفعال السياسية مع توقع المشارك انه قادر على التأثير في القرار"².

أما بالنسبة لـ "صموئيل هنتنغتون" «Samuel Huntington» و"جون نيلسون" «John Nelso» فهي "النشاط الذي يقوم به المواطنون بقصد التأثير بعملية صنع القرار السياسي سواء كان هذا النشاط فردي أم جماعي، منظم أم عفوي، متواصل أم منقطع، سلمي أم عنيف، شرعي أم غير شرعي، فعال أم غير فعال"³.

ولا يخرج تعريف "فيليب برو" «Philippe Braud» عن هذا الإطار إذ يعرفها على أنها: "مجموعة النشاطات الجماعية التي يقوم بها المحكومون وتكون قابلة لأن تعطيم تأثيراً على سير

¹ Fessard De Foucault Bertrand & Capitant René, **Démocratie et participation politique dans les institutions françaises de 1875 à nos jours**. Revue française de science politique, vol 23^e, n°4, 1973. p861.

² Geraint Parry & George Moyser & Neil Day, **Political participation and democracy in Britain**, Cambridge university press, New York, 1992, p39.

³ حسين علوان البيج، المشاركة السياسية: أهمية أنماط الأبعاد، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، 2020، ص05.

المنظومة السياسية، ويقترن هذا المعيار في النظم الديمقراطية التي يعتبر فيها قيمة أساسية بمفهوم المواطنة¹

من خلال التعريف السابقة يتضح أن المشاركة السياسية من منظور غربي هي عبارة عن السلوكيات السياسية التي يمارسها المواطنون للمساهمة في صنع السياسة العامة، واتخاذ القرارات على كافة المستويات، واختيار النخب الحاكمة في مختلف المواقع. ويمكن اعتبار هذه التعريف غير دقيقة نوعاً ما في تحديد ماهي تلك النشاطات السياسية وكيف تكون تلك المساهمة والمشاركة في العمل السياسي.

ومن منظور عربي يذهب "جلال عبد الله معوض" في تعريفه للمشاركة السياسية بالقول أنها: "تعني في أوسع معانيها حق المواطن أن يؤدي دوراً معيناً في صنع القرارات السياسية، وفي أضيق معانيها تعني حق ذلك المواطن أن يراقب هذه القرارات بالتقويم والضبط عقب حدوثها من جانب الحاكم"².

وحسب "محمد السويدي" فهي: "عملية اجتماعية سياسية، يلعب من خلالها الفرد دوراً في الحياة السياسية لمجتمعه، بحيث تكون له الفرصة للمشاركة في وضع وصياغة الأهداف العامة للمجتمع، وكذلك إيجاد أفضل الوسائل لتحقيق وإنجاز هذه الأهداف"³.

أما "عبد المنعم المشار" فيرى أنها: الشكل من الممارسة السياسية يتعلق ببنية النظام السياسي واليات عمله المختلفة، إذ يتجلى موقعها داخل النظام السياسي في المدخلات سواء كانت التأييد أو المساندة أو المعارضة، ولكنها تستهدف تغيير مخرجات النظام السياسي بما يتوافق ومطالب الأفراد والجماعات الذين يقدمون عليها"⁴.

ويعرفها كل "السيد عبد الحليم الزيات" و"إسماعيل علي سعد" على أنها: "عملية طوعية رسمية تتم عن سلوك منظم مشروع ومتواصل، يعبر عن اتجاه عقلائي رشيد، ينبع عن إدراك عميق لحقوق المواطنة وواجباتها، وفهم واع لأبعاد العمل الوطني وفعاليتها، من خلالها يباشر المواطنون أدوار وظيفية فعالة ومؤثرة في ديناميكيات الحياة السياسية ومخرجاتها، سواء من حيث اختيار الحكام والقيادات السياسية في شتى المستويات، أم تحديد الغايات العليا للمجتمع ووسائل تحقيقها، أم المعاونة في إدارة آليات العمل

¹ فيليب برو، ترجمة محمد عرب صاصيلا، علم الاجتماع السياسي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1998، ص301.

² عربي بومدين، بزبدي يحي، المرجع السابق، ص70.

³ محمد أمين لجمال أعال، اشكالية المشاركة السياسية وثقافة المسلم، مجلة العلوم الإنسانية، ع12، جامعة محمد خيضر -بسكرة-الجزائر، نوفمبر 2007، ص243.

⁴ عربي بومدين وبزبدي يحي، المرجع السابق، ص78.

السياسي وتوجيهها، أم الإسهام جديا على نحو مباشر أو غير مباشر في صنع القرار السياسي وتشكيله، فضلا عن تنفيذه ومتابعته بالمتاح أو المستحدث من فعاليات الرقابة والضبط والتقويم¹.

وهذه التعاريف تخلص إلى أن المشاركة السياسية هي عملية اجتماعية التي تمكن الفرد من المشاركة في الحياة السياسية، وذلك من خلال تطبيق حقوق المواطنة وهذا ما ركز عليه تعريف "جلال عبد الله معوض" وتعريف كل من "السيد عبد الحليم الزيات" و"إسماعيل علي سعد"، بالإضافة إلى المساهمة في صنع القرارات السياسية، ووضع الأهداف العامة للمجتمع. ويلاحظ أن هذه التعريف قد ركزت على الجانب التفاعلي للمشاركة السياسية، حيث وضعت المشاركة السياسية كحلقة وصل بين النظام السياسي والنظام الاجتماعي، هذا ويمكن أيضا اعتبار هذه التعريف عامة وغير دقيقة من حيث لم توضح فيما تتمثل الأدوار التي يقوم بها الأفراد في الحياة السياسية.

وفي تعريف آخر عن الاتجاهات العربية يرى "عبد السلام نويرة" أن المشاركة السياسية هي "عملية ديناميكية يشارك فيها الفرد في الحياة السياسية لمجتمعه بشكل إرادي وواعي من أجل التأثير في المسار السياسي العام بما يحقق المصلحة العامة التي تتفق مع أرائه وانتمائه الطبقي وتتم هذه المشاركة من خلال مجموعة من الأنشطة أهمها الاشتراك في الأحزاب والترشح في المؤسسات التشريعية والاهتمام بالحياة السياسية"².

كما يشير "عبد الهادي محمد والي" إلى أن المشاركة السياسية هي: "حرص الجماهير على ممارسة حقوقها السياسية ابتداء من التصويت الانتخابي إلى الإدلاء بالرأي في المواقف المختلفة، إلى التمسك بكل حق مقرر في نظام الدولة كل هذا فضلا عن الانتماء الحزبي أو العمل من خلال تنظيم سياسي مشروع ومعترف به، والمشاركة في جهود وأعمال الندوات العامة والمؤتمرات وحلقات النقاش، وباختصار فإن الفرد في مثل هذه الحالات مطالب بأن لا يقف موقف المتفرج من القضايا الأساسية والجماهيرية"³.

كما يعرف "محي سليمان" المشاركة السياسية: "بتلك الجهود الاختيارية أو التطوعية التي يبذلها أفراد المجتمع بهدف التأثير على بناء القوة في المجتمع، والإسهام في صنع القرارات الخاصة للمجتمع في ظل الموقع الطبقي الذي يحتله الأفراد في البناء الطبقي، وتتم المشاركة في صور متعددة، بدءا من

¹ إسماعيل علي سعد؛ السيد عبد الحليم الزيات، في المجتمع والسياسة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، صص 450-451.

² كوثر طه ياسين وزينب كاطع ناهض، مشاركة المرأة التونسية في الحياة السياسية، مجلة قضايا سياسية، ع20، كلية العلوم السياسية، جامعة النهريين-العراق، 2020، ص193.

³ عبد الهادي محمد والي، التنمية الاجتماعية: مدخل لدراسة المفاهيم الأساسية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1982، ص114.

الاهتمام بأمور المجتمع والمعرفة السياسية، ومرورًا بالتصويت الانتخابي والانتماء الحزبي إنتهاءً بالعنف السياسي"¹، من خلال هذا التعريف نرى أن حتى العمليات السلبية كالعنف السياسي ضمن المشاركة السياسية.

أما مفهوم المشاركة السياسية حسب ما انتهت إليه الباحثة بادي سامية: هي تلك الأنشطة السياسية التي بمقتضاها يشارك الفرد أو الجماعات في اختيار الحكام وصياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، عفوي أو منظم، ابتداء من التصويت، فضلا عن الانتماء الحزبي أو العمل من خلال أي تنظيم سياسي، كما ينعكس على اهتماماته التي تتمثل في مراقبة القرار السياسي وتناوله بالنقد والتقييم والمناقشة مع الآخرين، وينعكس أيضا على معرفته بما يدور حوله من أمور تتعلق بالسياسة"².

في ضوء ما سبق من التعريف يمكن القول أن المشاركة السياسية في جوهرها تقتصر على الأعمال السياسية المشروعة مثل التصويت، والانتماء الحزبي، ونقلد مناصب سياسية، والاهتمام القضايا السياسية ومناقشتها مع الآخرين، بالإضافة إلى الأعمال السياسية الغير المشروعة كالمشاركة في المظاهرات والعصيان المدني، والعنف السياسي..، فهي تعتبر تجسيد لحقوق المواطنة والديمقراطية، والمتمثلة في: حق إبداء الرأي والتعبير، حق المشاركة في تنظيم سياسي، حق في الاجتماع والمشاركة في النشاطات السياسية..؛ والمشاركة السياسية بصفة عامة هي كل السلوكيات الإرادية التي يزولها أعضاء المجتمع البالغين بهدف اختيار حكاهم وممثليهم، وللمساهمة في صنع السياسات والقرارات بشكل مباشر، أو غير مباشر، وهي ليست مجرد تصويت في فترة الانتخابات بل توجهها عاما واهتماما واضحا من قبل المواطنين بقضية القرار السياسي ونتائجه.

2-مراحل المشاركة السياسية ومحدداتها

بما أن المشاركة السياسية هي مجموع الأنشطة والسلوكيات سياسية التي يمارسها المواطنون البالغين في المجتمع، فإن ممارسة تلك الأنشطة والسلوكيات قد يرتبط بما يتمتع به المواطنون من وعي بحقوقهم وواجباتهم السياسية، ودرجة اهتمامهم بالمجريات السياسية على أرض الواقع، واتجاهات الأفراد وآرائهم نحو مفردات البيئة السياسية المحيطة بما تشتمل عليه من نخبة حاكمة وأحزاب سياسية ونظام انتخابي، كما يرتبط بمحددات التي تتبناها الدولة من تشريعات وقوانين وأطر مؤسسية لتنظيم الممارسة

¹ طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية، ط1، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص108.

² مليكة خشمون، آليات تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المغربية، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، مج01، غ01، كلية الحقوق العلوم السياسية، جامعة محمد صديق بن يحيى-جيجل-الجزائر، 2016، ص251.

الديمقراطية، ووفقاً لتلك المحددات المجسدة على الواقع فإن مراحل المشاركة السياسية تختلف من دولة إلى أخرى كما أنها قد تختلف في الدولة الواحدة بين فترة وأخرى.

1-2 مراحل المشاركة السياسية

إن مشاركة المواطنين في الأنشطة السياسية يمر بمراحل مختلفة ومتنوعة وفقاً لاختلاف أنظمة الحكم السياسية، إلا أنه يمكن التمييز بين ثلاثة مراحل أساسية للمشاركة السياسية، وهي كما يلي:

- **درجة الوعي الاهتمام السياسي:** وتتصل هذه المرحلة بدرجة الوعي التي يتمتع بها المواطنون بشأن معرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية، ودرجة اهتمام الأفراد بمتابعة ما يجري على الساحة السياسية، وفهم معطيات التشريعات والقوانين التي تنظم الحياة السياسية في المجتمع. ويندرج تحت ذلك متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية على فترات مختلفة قد تطول أو تقصر، بالإضافة إلى متابعة الأحداث السياسية بالاشتراك مع عائلاتهم أو مع زملائهم في العمل، والتي قد تزداد وقت الأزمات أو في أثناء الحملات الانتخابية،¹ وتندرج ضمنها أيضاً المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي مثل أعضاء المجلس التشريعي والشخصيات الوطنية والمرشحين السياسيين والوزراء والقيادات السياسية.
- **اتجاهات الأفراد وآرائهم نحو البيئة السياسية المحيطة:** وترتبط هذه المرحلة باتجاهات الأفراد وآراءهم في مفردات المناخ السياسي السائد، والتي تتكون نتيجة ما يتعرض له الأفراد من معلومات عبر وسائل الإعلام، إضافة إلى وسائل الاتصال المباشر بالآخرين عبر المناقشات والندوات والمؤتمرات، وخبرات الأفراد السابقة في التعامل مع مفردات البيئة السياسية المحيطة، وتقييم الأفراد لعناصر هذه البيئة على مستوى النخبة الحاكمة، وفاعلية الأحزاب في المسرح السياسي، وتقييم النظام الانتخابي المتبع، وتقدير الأفراد الأهمية المشاركة الشخصية في المسرح السياسي، إضافة إلى تقييم الأفراد لما تتبناه الدولة وتتخذها من إجراءات على مستوى التشريعات والقوانين المنظمة للممارسة الديمقراطية.²
- **السلوك السياسي:** وتتعلق هذه المرحلة بالسلوك السياسي للمواطنين على مستوى الأبعاد الآتية:
 - المشاركة في التصويت أثناء الانتخابات الرئاسية والتشريعية والحزبية والنقابية والمنظمات غير الحكومية وغيرها من انتخابات اختيار النخب.
 - الانخراط في الأحزاب السياسية والمنظمات غير الحكومية وغيرها من المنظمات الفاعلة في المجتمع.

¹ بكر محمد البدر، التجربة النيابية للحركة الإسلامية في الأردن 1989-2007، ط1، دار المأمون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011، ص21.

² عادل عبد الغفار، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية، (د.ط)، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009، ص59.

- الترشيح لتمثيل أفراد المجتمع في الانتخابات التشريعية والحزبية.. وغيرها من هيئات تمثيل الأفراد.
- المشاركة في صنع السياسة العامة من خلال عضوية الهيئات التشريعية والأمانات العامة للأحزاب ومجالس النقابات المهنية والعمالية والمنظمات الغير الحكومية ومختلف هيئات المجتمع المدني.
- المشاركة في اتخاذ القرارات السياسية من خلال عضوية العمل الحكومي والمناصب الإدارية العليا.
- المشاركة في صياغة التشريعات والقوانين المنظمة لحياة المجتمع، وكذلك مراقبة الأداء الحكومي من خلال عضوية المؤسسات التشريعية في المجتمع¹.

2-2 محددات المشاركة السياسية

تتأثر المشاركة السياسية للأفراد في الحياة العامة بمتغيرات متعددة، أهمها المؤثرات السياسية، والخلفية الاجتماعية وبمدى توفر وفاعلية القنوات للتعبير والعمل السياسي وغيرها من المحددات التي يمكن التعرض لها على النحو التالي:

- **المنبهات السياسية:** أن تعرض الفرد للمنبهات السياسية ينمي معارفه واهتماماته السياسية وهذا يزيد من احتمال مشاركته السياسية، دون أن يعني بالضرورة مشاركته فعلاً. والمنبهات السياسية هي تلك المعلومات والأخبار التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية. وكذا ما يثار في الاجتماعات العامة والمحادثات الشخصية وما يثار في الحملات الانتخابية. والحقيقة أن مستوى التعرض للمنبهات السياسية يرتبط بالعديد من العوامل كالانتماء الطبقي والمستوى التعليمي والوضع الثقافي ومحل الإقامة وبالتالي فإنه يمكن القول: أن الطبقة الوسطى وسكان المدن والمتعلمين أكثر استعداداً لقبول المنبهات السياسية بخلاف غيرهم من العمال وسكان القرى والبدو والأميين. كذلك لشخصية الفرد دور هام في التأثير بالمنبهات السياسية فالفرد الحزبي أو العقيدي أكثر ميلاً إلى استقبال المنبه السياسي والتفاعل معه قياساً بالذين لا هوية حزبية لهم².
- **المتغيرات الاجتماعية:** يتأثر حجم ومدى المشاركة السياسية بالمتغيرات الاجتماعية المختلفة مثل التعليم والدخل والمهنة والجنس والسن وغيرها من العوامل.
- الدخل يرتبط إيجاباً مع المشاركة السياسية فأصحاب الدخل المرتفع أكثر مشاركة من ذوي الدخل المتوسط.

¹ عادل عبد الغفار، المرجع السابق، ص 60.

² محمد نبيل الشيمي، محددات المشاركة السياسية، الحوار المتمدن، تاريخ الإثارة، 2009/02/08، متاح على الرابط: محمد نبيل الشيمي - محددات المشاركة السياسية (ahewar.org)، تم تصفحه في 2020/07/25.

- كذلك يرتفع مستوى المشاركة بارتفاع مستوى التعليم، حيث تعتبر الأمية أحد معوقات المشاركة في دول العالم النامي فالشخص المتعلم أكثر وعياً ومعرفة بالقضايا السياسية وأشد قدرة على التأثير في صنع القرار والاشتراك في المناقشات السياسية وتكوين آراء بخصوص المواضيع والقضايا المختلفة.
- كما يتأثر حجم ومدى المشاركة السياسية بالنوع، حيث يلاحظ أن المرأة بوجه عام أقل ميلاً إلى المشاركة عن الرجل، غير أن التطور الاقتصادي والاجتماعي يعمل باستمرار على تضيق هذه الفجوة بين الجنسين، فيما يتعلق بالمشاركة السياسية. ولا يعني هذا استقلال المرأة عن الرجل في تحديد موقفها السياسية إذ لا تزال الزوجة تتبع زوجها في الكثير من الأحيان.
- كما أن محل الإقامة يعتبر من العوامل التي تؤثر على نسبة المشاركة السياسية، حيث هناك اتجاه عام لدي الباحثين بأن المشاركة السياسية ترتفع في المدن عنها في المناطق الريفية، بسبب وجود شبكات الاتصال الجماهيري بصورة كبيرة في داخل المدن بعكس المناطق الريفية، ولكن تؤكد بعض الدراسات علي أن حركات الهجرة الريفية للمدن وثورة الاتصالات التي شهدتها المجتمعات، يؤكدان على أن الإقامة الحضرية لا تعني شيئاً بالنسبة للمشاركة السياسية، وإنما التأثير هنا يكون علي المستوي الكلي، بمعنى درجة انتشار نمط الحياة الحضرية سواء كان ذلك في قرية أو بلدة أو مدينة.
- وبإضافة إلى هذه العوامل نجد عامل السن له تأثير على المشاركة السياسية، إذ ترتفع المشاركة تدريجياً مع تقدم العمر ويبلغ ذروته في الأربعينيات والخمسينيات، ثم يهبط تدريجياً بعد سن الستين¹.
- وبالتالي فإن هذه العوامل لا تشكل قاعدة يحتكم إليها دائماً فهي تختلف من فرد ومن مجتمع إلى آخر.
- **الإطار السياسي:** ترتبط المشاركة بعناصر الإطار السياسي التي تتمثل في رؤية القيادة لدور المواطن ومدى توافر الحرية للتنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المنتخبة، وطبيعة النظام الإعلامي. فالمشاركة التي تنعم بها المجتمعات الغربية، ترجع جزئياً إلى وجود الإطار الدستوري والمؤسسي الملائمة الدستور والانتخابات الدورية، والتعدد الحزبي والجماعات المصلحية وحرية الصحافة والبرلمان وأجهزة الحكم المحلي.. الخ، أما الدول النامية بصفة عامة فإنها تعاني من أزمة المشاركة تعود جزئياً إلى ما يعترى البناء السياسي من تشوهات ونقائص، فبعض الدول ليس بها دستور وبعضها الآخر ليس بها مجالس نيابية، وإن وجدت فهي شكلية، وتتفاوت هذه الدول بين الأخذ بالحزب الواحد والتعددية الحزبية، أو عدم الأخذ بالنظام الحزبي من أساسه، هذا المستوى

¹ نورا رمضان صادق محمد إبراهيم، أثر البعد الثقافي على المشاركة السياسية للمرأة: دراسة مقارنة بين مصر وإيران، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الاتاحة 2016/06/16، متاح على الرابط: <https://democraticac.de/?p=34106>. تم تصفحه في 2020/08/02.

الهابط من المؤسسة السياسية يقابله تغيير اقتصادي واجتماعي مرموق، ولعل هذه الفجوة بينهما هي المصدر الأساسي لعدم الاستقرار السياسي الذي تعاني منه كثير من دول العالم النامي¹.

3- قنوات المشاركة السياسية

يسعى الأفراد للمشاركة السياسية من خلال قنوات مختلفة يتمكنون بموجبها من المساهمة في صنع القرارات والسياسات العامة والتأثير فيها، ويمكن حصر هذه القنوات فيما يلي:

3-1 المشاركة عن طريق عملية التصويت في الانتخابات

يعتبر التصويت في الانتخابات أهم مظاهر المشاركة السياسية في النظم الديمقراطية، ويرتبط التصويت مباشرة بالديمقراطية التمثيلية، أي أن مشاركة الشعب في السلطة تكون عن طريق ممثليه، هذا ما يتم عن طريق العملية الانتخابية التي تختلف نظمها وأنواعها من مجتمع إلى آخر، لكنها تتفق جميعا على أن صوت المواطن في الانتخابات يمثل نصيبه في المشاركة السياسية وأن مجموع الأصوات المجمع التي تشكل الغالبية هي تعبير عن إرادة الأمة. إلا أن ذلك يرتبط بطبيعة النظام السياسي، ومدى صدق توجهاته الديمقراطية، التي تنعكس فيما بعد خاصة في الصياغة لما تفرزه صناديق الانتخاب وقبوله بمبدأ التناوب على السلطة، أيضا مدى نزاهة الانتخابات².

3-2 المشاركة عن طريق مؤسسات المجتمع المدني

وتتمثل تنظيمات المجتمع المدني في النقابات المهنية والحركات الاجتماعية، الجمعيات الأهلية والجمعيات التعاونية، الاتحادات الطلابية.. الخ، وتعتبر هذه المؤسسات والتنظيمات من بين القنوات المهمة للمشاركة السياسية، حيث تعمل على بلورة الرأي العام الضاغط على الحكومة، كما أنها تقوم برعاية مصالح المجتمع والحد من قهر الدولة وتسليطها على تلك المصالح، كذلك تقوم بمساعدة الدولة في عملية التنمية والتطوير والإصلاح المستمر³، ورغم أهمية هذا الشكل من المشاركة، إلا أنه لا زال عاجزا ومتخلفا في عالمنا العربي نتيجة لضعف أو غياب تنظيمات المجتمع المدني وعجزها عن خلق حالة من الالتفاف الجماهيري الشامل أو القطاعي الواسع حول برامجها ومواقفها⁴.

¹ نورا رمضان صادق محمد إبراهيم، المرجع السابق.

² إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي مقارنة أستمولوجية ودراسة تطبيقية على العالم العربي، (د.ط) منشورات أي كتب للكتاب الإلكتروني، (د.م)، 2011، صص 155-156.

³ صالح زياني، موقع مؤسسات المجتمع المدني في إدارة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ع16، جامعة باتنة-الجزائر، جوان 2017، ص 260.

⁴ ناصر الشيخ علي، دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، (د.ط)، المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، فلسطين، 2010، ص36.

3-3 المشاركة السياسية عن طريق الأحزاب السياسية

على اعتبار أن تكوين الأحزاب والانضمام إليها من صميم المشاركة السياسية بل وحق من الحقوق السياسية التي يتمتع بها المواطن، حيث تعمل الأحزاب السياسية على توسيع النشاط السياسي والمشاركة الجماهيرية من خلال تنمية علاقاتها بالناخبين، كما تعد حلقة وصل بين الحاكمين والمحكومين فإن وجود الأحزاب السياسية هو مؤشر من مؤشرات الديمقراطية التشاركية الفعلية بشرط أن يكون عملها على أساس المنافسة السياسية السلمية مما يساهم في توعية الشعب، كما أنها أداة المراقبة أعمال الحكومة¹.

3-4 المشاركة عن طريق وسائل الإعلام

إن لوسائل الإعلام قدرة مهمة في تشكيل المدركات السياسية للأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية، وتركيز إدراكهم لأهمية القضايا، وفقا لما تقدم من مضامين في تفسير وتحليل الأحداث وترتيب أولوياتها، ولقد تعددت التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات على التطور السياسي والديمقراطي، وأهم هذه التأثيرات:

- نشر الوعي السياسي للمواطنين.
- تدعيم دور المعارضة السياسية.
- تدعيم دور القطاع الخاص.

ويتركز دور الإعلام في تمكين المواطن من فهم ما يجري محليا وإقليميا ودوليا، وتنمية قدراته للمشاركة السياسية واعتبارها حق وواجب المواطنة². وفي دراستنا هذه سنركز على المشاركة السياسية من خلال هذه القناة، وذلك باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة ووسائل الإعلام التفاعلي، والتي تمكن مستخدميها من تنمية وعيهم وثقافتهم السياسية.

3-5 المشاركة السياسية عن طريق الجماعات الضاغطة

عندما لا تكون القنوات الرسمية للمشاركة فاعلة أو مجدية أو مؤثرة، وهنا لا بد من الإشارة إلى أن مجموعات الضغط هذه، ورغم تسترها تحت غطاء المشاركة إلا أن كثيرا منها تكون ممثلة لشريحة محدودة العدد واسعة النفوذ اقتصادية وسياسية، ويكون نشاطها ملتزما إلى حد كبير بمصالح هذه الشريحة تحديدا، مثل مجموعات اللوبي الصهيوني في الولايات المتحدة الأميركية وأصحاب شركات صنع الأسلحة

¹ Micheel Johnston, **Political parties and democracy in theoretical and practical perspectives: Political Finance Policy, Parties, and Democratic Development**, Washination: the national democratic institute for international affairs (NDI), 2005, p3.

² أحمد سعيد تاج الدين، **الشباب والمشاركة السياسية**، ط2، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، 2012، ص ص32-33.

في العديد من الدول الأوروبية التي تدافع عبر الضغط الشديد عن مصالحها الاقتصادية ودون النظر لأساليب والوسائل لو كانت تلك الوسائل قائمة على إفساد الأنظمة السياسية المحلية أو الأجنبية ذات العلاقة¹.

3-6 المشاركة عن طريق المبادرات الفردية وأساليب الاحتجاج

وتمثل سلوكيات طوعية تنمو عن الاهتمام السياسي، بحيث يحرك هذا الأخير بوادرها ويحدد موضوعها، وتوقيتها وأدواتها والغاية المتوخاة منها، وتعدد أنماط هذا السلوك في ما هو عمل سلمي ومشروع، وبين ما هو عمل عنيف ومحظور، وذلك وفقا لطبيعة القضية مثار الجدل لديه بعد أن أغلقت في وجهه جميع أوجه المشاركة الشرعية التي تفي بغاياته (الانتماء التنظيمي والتصويت في الانتخابات)، بحيث يبدأ باستخدام وسائل الاتصال المتاحة كالاتصال الشخصي برجال الإدارة، إلى الاحتجاج والقيام بالمظاهرات، إلى الإضراب العام، وعقد المؤتمرات إن سمح بذلك قانونيا، وصولا إلى اللجوء إلى أساليب العنف السياسي والوسائل غير المشروعة².

وفي الأخير يمكن القول بأنه على الرغم من تعدد قنوات المشاركة السياسية إلا أنها تتشكل وفقا للأولويات والقية التي تمنحها النخب السياسية والجماعات المدنية والأفراد للمشاركة السياسية كهدف الدفع عجلة التنمية، وكوسيلة لمحاولة تكريس الديمقراطية التشاركية وإرساء أسسها وإحياء تقاليد خاصة في الدول التي تعاني من أزمة في المشاركة السياسية والديمقراطية.

¹ ناصر الشيخ علي، المرجع السابق، ص35.

² زكريا حريزي، المشاركة السياسية للمرأة العربية ودورها في محاولة تكريس الديمقراطية التشاركية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، مج3، ع2، جامعة الحاج لخضر-باتنة-الجزائر، جويلية 2018، ص321.

II مستويات وأشكال المشاركة السياسية

تعد المشاركة السياسية مصطلحا عاما يغطي الطرق المختلفة التي يمكن للمواطنين المساهمة بها في القرارات السياسية. وتمثل المشاركة السياسية في الوقت نفسه الأداة الأكثر أساسية وشاملة للديمقراطية، حيث أنها ترتبط بالحرية الشخصية للمواطن، وسيادة قيم المساواة، وإقرار الحاكمين بحق المحكومين بأن لهم حقوق دستورية وقانونية تمنحهم الحق بالمشاركة في اتخاذ القرار، وأن من واجب الحاكمين إتاحة الفرص أمام المواطنين لممارسة حقهم في المشاركة السياسية، دون ضغط أو إرهاب¹، ولممارسة هذا الحق فإن هناك عدة مستويات وأشكال، والتي قام بعض علماء السياسة بوضع تصنيفات وتقسيمات لها، تتباين أحيانا وتتفق أحيانا، فصنف البعض المنهم المشاركين في ثلاث مستويات والبعض الآخر في أربع في حين وضع آخرون تصنيفا هرميا للمشاركين، يتراوح ما بين عدم المشاركة وبين تولي منصب عام أو التصويت في الانتخابات، وفيما يلي سيتم تطرق لبعض النماذج المحددة لأشكال ومستويات المشاركة السياسية.

1- مستويات المشاركة السياسية

تختلف مستويات المشاركة السياسية من مجتمع لآخر بحسب المعطيات السياسية وما هو متاح قانونيا، وكذا درجات الديمقراطية المتوصل إليها وكذا حركية السياسة وطبيعة بناءاته الاجتماعية وأنساقه السياسية، وحتى داخل المجتمع الواحد أو النظام السياسي الواحد، ولهذا نجد أن التراث الغربي والترسانة التي يمتلكها من الباحثين قد اهتموا بشكل كبير بدراسة مستويات المشاركة السياسية²، وفي هذا المجال سنتدرج جملة من تصنيفات الباحثين والمنظرين لمستويات المشاركة السياسية:

1-1 تصنيف كارل دويتش Karl Deutsch

حدد "كارل دويتش" «Karl Deutsch» في منتصف الستينات المشاركة السياسية في ثلاث مستويات هي كالتالي:

- **المستوى الأول:** يضم هذا المستوى النشاط في المجال السياسي، حيث يستوجب توفرهم على ثلاث شروط من أصل ستة ليتم إدراجهم في هذه الفئة، وهذه الشروط هي:

¹ محمد تهايمي، صور المشاركة السياسية، الموسوعة السياسية، تاريخ الإثاحة 2018/06/06، متاح على الرابط: [الموسوعة السياسية-political](#)

[encyclopedia.org](#)، تم تصفحه في 2021/03/10

² إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي مقارنة أستمولوجية ودراسة تطبيقية على العالم العربي، المرجع السابق، ص 147.

- العضوية في منظمة سياسة
 - التبرع لمنظمة سياسية أو لمرشح انتخابات
 - حضور التجمعات السياسية بشكل دوري
 - المشاركة في الحملات الانتخابية
 - توجيه رسائل ذات مضمون سياسي لجهة رسمية
 - مناقشة قضايا سياسية في نطاق واسع يتجاوز المحيط الضيق للشخص¹.
- **المستوى الثاني:** يتضمن الأشخاص المهتمين بالنشاط السياسي، أبرزهم المشاركون في الانتخابات والمتابعون لمجريات الأحداث السياسية.
- **المستوى الثالث:** يشمل الهامشيين في العمل السياسي، وهم أولئك الذين لا يولون اهتماما كبيرا بالشأن السياسي، وإنما يقتصر اهتمامهم خلال فترة الأزمات وأثناء تعرض مصالحهم المباشرة للخطر.²

1-2 تصنيف صاموئيل هنتنغتون Samuel Huntington

- يرى "صاموئيل هنتنغتون" «Samuel Huntington» في دراسته الظاهرة التحديث السياسي لدول العالم الثالث أن للمشاركة السياسية ثلاث مستويات مقترنة بتطور المجتمعات:
- **المستوى الأول:** تكون فيه المشاركة السياسية منخفضة جدًا، باقتصارها على نخبة صغيرة من الأرستقراطيين التقليديين أو البيروقراطيين.
 - **المستوى ثاني:** هو مستوى تكون فيه المشاركة السياسية متوسطة وذلك بدخول الطبقة الوسطى معترك السياسة
 - **المستوى الثالث:** هو مستوى تكون فيه المشاركة السياسية مرتفعة، ويميزها دخول النخبة والطبقة المتوسطة في الحياة السياسية.³
- وبناء على هذا، فإن المستوى الأول هو مستوى يميز من حيث التأسيس السياسي شكل الحكم الإمبراطورية المركزي أو الملكية الإقطاعية، أما المستوى الثاني يخص شكل الحكم التمثيلي حيث تكون

¹ صالح عبد رزاق الخوالدة، مشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية 1921-2007: دراسة حول أثر النظام الانتخابي على مشاركة المرأة الأردنية في الانتخابات النيابية، ط2، دار الخليج لصحافة والنشر، عمان-الأردن، 2017، ص79.

² Karl.W Deutsch, **Social Mobilisation And Political Development**, The American Political science review , Vol 55, No 03, september 1961, p34.

³ Samuel Huntington, **Political Order in Changing Societies**, New Haven: Yale University Press, 1968 p.60.

مجالس برلمانية منتخبة بشكل محدود، أما المستوى الثالث يميز المجتمعات التي تلعب فيها الأحزاب أدوراً أساسية وليست ثانوية، بحيث تصبح مصدرًا لمشروعية السلطة، ونظام الحكم هو نظام جماهيري، ففي هذه الحالة يكون الحزب السياسي مؤسسة سياسية مهمة وبديلة نظراً لضعف المؤسسات السياسية التقليدية وعدم قدرتها على التكيف مع المعطيات الجديدة الناتجة عن عملية التحديث السياسي بحيث أنه يعمل على تنظيم المشاركة السياسية.¹

3-1 تصنيف مايكل راش Michael Rush وفيليب ألتوف Philippe Althoff

في محاولة أخرى لتحديد مظاهر وأساليب المشاركة السياسية توصل الباحثان "مايكل راش" «Michael Rush» و"فيليب ألتوف" «Philippe Althoff» إلى وضع تدرج هرمي للمشاركة السياسية يتماشى مع مختلف الأنظمة السياسية ويتمثل في الشكل التالي:



الشكل (02) يبين تدرج المشاركة السياسية عند "راش" و "ألتوف"²

¹ Samuel Huntington, Ibid, p61.

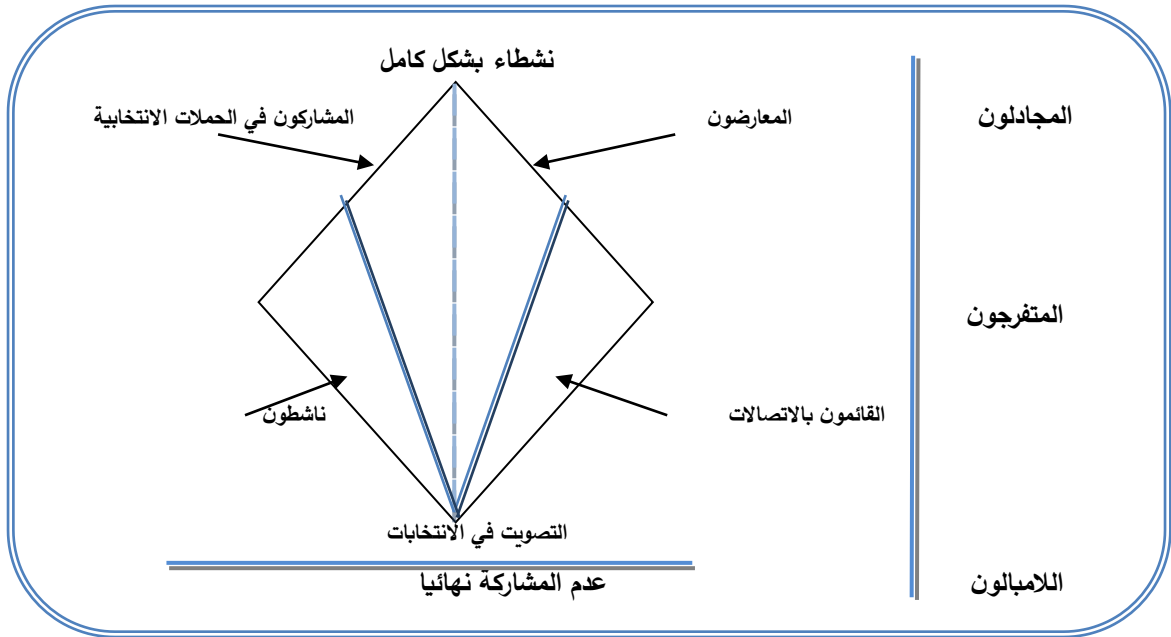
² M.Rush & Ph.Althoff, **An Introduction To Political Sociology**, London: Thomas Nelson and Sons LTD ,1971 p.76.

4-1 تصنيف ليستر ميلبراث L.Milbrath

بين الباحث "ليستر ميلبراث" «L.Milbrath» في كتابه الموسوم بـ"المشاركة السياسية"، وجود تسلسل هرمي للمشاركة، يتراوح بين عدم المشاركة وبين تولي منصب سياسي، ويكون أقل مستويات المشاركة هو التصويت في الانتخاب، كما قام بتقسيم الشعب حسب درجة مشاركته إلى ثلاث مجموعات هي:

- المجادلون: هم الناشطون سياسيا، تتراوح نسبتهم ما بين 5% إلى 7%.
- المتفرجون: هم الذين يشاركون في السياسة بالحد الأدنى، يمثلون حوالي 60%.
- اللامبالون: هم الذين لا يشاركون في السياسة على الإطلاق، يمثلون حوالي 23%.

وفي الطبعة الثانية من كتاب الذي ذكرناه سابقاً قام "ميلبراث" بوضع تسلسل هرمي أكثر تعقيداً، بدلاً من التسلسل الهرمي أحادي البعد وهذا ما يوضحه الشكل التالي.



الشكل (03) يبين تسلسل الهرمي للمشاركة السياسية ميلبراث¹

ومن خلال قراءة هذا الشكل نتوصل عموماً إن هناك أربع مستويات للمشاركة السياسية هي:

- **المستوى الأول:** الممارسون للنشاط السياسي، وفي هذا المستوى لا بد من توفر ثلاثة شروط من الشروط الآتية: عضوية منظمة سياسية، التبرع لمنظمة أو مرشح، حضور الاجتماعات السياسية، المشاركة في الحملات الانتخابية، توجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للنواب ولذوي المناصب السياسية أو للصحافة، الحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة المحيطة بالقرء.

¹ سعاد بن ققة ونور الدين زمام، المشاركة السياسية في الجزائر: آليات التقنين الأسري نموذجاً (1962-2005)، مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، 2011-2012، ص87.

- **المستوى الثاني:** المهتمون بالنشاط السياسي: ويشمل هذا المستوى الذين يصوتون في الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث على الساحة السياسية.
- **المستوى الثالث:** الهامشيون في العمل السياسي: ويشمل هذا المستوى من لا يهتمون بالأمر السياسي ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت أو موارد له وإن كان معظمهم يضطر للمشاركة بطريقة أو بأخرى في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون أن مصالحهم مهددة..
- **المستوى الرابع:** المتطرفون سياسية: وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة ويلجئون إلى أساليب العنف، والفرد الذي يشعر بعداء تجاه المجتمع بصفة عامة أو اتجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة وينضم إلى صفوف اللامبالين وإما أن يتجه إلى استخدام صور من المشاركة تتسم بالحدة والعنف.¹
- والملاحظ بشكل عام أن تصنيف المشاركة السياسية وفق المعطيات السابقة، يضع المشاركين السياسيين ضمن هرم تسلسلي، يكون فيه المواطن بين نقيضين، الانغماس التام في الشأن السياسي أو الانعزال الكلي عنه.

وفي ضوء هذه التصنيفات وعلى أساس موضع هذه الدراسة فسيعتمد على تصنيف "ليستر ميلبراث" لمستويات المشاركة السياسية، كونه التصنيف الواضح في تقسيمه لمستويات المشاركين سياسياً، كما أنه من بين أحدث التصنيفات كرنولوجياً إذا قورن بالتصنيفات الأخرى، بالإضافة إلى أنه التصنيف الذي يتطابق مع طبيعة مجتمع هذه الدراسة، فهذا الأخير يتضمن مستويات المشاركة السياسية التي تطرق لها "ميلبراث" في تصنيفه.

2- أشكال المشاركة السياسية

لوحظ مما سبق أن مستويات المشاركة السياسية كانت تتنوع وتختلف من باحث لآخر، ومن هذا المنطلق فقد تعددت تصنيفات الباحثين لأشكالها، وفقاً لمعايير وأسس اعتمدوا عليها في ذلك، أي وفقاً لأنشطة المشاركة السياسية أو لمدى استمراريته..، وهذا ما سيُتناول في المضمين المعرفية التالية:

1-2 تصنيف وفق التنظيم والانتماء السياسي

لخص الدكتور "إبراهيم إبراش" في كتابه "علم الاجتماع السياسي" أشكال وأنماط المشاركة السياسية في النقاط التالية:

¹ طارق محمد عبد الوهاب، المرجع السابق، ص20.

- المشاركة المؤسسية أو الرسمية: ويقوم بها أصحاب المناصب الرسميين انطلاقاً من واقع الحفاظ على مصالحهم من خلال تحقيق الاستمرار والاستقرار المنسق المهيمنون عليه، ويواجهون في هذه العملية مصاعب أو صراعات مع الآخرين ذوي المصالح من أعضاء المجتمع،¹ وهؤلاء المشاركون الرسميون هم أصحاب المناصب السياسية العليا والبيروقراطيون الكبار مثل: الولاة، النواب، الوزراء...
- المشاركة المنظمة أو غير رسمية: وتكون في إطار مؤسسات أو تنظيمات قائمة تشكل حلقة وصل بين المواطن والنظام السياسي، أي أنها الأجهزة التي تقوم بمهمة تجميع المطالب الفردية والتعبير عنها وتحويلها إلى اختيارات سياسية عامة، ومن هذه الأجهزة المنظمة "الأحزاب السياسية والنقابات، جماعات الضغط"، وقد تم تسميتهم بغير الرسميين لكونهم لا يشاركون بصفة رسمية، أي أنهم لا يتمتعون بسلطة قانونية تعطيهم الحق في صنع قرارات ملزمة. ويعتبر هذا الشكل الأكثر شيوعاً في المجتمعات الديمقراطية والتي تركز بنيتها السياسية على مؤسسة المجتمع وتفعيل دوره المدني.
- المشاركة المستقلة: وهي مشاركة المواطن بصفة فردية بحيث يتمتع هنا بحرية مطلقة في تحديد نوع المشاركة ودرجتها، ويكون مخيراً في أن يشارك أو لا يشارك، وتكون هذه المشاركة في المناسبات وتضم غالباً غير الناشطين وغير المؤثرين سياسياً من الجمهور، وتتجلى مظاهرها في الانتخابات على سبيل المثال لا الحصر.

2-2 تصنيف وفق القنوات السياسية

- يتفق أغلب العلماء والباحثين على أن هناك شكلين أساسيين للمشاركة السياسية ويتضح ذلك من دراسة «Goldman Bery Janda» حيث يقسم المشاركة السياسية إلى:
- أنشطة تقليدية: التي تمثل نظام سلوك سياسية نسبية يستخدم القنوات الشرعية للحكومة الممثلة، ومثال ذلك عملية التصويت في الانتخابات وحضور المؤتمرات والندوات الاجتماعية العامة وإدارة الحملات الانتخابية، والاتصال بالمسؤولين والانضمام إلى جماعات المصلحة والأحزاب السياسية.
 - أنشطة غير تقليدية: وهي السلوك النسبي غير السائد والذي يتحدى أو يهدد القنوات الحكومية الشرعية حيث أنها تعمل بالشكوى التي تعتبر قانونية، في حين أن بعض الممارسات السياسية في بعض البلاد تعتبر قانونية، ولكن في بلاد أخرى تعتبر غير قانونية مثل: التظاهر والأحزاب وغيرها من السلوكيات السلمية².

¹ إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي، (د.ط)، دار الفروق للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 1998، ص250.

² Goldman Bery Janda, **The Challenge of Democracy**, Houghton Mifflin Company, 1997, p40.

3-2 تصنيف وفق الأنشطة السياسية

- يقسم عبد الهادي الجوهري المشاركة في النشاطات السياسية إلى:
- المشاركة في النشاطات السياسية المباشرة أو الأولية: ومن أمثلة هذه الأنشطة تقلد منصب، عضوية الحزب، الترشح في الانتخابات، التصويت والاشتراك في المظاهرات.
 - المشاركة في النشاطات السياسية غير المباشرة أو الثانوية: فهي مثل المعرفة، الوقوف على المسائل العامة، العضوية في هيئات التطوع وبعض أشكال العمل في الهيئة التطوعية وفي الجماعات المحلية والوطنية، ويبدأ تدرج في شكل الهرمي بتقلد منصب سياسي أو إداري وينتهي بالتصويت.
 - أوجه أخرى من المشاركة السياسية: اللامبالاة، الشك السياسي، والاعترا¹.

4-2 تصنيف وفق الاستمرارية

- تشير "بن قفة" إلى أنه يمكن تقسيم المشاركة السياسية حسب ما يلي:
- مشاركة سياسية مستمرة: يتجسد هذا النمط في الأنشطة التي يقوم بها رؤساء الأحزاب السياسية والمنخرطين النشطين فيه، إلى جانب المنتمين إلى المؤسسات السياسية المختلفة مثل: البرلمان، المجالس الشعبية المختلفة.. الخ، حيث يقومون بأنشطة سياسية مستمرة بحكم وظيفتهم، أو بطلب من متطلباتهم الإيديولوجية، والأهداف التي يريدون تحقيقها من خلال قيامهم بمختلف الأنشطة السياسية، هؤلاء يمكن أن نطلق عليهم مصطلح أو تسمية المحترفين الذين لديهم ميولات سياسية.
 - مشاركة سياسية مؤقتة: تشمل الأفراد العاديين، على العموم الأقل ميلا إلى ممارسة السياسة، حيث يقومون بأنشطة محددة فقط كالتصويت.. الخ بحكم الواجب فقط، هذا لا يعني عدم وجود داخل هذا نسق من يقومون بذلك عن وعي².

مما سبق نصل إلى أنه ولا يوجد شكل أو مستوى وحيد من المشاركة السياسية بل أن هناك عدة صور ومستويات مختلفة ومتنوعة، وتختلف هذه المستويات حسبما تقتضيه وتستلزمه كل صورة منها ويتفاوت اختلافها من مجتمع لآخر طبقاً لمستوى تقدم هذا المجتمع، وما يتيح النظام السياسي بداخله من فرص وأساليب أمام المشاركين فيه، كما يتطابق اختلافها مع طبيعة ونوعية الأهداف التي يسعى

¹ سامية خضر صلاح، المشاركة السياسية والديمقراطية: اتجاهات نظرية ومنهجية حديثة تساهم في فهم العالم من حولنا، (د.ط)، كتب عربية للنشر الإلكتروني، (د.م)، 2005، ص32.

² سعاد بن قفة ونور الدين زمام، المرجع السابق، ص96.

الأفراد المشاركون إلى تحقيقها من خلال اشتغالهم بالعمل السياسي، وفي ظل التطور والتقدم التكنولوجي الهائل، الذي وفر وسائل اتصال، لم تكن موجودة منذ بضعة عقود، ظهرت أساليب وأشكال جديدة للمشاركة السياسية وفي ذلك نرى مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت قوة مؤثرة في الحملات السياسية، وهذا ما يلاحظ من استخدام الشباب لها بفعالية في الأنشطة السياسية المتمثلة في الحملات الانتخابية والمسيرات والوقفات الاحتجاجية والنقاش السياسي.

III واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري وآليات تفعيلها

يعد وصف واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري أمرا بالغ الصعوبة، نظرا لشساعت وتعدد جوانبه، وبالتالي يتعذر في هذا المقام تناول كل الجوانب المتعلقة به لارتباطها بالعديد من العوامل السياسية والتاريخية والاجتماعية والثقافية والأمنية..، وفيما يلي سيتم عرض لبعض هذه الجوانب من خلال سرد تاريخي للمشاركة السياسية في الجزائر مع تناول أهم مظاهر أزمئها لدى الشباب الجزائري، إضافة إلى تحديد آلية تفعيل تلك المشاركة.

1-لمحة تاريخية عن المشاركة السياسية للشباب الجزائري

عرفت الجزائر أنماط وأشكالا مختلفة من المشاركة السياسية في كل مراحلها التاريخية، وقد كانت تلك الأشكال في كل مرة مرتبطة بالنظام السياسي القائم، ولكن من خلال تصفح التاريخ السياسي للجزائر نجد أن تلك المشاركة كانت في الغالب بعيدة عن المشاركة السياسية الفعالة، وذلك نظر للأحداث التي مرت بها في كل المراحل التاريخية.

1-1 المشاركة السياسية في مرحلة ما بعد الاستقلال

نظرا لعدم حسم توجه النظام السياسي في الوثيقة المرجعية للثورة الجزائرية "بيان أول نوفمبر 1954" غدا نظام الحكم في الجزائر بعد الاستقلال يتراوح بين النظامين الاشتراكي والليبرالي، فبتاريخ 20 سبتمبر 1962، تأسس المجلس التأسيسي، الذي هيمن عليه تياران سياسيان أحدهما ليبرالي بزعامة "فرحات عباس" و "أيت أحمد" والذي نادي بتبني نظام برلماني يعتمد التعددية الحزبية، لكنه فشل في مواجهة التيار الثاني المتأثر بالأفكار الاشتراكية، التي تجعل من الحزب الواحد الموجه والمحدد لاختيارات البلاد، والذي يتزعمه "أحمد بن بلة"¹. وأصبحت بذلك أحكام المجلس التأسيسي سارية المفعول، وأسندت له سلطة التشريع، وأصبح بذلك صاحب الاختصاص غير المقيد في التشريع سواء من حيث تعديل أو إلغاء النصوص السابقة، أو من حيث سن ما يراه ضروريا لحسن سير مؤسسات وأجهزة الدولة. كما انتخبت الجزائر أول مجلس نيابي في حياتها المؤسساتية بتاريخ 20 سبتمبر 1964، لمدة أربعة سنوات،

¹ فيروز مامي زرارقة وكتاف الرزوقي، المرأة والمشاركة السياسية في الجزائر استغلال سياسي أم رد للاعتبار، مؤتمر فيلادلفيا الدولي التاسع عشر " المرأة: التجليات وآفاق المستقبل، منشورات جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2016، ص230.

وتمتع حزب جبهة التحرير الوطني باحتكار دستوري للتمثيل في المجلس، حيث كان الترشح للنيابة في البرلمان مشروط بالانتماء إلى الحزب الواحد باعتباره الحزب الطلائعي في البلاد¹.

وبحلول سنة 1965 قام هواري بومدين بإحداث انقلاب عسكري ضد "أحمد بن بلة"، وقام بتدعيم ترسانته بجمعه لكل السلطات تحت قيادته، بهدف توسيع حدود سلطته، حيث سادت في هذه الفترة ظاهرة تفرد الرئيس "هواري بومدين" بالسلطة، حتى أنه قام بإبعاد حزب جبهة التحرير الوطني الذي كان يتميز بأهمية تاريخية، اكتسبها من خلال نضاله ضد المستعمر، فكان يستدعيه فقط في حالات استثنائية لحل الأزمات، أو لاستخدامه في المجال التعبوي لدعم النظام أو لتأكيد مشروعياته من خلال الخطابات السياسية التي تؤكد بأن النظام السياسي الجزائري يحترم ويفعل حزب جبهة التحرير،² لكن في حقيقة الأمر حرص النظام السياسي أنى ذلك على أن تبقى له السيطرة والأولوية على الجبهة، كما أصبح فيما بعد "بومدين" رئيسا لمجلس الثورة ورئيسا للسلطة التنفيذية، وأميناً للحزب ووزيرا للدفاع، وقائداً عاماً للقوات المسلحة، وكل ذلك كرس في دستور 1976.

ونتيجة للمكانة التي احتلها الرئيس في النظام السياسي قام "بومدين" بتدعيم سلطاته الشخصية لقيادة الدولة، واتخاذ قرارات وإصدار توجيهات من دون الرجوع إلى أحد المجلسين، وهو ما جعل منه مفتاح قبة النظام، نتيجة تركيز أهم وظائف الحزب والدولة في يده. فالنظام السياسي الجزائري في تلك الفترة لم يرق على شرعية النمط الديمقراطي حيث احتكرت النخبة السياسية التمثيل السياسي، واحكمت سيطرتها على الحركة الاجتماعية، واقتصرت مشاركة الشعب على تأييد النظام. فقد كان تمثيل المواطنين يتم من خلال المنظمات الجماهيرية كالاتحاد العام للعمال الجزائريين، والإتحاد الوطني للنساء الجزائريات، والإتحاد الوطني للشبيبة الجزائرية؛ هذه المنظمات غير مستقلة بل تخضع لمراقبة صارمة من طرف النظام، الذي يحول دون تحول مطالبها إلى مطالب سياسية³.

بعد وفاة "هواري بومدين"، ومجيء الرئيس "الشاذلي بن جديد" لتقلد منصب رئيس الدولة بطريقة ما على حد قول الدارسين، فُتح المجال للمشاركة السياسية المشروطة، وتمثل ذلك في منح حزب جبهة التحرير الوطني جملة من الصلاحيات، إلا أنه كبل ذلك بتقلده لمنصب الأمين العام للحزب، فالشاذلي بن جديد فتح مجال المشاركة السياسية، لكن أغلقه في نفس الوقت، فلم يترك للأخريين مجالاً للتعبير والتفكير

¹ ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية، ط1، مديرية النشر لجامعة قلمة، الجزائر، 2006، ص176.

² نفس المرجع، ص ص93-94.

³ سعاد بن قفة ونور الدين زمام، المرجع السابق، ص145.

عن آرائهم. من جهة أخرى تختلف السياسة التنموية المنتهجة خلال فترة حكم "الشاذلي بن جديد" عن السياسات السابقة، لأنها أسست على مبادئ وقيم الليبرالية واقتصاد السوق، إلا أن هذه الإستراتيجية لم تحقق تنمية تذكر للبلاد، بل زادت نسبة البطالة والتشرد والفقر، ووقعت البلاد في أزمات مختلفة¹. هذا ما أدى إلى تفجير الأوضاع وخروج الشعب إلى الشارع احتجاجًا على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في 5 أكتوبر 1988.

1-2 المشاركة السياسية في مرحلة ما بعد تعددية الحزبية

بعد أحداث أكتوبر 1988 تم فتح المجال للتعددية الحزبية، من خلال دستور 1989 الذي أعطى حرية التعبير لمختلف التيارات، فتمخضت عنه العديد من الأحزاب السياسية، والتي كانت تتفرع جميعها من أحد فروع الأيديولوجية الثلاثة: وطني، إسلامي، وفرنكوفوني. فتأثر البرلمان بالانتماءات الحزبية الجديدة، حيث وصل عدد الأحزاب في الجزائر الى ما يقارب 40 حزبًا. وأسفر هذا الوضع عن ممارسة أشكال مختلفة من المشاركة السياسية، أبرزها جمعيات مدنية، نقابات، إضافة إلى عدة جرائد خاصة مستقلة. ورغم كل هذا التغيير فقد سيطرت مؤسسة الرئاسة على الحياة السياسية في البلاد، من خلال سيطرتها على الحزب وقيامها بالدور التشريعي الى جانب المجلس الشعبي، مثلما سيطرت على وسائل الإعلام "السمعية البصرية" التي سخرت لنشر أيديولوجية الحزب الواحد.

أجريت أول انتخابات تشريعية تعددية بتاريخ 26 ديسمبر 1991، وبلغ عدد الأحزاب المشاركة 49 حزب، إضافة الى المرشحين الأحرار، يتنافسون جميعًا على 430 مقعدًا، وأفرزت الانتخابات التشريعية عن فوز الجبهة الإسلامية للإنقاذ بـ 188 مقعدًا، واحتلت جبهة القوى الاشتراكية المرتبة الثانية بخمسة وعشرون مقعدًا، في حين عادت المرتبة الثالثة لجبهة التحرير بـ 16 مقعدًا، وكانت المرتبة الرابعة للأحرار بـ 3 مقاعد، أما باقي الأحزاب المشاركة في الانتخابات فقد كانت نتيجتهم سلبية². هنا يمكن القول أنه بالرغم من توسيع مجال المشاركة السياسية، بميلاد نسق سياسي تعددي، إلا أنها ظلت مفرغة من محتواها، فلا تعمل على تجسيد الفعل الديمقراطي، وخير دليل على ذلك، هو إلغاء نتائج الانتخابات التشريعية التي أفرزت نجاح حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ، من طرف الحاكم الفعلي في الجزائر في تلك الفترة، ألا وهو المؤسسة العسكرية.

¹ ناجي عبد النور، المرجع السابق، ص 179.

² نفس المرجع، ص ص 180-181.

وبعد سلسلة القرارات، التي أدت إلى توقيف المسار الانتخابي، دخلت البلاد في مرحلة العنف السياسي لتشهد الجزائر ظاهرة الإرهاب، وانتهت تلك الفترة بإزاحة قوة وجلب أخرى بحجة إخراج البلاد من الأزمة، ومن بين هؤلاء، والذي استمر وجوده في ضفة الحكم لفترة معتبرة "اليمين زروال"، الذي تميزت عهده بنجاح حزب التجمع الوطني الديمقراطي. حيث تميزت الانتخابات التشريعية التعددية الثانية التي أجريت في جوان 1997 بارتفاع نسبة المشاركة الى 65.6% من مجموع المسجلين، وتحصل بموجبها التجمع الوطني الديمقراطي على أغلبية مقدر بـ 155 مقعدا من جملة 380 مقعد؛ مما يدل على أن هذه الانتخابات لا تعكس أي تيار سياسي، كما أن فوز حزب التجمع الوطني الديمقراطي حديث الميلاد بأغلبية المقاعد مقارنة بالأحزاب الأخرى، التي تحظى بتأييد وقاعدة شعبية واسعة، هو دليل على عدم فعالية المشاركة السياسية في تلك الفترة¹.

1-3 المشاركة السياسية في مرحلة حكم بوتفليقة

بعد استقالة الرئيس "زروال" أجريت الانتخابات الرئاسية لسنة 1999 والتي عرفت تغطية إعلامية سمحت بتوضيح الرؤى، لكن ما أعيب عنها من طرف المرشحين، أنها انحازت لشخص المرشح الخُر "عبد العزيز بوتفليقة"، هذا ما دفعهم للانسحاب عشية إجراء الانتخابات، ورغم هذا أجريت الانتخابات وأسفرت عن مشاركة قدرت بـ 60.25% وتحصل فيها "بوتفليقة" على نسبة 73.79%. وركز في عهده الأولى على محاولة إحلال الأمن من خلال قانون الوئام المدني واستجابت الطبقة السياسية والمجتمع المدني لمبادرة الرئيس عن طريق الاستفتاء الشعبي حول قانون الوئام المدني، وبلغت نسبة المشاركة فيه 85%. وبعدها أجريت الانتخابات التشريعية التعددية لسنة 2002 في إطار قانون انتخابي معدل، يضمن الحياد للإدارة ويزيد من فعالية الرقابة السياسية، وبدأت الحملة الانتخابية في ظروف استثنائية مرت بها البلاد، نتيجة أحداث منطقة القبائل، وفي ظل مقاطعة حزبين لها هما حزب "جبهة القوى الاشتراكية"، حزب "التجمع من أجل الثقافة والديموقراطية". وما ميز هذه الانتخابات هو انخفاض نسبة المشاركة، التي بلغت 46.09% في مجموع 46 ولاية من أصل 48، حيث قدرة النسبة في ولاية بجاية بـ 2.5% الى جانب مقاطعة شبه كاملة بولاية تيزي وزو فلم تتجاوز نسبة المشاركة 1.5%، مما اضطر وزارة الداخلية الى غلق العديد من مكاتب الاقتراع، التي هاجمها المتظاهرون وذلك بإيجاز من ممثلي العروش².

¹ بشير كاشة الفرحي، الانتخابات التشريعية والرئاسية في ظل التعددية الحزبية: دراسة تحليلية ونصوص قانونية، ط1، دار الأفاق الجزائر، 2003، ص 13-14.

² سعاد بن قفة ونور الدين زمام، المرجع السابق، ص 150-151.

أما في العهدة الثانية لـ"بوتفليقة" أجري استفتاء حول ميثاق السلم والمصالحة الوطنية في 2005 وبلغت نسبته 97.04%، وكان من المفروض أن تنتهي تلك عهدة في 2008، وتوقع الجزائريون أن يسلم "بوتفليقة" مفاتيح الحكم، لحيل جديد يأخذ على عاتقه تطوير البلاد؛ لكن بذل ذلك طالب الرئيس بتغيير الدستور وفتح العهود، وأجريت الانتخابات الرئاسية لسنة 2009 والتي شهدت نسبة 74.1% من المشاركة، وفاز بها "بوتفليقة" ليكون أول رئيس جزائري يحكم ثلاثة عهود؛ بعدها أجريت عدة انتخابات أخرى محلية وتشريعية والتي سجلت في مجملها نسب متدنية من المشاركة؛ واستمر "بوتفليقة" في الحكم، على الرغم من إصابته بوعكة صحية في 2013، استدعت غيابه 81 يوماً عن ساحة السياسة. وظل الشعب طول تلك الفترة لا يعرف شيئاً عن الرئيس بسبب شح المعلومات وتكتم الحكومة، حينها طالبت المعارضة، بإعلان شغور منصب الرئيس، إلا أنّ تلك الأصوات لم تجد من يسمعها، وهناك خرجت مسيرات لنشطاء وطلاب ضيقت السلطات عليهم، لغاية حدوث ما كان غير متوقع، وهو ترشح "بوتفليقة" لعهد رابعة على الرغم من وضعه الصحي وفقدانه القدرة على الحركة والكلام. لكن محيطه حاول إقناع الشعب بأن القدرات العقلية لرئيس ممتازة، فأحس أغلبية الشعب بالإهانة وهم يشاهدون حملة انتخابية يغيب عنها المعنى بالترشح¹. وأجريت الانتخابات الرئاسية لسنة 2014 رغم المعارضة والاحتجاجات حيث قدرة المشاركة فيها بنسبة 50.7% وهذه النسبة هي مؤشر عن حالة التذمر من الوضع القائم ومن جهة أخرى عن العزوف السياسي للمواطن الجزائري²؛ عزوف وصل إلى حد إنكار شرعية النظام في البلاد، وأصبح ذلك العزوف تقليداً سياسياً يتكرر في كل مناسبة، سواء العزوف عن المشاركة في التظاهرات السياسية، أو عن الانخراط في الأحزاب السياسية التي أصبح يراها المواطن مؤسسات شكلية للمعارضة وليست في صالح الشعب، فالفساد الذي زاد من سخط المواطن على السلطة في مقابل تردي أوضاعه الاجتماعية، إضافة إلى ترشح "بوتفليقة" لعهد خامسة رغم تدهور حالته الصحية، كانت أسباب أساسية لاحتقان الشعب الجزائري وخروجه في 22 فبراير 2019 للشوارع مطالباً بإلغاء الانتخابات الرئاسية ورفض العهدة الخامسة لـ "بوتفليقة" وصاحبها توسع في المطالب الاجتماعية والاقتصادية³.

¹ علي جيجي، إيمان عويمر، 20 عاماً من حكم بوتفليقة... بدأ بإطفاء الجمره وانتهى باختفاء "مضلل"، موقع independent عربي، تاريخ الإثارة

2021/09/18، متاح على الرابط: [20 عاماً من حكم بوتفليقة... بدأ بإطفاء الجمره وانتهى باختفاء "مضلل" | اندبندنت عربية \(independentarabia.com\)](http://independentarabia.com)، تم تصفحه في 2021/10/02.

² مراد بن سعيد، الانتخابات الرئاسية الجزائرية تراجع أم تقدم، المجلة العربية للعلوم السياسية، ع43-44، الجامعة العربية للعلوم السياسية، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، 2014، ص49.

³ فريد بغداد، الاستفتاء على الدستور الجزائري قراءة في التحولات المشهد السياسي، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الإثارة 2020/10/27. متاح على

الرابط: [الاستفتاء على الدستور الجزائري : قراءة في تحولات المشهد السياسي - المركز الديمقراطي العربي \(democraticac.de\)](http://democraticac.de)، تم تصفحه في 2021/10/11

1-4 المشاركة السياسية في مرحلة ما بعد الحراك الشعبي

جاءت انتخابات 12 ديسمبر 2019 الرئاسية في سياق يتسم باستقطاب حاد في الرأي العام الجزائري، بين مؤيد دعوة المؤسسة العسكرية للذهاب إلى انتخابات الرئاسية بوصفها الحل الأمثل للأزمة السياسية الراهنة ومعارضيهما بحجة أن الظروف التي سبقت تنظيمها لا تسمح بتنظيم انتخابات نزيهة وشفافة، خاصة في ظل يقاء بعض أفراد الحكومة السابقة، وفي ظل التضيق المنتهج على الاعلام المستقل، علاوة على استمرار الاعتقالات في صفوف الحراك الشعبي، في مقابل كان مؤيدو الانتخابات يحاجون بأن إجرائها في موعدها لا يتنافى وروح الحراك الشعبي، ففضلا عن الإنجازات التي تحققت والتي تأتي في مقدمتها استعادة الشعب الفضاء العمومي والقدرة على التأثير سياسيا في خيارات السلطة وقيام لجنة انتخابات نزيهة يمكن الحراك وينبغي له أن يستمر بعد الانتخابات وان يواصل ممارسة الضغط على السلطة من اجل إصلاحات اعمق واشمل¹.

كما تجلى منطوق رفض الانتخابات في مقاطعة أحزاب سياسية تقديم مرشحين عنها للانتخابات، وتعلق الامر بالحزبين الاسلاميين "حركة مجتمع السلم" و"جبهة العدالة والتنمية"، فضلا عن حزب "الديمقراطي الاجتماعي" و"التجمع من اجل الثقافة والديمقراطية"، أضف إلى ذلك شخصيات سياسية وطنية عديدة قاطعت الترشح لهذه الانتخابات. رغم كل هذا تم إجراء الانتخابات وبلغت النسبة الكلية للمشاركة فيها 39.83%، وقد أسفرت النتائج عن فوز "عبد المجيد تبون" بنسبة 58.38%، وتباينت نسبة المشاركة بين الولايات بين نسب معتبرة وأخرى متدنية جدا باستثناء ولايتي بجاية وتيزي وزو اللتين سجلتا نسباً تقارب 0%، وسجلت باقي الولايات نسباًراوحت 57 و30%، بينما سجلت العاصمة نسبة 19%². من خلال استقراء نتائج هذه الانتخابات يتضح لنا الانقسام الحاد الذي شهده الشارع الجزائري بين مؤيد ومعارض لفكرة الانتخابات في تلك المرحلة، ودرجة العزوف السياسي لدى الشعب الجزائري الذي لازال يمارس سياسة المقاطعة، ويرجع ذلك للسلطة التي مازلت تكتفي بممارس العادات القديمة المتمثلة في تقديم الوعود، الامر الذي أفقد المواطن الثقة في المؤسسات الرسمية وحتى الغير الرسمية وعلى راسها الأحزاب السياسية التي أصبح يحسبها المواطن لصالح النظام. وأجريت بعدها الانتخابات على مشروع الدستور في الأول من نوفمبر 2020، وتلخصت نتائجها في أن نسبة المشاركة بقيت متدنية

¹ عبد القادر قندوز والحاج مبطوش، واقع المشاركة السياسية في الجزائر بعد الحراك الشعبي 22 فبراير 2019 وتحدي بناء الجزائر الجديد، مجلة الرائد في

الدراسات السياسية، مج03، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة ابن خلدون تيارت-الجزائر، نوفمبر 2020، ص77.

² المجلس الدستوري، الإعلان رقم 03/م.د/19 المؤرخ في 19 ربيع الثاني 1441 هـ الموافق لـ 6 ديسمبر 2019، يتضمن نتائج النهائية لانتخاب رئيس الجمهورية.

بحيث حققت نسبة 23.84%، وأسفرت النتائج عن 66.80% صوتوا بنعم، والمصوتون بـ لا بنسبة 33.20%¹، وهذه النتائج تعكس لنا مرة أخرى عن تدني مستوى المشاركة السياسية استمرار الشعب في رفض كل المبادرات السلطة.

وفي 12 جوان 2021 تم إجراء انتخابات تشريعية بموجب قانون الانتخابات الصادر في 10 مارس 2021، وتنافست على مقاعد البرلمان 1483 قائمة، منها 646 قائمة حزبية، و837 قائمة مستقلة²، وهذا ما يعكس الاختلاف الجديد الذي جاء به قانون الانتخابات الجديد، والمتمثل في الإقبال الكبير على الترشح في القوائم الحرة، الأمر الذي يفسر التراجع الكبير في القاعدة الشعبية للأحزاب السياسية، ورغم من ذلك فإن تدني الإقبال على الانتخابات كانت تنذر به الحملة الانتخابية التي عرفت عزوفا شبه كلي عن الحضور الندوات والتجمعات الحزبية مما دفع بعض الأحزاب إلى إلغاء تجمعاتها في بعض الولايات لغياب الجماهير عنها، كما أن المفارقة في هذه الانتخابات هو ما تضمنه قانون الانتخابات الجديد باسئراط المستوى الجامعي بحيث بلغت نسبة المترشحين الحاملين للشهادات الجامعية بـ 88% من حاملي الشهادات الجامعية³.

وأعلنت السلطة المستقلة للانتخابات في 15 جوان 2021 عن نتائج الانتخابات، التي لم تتجاوز فيها نسبة المشاركة حدود 23,03% وهي النسبة الأضعف مقارنة بالانتخابات الرئاسية 2019 (41%)، واستفتاء تعديل الدستور 2020 (23,7%)، حيث كانت نسب المشاركة متفاوتة بحسب الولايات فهناك من الولايات سجلت نسب مشاركة تقارب 0% منها تيزي وزو وبجاية، حتى الجزائر العاصمة التي تتميز بكثافة سكانية بلغت نسبة المشاركة فيها 2,45%، وتجدر الإشارة إلى أن الانتخابات قد شهدت حصول القوائم المستقلة مجتمعة على 78 مقعدا أي ما نسبته 19,1% من مقاعد البرلمان، ويعد هذا تطورا ملحوظا مقارنة بنسب انتخابات السنوات السابقة، غير أنه جاء أيضا أقل من التوقعات نظرا إلى ارتفاع نسبة المترشحين ضمن القوائم المستقلة 54% وتراجع شعبية الأحزاب التقليدية، في مقابل ذلك فإن البرلمان الجديد ضم نسبة معتبرة من الشباب قدرت بـ 34% فضلا عن نسبة كبيرة من حاملي الشهادات الجامعية والمقدرة بـ 75%⁴.

¹ عبد القادر قندوز والحاج مبطوش، المرجع السابق، ص79.

² السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، إحصائيات نتائج انتخابات التشريعية 02 جوان 2021، متاح على الرابط: [Statistiques des élections](http://Statistiques-des-élections)

³ وحدة الدراسات السياسية، انتخابات الجزائر التشريعية: إعادة إنتاج النظام أم خطوة نحوى "الجزائر الجديدة"، (د.ط)، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات،

قطر، 17 يونيو 2021، ص ص04-05.

⁴ السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، المرجع السابق.

من خلال التحليل التاريخي بوضوح تبين لنا أن المشاركة السياسية في الجزائر عرفت مساراً طويلاً كان متعثراً في بدايته منذ تبني الجزائر للتعددية السياسية في دستور 1989، إلى التثوهات التي شابته الممارسة السياسية إبان عهد بوتليقة، الذي جعل نسبة كبيرة من الشعب الجزائري تتخلى عن المجال السياسي كلياً، وصولاً للحراك الشعبي في 2019 الذي كان نتيجة لثلاثة عقود من العزلة السياسية، حيث خرج فيه ما يقارب 24 مليون شخص إلى الشارع. الأمر الذي جعل البعض يعتبر الحراك أكبر عملية مشاركة سياسية عرفت الجزائر، وبرغم من أن المشهد السياسي بعد الحراك الشعبي تغيير بحيث حقق جملة من المطالب التي خرج من أجلها الشعب إلا أن ذلك لم يشفع للسلطة في البلاد، بل لم يقتنع الشعب بهذه التغييرات، ولم تكن بالحافز الكافي الذي يعيد للشعب ثقته بمؤسسات الدولة واستمر في عقلية المقاطعة والعزوف عن المشاركة السياسية وهو ما لخصته نتائج الانتخابات التي تلت الحراك، وبهذا فإن المشاركة السياسية بعد تلك الفترة زادت تدهوراً وتراجعا، ومما لا شك فيه أن التذني المستمر وتراجع دور المواطن الجزائري في العملية السياسية يمثل أزمة حقيقية، هذه الأزمة التي أفرغت وظيفة المواطن كبنية مهمة في البناء الاجتماعي من محتواها، وفي العنصر اللاحق سنحول أن نفصل في أهم أسباب ومظاهر هذه الأزمة.

2- أزمة المشاركة السياسية للشباب الجزائري

تعتبر أزمة المشاركة السياسية في الجزائر من أهم المواضيع التي تحظى بأهمية بالغة لدى صناع القرار نظراً لانعكاساتها المختلفة على النظام السياسي وعلى مصداقيته، وقد تجسدت هذه الأزمة عبر مختلف الاستحقاقات الانتخابية¹ منذ مرحلة ما بعد التعددية الحزبية إلى مرحلة ما بعد الحراك الشعبي؛ إذ لا زال ضعف المشاركة السياسية في الجزائر بصفة عامة ومشاركة الشباب بصفة خاصة من المواضيع التي تشغل بال المسؤولين الجزائريين في كل استحقاق انتخابي بالرغم من كل الجهود المبذولة من طرف مختلف الفاعلين الرسميين والغير رسميين من وسائل اعلام كالتلفزيون والإذاعة وغيرها، وكذا مؤسسات المجتمع المدني لتفعيل وإرساء مشاركة الشباب في حياة السياسية، إلا أن عزوف هذه الفئة عن المشاركة السياسية ما يزال قائم في المجتمع الجزائري، وفيما يلي سنعرض أهم مظاهر هذه الأزمة إضافة إلى تبين أهم المعوقات التي تحول دون مشاركة الشباب الجزائري في اتخاذ القرارات السياسية أو ممارسة النشاطات ذات علاقة بالسياسية.

¹ عبد القادر قندوز والحاج مبطوش، المرجع السابق، ص 75.

2-1 مظاهر أزمة المشاركة السياسية للشباب الجزائري

يمكن أن نعدد مظاهر عزوف الشباب الجزائري عن المشاركة السياسية من خلال منظرين أولهما له علاقة مباشرة بنظام السياسي الجزائري والثاني له علاقة بالشباب الجزائري في حد ذاته.

2-1-1 المظاهر التي لها علاقة بالنظام السياسي الجزائري

تتمثل أهم مظاهر ضعف المشاركة السياسية لدى شباب الجزائري والتي لها علاقة مباشرة بالنظام الجزائري في:

- محاولة إقناع النظام السياسي الجزائري المواطن بنوع من المشاركة السياسية المؤطرة والظرفية، وهو ما يمكن استنتاجه بتتبع مسار العملية الانتخابية التشريعية في الجزائر؛ إضافة إلى مشاركة شكلية غير فعالة من قبل القوى السياسية حيث لا تظهر الأحزاب إلا أثناء العملية الانتخابية بهدف تأدية أدوار معينة أو الحصول على الربح الانتخابي.
- الحفاظ على الوضع القائم سواء في المؤسسات غير الرسمية كالأحزاب والجمعيات وغياب التداول على السلطة في حياتها الداخلية أو في المؤسسات الرسمية، بقاء نفس الأشخاص والسياسات.
- غياب التطابق بين المبادئ الإيديولوجية ومواقف النظام السياسي الجزائري وبرامجه مع الممارسات السياسية الملموسة التي صاحبها تفشي الفساد الإداري والسياسي.
- إبعاد النخب الحقيقية عن مراكز القرار الفعلي، بمشاركة في الانتخابات التشريعية حتى لا يتطور تهميشها الى نوع من المعارضة¹.
- المحاولات العديدة التي يمارسها النظام السياسي الجزائري لإضفاء مسحة من الشرعية الوطنية في الداخل، والشرعية الدولية على المؤسسات السياسية الرسمية.
- حصر النظام السياسي الجزائري واجبات الأفراد السياسية في المشاركة في الاستحقاقات الاجتماعية والانتخابات، دون التركيز على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية. وبهذا اتخذت المشاركة السياسية شكل التعبئة بغرض خلق مساندة دون أن تعبر عن مشاركة حقيقية نابعة من اهتمام المواطن بما يجري في المجتمع المدني والحياة السياسية.
- سياسات النظام المختلفة خاصة تلك التي اعتمدت في فترة الاشتراكية في الجزائر ساهمت في تفشي المفهوم السلبي للمواطنة الذي رسخ لمفهوم المواطن المطالب للحقوق والممتنع عن أداء الواجبات².

¹ أحمد الدين وآخرون، الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية، (د.ط)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 2009، ص71.

² منير مباركية، مفهوم المواطنة في الدولة الديمقراطية المعاصرة وحالة المواطنة في الجزائر، (د.ط)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 2013، ص26.

- قناعة النظام السياسي في الجزائر أنه وفر كل حقوق المواطنين، وهذا الأخير هو المقصر في أداء واجباته.
- عدم فعالية المؤسسة التشريعية الجزائرية، وعدم استجابتها لتطلعات الهيئة الناخبة، إضافة لغياب النزاهة في بعض الانتخابات، وما ترتب عنها من تفشي الانتهازية السياسية في المجتمع، الأمر الذي أدى لإضعاف المؤسسات الدولة وتكريس اللاتقنة بين المواطن ومؤسسات الدولة المنتخبة، حيث عجزت هذه الأخيرة عن تلبية احتياجات المواطنين وتحقيق تطلعاتهم¹.
- زيادة تعمق وتراكم المشاكل في الجزائر الناتجة عن أداء النظام السياسي اتجاه العديد من المشكلات، وعدم التسليط الضوء عن مسبباتها التي يمكن من خلالها إيجاد الحل، كذلك الوضع مع المشاركة السياسية التي يكتفي بالحديث عن أعراض الناتجة عن عدم مشاركة المواطنين فيها دون الحديث والبحث في الأسباب الحقيقية وراء هذه الأزمة².

2-1-2 المظاهر التي لها علاقة بالشباب الجزائري

يعتبر سلوك المواطن الجزائري عامةً وسلوك الشباب خاصةً اتجاه العملية السياسية ردة فعل عن ممارسات النظام السياسي والسلطة السياسية الحاكمة، ولكن هذا لا ينفى تسليط الضوء على بعض الممارسات والسلوكيات التي تحمله مسؤولية تردى الوضع السياسي في الجزائر، ومن هم هذه الممارسات والسلوكيات نذكر:

- عزل الشباب الجزائري نفسه عن المشاركة في الحياة السياسية بشكل إرادي وعن وعي، رغم الحملات الكبيرة للتوعية بضرورة المشاركة التي يقوم بها النظام السياسي الجزائري ومختلف الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية لدفع الشباب نحو المشاركة. ويرجع ذلك العزوف لسيطرة الشيوخ على المناصب القيادية وبالتالي غياب التجديد والحيوية لتحريك العمل السياسي.
- عدم المشاركة في الانتخابات ومقاطعتها في بعض الأحيان (ضعف الإقبال على ممارسة الانتخابات) وضعف المشاركة في أوجه النشاط الاجتماعي الأخرى وفي المجالات غير السياسية للحياة الاجتماعية، ومثل هذه المشاركة تؤثر في اتجاهات الشباب والنظام السياسي والعملية السياسي³.

¹ سراج أبو الذهب طيفور، لماذا يقاطع الجزائريون الانتخابات؟ ثقافة مجتمع أم أزمة نظام سياسي، مجلة دراسات إستراتيجية، ع04، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، (د.م)، جويلية، 2007، ص11.

² منير مباركية، المرجع السابق، ص27.

³ سليم قيرع، أزمة المشاركة السياسية وانعكاساتها على البناء المؤسسي في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان -عشور- الجلفة-الجزائر، جوان 2012، ص260.

- عدم استغلال القنوات القانونية والسياسية المتاحة استغلالا يفيد في عملية التغيير السلمي، وتشي الاستغلال السلبي وسوء التنظيم والتسيير خاصة فيما يخص الجمعيات والأحزاب السياسية. وبالرغم من أن المجتمع المدني في الجزائر يسبق في الظهور الدولة الجزائرية بالمفهوم المعاصر، إلا أن المجتمع المدني ما بعد العشرية السوداء في الجزائر ميزته الفوضى وقلة التنظيم، مما جعله يخسر مكتسباته الإيجابية التي ترسخ الثقافة مدنية التي كان من الممكن أن يكون لها دور فعال في الحياة الاجتماعية والسياسية بالضرورة، وترسخ لمفهوم المواطن الفعال، الذي يعرف متى يطالب بحقوقه، ويؤدي ما عليه من واجبات.
- انتشار السلبية واللامبالاة بين الشباب الجزائري مما أثر على تطور المجتمع وتنمية قدراته خاصة على السعيد السياسي.
- تشكيك المبالغ في كل الأنشطة والمعلومات السياسية الصادرة من المؤسسات السياسية في بلاد، كنتائج الانتخابات والاستفتاءات، الخطابات السياسية، إضافة إلى التشريعات الصادرة من المجلس النواب بالبرلمان..، كلها دفعت الشباب الجزائري لعدم المشاركة السياسية
- تراجع ثقافة الحوار داخل المجتمع الجزائري وخاصة بين فئة الشباب وتغلب الطابع الفردي في الحياة اليومية على العمل الجماعي¹.

وفي الأخير تجدر الإشارة إلى أن هذه المظاهر يمكن تعميمها على كل المراحل السياسية التي تلت التعددية الحزبية، حيث تميزت هذه الفترة باتساع مجال المشاركة السياسية للشباب الجزائري من خلال تعدد قنوات وأشكال المشاركة السياسية في الجزائر بصفة عامة كما بينا سابقا، إلا أنه يوجد اختلافات طفيفة في بعض المراحل نتيجة للظروف التي مرت بها البلاد (فترة العشرية السوداء) ولطبيعة الانتخابات أو الأحداث السياسية.

2-2 العوامل التي تحول دون المشاركة السياسية للشباب الجزائري

تعتبر عملية المشاركة السياسية للشباب الجزائري على العديد من الإشكالات والمعوقات التي تحول دون تحسين العمل السياسي وتؤخر تجربة المشاركة السياسية أو تفرغها من مضمونها في بعض الأحيان، ومن هذه المعوقات ما له علاقة بعوامل سياسية قانونية، ومنها من له علاقة بعوامل اقتصادية واجتماعية، بالإضافة إلى ما له علاقة بعوامل فكرية، وهي ملخصة بهذا الترتيب في النقاط التالية:

¹ محمد نور البصراي، دور التمكين السياسي للشباب في فاعلية التنمية السياسية في مصر، مجلة جيل للدراسات السياسية والعلاقات الدولية، ع05، مركز جيل للبحث العلمي، (د.م)، مارس 2016، ص30.

1-2-2 العوامل السياسية والقانونية

- انعدام مناخ سياسي عام مشبع بثقافة الديمقراطية وحقوق الإنسان وشيوع ثقافة الاستبداد والتسلط داخل البيئة السياسية الجزائرية، فالتسلطية تحرم الحريات العامة كحرية التعبير، كما تحرم المواطنين من الانتخابات نزيهة، فهذه العوامل تزيد في حرمان الشباب الجزائري من المشاركة والتمثيل.
- ضعف الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني الجزائري وتغييب دور الشباب فيها، الأمر الذي يساهم في تهميش مشاركة الشباب في الحياة السياسية.
- غياب الرؤية المنهجية عند صانعي القرار السياسي لحل مشاكل المشاركة السياسية للشباب.
- عل الرغم من التعديل التشريعي الحاصل في الكثير من الدساتير والمواد القانونية في الجزائر إلى أن التشريعات الخاصة بالمشاركة السياسية مازالت تقتصر إلى تحديد ميكانيزمات وآليات وسبل تحسين وحماية مشاركة الشباب في العمل السياسي¹.
- ضعف مشاركة الشباب الجزائري سياسياً وضعف انخراطه بالأحزاب السياسية يحرمه من فرصة التدريب على العمل السياسي والتعرف على الساحة السياسية ويقلل من فرص بروز قيادات شبابية.
- تمارس التنشئة السياسية من خلال وسائطها دوراً سلبياً على المشاركة السياسية للشباب الجزائري حيث لم تستطع هذه الوسائط (الأُسرة، المدرسة، الإعلام) خلق جو مشجع وملائم لممارسة النشاط السياسي.
- الإحساس بعدم جدوه المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري في ظل وجود ديمقراطية شكلية وانتخابات غير نزيهة. إضافة إلى انتشار الفساد السياسي والإداري والمالي².

2-2-2 العوامل الاقتصادية واجتماعية

- ارتفاع نسبة البطالة بين الشباب الجزائري، الأمر الذي يجعلهم لا يملكون الثروات التي تمكنهم من خوض العمليات الانتخابية وتوفير الغطاء المالي للحملات الانتخابية.
- تأثير كل أشكال الفقر والبطالة على توجهات الشباب الجزائري السياسية ما يدفعه إلى التفكير في أولوية الجانب الاجتماعي والاقتصاد على الجانب السياسي³.

¹ العبد بوعافية والحاج بلقاسم، معوقات المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية وآليات الحد منها: دراسة تحليلية، مجلة المعيار، ع62، جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية-قسنطينة، الجزائر، 2021، ص919.

² محمد لمين لعجال أعجال، المرجع السابق، ص246.

³ Issam Fares, A Generation on the Move: Insights into the Conditions, Aspirations and Activism of Arab youth, American University of Beirut, Lebanon, 2011, p17.

- التقلبات الاقتصادية وضعف مستويات النمو الاقتصادي في الجزائر حيث تعتمد هذه الأخيرة على المداخل النفطية، ما يجعلها رهينة تقلبات سوق النفط الدولي، وهذا ينعكس على التوجهات السياسية للشباب الجزائري بالنظر لشح الفرص الاقتصادية التي تتيح له التفرغ للعمل السياسي. بالإضافة إلى تذبذب وضعف الدعم المادي لتبني السياسات والبرامج الشبابية، وتطويرها.
- هيمنة العقلية القبلية العشائرية والطائفية في بنية المجتمع الجزائري خاصة في بعض المناطق الداخلية للوطن، مما يعطيه طابع المجتمع الأهلي وليس المجتمع المدني، حيث تزداد الصعوبات التي تعرقل وصول الشباب إلى مراكز صنع القرار.
- عدم تطابق محتوه المقررات التعليمية والمناهج الدراسية مع متطلبات الشباب واحتياجاتهم بالإضافة إلى عدم قدرتها على خلق شاب مثقف سياسياً، (غياب الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري)¹.

2-2-3 العوامل الفكرية

- انحسار وإفلاس التيارات الفكرية التي كانت سائدة على مدار عقود في الجزائر، مثل التيار الاشتراكي، والذي كان متواجد بكثرة في الستينات والسبعينات من القرن الماضي، بالإضافة إلى التيار الديني بتفرعاته المختلفة سواء الأحزاب والتنظيمات ذات التوجه الديني المعتدل أو الجماعات التي تستعمل العنف كأسلوب لفرض أفكارها وتوجهاتها².
- التبدل الفكري الموجود في المجتمع الجزائري أثر بالسلب على المشاركة الشبابية في المجال السياسي، فالتراث الثقافي الجزائري الذي مازال قائماً على أسس الثقافة البدوية والقبلية في بعض مناطق الوطن، إضافة إلى أسس إقصاء الغير وعدم احترامه، كلها عوامل مبطئة لتحرير الفكر الشبابي على الرغم من التطور العلمي والتكنولوجي.
- شيوع ظاهرة الاغتراب السياسي لدى الكثير من الشباب الجزائري من خلال شعورهم بالعزلة عن المشاركة الحقيقية الفعالة في صنع القرارات المصيرية لبلد، وكذا المتعلقة بمصالحه، بالإضافة إلى الشعور باليأس من المستقبل على اعتبار أن رأيه لا يسمعه أحد وإن سمعه فلا يؤخذ به³.
- الانقسام الفكري للمجتمع الجزائري بين ثنائية التقليدي والحداثي وبين ثنائية الإسلامي والعلماني، وهو أحد العوامل الفكرية المعرقلة لمشاركة سياسية فعالة للشباب الجزائري حيث سببت هذه القطبية إحداث

¹ تهايمي عثمانى، البيئة المدرسية ودورها في عملية التنشئة السياسية في الجزائر، مجلة الحقيقة، ع38، جامعة أحمد درابا-أدرار-الجزائر، 2016، ص148.

² سناء كاظم كاطع، المنطلقات الفكرية للحركات الإسلامية الجزائرية وجدلية العلاقة مع النظام السياسي، مجلة دراسات دولية، ع45، مركز الدراسات الدولية جامعة بغداد، العراق، سبتمبر 2010، ص83.

³ نور الدين بكيس ونوال رزاقى، المواطن الجزائري من الاغتراب الاجتماعي الى السياسي، مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع34، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، جوان 2018، ص465.

شرح على مستوى الفكر الجزائري خصوصا شريحة الشباب وذلك من خلال محاولة كل طرف الاستئثار بالسلطة وإقصاء الطرف الآخر وإضعافه مهما كانت الوسائل المستعملة في ذلك¹.

3- آليات تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري

كما هو مبين في العناصر السابقة فإن الشباب الجزائري يواجه حواجز تتعارض مع مشاركتهم في عملية صنع القرارات السياسية والاجتماعية، وبالتالي يجب عليهم إنشاء وسائل مبتكرة لكسر تلك الحواجز ووصولهم إلى حقوقهم المدنية من جهة، ويجب على النظام السياسي الجزائري أن يوفر بعض المتطلبات لتحسين الآليات الموجودة مسبقا ولزيادة فاعليتها، بالإضافة إلى استحداث آليات جديدة، لتفعيل مشاركة هذه الفئة في الحياة السياسية من جهة أخرى، وفيما يلي عرض لأهم هذه المتطلبات والآليات:

3-1 الآليات التقليدية لتفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري

3-1-1 الأحزاب السياسية

يجب أن تعمل الأحزاب السياسية الجزائرية من خلال أعضائها على الإغواء والاستقطاب للطاقت الشبابية من أجل خلق الديناميكية المثلى في عملية التطوير الاجتماعي الشامل، الذي يبدأ بتطوير الأفكار السياسية لهذه الأحزاب، وعبر تجديد دمائها بإطلاق أيدي الشباب في تقلد المسؤولية داخلها، والذي من الضروري أن يكون فعلا متواصلا ليتواصل وجود الأحزاب نفسها وجودا فاعلا ومؤثرا ومبدعا في الحراك الاجتماعي في ما يتعلق باللعبه السياسية المتطورة نفسها، التي يتفق الجميع اليوم على أنها لا بد أن تكون لعبة ديمقراطية حتى تواكب العصر بشروطه الحضارية، أي بالأداء السياسي الذي يناضل من أجل رفعة حقوق الإنسان الشاملة ويفرض واقع الحال على كل من يتقلد موقع المسؤولية داخل الأحزاب السياسية الجزائرية على تبني برامج توعية للشباب من أجل دفعه للانخراط وبشكل واع في الواقع السياسي².

وذلك عبر تنمية الرغبة لدى الشباب الجزائري في المشاركة السياسية وهو هدف يمكن الوصول إليه من خلال تربيته سياسيا وتشجيع تدابير الإجراءات الإيجابية مثل الحصص المخصصة للشباب ضمن الأحزاب السياسية: فثمة عرف لدى بعض الأحزاب السياسية الجزائرية بتخصيص مقعد في مجلس الحزب لممثل عن جناح الشباب. في حين تتيح أحزاب أخرى لقيادة الشباب حق التصويت في الهيئة التنفيذية

¹ بن حليلة صحراوي، الحركات السياسية الدينية في الجزائر بين القطعية والاستثمارية: مقاربة خلدونية في تمثيلات السلطة والتغير الاجتماعي أستاذة جامعة تيارت نموذجا، مذكرة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران-الجزائر، 2010-2011، ص104.

² آية عبد الله أحمد النوبهي، آليات تفعيل الشباب في المشاركة السياسية، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الإتاحة 2014/06/08، متاح على الرابط: www.democraticac.de، تم تصفحه في 2021/10/15

الوطنية للحزب، أو في الجمعيات المحلية. وهذا يمنح الشباب صوتاً ويتيح الفرصة لتعبئة الدعم للمرشحين الشباب ولقضايا الشباب الجزائري¹.

2-1-3 المجتمع المدني

لقد أصبح دور مؤسسات المجتمع المدني يمثل أساساً مهماً في المشاركة السياسية للمجتمع في تحديد أهدافه وتنصيب البرامج التنموية. ومن هنا يتجلى دور مؤسسات المجتمع المدني باعتباره قناة لكل فرد أو مجموعة أو شريحة تربطهم مصلحة أو هدف، يمكن من خلال هذه المنظمات أن يشاركوا باتخاذ القرارات العامة وتنفيذها وتقييمها على اعتبار أنهم جزء لا يمكن تجاهله في المجتمع.

ويأتي دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق المشاركة السياسية من خلال التوعية بعمليات المشاركة والطرق الواجب اتباعها لإيصال أفكار ومطالب الأفراد والتعريف بالالتزامات والواجبات التي تفرضها عملية المشاركة².

وتلعب مؤسسات المجتمع المدني دوراً في ترويج ثقافة المشاركة في الانتخابات، حيث يشعر الأفراد من خلال المجتمع المدني ومؤسساته بأن لديهم قنوات مفتوحة لعرض آرائهم ووجهات نظرهم بحرية حتى لو كانت تعارض الحكومة وسياساتها للتعبير عن مصالحهم ومطالبهم بأسلوب منظم وبطريقة سلمية ودون حاجة إلى استعمال العنف طالما أن البديل السلمي متوافر ومتاح، والحقيقة أن هذه الوظيفة تؤدي إلى تقوية شعور الأفراد بالانتماء والمواطنة وبأنهم قادرون على المبادرة بالعمل الإيجابي التطوعي دون قيود، بل تشجعهم الحكومة على التحرك المستقل بحرية³.

3-1-3 وسائل الإعلام التقليدية

إذا كانت المشاركة السياسية هي عنصر حيوي من العناصر التي تقوم عليها عملية التنمية السياسية في المجتمع، فإن ذلك يعني أن وسائل الإعلام تستطيع أن تسهم بدورها في دفع المواطنين نحو المزيد من المشاركة في الواقع السياسي وإقناعهم بالتخلي عن السلبية التي أصبحت سمة مميزة لغالبية أفراد المجتمع ممن يطلق عليهم "الأغلبية الصامتة" التي لا تؤثر في الأحداث السياسية في المجتمع ولا

¹ برنامج أمم المتحدة الإنمائي، ترجمة أيمن حداد، تحسين المشاركة السياسية للشباب على امتداد الدورة الانتخابية: دليل الممارسات السلمية، سبتمبر 2021، ص28، متاح على الرابط: [تحسين المشاركة السياسية للشباب على امتداد الدورة الانتخابية | برنامج الأمم المتحدة الإنمائي\(undp.org\)](http://undp.org) ، تم تصفحه في 2012/10/15.

² آية عبد الله أحمد النويهي، المرجع السابق.

³ أحمد سعيد تاج الدين وعبد الحميد نشوى، **الشباب والمشاركة السياسية**، (د.ط)، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة-مصر، 2010، ص32.

تتفاعل مع هذه الأحداث، وبالتالي فهي مجموعة ليس لها دور في إيجاد حالة الحراك السياسي التي تتطلبها عمليات التغيير السياسي في أي مجتمع يرغب في تحقيق تنمية سياسية حقيقية.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً وفاعلاً في تشكيل سياق التحول السياسي في المجتمعات المختلفة، فهي تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع وبين الصفوة والجمهير، فإن لوسائل الإعلام قدرة مهمة في تشكيل المدركات السياسية للأفراد من خلال تزويدهم بالمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية، وتركيز إدراكهم لأهمية هذه القضايا، وفقاً لما تقدم من مضامين في تفسير وتحليل الأحداث وترتيب أولوياتها. وقد تعددت التأثيرات الخاصة بوسائل الإعلام على المجال السياسي، وأهم هذه التأثيرات: نشر الوعي السياسي لدى المواطنين-تدعيم دور المعارضة السياسية-تدعيم دور القطاع الخاص¹.

3-2 الآليات المستحدثة لتفعيل المشاركة السياسية للشباب الجزائري

3-2-1 برامج مبتكرة لإعلاء أصوات الشباب

الشباب الجزائري ليسوا مجموعة متجانسة، وبالتالي هناك حاجة لدعمهم في تطوير تدابير مبتكرة تضمن صوتهم وخياراتهم في كسر الحواجز. ويمكن تحقيق ذلك من خلال ما يلي:

- تطوير برامج مبتكرة تدعم أصوات الشباب وخياراتهم، وبالنظر إلى حاجز قلة أو عدم وجود نماذج يحتذى بها للشباب الجزائري، يجب أن تحفز مثل هذه المبادرة اهتمامهم بالمشاركة في العمليات السياسية والانتخابية. والأهم من ذلك، أنه يجب أن تكون المبادرة عملية وترتبط بشكل مباشر بالمشاركة في العملية السياسية بالتنمية من خلال معالجة المشكلات الاجتماعية الحقيقية التي يمر بها الشباب الجزائري يومياً.

- تطوير حملات إعلامية خاصة بالشباب حول الديمقراطية والحقوق والقيم الديمقراطية، والتي تهدف إلى تشجيع الشباب الجزائري على المشاركة في أنشطة سياسية².

- تعزيز قدرات المنظمات الشبابية في جزائر على تنظيم جولات ترويجية حول العمليات الانتخابية مثل تسجيل الناخبين. ولكي يستخرج الشباب قيمة في هذه الجولات، يجب أن يفهموا الأهداف المحددة منها، وأن يكونوا على دراية بالإطار التنظيمي وخطوات التخطيط اللازمة لإجرائها، ومعرفة كيفية

¹ آية عبد الله أحمد النويهي، المرجع السابق.

² هيكل الحكم الإفريقي (AGA)، دليل مشاركة الشباب في العمليات السياسية والانتخابية في إفريقيا، ص 68. متاح على الرابط: [دليل مشاركة الشباب في العمليات السياسية والانتخابية في إفريقيا](#)، تم تصفحه في 2021/10/15. <https://au.int/sites/default/files/documents> ...

تنفيذ الأنواع المختلفة من العروض الترويجية، وأن تكون لديهم معرفة بخيارات تقييم فعاليات الحملة الترويجية وتنظيم فعاليات المتابعة لزيادة فعاليتها وتأثيرها. وعندما تقيم هيئات إدارة الانتخابات شراكات مع الشباب في عمليات التوعية، فإن الاستفادة من هذه الابتكارات توفر حوافز للشباب للمشاركة في العمليات الانتخابية.

- إدخال العناصر التي تستخدم المنصات الإعلامية الحديثة (الانترنت) لإعلاء أصوات الشباب. فتواصل عبر الانترنت أصبح يوفر إمكانيات هائلة للشباب كزيادة معارفهم ومعلوماتهم في كل المواضيع بما فيها المواضيع والقضايا السياسية، وبهذا يقع على عاتق المؤسسات والهيئات السياسية في الجزائر تطوير استخدامهم للانترنت للتواصل مع الشباب والعمل على دمجهم في النظام السياسي، وكذلك تحويل المشاركة الافتراضية للشباب من مواقع الانترنت إلى مشاركة فعلية على أرض الواقع¹؛ كما تساعد منصات الوسائط الاجتماعية مثل الفيسبوك ويوتيوب وتيك توك.. والرسائل النصية والمدونات الشباب الجزائري على أن يكونوا صانعي سرد العمليات السياسية التي تجرى في الجزائر.

3-2-2 الفنون الإبداعية

كانت الفنون ولا تزال حاسمة لكسر الحواجز، سواء كانت تتعلق بالقضايا المتعلقة بالصحة أو الساحة السياسية. الفنون هي أشكال من التعبير تستخدم وسائط مختلفة لاستدعاء الخيال والعمل لسبب راسخ أو لإلهام منظور مختلف للموقف. ويتمثل أحد الجوانب الرئيسية التي تتناولها الفنون في القدرة على تجاوز الاختلافات الثابتة وتوفير ملاذ مشترك يكسر الحواجز. تشمل الأشكال الفنية ما يلي:

- الكلمة المنطوقة (الشعر والكلام والمحتوى الغنائي): خلال الحراك الجزائري، أعطت موسيقى فرقة "ولاد البهجة" ومغني الراب «Soolking» زخماً للحراك الشعبي الجزائري. وكانت كلماتها تدور حول الحرية والعزم على الموت من أجل قضية الشعب الجزائري. ويترتب على ذلك أن الرسائل الخفية التي يتم ترميزها في كلمات الأغاني لها انتشار على نطاق واسع. مما يجعلها دافع مقنع نحو المشاركة في نقد الحياة السياسية ووصف الظروف المعيشية للشباب، فثقافة البوب والراب هي وسيلة تعبير بالنسبة للشباب الجزائري: مثل معظم الشباب على الصعيد العالمي، الذين يعتبرون الموسيقى والأغاني كوسيلة لتوضيح هويتهم والتعبير عن الاستياء إزاء القضايا الاجتماعية والسياسية².

¹ أحمد سعيد تاج الدين وعبد الحميد نشوي، المرجع السابق، ص36.

² هيكل الحكم الإفريقي (AGA)، المرجع السابق، ص69.

- العروض المرئية (الرسم والنحت والصور): على الرغم من عدم استخدام هذا الشكل من التعبير المرئي بشكل شائع في الجزائر، إلا أنه تم استخدامه في بعض الأماكن والساحات في مختلف ولايات الوطن أثناء فترة الحراك، حيث عبر الشباب عن تطلعاتهم الاجتماعية والثقافية والسياسية من خلال فن الرسم على الجدران.
- فنون الأداء (الدراما الساخرة والرقص والتمثيل) يستخدم فنانون هذا الشكل من التعبير الإبداعي في نقل رسائل التوعية السياسية والثقافية والصحية والاجتماعية¹.

في الأخير إن تحرير الشباب الجزائري وتمكينهم سياسياً يتطلب تحقيق شروط معينة تتجه بهم إلى التخلي عن العزوف السياسي وتبعدهم عن الشعور بالاغتراب داخل بلدهم، ولا يمكن تحقيق ذلك دون وجود بيئة داخلية ديمقراطية يحترم فيها القانون ويطبق على الجميع دون استثناء، حيث يكون الضامن الأساسي لتحقيق العدالة الاجتماعية ويفعل دور الشباب ويمكنهم من تحقيق مطالبهم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، إلا أن التحدي الأكبر يتمثل في غرس ثقافة سياسية لدى الشباب الجزائري بقيمة المشاركة السياسية.

¹ هيكل الحكم الاقليمي (AGA)، المرجع السابق، ص70.

IV تنمية المشاركة السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إيجاد فضاء منفتحاً للخوض في الشأن السياسي بكل حرية، ما جعل الشباب يتحررون من أشكال التقليدية للمشاركة السياسية الرسمية نظراً للإجراءات والتدابير القانونية الصارمة المكبلة للحريات، فأنشأوا حسابات على مختلف تلك المواقع، وأطلقوا العنان للخوض في مواضيع الشأن العام وإبداء الرأي فيها بكل الطرائق التعبيرية. ومن هذا المنطلق تبلور شكل جديد من المشاركة السياسية أصبح يطلق عليها المشاركة السياسية الافتراضية، وهي مشاركة سياسية عبر المجال العام الافتراضي، وهو مجال ديمقراطي يضمن لكل رواده إمكانية الحوار، والنقاش، والتفاعل المفتوح، غير محدد بوقت أو مكان أو جنس، والتفاعل عبر هذا الفضاء لا يشترط إلا القدرة على استعمال تقنيات التكنولوجيا الرقمية وتوفر أدواتها المتمثلة في الحاسوب أو الهواتف الذكية. وبهذا مكنت مواقع التواصل الاجتماعي الشباب من أن يصبح رقيباً على قرارات الحكومة من خلال تطبيق الحوكمة المفتوحة، فكم من قرار حكومي استبدل، عندما هاجمته فرق الرقابة الافتراضية على هذه المواقع بقوة الحجة والدليل على عدم فاعليته، مما شجع العديد من مؤسسات المجتمع المدني على تأسيس صفحات في هذه المواقع لمراقبة أداء الحكومات والعمليات الانتخابية الكبرى¹، وفيما يلي سنتناول أهم مراحل المشاركة السياسية الافتراضية للشباب.

1- تنمية الوعي السياسي للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية ثم التصويت السياسي وأخيراً المطالب السياسية ووفقاً لذلك فإن ارتفاع مستوى وعي الشباب بأبعاد الظروف السياسية، الاقتصادية والاجتماعية تعد من المتطلبات الأساسية للمشاركة السياسية الفاعلة. ولا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي، في نظرة الإنسان إلى مجتمعه والعالم. فالمضمون الذي تتوجه به عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة فقط، بل إنه يسهم في تكوين الحقيقة، وحل اشكالياتها. وبناء على ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح للشباب فرص التعلم والقيام بمسؤولياتهم الاجتماعية المناطة بهم داخل

¹ سامية بوعبيد، شباب الإنترنت والمشاركة السياسية الافتراضية، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، أكتوبر 2021، متاح على الرابط: [مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث - شباب الإنترنت و بروز المشاركة السياسية الافتراضية \(mominoun.com\) ، تم تصفحه في 2021/11/02](http://مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث - شباب الإنترنت و بروز المشاركة السياسية الافتراضية (mominoun.com) ، تم تصفحه في 2021/11/02).

المجتمع، وذلك من خلال أدوارهم التي يقومون بها داخل الأسرة والمجتمع، ولذا كان من الضروري القيام بالبحث عن كيفية تنمية قدرات الشباب وتوجيه استخدامهم لهذه المواقع وإكسابهم المهارات اللازمة لإيجاد المسؤولية الاجتماعية لديهم وتميئها من خلال الأنشطة والبرامج المختلفة التي يمكن أن توفرها هذه المواقع، ومدى الاستفادة منها في بث روح المسؤولية وزيادة الخبرات والمهارات والاعتماد الذاتي والاجتماعي داخل الحياة. فالشباب يعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، تحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها ومستقبل المجتمع¹.

وبناء على ذلك فقد تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة الوعي السياسي للمجتمعات بصفة عامة وبالخصوص فئة الشباب من خلال كونها:

- **تجمع بين العالمية والكثافة:** بلغ عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالعالم مطلع سنة 2022 حوالي 4.2 مليار مستخدم، وهو ما يوضح أهمية ودور هذا الوسيط التواصلي الذي تحول إلى تقنية ثورية بامتياز، وله مميزات عديدة جعلته الوسيط الأفضل بالنسبة للشباب والمساعد الأساسي لهم حيث يجعل من كل مشترك متلقيًا للخبر وصانعًا له في نفس الوقت.

- **سريعة وديناميكية:** توفر مواقع التواصل الاجتماعي نقل الخبر بسرعة فائقة وأنية مع إمكانية التفاعل معه والتعليق عليه، بالإضافة إلى تبادل الرسائل والأفكار والآراء، ومن ثم نقل النقاش " الافتراضي " إلى " نقاش الواقعي " بعد تحديد الزمان والمكان، كما ألغت الحواجز الزمانية والمكانية والجغرافية وجعلت الفضاء الإلكتروني فضاء مشتركًا للحوار رغم اختلاف الأمكنة والأزمنة².

وقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورًا مهمًا في عملية توجيه الوعي السياسي لفئة الشباب في المنطقة العربية في خضم المطالبة بتغيير سياسي منظم في إطار الحراك العربي، إذ يمكن رصد ذلك من خلال الدلالات التالية:

- **بدائل متطورة للإعلام التقليدي:** برزت مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية، كبدايل الوسائل الإعلامية التقليدية وكعامل فاعل ومحفز للحركات الاحتجاجية العربية حيث تمكن الشباب بفضلها من الالتفاف على الرقابة والتعتيم الإعلامي، وسمحت للكثيرين بنقل كم هائل من المعلومات

¹ نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، ع11، جامعة الجلفة-الجزائر، جوان 2013، ص206.

² ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، ع47، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، جوان 2017، ص40.

والصور والفيديوهات إلى العالم مما ساعد في إقناع المجتمعات العربية بالتحرك والخروج من الواقع الافتراضي" والنزول إلى الشارع كما اتسم الحراك العربي وفق وسائل التواصل الاجتماعي بـ: السرعة والفجائية واكتسب زخماً بفعل عاملين أساسيين:

- التغيير الجيلي الذي لا يمكن اختزاله بفارق العمر الزمني، وإنما يتجاوزهُ للأفكار والأدوات والاعتماد على دور وسائل التواصل الاجتماعي في هذا الحراك.
- تغيير طبوغرافية المجال العام في الوطن العربي نتيجة للانفتاح الإعلامي غير المسبوق في هذه البلدان وتدفق المعلومات بعيداً عن قيود وسيطرة الأنظمة العربية، وفتح الباب أمام مجال عام جديد¹.
- **مهندس للرأي العام وكسب التعاطف العالمي:** مارست وسائل التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في عملية حشد وتعبئة الجماهير والدفع نحو عملية الإصلاح السياسي، إذ لا يمكن أيضاً تجاهل الدور الكبير الذي لعبته هذه الوسائط في تغيير مفاهيم الناس من خلال حملات التعبئة والتوعية التي قام بها النشطاء للتعريف بحقوق الإنسان وبالقوق السياسية للمواطنين وكذا فتح المجال للتفاعل والتواصل بين المواطنين داخل المجتمعات العربية ونظرائهم في الخارج.
- **تهديد للأنظمة السياسية القائمة ودافع للتغيير:** تختلف درجة مساهمة المواقع الإلكترونية في إنجاح ثورات الربيع العربي باختلاف مميزاتا وخصائصها من حيث سرعة نقل الخبر وسهولة الاستعمال، وبتعاطف دورها سعت الأنظمة السياسية بكل ما أوتيت من قوة إلى حجبها وإغلاقها واعتقال المدونين ونشطاءها، فهي قد منحت الحركات الاحتجاجية القدرة على إيصال صوتها وصورتها إلى العالم وبشكل متواصل، ومكنت المناطق الأخرى من مواكبتها والتجاوب الفوري معها وأرغمت الأنظمة السياسية على الاستجابة للمطالب المفروضة عليها².
- **بروز المواطن والمتظاهر الإعلامي "إعلام المواطن":** الذي يعتبر المواطن صانعه والمشارك الفعال في العملية الاتصالية المساهمة في تغيير الكثير من المفاهيم التواصلية الحالية، وذلك عبر إنشاء المدونات، وتحولهم لمراسلين للقنوات والمؤسسات الإعلامية وناقلين للمعلومات بشكل واقعي ومباشر وملامس للحدث، وقد حاولت بعض السلطات الحاكمة في الكثير من البلدان حجب بعض المواقع أو المدونات ومنعها من النشر مثال: تونس، مصر، سوريا، إلا أن التقنيات الحديثة أتاحت إمكانية بث الموقع من بلد آخر أو من موقع آخر أو عبر تقنية أخرى أكثر تطوراً.

¹ بدري ابتسام، المرجع السابق، ص41.

² خليفة كعسيس، الربيع العربي بين الثورة والفضي، مجلة المستقبل العربي، ع36، مركز دراسات الوحدة العربية-بيروت-لبنان، مارس2014، ص226.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا بارزًا في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات الأساسية، كما تساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام. لأن أهم سمات هذه المواقع التفاعلية اللامحدودة التي تتيح مشاركة أعداد كبيرة في القضايا السياسية المعاصرة. ويبدو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واضح من خلال تدعيمها للمفاهيم السياسية بشكل عام والربط بين الجماهير وتطبيق السياسة في صور الإطار العام لخدمة المجتمع، وهو ما أكدته "كارل دويتش" من أن عملية الاتصال تعد بمثابة الجانب المحوري في أي نظام سياسي على أساس نموذج الذي أشار فيه إلى أن المعلومات تساعد الأفراد على اتخاذ قرار يترجم إلى أفعال تنفيذية فيما بعد¹.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي قناة اتصال بين النخبة والجماهير فتساعد الأفراد على إدراك الموضوعات السياسية ومن ثم تزيد وعيهم السياسي من خلال زيادة حجم ونوع المعلومات المتوفرة لدى الأفراد والقدرة على توسيع الأفق وزيادة الطموح الشخصي². فالتحرر من الرقابة والتعقيم الإعلامي ونقل المعلومات والصور والفيديوهات إلى العالم داخليًا وخارجيًا مكن الأفراد من امتلاك قدرًا عاليًا من الوعي والمسؤولية السياسية، كما يعد التدفق السريع للمعلومات والتعرض المتواصل للثقافات المختلفة سببًا في تشكيل آراء ومفاهيم وإدراكات جديدة للشباب عن المجتمعات المختلفة³، ومن هنا يبرز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الشباب وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، إضافة إلى أنها تلعب دورًا هامًا في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة.

2- تكوين الاتجاهات السياسية للشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تتم عملية بناء الاتجاهات السياسية وتعبئة الرأي العام السياسي للشباب عبر عدة مؤسسات تقليدية منها الأسرة، المدرسة، المؤسسات الدينية وغيرها من المؤسسات الأخرى غير أن هذه المؤسسات وأمام مقتضيات الجديدة والتغيرات التكنولوجية المستمرة أضحت تتعرض لمنافسة من قبل هذه التكنولوجيا

¹ محمد رضا محمد حبيب، دور وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في التثقيف السياسي للشباب المصري: دراسة ميدانية، مجلة هرمس، مج 02، ع 04، مركز اللغات والترجمة بجامعة القاهرة-مصر، أكتوبر 2013، ص 96.

² محمد عبد الرحمن عريف، ثقافة الجماهير.. والسلطة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي، الميادين نت، تاريخ الإثاحة 2019/03/23، متاح على الرابط: [ثقافة الجماهير.. والسلطة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي | الميادين\(almayadeen.net\)](http://almayadeen.net)، تم تصفحه في 2021/12/20.

³ خالد منصر، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة باتنة 1- الجزائر، 2017-2018، ص 204.

وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه الأخيرة تلعب دورًا فعالاً في تعبئة الرأي العام اتجاه بعض القضايا السياسية، وأصبحت هذه المواقع مجالاً للاحتجاجات السياسية والاجتماعية، واستغل مستخدموها الفضاء الافتراضي في التحريض على التظاهر أو الإضراب والتحول من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي، كما أصبحت تستخدم في الدعاية الانتخابية وفي التسويق السياسي أثناء الحملات الانتخابية، فقد فتحت المواقع الاجتماعية مجالاً جديداً للدعايات الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية. وعليه فإن مواقع التواصل بصفة عامة أصبحت أداة للتنشئة السياسية الذاتية الغير رسمية والغير موجهة من أي جهة رسمية أو غير رسمية، فالفرد أصبح حر في اختيار المواضيع المطروحة ويتمتع بالحرية الكاملة في المشاركة برأيه والتعليق والانتقاد للموضوعات محل النقاش¹، وفيما يلي سنتطرق لمفهوم الاتجاهات السياسية وأشكالها مع تبين دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل تلك الاتجاهات.

2-1 مفهوم الاتجاهات السياسية

لقد ظهر مصطلح الاتجاهات في علم النفس الاجتماعي منذ سنتي 1909-1910، والاتجاه هو ميل مؤيد أو مناهض إزاء موضوع أو موضوعات معينة كالأشخاص أو الفئات الاجتماعية أو الأشياء المادية، فقد أورد "أولبورت" «Allport» تعريفاً لمفهوم الاتجاه ويلخص في: "أن الاتجاه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي نشأت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مرت بالإنسان، وهو يؤثر تأثيراً ديناميكياً على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها"².

أما عن الاتجاه السياسي فهناك كثير من الباحثين لا يفرقون بينه وبين الاتجاه بصفة عامة، حيث يرون أن الاتجاه هو موقف الفرد إزاء موضوعات أو أشياء أو ظواهر قد تكون سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، والاتجاه السياسي شأنه شأن الاتجاه الديني أو الاقتصادي، وهو ما يشير إليه "رودي أندرسون"، في تصويره للاتجاهات السياسية بأنها نزعة أو استعداد أو قابلية للسلوك معين في مواجهة واقعة معينة.

وترى كير كباتريك" و "بيتي" بان الاتجاهات السياسية هي مجموعة مترابطة من الآراء والأفكار والمشاعر والإدراكات السياسية إزاء الموضوعات السياسية، وهي الأحداث والوقائع والقضايا والمؤسسات

¹ نوال المغزلي، تأثير الشبكة العنكبوتية على التنشئة السياسية للأفراد: من التنشئة السياسية التقليدية إلى التنشئة السياسية الافتراضية، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-الجزائر، مج33، ع02، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-الجزائر 09 سبتمبر 2019 ص794.

² لويزة بهاز، جمعة أولاد حيمودة، اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو التعامل مع البنوك الإسلامية: دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين بالمركز الجامعي غرداية نموذجاً، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، ع15، جامعة غرداية-الجزائر، 2011، ص283.

المرتبطة بصناعة القرار في المجتمع أو بالسلطة¹. كما يقصد بالاتجاهات السياسية جملة التيارات والاتجاهات الفكرية السياسية التي تظهر نتيجة تفاعل الأفراد مع المجتمع ضمن مرحلة تاريخية محددة، وتعكس تطلعات الأفراد نحو التحرر والاستقلال².

وتتخذ الاتجاهات السياسية أربعة أبعاد فقد تكون محافظة بمنح الأولوية لحفظ النظام ودعم السلطة القائمة بالفعل تحت دعوى المحافظة والاستقرار، ومقاومة التغييرات العنيفة في المجتمع، سواء أكانت سياسية أو اجتماعية، أو تكون ليبرالية تدعو إلى تدعيم المشاركة في السلطة وتأكيد أولوية الحرية في المجتمع على ما عداها من قيم، وقد تكون الاتجاهات راديكالية تميل إلى التغيير الجذري أو الثوري أو الإصلاحية الكلي للأوضاع السياسية للقضاء على علاقات الاستغلال وتحقيق الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج والتوزيع الهائل العائد الإنتاج بما يضمن مصالح الجماهير المقهورة والفقيرة والطبقات الحاكمة، وقد تكون اتجاهات الفاشية بمعنى الميل والخضوع الأعمى لسلطة الدولة والطاعة المطبقة لرموزها من أجل عظمة وسيادة الدولة، والتصرف باستعلاء نحو الأجناس الأخرى شعوبا وجماعات والاعتقاد بان الأقوياء والمتفوقين والأكفاء ينبغي أن يضطلعوا بالمسؤولية وسيطروا على الضعفاء³.

وقد ارتبط مفهوم الاتجاهات السياسية ارتباطا وثيقا بمفهوم الإيديولوجيا السياسية، حيث أصبح هذا الأخير يحمل في طياته معاني كثيرة، بمعنى آخر أن أفكارنا العامة ومفاهيمنا المتعددة حول ماهية الإيديولوجيا يتناسب كل منها وإيديولوجيتنا نحن، أي نبحث فيها من منطلق أفكارنا كمحافظين أو ليبراليين وغيرها...⁴.

2-2 دور ماقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات السياسية للشباب

إن وسائل الاتصال الإلكتروني والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي ومختلف الوسائط والوسائل بات "يشكل بيئة خصبة للمشاركة الفعلية والفاعلة لتكوين والاتجاهات السياسية، وتشكيل الرأي العام وتوجيهه، كما ارتبط هذا التطور بظهور أبعاد جديدة تتعلق بالرأي العام ودوره التكنولوجي، كما أدى إلى

¹ عطا أحمد على شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، أطروحة دكتوراه في علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية - معهد البحوث الدراسات العربية، القاهرة-مصر، 2011، ص21.

² عبد العزيز أمين عرار، الاتجاهات السياسية والفكرية في الوطن العربي، دنيا الوطن، تاريخ الإثاحة 2013/01/01، متاح على الرباط، الاتجاهات السياسية والفكرية في الوطن العربي بقلم أ.عبدالعزیز أمين عرار (alwatanvoice.com)، تم تصفحه في 2021/12/28.

³ أندرو هيود، ترجمة محمد صفار، مدخل إلى الأيديولوجيات السياسية، ط1، المركز القومي للترجمة، سلسلة العلوم الاجتماعية للباحثين، القاهرة-مصر، 2012، صص 28-29.

⁴ عطا أحمد على شقفة، المرجع السابق، ص22.

مشاركة واسعة للمواطن في الاتصال السياسي وازدياد أهميته وتأثيره في صناعة القرار السياسي¹ حيث أن خصائص الفضاء المفتوح والإتاحة التي تخلقها المنصات الاليكترونية عبر مختلف المواقع الاجتماعية أسهمت في فتح حلقات لنقاش وتداول مختلف القضايا والمواضيع الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تروق الفرد كمواطن ومستخدم لهذه الوسائط، كما أن التدفق والتنوع في المعلومات وتعدد الرؤى منح الحرية المطلقة أمام الجماهير لاختيار التوجه المراد والمقنع لهم، وحقق كذلك أهم الشروط لتكوين اتجاهات وأراء سياسية، الذي وكما تذهب رؤى العلمية أنها "تتشكل بناء على التفاعل والانسجام بين مجموعة من الأفراد حول قضية خلافية معينة، وهو الرأي أو الحكم الذي تصل إليه الجماعة في قضية ما، ذات أهمية كبيرة بعد المناقشات الوافية وهي تتسم بصبغة اجتماعية، باعتبارها حصيلة الأفكار والمعتقدات والمواقف للأفراد والجماعات التي تتصل اتصالاً مباشراً بالعوامل الحضارية والثقافية والدينية والسياسية، إزاء النسق الاجتماعي والتنظيمي وتؤثر بشكل مباشر فيه"².

فمواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك والتويتر واليوتيوب.. التي تتيح التواصل مع الأصدقاء والزلاء وتقوية الروابط أصبحت تشهد استخدامات وإقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من شرائح المجتمع المختلفة لما تحققه من تفاعل اجتماعي ولخصائصها التي ذكرناها سابقاً، وقد يشير هذا الاستخدام المكثف لها إلي العمليات الإدراكية والوجدانية الانفعالية، والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة، بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنياً ومكانياً ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر، مما جعل منها إعلام القرن الواحد والعشرين، والذي يعتبر إعلام شخصي وفردى لكونه يحقق ميزة الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة والوطنية والحدود الجغرافية³.

وهذا ما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم أصبحت تدعم الرسائل الإعلامية بالاتصالات الشخصية، فإلى جانب الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال عندها يصبح الشباب مهتمًا بتكوين الصورة الذهنية عن طريق المعلومات والأفكار وهو ما تسعى إليه الجهة القائمة بالاتصال في أي مؤسسة، أما في الخطوة اللاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معينة لضمان استمرار الاهتمام

¹ مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، مج03، ع12، جامعة

تكريت للعلوم السياسية-العراق مارس 2018، ص213.

² نفس المرجع، ص ص219-220.

³ فائزة بوزيد، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا: دراسة في محتوى صفحات عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية على الفيسبوك ومستخدميها، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، 2019-2020، ص103.

بالموضوع وتغطيتها إعلاميًا وجماهيريًا، ثم حث الجمهور (الشباب) على اتخاذ رد فعل محدد معبر عن الفكرة، من خلال الدعوة لتبني الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية¹. وبهذه الطريقة تساهم هذه المواقع بطريقة مباشرة بتكوين اتجاهات وراء سياسية جديدة لدى الشباب، أو في تعزيز وتدعيم اتجاهاتهم وآرائهم السياسية القديمة.

فأمام عجز الأحزاب السياسية وجمعيات المجتمع المدني عن أداء أدوارها المتمثلة في التعبئة والتنشئة السياسية بسبب تضيق الأنظمة الحاكمة من جهة، وغياب الديمقراطية الداخلية في معظمها من جهة أخرى، وتحولها إلى كائنات ذات أهداف مصلحة آنية من جهة ثالثة، عم نفور المواطنين منها. وبذلك فإن الوسائط الحديثة المتمثلة في الفضاء الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي استطاعت أن تحل محلها، إذ لعبت دورًا أساسيًا في الانتفاضات الشعبية التي شهدتها المنطقة العربية وفي الحراك السياسي والاجتماعي الذي شهدته الجزائر في آونة الأخيرة، واسهمت بشكل كبير في نقل الوقائع الميدانية بشكل مباشر، وكذا في تعبئة المحتجين وتكوين اتجاهاتهم السياسية وتنظيمهم عن طريق تسهيل التواصل فيما بينهم. ولأن الشباب هم الكتلة السكانية الأكبر في المجتمعات العربية عامة وفي الجزائر خاصة، والأكثر شعورًا بالحرمان النسبي، والأكثر قدرة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، فلم يكن مستغربًا أن يكونوا في طليعة المحتجين².

ومما سبق نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بتكوين وتشكيل اتجاهات وآراء سياسية لدى مستخدميها وتساهم في تثقيفهم سياسيًا وإشراكهم في الحياة السياسية، وذلك عن طريق إمدادهم بالمعلومات والمعرفة السياسية اللازمة لتوجههم نحو اكتساب مجموعة من القيم والعادات المتعلقة بسلطة السياسية؛ بالإضافة إلى هذا تلعب المواقع الاجتماعية دورًا رياديًا في مجال الممارسة السياسية للأفراد، حيث تتيح لهم إمكانية التعبير عن آرائهم وأفكارهم، سواء في شكل نصوص أو بأصواتهم أو من خلال الفيديو، وبذلك يعرضون وجهات نظرهم اتجاه مختلف القضايا، كما تتيح لهم الفرصة للمشاركة مع الآخرين في المظاهرات والاحتجاجات التي يخطط لها على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي، وتعطي الفرصة للأفراد لإعلان مساندتهم للشخصيات المرشحة في الانتخابات، وهؤلاء المرشحين بإمكانهم كذلك فتح حسابات على هذه المواقع، لشرح برامجهم وخططهم المستقبلية. كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي

¹ فائزة بوزيد، المرجع السابق، ص104.

² بشرى جميل الروي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، ع18، كلية الإعلام جامعة بغداد-العراق، 2012، ص101.

الفرصة للأحزاب السياسية لعرض أفكارها عبر صفحات هذه المواقع مع المناضلين فيها وأعضائها المسيرين بكل سلاسة¹. وهكذا فقد سهلت تلك المواقع والمدونات وكل وسائل الإعلام الجديد الممارسة السياسية سواء للأفراد أو للهيئات المختلفة من جمعيات ونقابات وأحزاب سياسية، وحتى للدولة إذ بإمكان أي مسؤول حكومي التواصل مع الجماهير العريضة عبر وسائل الإعلام الجديد.

¹ بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج09، ع29، جامعة قاصدي مرياح-ورقلة، جوان 2017، ص09.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الرابع: نتائج الدراسة الميدانية

I تحليل وتفسير نتائج الدراسة

- 1- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الأولى
- 2- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الثانية
- 3- التحليل الاستدلالي لنتائج الفرضية الثالثة
- 4- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الرابعة

I عرض وتفسير ومناقشة نتائج الدراسة

في هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي خرجت بها الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى تحليلها وتفسيرها من أجل الإجابة عن تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، وذلك من خلال تحليل عبارات الاستبيان، بهدف التعرف على مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك)، في استقاء معلوماتهم السياسية، وللكشف عن مستوى مشاركتهم السياسية، بالإضافة إلى قياس التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، ولتحقيق ذلك تم حساب: التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين المتجمعة من أبعاد الدراسة بالإضافة إلى اختبار الفروق في تلك النتائج تبعاً للجنس باستخدام اختبار (t-test) لعينتين مستقلتين، وتبعاً للسن والمستوى التعليمي والمهنة باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (Anova)، وللحصول على هذه النتائج تم الاعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للبحوث والدراسات الاجتماعية (SPSS)، «Statistical Package for the Social Sciences».

1- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الأولى

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

1-1 التحليل والوصفي لنتائج الفرضية الأولى

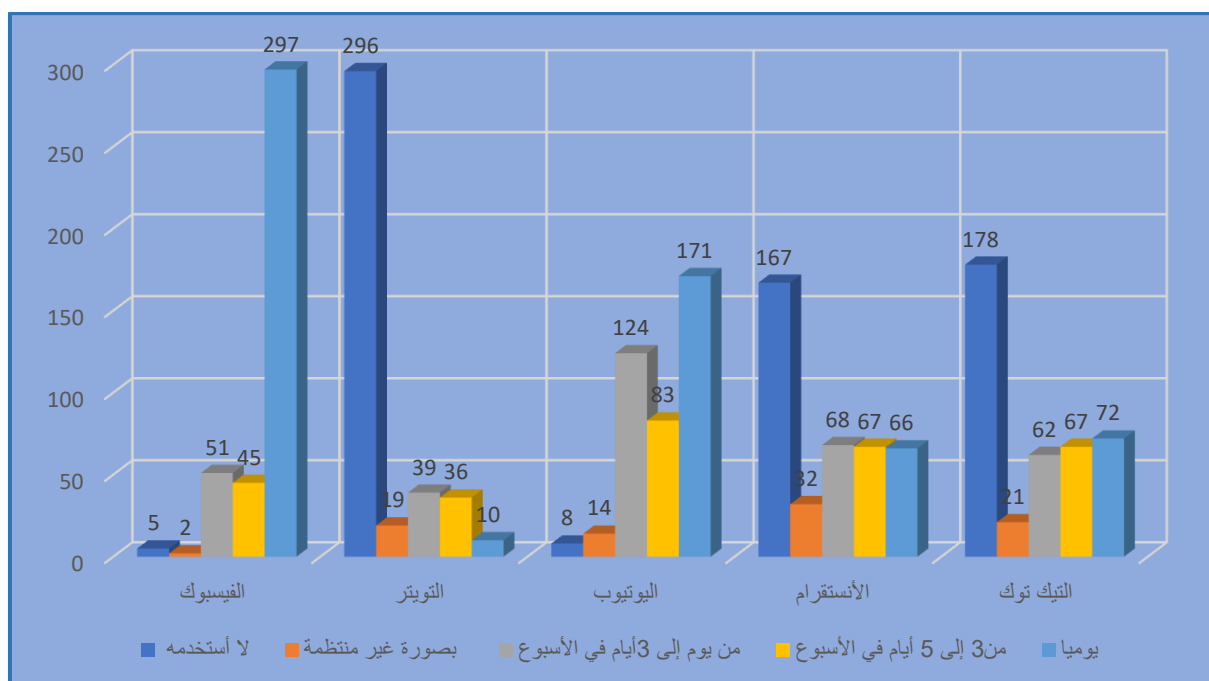
للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تحديد مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية وذلك من خلال تحديد مستوى استخدامهم ومستوى تعرضهم لتلك المواقع وتطبيقات بالإضافة إلى تحديد مستوى اعتمادهم عليها كمصدر لمعلوماتهم السياسية.

1-1-1 مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

لمعرفة مستوى استخدام شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن كل فقرة من فقرات هذا البعد وتم ترتيبها تبعاً لذلك بالإضافة إلى حساب الانحراف المعياري لتلك الاجابات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (04) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	تستخدم الفيسبوك	04.57	0.826	عالي جدا
03	تستخدم اليوتيوب	03.99	1.030	عالي
05	تستخدم التيك توك	02.59	1.598	منخفض
04	تستخدم الانستقرام	02.58	1.552	منخفض
02	تستخدم التويتر	01.61	1.129	منخفض جدا
مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي		03.08	1.403	متوسط



الشكل (04) يوضح مستوى استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول (04) والشكل (04) إجابات الباحثين حول مستوى استخدامهم لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) وتبين أن المستوى الكلي لاستخدام الباحثين لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، جاء بمتوسط حسابي (3.09) وانحراف معياري (1.403)، وهذا يدل على أن شباب ولاية سعيدة يستخدمون مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بمستوى متوسط وفق استجابات الأفراد التي شملتهم عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات بين (1.61 و 4.57)، وقد جاء استخدام موقع الفيسبوك في المرتبة الأولى بمستوى استخدام عالي جدا وبمتوسط حسابي (4.57) وبهذا يعد الموقع الأكثر استخداما لدى أفراد العينة، حيث بلغ عدد من يستخدمونه بشكل يومي 297 شخص وهم يمثلون نسبة 74.3% من الحجم الإجمالي للعينة حسب ما بينه الملحق (03)، كما جاء بانحراف معياري (0.826) وهذا يدل على

أن إجابات المبحوثين كانت متقاربة لحد كبير؛ بينما جاء استخدام موقع اليوتيوب في المرتبة الثانية بمستوى استخدم عالي وبمتوسط حسابي (3.99) وانحراف معياري (1.030) حيث بلغ عدد من يستخدمونه بصفة يومية 171 شخص وهم يمثلون نسبة 42.8% حسب ما بينه الملحق (03)؛ في حين جاء استخدام تطبيق تيك توك في المرتبة الثالثة بمستوى استخدم منخفض وبمتوسط حسابي (2.59) وبأعلى انحراف معياري (1.598) والذي يدل على أن إجابات المبحوثين على هذه العبارة كان فيها نوع من التشتت والتباعد بين من يستخدمونه بصفة يومية ومن لا يستخدمونه أصلاً؛ وحل تطبيق الانستقرام في المرتبة الرابعة بمستوى استخدم منخفض هو الآخر وبمتوسط حسابي (2.58) وانحراف معياري (1.552)؛ أما موقع تويتر فجاء في المرتبة الخامسة والأخيرة بمستوى استخدم منخفض جداً وبمتوسط حسابي (1.61) وبانحراف معياري (1.129)، وهو بهذا يعد الموقع الأقل استخداماً لدى أفراد العينة حيث بلغ عدد من لا يستخدمونه 296 شخص وهم يمثلون نسبة 74% من الحجم الإجمالي للعينة حسب الملحق (03)، أي أن الأغلبية لا يستخدمونه.

من خلال ما سبق ذكره يمكن القول بأن مستوى استخدام أفراد العينة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بذلك الترتيب يرجع لكون موقع فيسبوك الأكثر انتشاراً واستخداماً في العالم وخاصة في الجزائر، حيث بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في الجزائر سنة 2022، حوالي 22.45 مليون مستخدم، وهذا ما توضحه الاحصائيات التي قدمها موقع "Data Reporta"¹، ولكون موقع اليوتيوب من بين المواقع التي تحظى بانتشار واسع في العالم حيث يزوره أزيد من 02 مليار مستخدم كل شهر، وذلك حسب الاحصائيات التي تم تطرق لها في الجانب النظري، وبالنسبة لتطبيق تيك توك فهو يعتبر الأحدث تكنولوجياً بين كل هذه المواقع والتطبيقات وهو من أكثر التطبيقات انتشاراً واستقطاباً للمستخدمين حول العالم، حيث ظهر في سنة 2018 ووصل عدد مستخدميه في 2021 إلى 500 مليون مستخدم، وهذا راجع لبساطته ولسهولة انشاء المحتوى فيه وكذلك لقوة اللوغاريتمات التي يستخدمها في بث المحتوى، وفيما يخص تطبيق الانستقرام فقد جاء في المرتبة الرابعة لكون أن عدد مستخدميه في الجزائر يقدر بـ 08.60 مليون مستخدم حسب إحصائيات نفس الموقع "Data Reporta"، وإذا تمت مقارنة مقارنتهم بمن يستخدمون الفيسبوك في الجزائر فسيتضح أن استخدامه من طرف أفراد العينة بهذا المستوى لا يعد أمراً غريباً، ونفس شيء بالنسبة لموقع تويتر الذي قدر عدد مستخدميه في الجزائر بـ 891.5 ألف

¹ Datareportal, **DIGITAL 2022: Algeria**, Hootsuite, publiés le 15 février 2022, [Digital 2022: Algeria — DataReportal — Global Digital Insights](#), v05/12/2022.

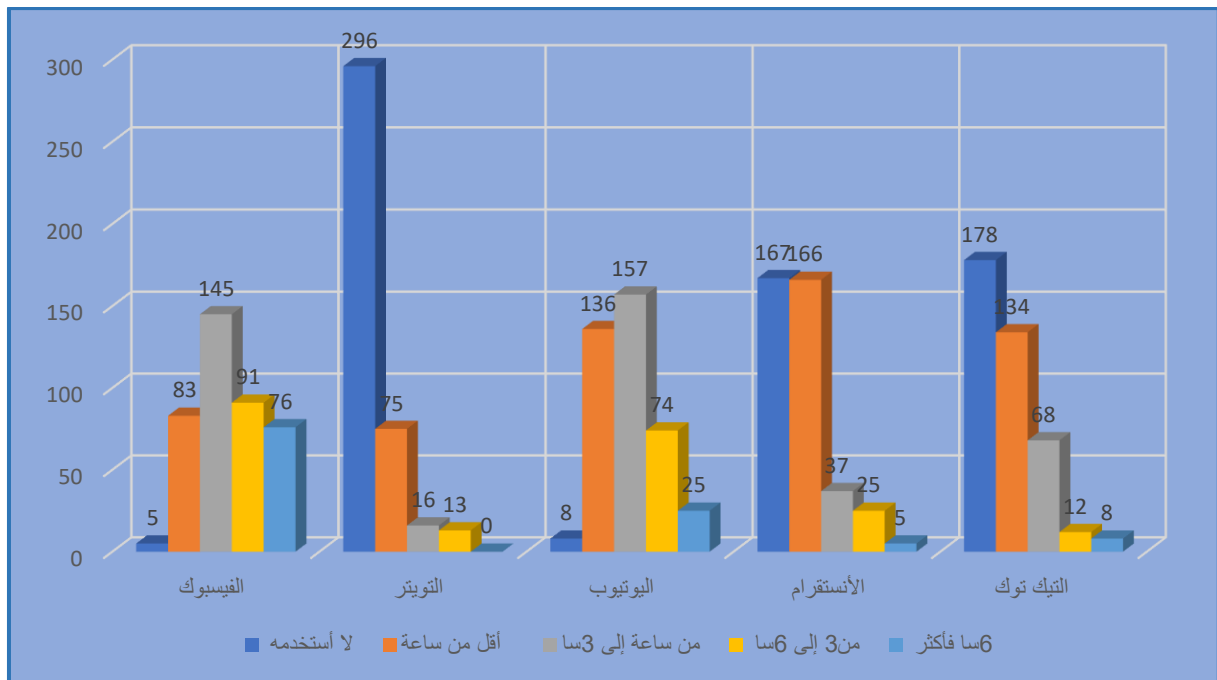
مستخدم، فهو يعتبر من أقل المواقع استخداماً في الجزائر مقارنةً مع بقية مواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي الأخرى، ولهذا جاء ترتيبه الأخير في هذه الدراسة لأن شباب ولاية سعيدة هم جزء من هذا المجتمع الجزائري، فمن طبيعي أن تكون سلوكيات استخدامهم لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي مشابهة لسلوكيات المجتمع الكلي (المجتمع الجزائري).

2-1-1 مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي

لمعرفة مستوى تعرض شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن كل فقرة من فقرات هذا البعد وتم ترتيبها تبعاً لذلك بالإضافة إلى حساب الانحراف المعياري لتلك الاجابات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (05) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	تصفح الفيسبوك	03.38	1.052	متوسط
03	تصفح اليوتيوب	02.93	0.923	متوسط
05	تصفح التيك توك	01.85	0.945	منخفض
04	تصفح الأنستغرام	01.84	0.921	منخفض
02	تصفح التويتتر	01.37	0.713	منخفض جدا
مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي		02.06	0.793	منخفض



الجدول (05) يوضح مستوى تعرض المبحوثين لمواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي

يوضح الجدول (05) والشكل (05) إجابات المبحوثين حول مستوى تعرضهم لموقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستغرام، تيك توك) وتبين أن المستوى الكلي لتعرض أفراد العينة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، جاء بمتوسط حسابي (2.06) وانحراف معياري (0.793)، وهذا يدل على أن شباب ولاية سعيدة يتعرضون لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بمستوى منخفض وفق استجابات الأفراد التي شملتهم العينة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة على عبارات هذا البعد بين (1.37 و 3.38)، وقد جاء تصفح موقع الفيسبوك في المرتبة الأولى بمستوى تعرض متوسط وبمتوسط حسابي (3.38) وهو يعد أكثر المواقع تصفحاً من طرف أفراد العينة، حيث بلغ عدد من يتعرضون له لمدة تتراوح بين ساعة و 3 ساعات 145 شخص وهم يمثلون نسبة 36.3% من الحجم الإجمالي للعينة حسب ما بينه الملحق (04)، كما جاء بانحراف معياري (1.052) وهذا يدل على أن إجابات المبحوثين كانت متباعدة نوعاً ما وكانت مشتتة بين من يتعرضون له لمدة أقل من ساعة وبين من يتعرضون له لمدة أكثر من 6 ساعات؛ وقد جاء التعرض لموقع اليوتيوب في المرتبة الثانية بمستوى تعرض متوسط هو الآخر حيث بلغ عدد من يتعرضون له لمدة ساعة إلى 3 ساعات 157 شخص وهم يمثلون نسبة 39.3% حسب الملحق (04)، وبلغ متوسط الحسابي لإجابات المبحوثين على هذه العبارة (2.93) والانحراف المعياري (0.923)؛ بينما جاء التعرض لتطبيق تيك توك في المرتبة الثالثة بمستوى تعرض منخفض وبمتوسط حسابي (1.58) وبانحراف معياري (0.945)؛ وحل تطبيق الانستغرام في المرتبة الرابعة بمستوى تعرض منخفض أيضاً وبمتوسط حسابي (1.84) وانحراف معياري (0.921)؛ في حين جاء موقع تويتر في المرتبة الخامسة والأخيرة بمستوى تعرض منخفض جداً وبمتوسط حسابي (1.37) وهو بهذا يعد الموقع الأقل تصفحاً من طرف أفراد العينة حيث أن الأغلبية العظمى لا يستخدمونه، أما من يستخدمونه فإن أغلبهم يتصفحوه لمدة أقل من ساعة، وقد كانت إجابات المبحوثين على هذه العبارة متقاربة جداً، حيث جاءت بأقل انحراف معياري (0.713).

مما سبق يمكن القول بأن تعرض أفراد العينة لموقع فيسبوك بمستوى متوسط يرجع لكون الموقع يتميز بعدة خصائص تجعله منه الأكثر استخداماً بين بقية المواقع والتطبيقات الأخرى ولعل أبرز تلك الخصائص هي المرونة، حيث يمكن استخدامه من تكوين صداقات والاتصال بينهم من خلال الرسائل المكتوبة أو المسموعة أو اتصالات المباشرة (بالصوت والصورة)، بالإضافة إلى أنه يمكنهم من الانضمام إلى المجموعات والصفحات التي تجمع المستخدمين الذين يتشاركون نفس الاهتمام. أما تعرض أفراد

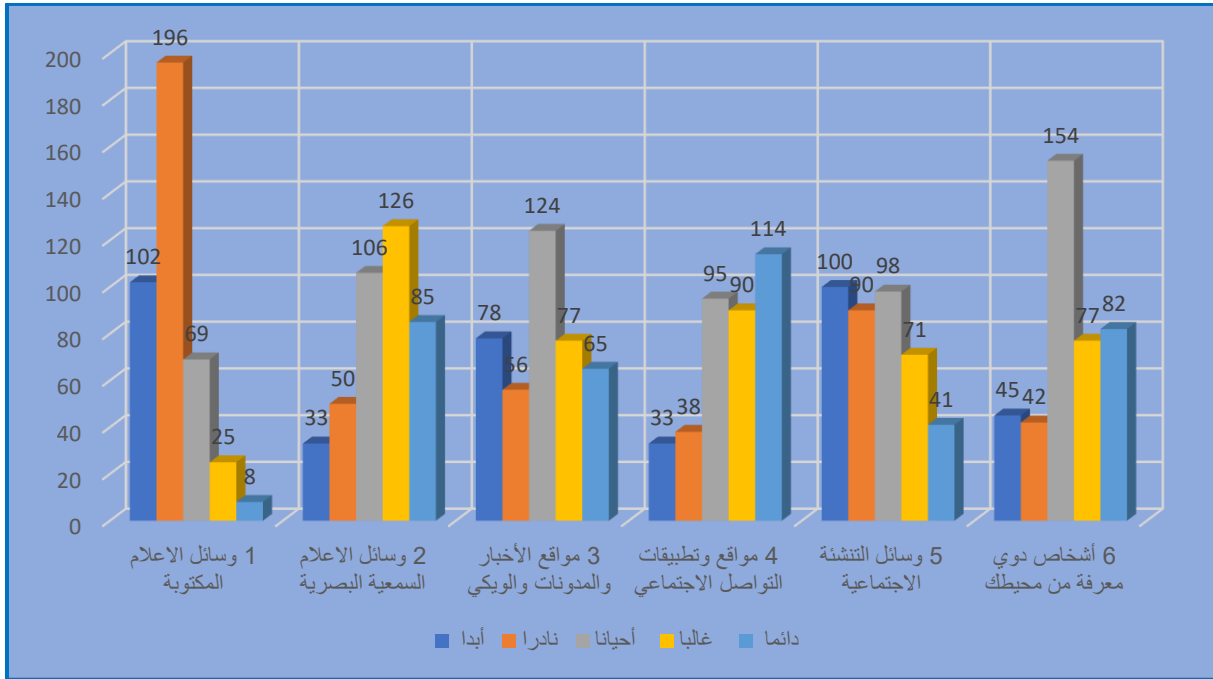
العينة لموقع اليوتيوب بمستوى متوسط يرجع لكون أن بعض المبحوثين يهتمون بالمحتوى المنشور عبره ويفضلون متابعات الفيديوهات، فالموقع يتضمن محتوى ضخم جداً من الفيديوهات، حيث تتم إضافة 720 000 ساعة من الفيديو إلى يوتيوب يومياً، أي 500 ساعة من الفيديو كل دقيقة، كما يتم مشاهدة أكثر من مليار ساعة من مقاطع الفيديو المشورة عبره حول العالم يومياً وذلك حسب الاحصائيات التي تم تطرق لها في الجانب النظري، بينما لا يهتم البعض الآخر بذلك المحتوى ولا يملكون الوقت لمتابعة الفيديوهات التي تتجاوز مدتها خمسة دقائق. وبالنسبة لمستوى التعرض لتطبيق تيك توك وتطبيق أنستغرام الذي جاء منخفض يرجع لكونهما تطبيقين ينتميان للجيل الرابع من مواقع التواصل الاجتماعي، والتي لا يمكن الولوج إليها واستفادة من جميع خدماتهما إلا من خلال هاتف ذكي أو حاسوب لوحي والتي يتعذر على البعض الشباب امتلاكها، هذا ما جعلهما أقل انتشاراً في الجزائر مقارنة مع المواقع والتطبيقات الأخرى؛ وفيما يخص التعرض لموقع تويتر جاء بمستوى منخفض ويرجع ذلك لقلة عدد مستخدمي المواقع في الجزائر، وفي ولاية سعيدة، كما تبين من إجابات أفراد العينة في الملحق (04)، ولهذا جاء ترتيبه الأخير في هذا البعد.

3-1-1 الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية

لمعرفة مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن فقرات هذا البعد، وتم ترتيب تلك الإجابات تبعاً لذلك، كما تم حساب الانحراف المعياري لتلك الاجابات، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (06) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
04	تعتمد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب..) في الحصول على معلوماتك السياسية	03.69	1.275	عالي
02	تعتمد على وسائل الاعلام السمعية البصرية (الإذاعة، تلفزيون..) في الحصول على معلوماتك السياسية	03.45	1.192	عالي
06	تعتمد على أشخاص ذوي المعرفة من محيطك (أسرة، أصدقاء، زملاء..) في الحصول على معلوماتك السياسية	03.27	1.224	متوسط
03	تعتمد على مواقع الأخبار، المدونات، والويكي في الحصول على معلوماتك السياسية	02.99	1.329	متوسط
05	تعتمد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة، المنظمات..) في الحصول على المعلومات السياسية	02.66	1.304	متوسط
01	تعتمد على وسائل الاعلام المكتوبة (صحف، مجلات، كتب..) في الحصول على المعلومات السياسية	02.10	0.921	منخفض
	مستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية	03.02	1.028	متوسط



الشكل (06) يوضح مستوى اعتماد المبحوثين على مصادر المعلومات السياسية

يوضح الجدول (06) والشكل (06) إجابات المبحوثين حول مستوى اعتمادهم على مختلف مصادر المعلومات السياسية وتبين أن المستوى الكلي لهذا البعد جاء بمتوسط حسابي (3.28) وانحراف معياري (1.028)، وهذا يدل على أن مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على هذه المصادر في استقاء المعلومات السياسية جاء متوسط وفق استجابات الأفراد التي شملتهم عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات بين (2.10 و 3.69)، وقد جاء الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب...) كمصدر للمعلومات السياسية في المرتبة الأولى بمستوى اعتماد عالي وذلك ما عبر عنه المتوسط حسابي (3.69)، وهي بهذا تعد المصدر الأكثر اعتماداً من طرف أفراد العينة، حيث بلغ عدد من يعتمدون عليها دائماً 114 شخص وهم يمثلون نسبة 36% من الحجم الإجمالي للعينة وذلك ما بينه الملحق (06)، وقد جاءت إجابات المبحوثين على هذه العبارة بأعلى انحراف معياري (1.275) وهذا يدل على أن إجابات المبحوثين كانت متقاربة لحد كبير؛ وتلتها في المرتبة الثانية الاعتماد على وسائل الإعلام السمعية البصرية (الإذاعة، التلفزيون...) كمصدر للمعلومات السياسية بمستوى اعتماد عالي هي الأخرى وبمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (1.192) حيث بلغ عدد من يعتمدون عليها غالباً 126 شخص وهم يمثلون نسبة 31.5% حسب الملحق (06)؛ في حين جاء الاعتماد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة، المنظمات...) في الحصول على المعلومات السياسية في المرتبة الخامسة وقبل الأخيرة بمستوى اعتماد

متوسط وذلك ما عبر عنه المتوسط حسابي (2.66) حيث بلغ عدد من لا يعتمدون عليها 100 شخص وهم يمثلون نسبة 25% حسب الملحق (06)، وقد جاءت إجابات المبحوثين على هذه العبارة بانحراف معياري (1.304)؛ وفي الأخير جاء الاعتماد على وسائل الاعلام المكتوبة (صحف، مجلات، كتب..) في الحصول على المعلومات السياسية في المرتبة السادسة والأخيرة وبمستوى اعتماد منخفض، حيث كان المتوسط الحسابي الخاص بهذه العبارة (02.10) وانحرافها المعياري (0.921) حيث بلغ عدد من لا يعتمدون عليها 102 شخص وهم يمثلون نسبة 25.5% كما بين في الملحق (06).

مما سبق يتضح أن أغلب أفراد العينة يعتمدون في المرتبة الأولى وبمستوى عالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب...) في استقاء معلوماتهم السياسية، وقد يرجع ذلك، لكثافة استخدام الشباب الجزائري عامةً وشباب ولاية سعيدة خاصةً لتلك المواقع والتطبيقات، كما أنهم يستغرقون مدة طويلة في تصفحها قد تصل إلى أكثر من 6 ساعات أحياناً، الأمر الذي اتضح من تحليل الجداول السابقة؛ كما يرجع ذلك أيضاً لكون أن هذه المواقع والتطبيقات تعتبر وسيلة للاتصال والتفاعل السياسي، حيث أصبح الصحفيون والسياسيون سواء كانوا منتخبين أو يتقلدون مناصب سياسية يستخدمون تلك المواقع والتطبيقات للتواصل والتفاعل مع المواطنين في مختلف القضايا السياسية، لإبلاغهم بالقرارات والتعليمات السياسية الجديدة، وذلك لسرعة الانتشار المعلومات والاعخبار عبرها. وتبين أيضاً أن أغلب أفراد العينة يعتمدون بمستوى عالي على وسائل الاعلام السمعية البصرية (الإذاعة، التلفزيون..) في استقاء معلوماتهم السياسية وقد يعود ذلك لكون هاذين المصدرين يعتبران من وسائل الإعلام الجماهيرية، فهما الأكثر توفراً لدى المواطنين، وأيضاً لكونهما من الوسائل الساخنة والتي لا تتطلب جهداً من المتلقين في التعرض لمحتواها. أما اعتماد أفراد العينة على أشخاص ذوي المعرفة من محيطهم (أسرة، أصدقاء، زملاء..) في الحصول على المعلومات السياسية جاء في المرتبة الثالثة وكان بمستوى متوسط ويرجع ذلك، لمكانة الاتصال الشخصي بين مختلف وسائل الاتصال الأخرى فهو جوهر العلاقات الاجتماعية وهو النوع الذي تتوفر فيه جميع عناصر الاتصال، ويمتاز بالتفاعل الإيجابي التام بين المرسل والمستقبل وهذا ما يجعل البعض يفضل على وسائل الاتصال الأخرى، بينما يوجد من لا يفضلونه (الانطوائيون) وهذا ما تبين من خلال إجابات أفراد العينة على هذه العبارة. كما جاء اعتماد المبحوثين على مواقع الأخبار، المدونات والويكي في الحصول على معلوماتهم السياسية بمستوى متوسط هو الآخر، ويمكن إرجاع ذلك لكثافة المعلومات والتفاصيل المنشورة على هذه المواقع الأمر الذي يجعل البعض يفضلها ويعتبرها مصدراً أساسياً من مصادر معلوماته السياسية، بينما قد يرى البعض الآخر أن

هذه المصادر ليست فعالة في إيصال الرسالة بوضوح واختصار، فهناك من يفضل الاطلاع على التفاصيل المملة بينما يفضل البعض الأخبار والمعلومات المختصرة، وهذا وقد لا يثق البعض في صحة المعلومات التي تنشر في مواقع الويكي. ونفس الشيء بالنسبة لمستوى اعتماد أفراد عينة الدراسة على مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة..) في الحصول على المعلومات السياسية الذي جاء متوسط أيضاً، ويرجع ذلك للمستوى التعليمي لبعض أفراد العينة حيث تبين من الجدول (01) الخاص بوصف السمات الديمغرافية للعينة أن أغلب المبحوثين هم من مستوى تعليمي جامعي وذلك بنسبة 73.3% وهؤلاء هم من يعتمدون إما دائماً أو غالباً أو أحيانا على هذا المصدر في استقاء معلوماتهم السياسية، بينما البقية بنسبة 36.7% فهم إما من مستوى تعليمي متوسط أو ثانوي وذلك يعني أن أكثر من ثلث أفراد العينة لم يكملوا دراستهم، الأمر الذي جعلهم لا يعتبرون هذا المصدر من مصادر معلوماتهم السياسية، وذلك ما اتضح من اجاباتهم على هذه الفقرة المبينة في الملحق (06)، حيث أن 100 شخص أقرروا بأنهم لا يعتمدون على مؤسسات التنشئة الاجتماعية، بينما أقر 90 شخص بأنهم نادراً ما يعتمدونها. وفي المرتبة الأخيرة جاء الاعتماد على وسائل الاعلام المكتوبة (صحف، مجلات، كتب..) في الحصول على المعلومات السياسية بمستوى منخفض، وقد يرجع ذلك لتراجع استخدام هذه الوسائل بسبب انتشار الصحافة الالكترونية التي توفر الوقت والجهد، ولكون أن هذه المصادر تعتبر ضمن وسائل الإعلام الباردة والتي تتطلب جهداً من المتلقين في الاطلاع والتعرض لمحتواها.

من خلال نتائج هذه الأبعاد يمكن استنتاج أن شباب ولاية سعيدة يستخدمون مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) بمستوى متوسط، وقد يعود ذلك لاختلاف أوضاعهم الاجتماعية فمنهم من هو بطلال ومن هو موظف ومنهم من هو طالب وهذا ما بينه الجدول (01) الخاص بتصنيف العينة، فالأوضاع الاجتماعية تعد من أهم العوامل التي تؤثر على استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث أن الاستخدام الدائم لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي يتطلب امتلاك وسائل تكنولوجية كالهاتف الذكي أو الحاسوب، الأمر الذي قد يتعذر على من هم بطالين أو طلبة؛ هذا ويمكن استنتاج أيضاً أن شباب ولاية سعيدة يتعرضون لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بكثافة منخفضة، حيث تبين أن أغلبية أفراد العينة يقضون من ساعة إلى ثلاثة ساعات في تصفح موقعي فيسبوك ويوتيوب بينما يقضون أقل من ساعة في تصفح تطبيقي تيك توك وأنستقرام وموقع تويتر، وقد يرجع ذلك لأن أغلبية أفراد العينة لا يستخدمونهم أصلاً. كما تبين أيضاً أن أفراد العينة يستخدمون موقع فيسبوك بدرجة عالية جداً ويتعرضون له بدرجة عالية فهو بذلك يعد المواقع

الأكثر استخداماً وتعرضاً من طرف شباب ولاية سعيدة، ويليه موقع يوتيوب بدرجة استخدام عالية ودرجة تعرض متوسطة، أما تطبيقي تيك توك وأنستغرام فجاءا في المرتبة الثالثة بدرجة استخدام وتعرض منخفضة، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع تويتر بدرجة استخدام وتعرض منخفضة جداً.

وقد يتوافق ترتيب هذه النتائج مع نتائج دراسات عدة من بينها دراسة: "عبد الناصر قاسم الفراء" والتي توصل فيها إلى أن موقع الفيسبوك هو أكثر مواقع التواصل استخداماً بنسبة 96.5%، ثم تلاها موقع اليوتيوب بما نسبته 1.5%، ثم تويتر بما نسبته 1.25%؛ وكذلك دراسة "عبو فوزية" التي توصلت فيها إلى أن: 92.62% من المستجوبات يستخدمن موقع الفيسبوك، ثم 33.21% يستخدمون موقع اليوتيوب فيما تشكل مستخدمات موقع التويتر 13.22%.

كما يمكن استنتاج أن أفراد عينة الدراسة يعتمدون على مختلف مصادر المعلومات السياسية بدرجات متفاوتة، فهم يعتمدون على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدرهم الأول في حصول على المعلومات السياسية وذلك بدرجة عالية، بينما يعتمدون بدرجة متوسطة على كل من وسائل الإعلام السمعية البصرية والأشخاص ذوي معرفة من محيطهم ومواقع الأخبار والمدونات والويكي، ومؤسسات التنشئة الاجتماعية، أما وسائل الإعلام المكتوبة فهم يعتمدون عليها بدرجة منخفضة، وهذا ما يفسر مسألة انتقائية الجمهور للوسيلة الاتصالية المناسبة واختيار المصدر الإعلامي الذي يلبي حاجاته، فالجمهور فعال في اختيار الوسيلة التي تلبي حاجاته ورغباته وذلك وفقاً لدوافعه¹ وهذا استناداً على ما جاءت به نظرية الاستخدامات والاشباع، كما يمكن تفسير هذه النتائج بناءً على الافتراضات التي جاءت بها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فحسب النظرية يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديه مصادر أخرى بديلة للمعلومات أو مصادر إعلام خارجية، ويختلف الأفراد فيما بينهم من حيث درجة الاعتماد على وسائل الإعلام كنتيجة لاختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحجج الفردية والمتغيرات الديمغرافية². وهذا ما يفسر التفاوت في درجة اعتماد أفراد عينة الدراسة على مختلف مصادر المعلومات السياسية ويفسر الأسباب التي أرجعت لها درجات الاعتماد المبحوثين على كل مصدر من تلك المصادر.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016، صص 255-256.

² خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، صص 125.

وقد تشابهت هذه النتائج مع نتائج جل الدراسات السابقة كدراسة "رضوان قطبي" والتي توصل فيها إلى أن 43.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي في متابعة أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية. ودراسة "محمد بوخبزة" والتي توصل إلى أن الانترنت من أهم الوسائل استخدماً للاطلاع على الأخبار وهذا بفضل تطبيقاتها المتاحة عليها ومن بين هذه التطبيقات الفيسبوك الذي أصبح قبلة لجميع الشرائح وساحة لمناقشة وتبادل المعلومات السياسية، كما توصل إلى أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في إطلاع على الأحداث السياسية الأمر الذي يرفع من رصيدهم المعرفي. وكذلك دراسة "عبو فوزية" التي توصلت فيها إلى أن أغلب المستجوبات يتابعن الصفحات التي تهتم بالشأن السياسي وذلك من أجل مناقشة القضايا السياسية الراهنة ومن أجل التعبير عن آرائهم ومتابعة تصريحات الشخصيات السياسية. وكذلك دراسة "سوبيا شهزاد" "Sobia Shahzad" التي توصلت فيها إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام يؤدي إلى الحصول على المعلومات السياسية، بالإضافة إلى دراسة "توفيق أحمد وأيما ألفي ومحمد إتفاق" "Taufiq Ahmad, Aima Alvi, and Muhammad Ittefaq" والتي وتصل فيها إلى أن غالبية الطلاب يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي للتوعية السياسية.

بعد استعراض وتفسير النتائج الخاص بالمحور الأول للاستبيان بأبعاده الثلاثة يمكن الإجابة عن التساؤل الأول للدراسة كآتي: يعتمد شباب ولاية سعيدة على موقعي الفيسبوك واليوتيوب بمستوى عالي في استقاء معلوماتهم السياسية، ويعتمدون على تطبيق تيك توك والأنستقرام بمستوى منخفض في استقاء معلوماتهم السياسية، بينما يعتمدون على موقع تويتر بمستوى منخفض جدا في استقاء معلوماتهم السياسية.

2-1 التحليل الاستدلالي لنتائج الفرضية الأولى

للتحقق من صحة الفرضية الأولى للدراسة التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة). تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية وتم اختبار كل فرضية حسب المتغيرات التالية: مغير الجنس، متغير السن، متغير المستوى التعليمي ومتغير المهنة:

1-2-1 متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس.

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم استخدام اختبار (T- Test) في حالة عينتين مستقلتين وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (07) اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى استخدام شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وفق متغير الجنس

الأبعاد	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة الدلالة	الدلالة الاحصائية
01	الذكور	220	3.11	1.469	0.409	0.010	دالة احصائيا
	الإناث	180	3.06	1.320			
02	الذكور	220	2.06	0.830	0.109	0.033	دالة احصائيا
	الإناث	180	2.07	0.747			
03	الذكور	220	3.73	1.189	0.722	0.003	دالة احصائيا
	الإناث	180	3.36	1.374			
مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية	الذكور	220	2.85	1.361	0.657	0.008	دالة احصائيا
	الإناث	180	2.76	1.172			

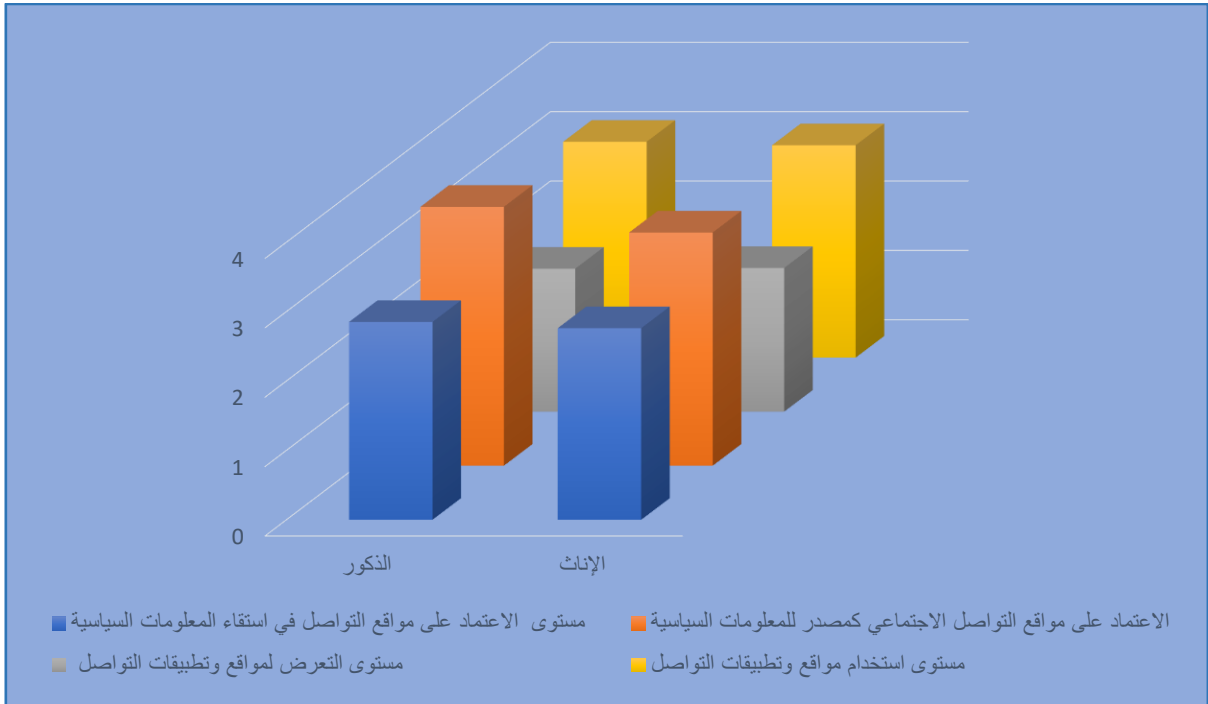
يتضح من خلال بيانات الجدول (07) أن متوسط مستوى استخدام الذكور لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) جاء بقيمة (3.11) وبانحراف معياري (1.469) وهو أعلى من متوسط مستوى استخدام الإناث لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) والذي قدر بـ (3.06) وجاء انحرافه المعياري (1.320)، وقد جاءت نتيجة "t" (0.409) وبقيمة دلالة (0.010) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a=0.05) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول مستوى استخدامهم لموقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية.

ويتضح أيضاً أن متوسط مستوى تعرض الذكور لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) جاء بقيمة (2.06) وبانحراف معياري (0.830) وهو أقل من

متوسط مستوى تعرض الإناث لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي الذي جاء بـ (2.07) وبانحراف معياري (0.747)، وجاءت نتيجة "t" (0.109) بقيمة دلالة (0.033) أي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول مستوى تعرضهم لموقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الإناث الأعلى في المتوسطات الحسابية.

كما أن متوسط اعتماد الذكور على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) كمصدر لمعلوماتهم السياسية جاء بقيمة (3.73) وبانحراف معياري (1.189) وهو أكبر من متوسط اعتماد الإناث على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية الذي جاء بـ (3.36) وبانحراف معياري (1.374)، وجاءت نتيجة "t" (0.722) بقيمة دلالة (0.003) أي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول اعتمادهم على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) كمصدر لمعلوماتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية.

أما فيما يخص متوسط المستوى الكلي لاعتماد الذكور على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية فقد جاء (2.85) وجاء انحرافه المعياري (1.361) وهو أعلى من متوسط المستوى الكلي لاعتماد الإناث على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية الذي قدر بـ (2.76) وقدر انحرافه المعياري بـ (1.172)، وقدرت نتيجة "t" للمستوى الكلي بـ (0.657) بقيمة دلالة (0.008) أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول مستوى اعتمادهم على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية؛ وهذا ما يوضحه الرسم البياني التالي:



الشكل (07) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين الذكور والإناث

يرجع التفاوت في مستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين الذكور والإناث إلى طبيعة الظروف الاجتماعية التي يعيشها كل جنس من جنسين، حيث يعود تفوق الذكور على الإناث في مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي إلى أن الذكور لهم القدر على اتصال بالإنترنت في أي وقت وفي أي مكان بحكم أنهم أكثر استقلاليةً وتحرراً من القيود المجتمعية مقارنةً بالإناث، وذلك لطبيعة المجتمع الجزائري الذي تغلب عليه سمة الذكورية؛ أما تفوق الإناث على الذكور في مستوى التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي قد يعود إلى كون الإناث لا يجدون متفهماً آخر غير تصفح مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل ضرورة قضاء أغلبهن وقت الفراغ في المنزل، بينما يقضي أغلب الذكور وقت فراغهم في ممارسة مختلف النشاطات خارج المنزل؛ وبالنسبة لتفوق الذكور على الإناث في الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي يرجع لكون الذكور أكثر اهتماماً بالمواضيع السياسية وأكثر حرصاً على اكتساب المعلومات حول المواضيع السياسية مقارنةً بالإناث التي نادراً ما يهتمن بالمواضيع السياسية.

وعليه ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس.

1-2-2 متغير السن

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير السن.

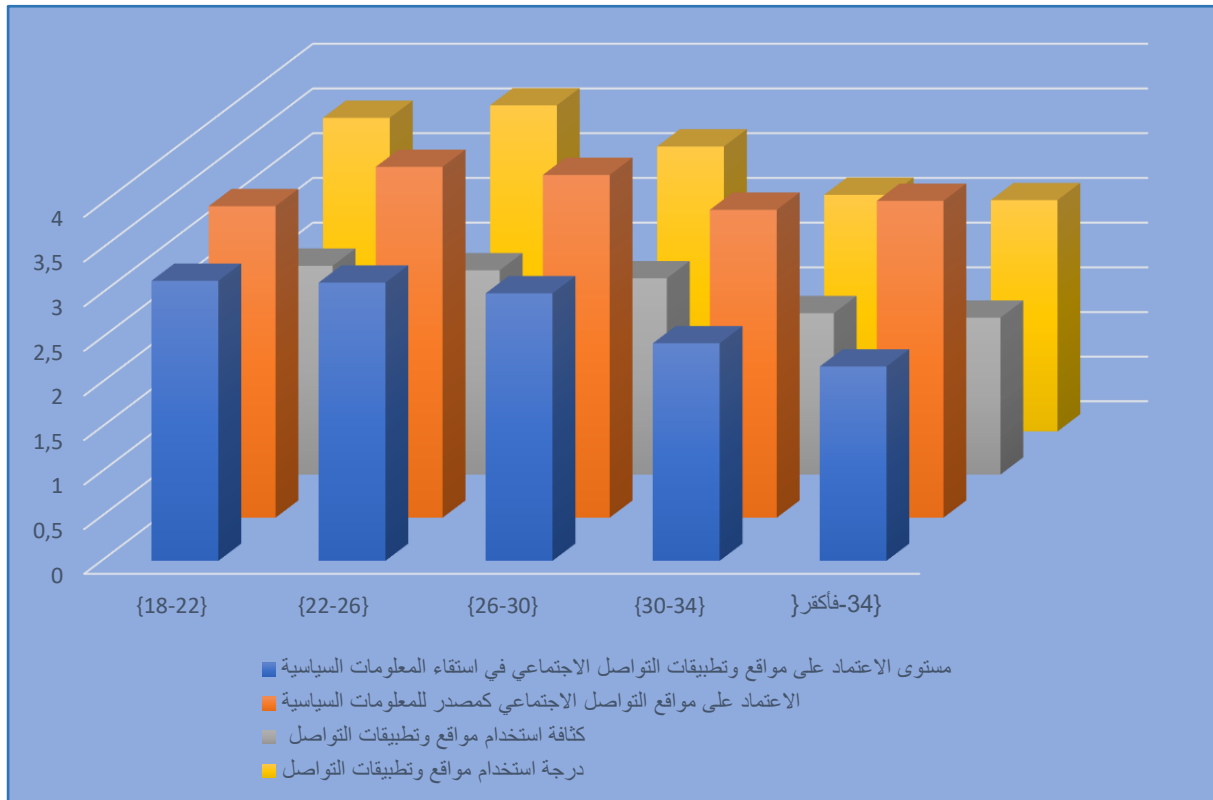
وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم إجراء اختبار التباين الأحادي (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات المبحوثين على عبارات المحور الأول تبعاً لمتغير السن وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (08) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير السن

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01 بعد مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي	[22-18]	35	3.51	1.358	9.766	0.000	دالة احصائيا
	[26-22]	89	3.65	1.262			
	[30-26]	111	3.19	1.181			
	[34-30]	96	2.65	1.492			
	[34-أكثر]	69	2.59	1.468			
02 بعد مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي	[22-18]	35	2.34	0.802	9.356	0.000	دالة احصائيا
	[26-22]	89	2.29	0.786			
	[30-26]	111	2.20	0.739			
	[34-30]	96	1.81	0.772			
	[34-أكثر]	69	1.76	0.730			
03 الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	[22-18]	35	3.49	1.292	2.511	0.041	دالة احصائيا
	[26-22]	89	3.93	1.204			
	[30-26]	111	3.84	1.148			
	[34-30]	96	3.45	1.360			
	[34-أكثر]	69	3.55	1.367			
مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية	[18-22]	35	3.14	1.001	6.136	0.000	دالة احصائيا
	[22-26]	89	3.12	0.918			
	[26-30]	111	3.00	0.861			
	[30-34]	96	2.44	1.078			
	[34-أكثر]	69	2.45	1.070			

يتضح من خلال الجدول (08) أن متوسط درجة استخدام الفئات العمرية الأصغر لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) كانت أكبر من متوسط درجة

استخدام الفئات العمرية الأكبر، حيث جاءت الفئتان [22-18] و[26-22] بمتوسط حسابي أكبر من الفئتان {34-30} و{34-فأكثر}؛ ونفس شيء بالنسبة لمتوسط مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الفئة العمرية [22-18] بأكبر متوسط حسابي (2.34) بينما جاءت الفئة العمرية {34-سنة فأكثر} بأصغر متوسط حسابي (1.76)؛ وبالنسبة لمتوسط الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي فقد كانت الفئتان [26-22] و[30-26] هي صاحبة أكبر متوسطين حسابيين حيث قدرا بـ (3.93) و(3.84) على التوالي وهما أكبر مقارنةً بالمتوسطات الحسابية للفئات العمرية الأخرى. أما المتوسط الحسابي للمستوى الكلي للاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بالنسبة للفئتين [22-18] و[26-22] جاء أكبر من المتوسط الحسابي للمستوى الكلي للفئات العمرية الأكبر منها، حيث قدر متوسطهما الحسابي بـ (3.14) و(3.12) على التوالي وهما أكبر مقارنةً بالمتوسطات الحسابية للفئات العمرية الأخرى. والرسم البياني ادناه يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل فئة من الفئات العمرية للعينة:



الشكل (08) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين مختلف الفئات العمرية

هذا ويتضح أيضاً من الجدول (08) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من مستوى استخدام ومستوى تعرض أفراد عينة الدراسة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) تبعاً لمتغير السن، حيث جاءت قيم "f" (9.766) و(9.365) على التوالي وبقيمة دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) أي دالة احصائياً. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية تبعاً للسن، حيث جاءت قيمة "f" (2.511) وبقيمة دلالة (0.041) دالة احصائياً لأنها أصغر من (0.05).

كما يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي لاعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير السن، حيث جاءت قيمة "f" (06.136) وبقيمة دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) ودالة إحصائياً هي الأخرى.

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD-test) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين الفئات العمرية المختلفة وما هي الفروق الدالة احصائياً.

الجدول (09) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع

وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير السن

الدالة الاحصائية	قيمة الدلالة	الفروق في المتوسطات	الفئات العمرية
غير دالة احصائياً	0.938	0.0192	[26-22]-----[22-18]
غير دالة احصائياً	0.555	0.1428	[30-26]-----[22-18]
دالة احصائياً	0.005	0.6949*	[34-30]-----[22-18]
دالة احصائياً	0.008	0.2588*	[34-فأكثر]-----[22-18]
غير دالة احصائياً	0.487	0.1236	[30-26]-----[26-22]
دالة احصائياً	0.000	0.6756*	[34-30]-----[26-22]
دالة احصائياً	0.001	0.7643*	[34-فأكثر]-----[26-22]
دالة احصائياً	0.002	0.5520*	[34-30]-----[30-26]
دالة احصائياً	0.004	0.5507*	[34-فأكثر]-----[30-26]
غير دالة احصائياً	0.770	0.0620	[34-فأكثر]-----[34-30]

الفروقات دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (09) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير السن تعود إلى الفرق بين الفئات العمرية الكبرى [34-30] و[34-فأكثر] والفئات العمرية الأقل منها بفوارق معنوية

تراوحت بين (0.2588 و0.7643) وبقيم دلالية تراوحت بين (0.000 و0.008) وهي كلها أقل من قيمة الدلالة (0.05)، أما بقية الفروق بين مختلف الفئات العمرية الأخرى لم تكن دالة إحصائياً، لأن قيمها الدلالية تراوحت بين (0.487 و0.938) وهي كلها أكبر من قيمة الدلالة (0.05).

إن التفاوت في مستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين مختلف الفئات العمرية لأفراد العينة يرجع للخصائص كل مرحلة من المراحل العمرية للإنسان، حيث يعود تفوق الفئات العمرية الأصغر على الفئات العمرية الأكبر في مستوى الاستخدام والتعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وفي مستوى الاعتماد عليها كمصدر لمعلوماتهم السياسية إلى تحكم أصحاب هذه الفئات بتكنولوجيا الاعلام والاتصال لكونهم ينتمون إلى مرحلة المراهقة، وفي هذه المرحلة يكون فيها إنسان أكثر تأثراً بكل ما هو جديد، وبمأن مواقع وتطبيقات التواصل هي من بين وسائل التكنولوجيا الجديدة فمن طبيعي أن تكون أكثر استخداماً وتعرضاً ممن هم أصغر في السن، هذا وقد تمتاز هذه المرحلة بكثرة أوقات الفراغ، الأمر الذي يفسر طول الفترات الزمنية التي يقضيه أصحاب هذه الفئات في تصفح مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، هذا ويرجع تفوقهم أيضاً إلى كون هذه الفئات جل أفرادها هم طلبة جامعين ويعتمدون على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمختلف المعلومات والأخبار التي قد يحتاجونها في بحوثهم العلمية.

وعليه ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير السن.

1-2-3 متغير المستوى التعليمي

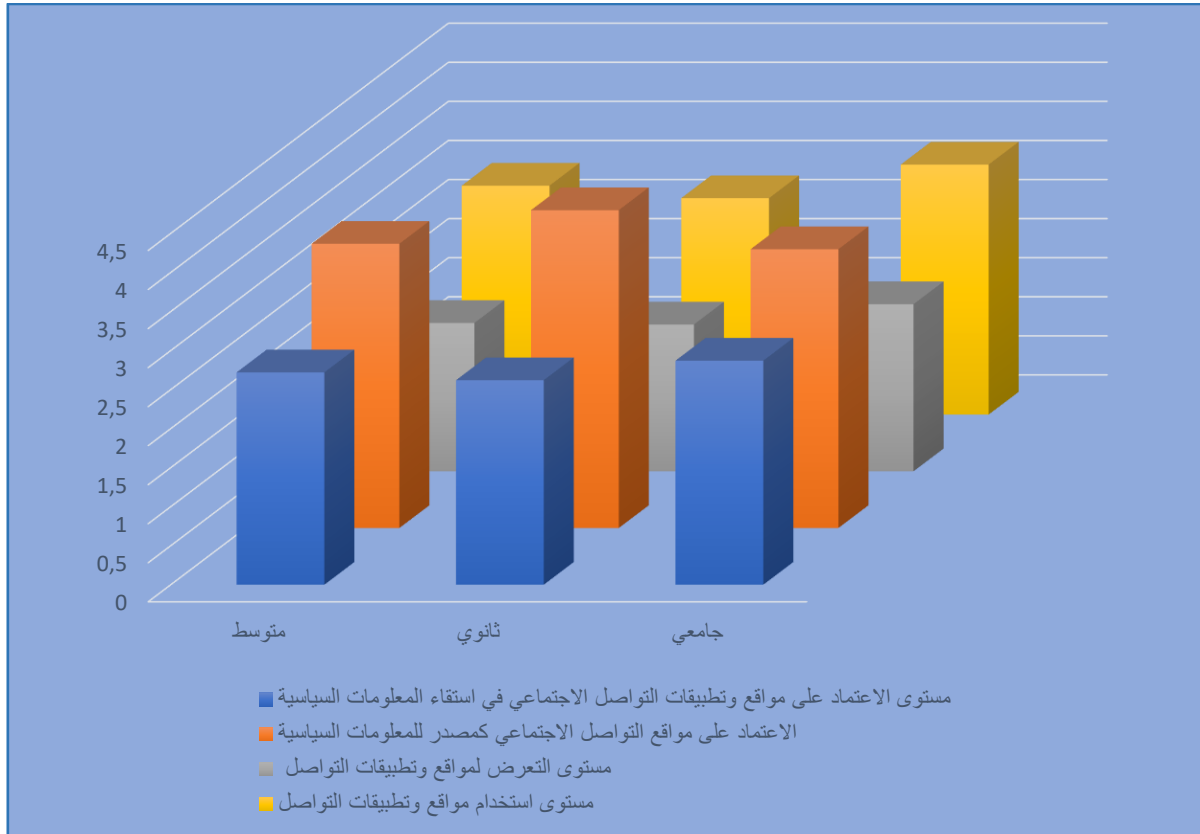
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم اجراء اختبار التباين الأحادي (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات الحسابية هذا المحور تبعاً لمتغير المستوى التعليمي وكانت نتائج كالتالي:

الجدول (10) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى اعماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير المستوى التعليمي

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الاحصائية
01	متوسط	33	2.93	1.248	3.306	0.038	دالة احصائيا
	ثانوي	86	2.77	1.490			
	جامعي	281	3.20	1.381			
02	متوسط	33	1.90	0.578	4.285	0.014	دالة احصائيا
	ثانوي	86	1.88	0.709			
	جامعي	281	2.14	0.828			
03	متوسط	33	3.64	1.220	5.132	0.006	دالة احصائيا
	ثانوي	86	4.07	1.060			
	جامعي	281	3.57	1.321			
مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي ك مصدر للمعلومات السياسية	متوسط	33	2.72	0.191	4.154	0.016	دالة احصائيا
	ثانوي	86	2.62	0.147			
	جامعي	281	2.87	1.270			

يتضح من خلال الجدول (10) أن متوسط مستوى استخدام المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) كانت أكبر من متوسط درجة استخدام المبحوثين من المستويات التعليمية الأخرى حيث جاء المتوسط حسابي خاص بأصحاب المستوى التعليمي جامعي بـ (3.20)، وهو أكبر من كل المتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى؛ ونفس شيء بالنسبة لمتوسط مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي حيث جاء المتوسط الحسابي لأصحاب المستوى الجامعي (2.14) وهو أيضاً الأكبر مقارنةً بالمتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى؛ وفيما يخص متوسط اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم مستوى ثانوي كان هو الأكبر مقارنةً بمتوسطات اعتماد المبحوثين ذوي المستويات التعليمية الأخرى، أما متوسط المستوى الكلي لاعتماد المبحوثين الذين لديهم مستوى جامعي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية كان (2.87) وهو الأكبر مقارنةً بمتوسطات الكلية لمستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية لدى المبحوثين ذوي المستويات التعليمية الأخرى. والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل مستوى من المستويات التعليمية للعينة:



الشكل (09) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية حسب المستوى التعليمي

كما يتضح من الجدول (10) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (3.306) وبقية دلالة (0.038) وهي أصغر من (0.05) أي دالة إحصائية، وأيضاً توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تعرض أفراد عينة الدراسة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وذلك لأن قيمة "f" كانت (4.285) وقيمة دلالتها كانت (0.014) أي أصغر من قيمة الدلالة (0.05) فهي إذا دالة إحصائية، ونفس الشيء بالنسبة للاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية فأتضح أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الحسابية لإجابات الباحثين حولها، حيث جاءت قيمة "f" (5.132) وقيمة دلالتها (0.006) التي تعد أصغر من قيمة الدلالة (0.05).

أما فيما يخص المستوى الكلي لاعتماد الباحثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية فقد تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيه تعزى للمستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (4.154) وبقية دلالة (0.016) وهي أصغر من (0.05) أي أنها دالة إحصائية.

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين المستويات التعليمية المختلفة لأفراد العينة وما هي الفروق الدالة إحصائياً.

الجدول (11) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق المستوى التعليمي

المستويات التعليمية	الفروق في المتوسطات	قيمة دلالة	الدلالة الإحصائية
متوسط-----ثانوي	0.0993	0.704	غير دالة إحصائياً
متوسط-----جامعي	0.1517	0.519	غير دالة إحصائياً
ثانوي-----جامعي	0.3411*	0.040	دالة إحصائياً

الفروقات دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (11) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية حسب المستوى التعليمي تعود إلى الفرق بين من لديهم مستوى ثانوي وبين من لديهم مستوى جامعي وذلك بفارق معنوي قدر بـ (0.3429) وبقيمة دلالة (0.040) وهي أقل من (0.05) أي دالة إحصائياً، أما بقية الفروق بين مختلف المستويات التعليمية الأخرى لم تكن دالة إحصائياً، حيث جاءت قيم دلالتها (0.704 و 0.519) وكلاهما أكبر من (0.05).

يرجع تفوق أصحاب المستوى الجامعي في الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية على أصحاب المستويات التعليمية الأخرى لطبيعة الحاجات والرغبات التي تدفع أصحاب هذا المستوى لاستخدام والتعرض لتلك المواقع والتطبيقات، حيث أن أصحاب المستوى الجامعي يستخدمون ويتعرضون لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بهدف المعرفة والتواصل مع الزملاء، خاصة وأن أغلبهم لا زالوا في مقاعد الدراسة لأن جلهم يقعون بين الفئتان العمريتان [18-22] و [22-26]، كما يعتمدون عليها في تلقي الأحداث والمعلومات حول ما يهمهم، لكن هذا لا ينفي الاستخدام والتعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بغرض التسلية وغير ذلك من الدوافع الطقوسية الموجدة لدى كل فرد منا.

من خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

(فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

1-2-4 متغير المهنة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير المهنة.

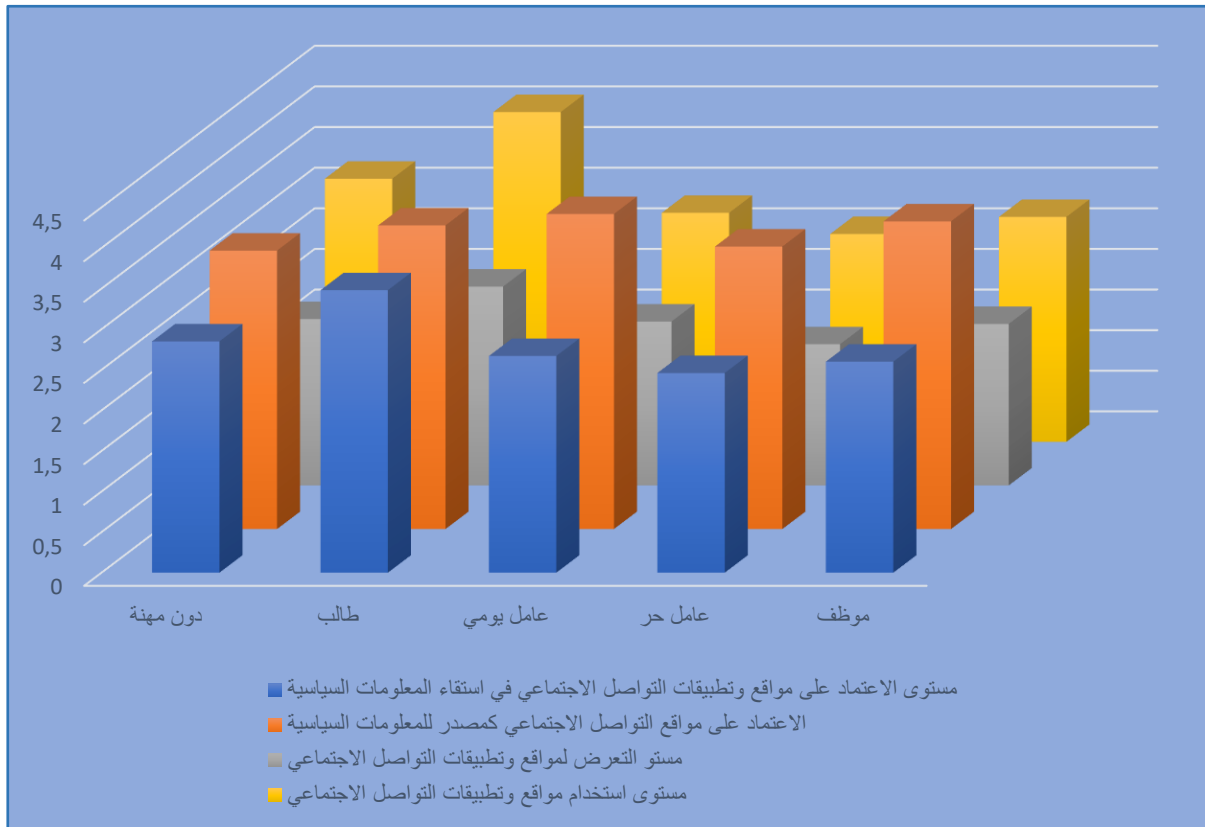
وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم اجراء اختبار (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى استخدام أفراد العينة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير المهنة وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (12) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى استخدام شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات

التواصل الاجتماعي وفق متغير المهنة

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الاحصائية
01 بعد مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي	دون مهنة	70	3.24	1.221	16.080	0.000	دالة احصائيا
	طالب	80	4.06	1.106			
	عامل يومي	34	2.82	1.242			
	عامل حر	50	2.56	1.264			
	موظف	166	2.77	1.449			
02 بعد مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي	دون مهنة	70	2.05	0.658	7.633	0.000	دالة احصائيا
	طالب	80	2.45	0.793			
	عامل يومي	34	2.02	0.758			
	عامل حر	50	1.74	0.599			
	موظف	166	1.99	0.842			
03 الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	دون مهنة	70	3.43	1.303	1.555	0.185	غير دالة احصائيا
	طالب	80	3.74	1.166			
	عامل يومي	34	3.88	1.008			
	عامل حر	50	3.48	1.460			
	موظف	166	3.79	1.292			
مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية	دون مهنة	70	2.85	1.120	8.324	0.000	دالة احصائيا
	طالب	80	3.48	1.147			
	عامل يومي	34	2.67	1.199			
	عامل حر	50	2.46	1.164			
	موظف	166	2.60	1.343			

يتضح من خلال الجدول (12) أن متوسط مستوى استخدام المبحوثين الذين هم دون مهنة أو طلبة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) كانت أكبر من متوسط درجة استخدام المبحوثين الذين هم عمال أو موظفين حيث جاءت متوسطاتهم الحسابية أكبر من المتوسطات الحسابية لمن هم عمال أو موظفين؛ ونفس شيء بالنسبة لمتوسط مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت المتوسطات الحسابية لمن هم دون مهنة أو طلبة أكبر من المتوسطات الحسابية لمن هم عمال أو موظفين؛ وفيما يخص المتوسطات الحسابية لاعتماد الموظفين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي فقد جاءت هي الأكبر مقرنتاً مع من هم عمال أو دون مهنة؛ أما بالنسبة للمتوسطات الحسابية للمستوى الكلي لاعتماد المبحوثين الذين هم طلاب أو دون مهنة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية كانا (3.48) و(2.85) على التوالي وهما الأكبر مقرنتاً بمتوسطات الحسابية للمستوى الكلي لدى المبحوثين من الفئات المهنية الأخرى. والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الخاصة بكل فئة من الفئات المهنية للعينة:



الشكل (10) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية حسب المهنة

كما يتضح من الجدول (12) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من مستوى استخدام ومستوى تعرض أفراد عينة الدراسة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستقرام، تيك توك) تبعاً لمتغير المهنة، حيث جاءت قيم "f" (16.080) و(7.633) على التوالي وبقيمة دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) أي دالة احصائياً، أما بنسبة لمتوسط اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية فقد تبين أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت "f" بقيمة (1.555) وبقيمة دلالة (0.185) وهي أكبر من (0.05) مما يعني أنها غير دالة إحصائياً.

هذا ويتضح أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي لاعتماد أفراد عينة الدراسة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة "f" (8.324) وبقيمة دلالة (0.000) والتي تعد أصغر من (0.05) ودالة إحصائياً هي الأخرى،

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين الفئات المهنية المختلفة وما هي الفروق الدالة احصائياً.

الجدول (13) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع

وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير المهنة

الدالة الاحصائية	قيمة الدالة	الفروق في المتوسطات	الفئات المهنية
دالة احصائيا	0.002	0.6303*	دون مهنة-----طالب
غير دالة احصائيا	0.484	0.1806	دون مهنة-----عامل يومي
غير دالة احصائيا	0.083	0.3971	دون مهنة-----عامل حر
غير دالة احصائيا	0.149	0.2547	دون مهنة-----موظف
دالة احصائيا	0.001	0.8110*	طالب-----عامل يومي
دالة احصائيا	0.000	1.0275*	طالب-----عامل حر
دالة احصائيا	0.000	0.8850*	طالب-----موظف
غير دالة احصائيا	0.431	0.2164	عامل يومي-----عامل حر
غير دالة احصائيا	0.750	0.0740	عامل يومي-----موظف
غير دالة احصائيا	0.475	0.1424	عامل حر-----موظف

الفروقات دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (13) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وفق متغير المهنة تعود إلى

الفرق بين من هم طلبة وبين الفئات الأخرى ممن هم دون مهنة ومن هم عامل وموظفين وذلك بفارق معنوي تراوح بين (0.6303 و 1.0275) وبقيمة دلالة تراوحت بين (0.000 و 0.002) وهي كلها أقل من (0.05)، أما بقية الفروق بين مختلف الفئات المهنية الأخرى لم تكن دالة إحصائياً، حيث تراوحت كل قيم دلالاتها بين (0.083 و 0.484) وهي كلها أكبر من (0.05).

إن التفاوت في مستوى اعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بين مختلف الفئات المهنية لأفراد العينة يرجع إلى طبيعة المسؤوليات المهنية الخاصة بكل فئة ولأوقات الفراغ التي تتمتع بها كل فئة، حيث يعود تفوق فئة الطلبة وفئة من هم دون مهنة على من هم عامل وموظفين في مستوى الاستخدام والتعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي إلى أن طلبة والدين هم دون مهنة ليس لهم مسؤوليات مهنية تمنعهم من تصفح مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، كما أن لديهم أوقات فراغ أطول مقارنةً بمن هم عمال أو موظفين، وإن اعتماد الطلبة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بمستوى أعلى من الفئات المهنية الأخرى يرجع إلى أن الطلبة هم أكثر اهتماماً بتحصيل مختلف المعارف والمعلومات التي تساهم بشكل كبير في تشكيل وتكوين ثقافتهم.

بناءً على هذه النتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستغرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغير المهنة. ومن خلال التحقق الفرضيات الفرعية السابقة تتحقق الفرضية الأساسية الأولى للدراسة والتي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستغرام، تيك توك) في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

2- التحليل الوصفي والاستدلالي لنتائج الفرضية الثانية

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

1-2 التحليل والوصفي لنتائج الفرضية الثانية

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تحديد مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وذلك من خلال تحديد مستوى كل من معرفتهم السياسية واتجاهاتهم السياسية بالإضافة إلى تحديد مستوى سلوكياتهم السياسية.

1.1-2 مستوى المشاركة السية

لمعرفة مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات الباحثين عن كل فقرة من فقرات هذا المحور بأبعاده الثلاثة: المعرفية، الوجدانية، والسلوكية وتم ترتيبها تبعا لذلك بالإضافة الى حساب الانحراف المعياري لتلك الاجابات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى المشاركة السياسية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
البعد المعرفي				
01	تطلع على الأخبار وتتابع التغييرات الحاصلة في الساحة السياسية محليا ووطنيا	03.44	1.267	عالي
03	تحرص على معرفة حقوقك وواجباتك السياسية	03.28	1.442	متوسط
02	تحرص على توسيع معارفك بالأحزاب والتنظيمات السياسية الجزائرية	03.18	1.296	متوسط
05	تتناقش المواضيع السياسية مع أقرابك ومعارفك	02.72	1.375	متوسط
04	تطلع على البرامج الانتخابية للقوائم الحزبية قبل الانتخابات	02.62	1.362	متوسط
البعد الوجداني				
07	تشجع أقرابك ومعارفك على التصويت في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	02.37	1.500	منخفض
08	تشجع أقرابك ومعارفك على تأييد تنظيم أو حزب سياسي معين	02.37	1.498	منخفض
09	تثق بنشاط السياسي الذي تقوم به الأحزاب الشخصية السياسية الجزائرية	02.02	1.323	منخفض
06	تدعم معنويا النشاطات التي تقوم بها التجمعات والهيئات السياسية في الجزائر	01.92	1.311	منخفض
البعد السلوكي				
10	تحرص على إدلاء بصوتك في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	03.15	1.516	متوسط
11	تشارك في مسيرات السياسية التي تجرى في بلدك	02.02	1.318	منخفض
13	تحضر الندوات والاجتماعات السياسية محلية أو وطنية	01.94	1.267	منخفض
12	تشارك في الحملات الانتخابية لمرشحيك وللأحزاب التي تنتمي إليها	01.68	1.116	منخفض جدا
14	تشارك وتخرط في الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية	01.63	1.158	منخفض جدا
15	تترشح للانتخابات المحلية أو تشريعية	01.32	0.855	منخفض جدا
	مستوى المشاركة السياسية	02.00	1.119	منخفض

يوضح الجدول (14) إجابات الباحثين حول مستوى مشاركتهم السياسية وتبين أن الدرجة الكلية للمحور جاءت بمتوسط حسابي (02.00) وانحراف معياري (1.119)، وهذا يدل على أن مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة منخفض وفق استجابات الأفراد التي شملتهم عينة الدراسة،

حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات هذا المحور بين (3.44 و1.32)، وقد جاءت في المرتبة الأولى العبارة (01) التي كان نصها "اتطلع على الأخبار وتتابع التغييرات الحاصلة في الساحة السياسية محليا ووطنيا" بمتوسط حسابي (03.44) الذي يدل على أن أغلب أفراد العينة يطلعون ويتتبعون الأخبار والأحداث السياسية بمستوى عالي، وذلك ما بينته التكرارات والنسب المئوية الخاصة بهذه العبارة في الملحق (07)، وكان الانحراف المعياري لهذه الأخيرة (1.267)؛ وقد تلتها في المرتبة الثانية العبارة (03) التي تمثل نصها في: "تحرص على معرفة حقوقك وواجباتك السياسية" وذلك بمتوسط حسابي (03.28) أي بمستوى متوسط، وانحراف معياري (1.422) والذي يدل على تشتت في اجابات المبحوثين بين من يحرصون على معرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية دائماً وبين من لا يحرصون على ذلك أبداً؛ أما العبارة (14) التي كان نصها "تشارك وتتخبط في الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية" فقد جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي (01.36) الذي يدل على مستوى منخفض جداً من مشاركة وانخراط افراد العينة في الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية، وكان انحرافها المعياري (1.158)؛ وفي المرتبة الأخيرة جاءت العبارة (15) والتي كان نصها "تترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية" وذلك بمتوسط حسابي (01.32) الذي يدل على أن أفراد العينة يترشحون للانتخابات بمستوى منخفض جداً، وهذا ما عبره عنه نسبة 83.3% والتي تمثل 333 شخص الذين صرحوا بأنهم لم يترشحوا أبداً للانتخابات المحلية أو التشريعية التي بينها الملحق (07).

وفيما يخص ترتيب أبعاد هذا المحور حسب المتوسطات الحسابية فقد كانت كالآتي:

الجدول (15) المستويات الكلية لأبعاد المشاركة السياسية

رقم البعد	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	البعد المعرفي	03.14	1.074	متوسط
03	البعد الوجداني	02.09	1.270	منخفض
02	البعد السلوكي	01.67	1.051	منخفض جدا
مستوى المشاركة السياسية				
		2.00	1.119	منخفض

- **البعد المعرفي:** حصل على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (03.14) مما يشير على أن أفراد العينة يمتلكون معرفة سياسية متوسطة، فهم يطلعون على الأخبار والأحداث السياسية بدرجة عالية، بينما يحرصون بدرجة متوسطة على معرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية وعلى توسيع معارفهم بالأحزاب والتنظيمات السياسية الجزائرية ومناقشة المواضيع السياسية مع أقاربهم ومعارفهم بالإضافة إلى أنهم يطلعون بدرجة متوسطة على البرامج الانتخابية للقوائم الحزبية قبل الانتخابات.

ويرجع تصدر البعد المعرفي الترتيب إلى مكانة المعرفة السياسية في عملية المشاركة السياسية، حيث أنها تعتبر المرحلة أو الخطوة الأولى في مراحل المشاركة السياسية وهي مرحلة تتصل بدرجة الوعي الذي يتمتع بها المواطنون بشأن اهتمامهم بمتابعة ما يجري على الساحة السياسية ومعرفة حقوقهم وواجباتهم السياسية، ودرجة وفهم معطيات التشريعات والقوانين التي تنظم الحياة السياسية في المجتمع. أما بخصوص درجة المعرفة السياسية لأفراد العينة التي كانت متوسطة فقد يرجع ذلك إلى أن بعض المبحوثين يسعون لمعرفة المعلومات والأحداث السياسية الرئيسية التي تحدث وتدور حولهم نتيجة دافع داخلي نابع من الطبيعة البشرية التي تتطلع إلى المعرفة بشكل عام، أما البعض الآخر من أفراد العينة فقد لا يتتبعون القضايا السياسية ولا يهتمون بالمجال السياسي أصلاً، وذلك ما بينته نسبة الأشخاص الذين أجابوا بـ "أبداً" أو "نادر" على عبارات البعد المعرفي كما بين الملحق (07).

- **البعد الوجداني:** حصل على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (02.09) مما يدل على أن آراء واتجاهات أفراد العينة عن الساحة السياسية الجزائرية كانت منخفضة، فمستوى حث وتشجيع أقاربهم ومعارفهم على التصويت في الانتخابات أو على تأييد تنظيم أو حزب سياسي معين كان منخفض، بالإضافة إلى أن تقتهم في النشاط السياسي الذي تقوم به الأحزاب والشخصيات السياسية الجزائرية كان أيضاً منخفض، كما أن مستوى دعمهم المعنوي للنشاطات التي تقوم بها التجمعات والهيئات السياسية في الجزائر جاء منخفض هو الآخر.

يعزى احتلال البعد الوجداني المرتبة الثانية إلى كونه المرحلة الثانية من مراحل المشاركة السياسية والتي ترتبط باتجاهات الأفراد وآراءهم في مفردات المناخ السياسي السائد، وتقييمهم لعناصر هذه البيئة على مستوى النخبة الحاكمة، وفاعلية الأحزاب في المسرح السياسي، وتقييم النظام الانتخابي المتبع، إضافة إلى تقييم الأفراد لما تتبناه الدولة وتتخذ من إجراءات على مستوى التشريعات والقوانين المنظمة للممارسة الديمقراطية، وهي المرحلة التي تحدد شكل أنشطة التي يمارسها الأفراد في عملية المشاركة السياسية. وقد جاءت الاتجاهات السياسية لأفراد العينة بهذا المستوى المنخفض لعدة أسباب تم التطرق لها في الفصل الثالث لهذه الدراسة، ولعل أهم هذه الأسباب هو ضعف ثقة مواطن في المؤسسات الرسمية وحتى الغير الرسمية كالهيئات والتنظيمات السياسية وعلى رأسها الأحزاب التي أصبح يحسبها المواطن مؤسسات شكلية للمعارضة وليست في صالح الشعب.

- **البعد السلوكي:** وقد حصل على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (01.67) مما يشير إلى أن أفراد العينة يشاركون بمستوى منخفض جداً في الأنشطة السياسية، فهم يشركون بالتصويت في الانتخابات المحلية والوطنية بمستوى متوسط فقط، بينما يشاركون في المسيرات والمظاهرات ويحضرون الندوات والاجتماعات السياسية بمستوى منخفض، أما بالنسبة لمشاركتهم في الحملات الانتخابية ولانخراطهم في الجمعيات والأحزاب السياسية وترشحهم للانتخابات فقد كان بمستوى منخفض جداً.

جاء البعد السلوكي في الترتيب الأخير لكونه المرحلة الأخيرة من مراحل المشاركة السياسية، وهذه المرحلة تشترط أن يكون نظام الحكم هو نظام جماهيري وأن تكون هناك أحزاب سياسية لها دور أساسي وليس ثانوي، بحيث تصبح مصدراً لمشروعية السلطة، ففي هذه الحالة يكون الحزب السياسي مؤسسة سياسية مهمة وبديلة نظراً لضعف المؤسسات السياسية التقليدية وعدم قدرتها على التكيف مع المعطيات الجديدة الناتجة عن عملية التحديث السياسي، بحيث أنه يعمل على تنظيم المشاركة السياسية لدى الأفراد، وذلك من خلال المشاركة في التصويت أو في عضوية حزب أو في الترشح لتمثيل أفراد المجتمع في البرلمان وفي مختلف النقابات، بالإضافة إلى تقلد مناصب سياسية من خلال عضوية عمل حكومي أو اداري. وقد يعزى المستوى المنخفض جداً للسلوك السياسي لدى أفراد العينة إلى عوامل سياسية واجتماعية، وتتمثل العوامل السياسية في حصر النظام السياسي الجزائري واجبات الأفراد السياسية في المشاركة في الاستحقاقات الاجتماعية والانتخابات، دون التركيز على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية. إضافة إلى مشاركة شكلية غير فعالة من قبل القوى السياسية حيث لا تظهر الأحزاب إلى أثناء العملية الانتخابية بهدف تأدية أدوار معينة أو الحصول على مقاعد برلمانية. أما العوامل الاجتماعية فتتمثل في انتشار السلبية وللإمبالاة بين الشباب الجزائري وتشكيك المبالغ في كل النشطة والمعلومات السياسية الصادرة من المؤسسات السياسية في بلد، كنتائج الانتخابات والاستفتاءات، الخطابات السياسية، إضافة إلى التشريعات الصادرة من المجلس النواب بالبرلمان..، كلها دفعت الشباب لعدم ممارسة الأنشطة السياسية.

ويرجع المستوى المنخفض للمشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة إلى الخوف المتجذر لدى بعضهم، فأجيال شباب الحاضر، هم أبناء وأحفاد لأسر جزائرية اختزنت خبرات سياسية مؤلمة في تاريخ المجتمع الجزائري، بسبب تصادم الأحزاب السياسية في العقود الماضية مع النظام السياسي الجزائري، بالإضافة إلى عدم فاعلية الأحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع المدني في جذب الشباب واقتناعهم بأهمية المشاركة السياسية.

بعد عرض وتفسير النتائج الخاص بالمحور الثاني للاستبيان بأبعاده الثلاثة يمكن الإجابة عن التساؤل الثاني للدراسة كالتالي: يشارك شباب ولاية سعيدة سياسيا بمستوى منخفض، حيث أنهم يحرصون على توسيع معارفهم السياسية بمستوى متوسط، وعلى تكوين رغباتهم واتجاهاتهم السياسية بمستوى منخفض وعلى ممارسة الأنشطة السياسية بمستوى منخفض جداً.

2-2 التحليل الاستدلالي لنتائج الفرضية الثانية

للتحقق من صحة الفرضية الثانية للدراسة التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المهنة، المستوى التعليمي). تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية وتم اختبار كل فرضية حسب المتغيرات التالية: متغير الجنس، متغير السن، متغير المستوى التعليمي ومتغير المهنة:

1-2-2 متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم استخدام اختبار (T- Test) في حالة عينتين مستقلتين وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (16) نتائج اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير

الجنس

الأبعاد	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة الدلالة	الدلالة الاحصائية
01 بعد المعرفة السياسية	الذكور	220	3.30	1.048	3.377	0.001	دالة احصائية
	الإناث	180	2.94	1.076			
02 بعد الاتجاهات السياسية	الذكور	220	2.11	1.243	0.381	0.703	غير دالة احصائية
	الإناث	180	2.06	1.305			
03 بعد السلوكيات السياسية	الذكور	220	1.78	1.089	2.257	0.025	دالة احصائية
	الإناث	180	1.54	0.990			
مستوى المشاركة السياسية	الذكور	220	2.14	1.194	1.174	0.241	غير دالة احصائية
	الإناث	180	2.08	1.164			

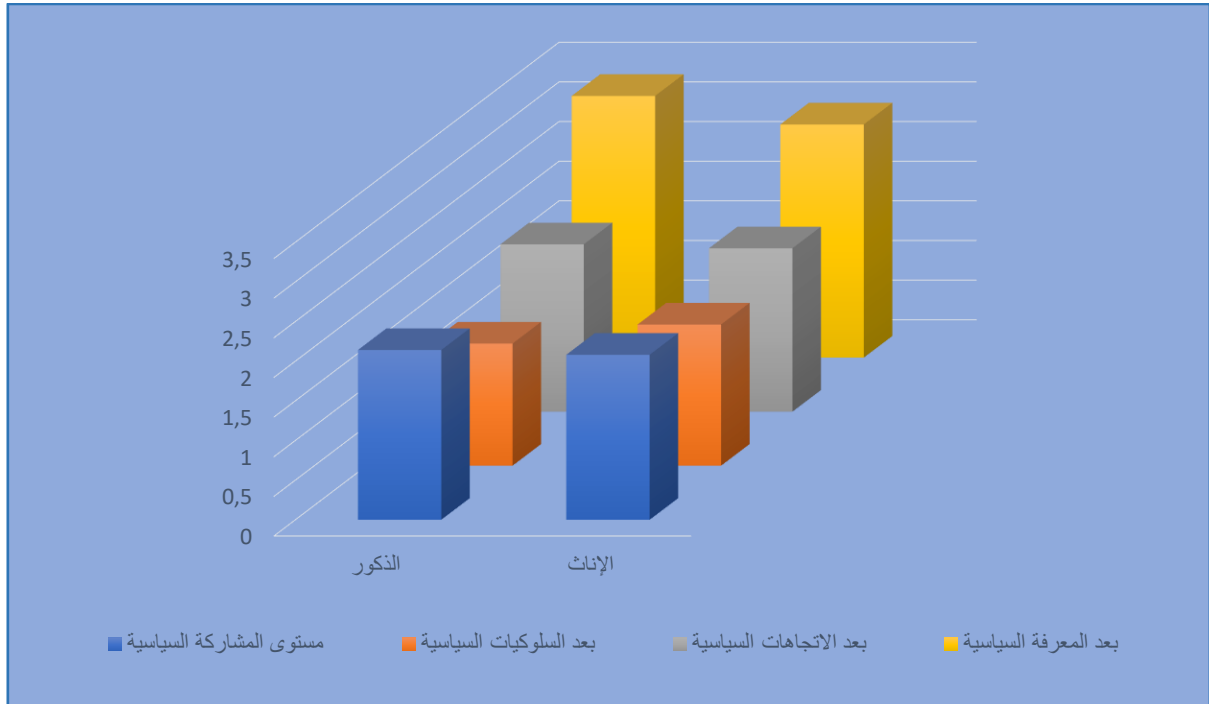
يتضح من خلال بيانات الجدول (16) أن متوسط بعد المعرفة السياسية للذكور جاء بقيمة (3.30) وبانحراف معياري (1.048) وهو أعلى من متوسط بعد المعرفة السياسية للإناث والذي قدر

بـ(2.94) وقدّر انحرافه المعياري بـ (1.076)، وقد جاءت نتيجة "t" (3.377) وبقيمة دلالة (0.001) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد المعرفة السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية.

ويتضح أيضاً أن متوسط بعد الاتجاهات السياسية للذكور جاء بقيمة (2.11) وبانحراف معياري (1.243) وهو أكبر من متوسط بعد الاتجاهات السياسية للإناث الذي جاء بـ (2.06) وبانحراف معياري (1.305)، أما نتيجة "t" فقد جاءت (0.381) بقيمة دلالة (0.703) أي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أنه لا فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد الاتجاهات السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لتقارب المتوسطات الحسابية لإجاباتهم.

وفيما يخص متوسط بعد السلوكيات السياسية للذكور فقد جاء بقيمة (1.78) وبانحراف معياري (1.089) وهو أكبر من متوسط بعد السلوكيات السياسية لدى الإناث والذي جاء بـ (1.54) وبانحراف معياري (0.990)، وجاءت نتيجة "t" (2.257) بقيمة دلالة (0.025) أي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد سلوكيات السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية.

أما فيما يخص متوسط المستوى الكلي للمشاركة السياسية للذكور فقد جاء (2.14) وجاء انحرافه المعياري (1.194) وهو أعلى من متوسط المستوى الكلي للمشاركة السياسية للإناث الذي قدر بـ (2.08) وقدّر انحرافه المعياري بـ (1.164)، وقدّرت نتيجة "t" للمستوى الكلي بـ (1.174) بقيمة دلالة (0.241) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي غير دالة إحصائياً، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول مستوى مشاركتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لأن الفروق في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور كانت ضئيلة؛ وهذا ما يوضحه الرسم البياني التالي:



الشكل (11) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية بين الذكور والإناث

إن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية بين الذكور والإناث قد يرجع إلى تدني مستوى الثقافة السياسية المتقاربة بين الجنسين، حيث أن غالبية الشباب الجزائري على اختلاف جنسهم يتبنون عقلية المقاطعة والعزوف عن المشاركة السياسية وهذا ما وضحته نتائج الانتخابات التي أجريت في مختلف الفترات والمراحل السياسية للبلاد، وخاصة الانتخابات التي أجريت بعد الحراك الشعبي الجزائري، وإن تدني مستوى الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري بصفة عامة كان سببه العديد من الإشكالات والمعوقات التي تحول دون تحسين العمل السياسي وتؤخر تجربة المشاركة السياسية أو تفرغها من مضمونها في بعض الأحيان، والتي ساهمت أيضاً في توفير مناخ سلبي لكل من الذكور والإناث للمشاركة وممارسة العمل السياسي، ومن هذه المعوقات ما له علاقة بعوامل سياسية قانونية، ومنها من له علاقة بعوامل اقتصادية واجتماعية، بالإضافة إلى ما له علاقة بعوامل فكرية، وهذه العوامل كلها سبق وتطرق لها في الفصل الثالث من هذه الدراسة.

فمن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم رفض الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس.

واستبدالها بالفرضية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس.

1-3 متغير السن

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير السن.

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم إجراء اختبار التباين الأحادي (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات المبحوثين على عبارات المحور الثاني تبعاً لمتغير السن وكانت نتائج على النحو التالي:

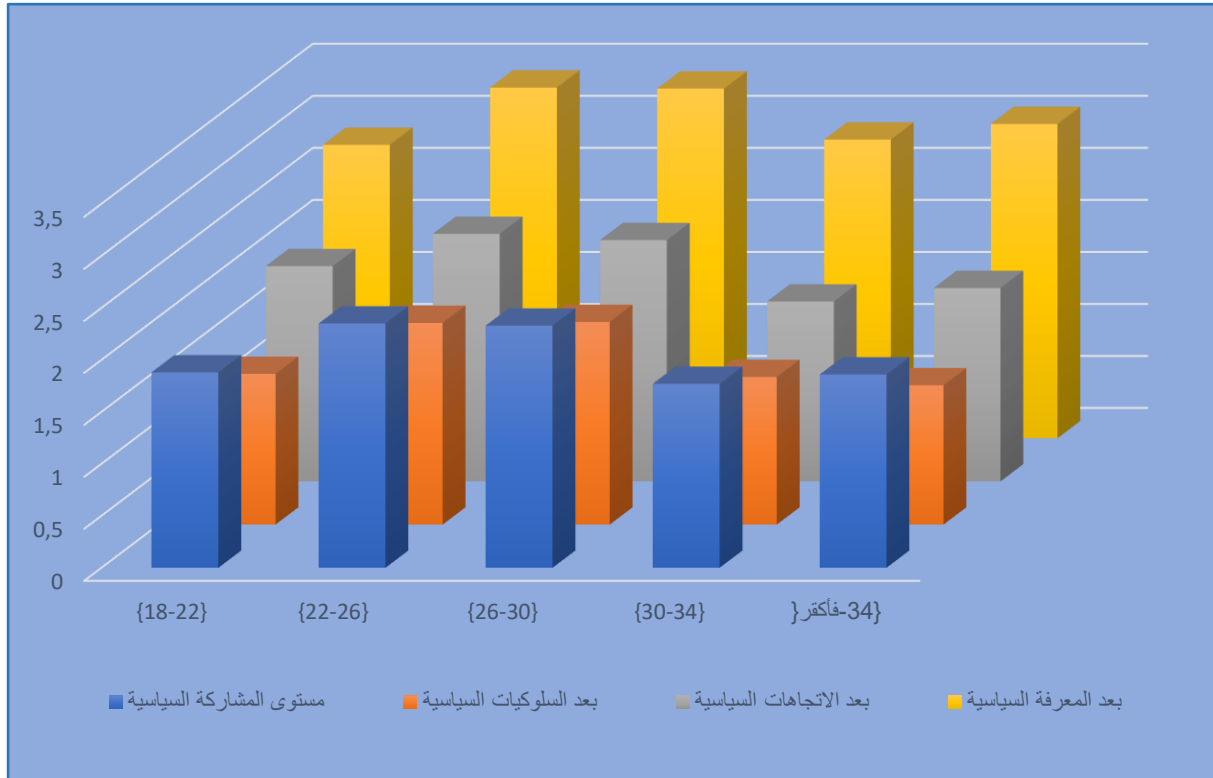
الجدول (17) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة

تعزى لمتغير السن

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01 بعد المعرفة السياسية	[22-18]	35	2.82	0.706	4.741	0.001	دالة احصائيا
	[26-22]	89	3.37	1.026			
	[30-26]	111	3.36	1.110			
	[34-30]	96	2.87	1.107			
	[34-أكثر]	69	3.02	1.070			
02 بعد الاتجاهات السياسية	[22-18]	35	2.07	1.132	4.707	0.001	دالة احصائيا
	[26-22]	89	2.38	1.348			
	[30-26]	111	2.32	1.325			
	[34-30]	96	1.73	1.107			
	[34-أكثر]	69	1.86	1.218			
03 بعد السلوكيات السياسية	[22-18]	35	1.45	0.645	7.217	0.000	دالة احصائيا
	[26-22]	89	1.94	1.171			
	[30-26]	111	1.95	1.241			
	[34-30]	96	1.42	0.868			
	[34-أكثر]	69	1.34	0.718			
مستوى المشاركة السياسية	[18-22]	35	1.88	0.891	5.037	0.001	دالة احصائيا
	[22-26]	89	2.35	1.199			
	[26-30]	111	2.33	1.306			
	[30-34]	96	1.77	1.070			
	[34-أكثر]	69	1.86	1.083			

يتضح من خلال الجدول (17) أن متوسط كل من بعد المعرفة السياسية وبعد الاتجاهات السياسية وبعد السلوكيات السياسية للفئات العمرية المتوسطة كانت أكبر من متوسط بعد المعرفة السياسية وبعد الاتجاهات السياسية وبعد السلوكيات السياسية للفئات العمرية الأصغر والأكبر منها، حيث جاءت الفئات

[26-22] و [30-26] بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسطات الحسابية للفئات [18-22]، [30-34] و [34-فأكثر]، وذلك بالنسبة للأبعاد الثلاثة ونفس شيء بالنسبة لمتوسط المستوى كلي للمشاركة السياسية حيث جاءت الفئتان العمرية [26-22] و [30-26] بأكبر متوسطان حسابيين (2.35 و 2.33) على التوالي وهما أكبر مقارنةً بالمتوسطات الحسابية للفئات العمرية الأخرى. والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل فئة من الفئات العمرية للعينة:



الشكل (12) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية بين مختلف الفئات العمرية

ويتضح أيضاً من الجدول (17) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من بعد المعرفة السياسية وبعد الاتجاهات السياسية تبعاً لمتغير السن، حيث جاءت قيم "f" (4.741 و 4.707) على التوالي وبقيمة دلالة (0.001) وهي أصغر من (0.05) أي دالة إحصائية. ونفس الشيء بالنسبة لبعد السلوكيات السياسية، حيث تين أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط السلوكيات السياسية للمبحوثين تبعاً للسن، حيث جاءت قيمة "f" (7.217) وبقيمة دلالة (0.000) وهي أيضاً دالة إحصائية لأنها أصغر من (0.05).

هذا ويتضح أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي للمشاركة السياسية لدى المبحوثين تعزى لمتغير السن، حيث جاءت قيمة "f" (05.037) وبقيمة دلالة (0.001) وهي أيضاً أصغر من مستوى الدلالة (0.005) مما يعني أنها دالة إحصائياً هي الأخرى. ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD-test) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين الفئات العمرية المختلفة وما هي الفروق الدالة إحصائياً.

الجدول (18) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى المشاركة السياسية وفق متغير السن

الدالة الإحصائية	قيمة الدلالة	الفروق في المتوسطات	الفئات العمرية
دالة إحصائية	0.043	0.4682*	[26-22]-----[22-18]
دالة إحصائية	0.047	0.4476*	[30-26]-----[22-18]
غير دالة إحصائية	0.632	0.1096	[34-30]-----[22-18]
غير دالة إحصائية	0.946	0.0161	[34-30]-----[22-18]
غير دالة إحصائية	0.901	0.0206	[30-26]-----[26-22]
دالة إحصائية	0.001	0.5778*	[34-30]-----[26-22]
دالة إحصائية	0.009	0.4843*	[34-30]-----[26-22]
دالة إحصائية	0.001	0.5572*	[34-30]-----[30-26]
دالة إحصائية	0.009	0.4637*	[34-30]-----[30-26]
غير دالة إحصائية	0.609	0.0935	[34-30]-----[34-30]

الفروقات دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (18) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن تعود إلى الفرق بين الفئات العمرية المتوسطة [26-22] و [30-26] والفئات العمرية الأقل والأكثر منها بفوارق معنوية تراوحت بين (0.4476 و 0.5778) وبقيم دلالية تراوحت بين (0.001 و 0.047) وهي كلها أقل من قيمة الدلالة (0.05)، أما الفروق بين مختلف الفئات العمرية الأخرى لم تكن دالة إحصائياً، لأن قيمها الدلالية تراوحت بين (0.609 و 0.946) وهي كلها أكبر من قيمة الدلالة (0.05).

يرجع تفوق أصحاب الفئات العمرية المتوسطة [26-22] و [30-26] على الفئات العمرية الأصغر والأكثر إلى نشاط وثقافة هاتين الفئتين مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، للخصائص التي يتمتع بها أصحاب هذين الفئتين والتمثلة في النشاط وبدية النضج الفكري، فالإنسان في هذه المرحلة العمرية يكون في ذروة القوة والنشاط والحيوية، كما أنه في هذه المرحلة يكتمل نضجه وفيها يبدأ الإدراك المعرفي

والوجداني ويبلغ دروته في الثلاثينيات¹ حيث يبدأ الشباب في هذه المرحلة بتفاعل مع المجتمع بالمشاركة في مختلف الأنشطة، كما يبدأ في تكوين وتشكيل معارفه وأفكاره وثقافته حول مختلف المواضيع بما فيها السياسية، خاصة وأن أغلب الشباب في تلك المرحلة هم عبارة عن طلبة لا زالوا في مقاعد الدراسة، هذا ما جعل أصحاب هذين الفئتين العمريتين يتفوقون في مستوى المشاركة السياسية على بقية الفئات العمرية الأخرى.

وعليه ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير السن.**

2-3 متغير المستوى التعليمي

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم إجراء اختبار (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات الحسابية خاصة بهذا المحور تبعا لمتغير المستوى التعليمي وكانت نتائج كالاتي:

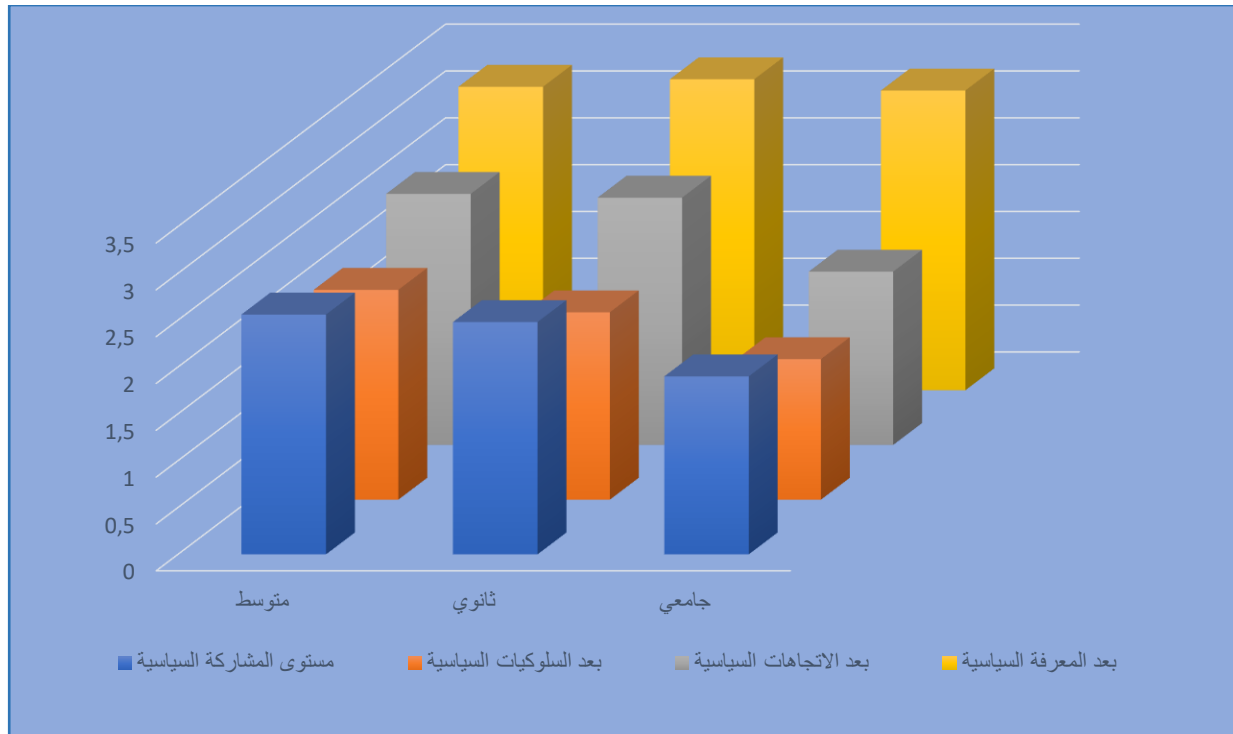
الجدول (19) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة

وفق متغير المستوى التعليمي

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01 بعد المعرفة السياسية	متوسط	33	3.24	1.323	1.958	0.142	غير دالة إحصائية
	ثانوي	86	3.32	1.067			
	جامعي	281	3.07	1.041			
02 بعد الاتجاهات السياسية	متوسط	33	2.68	1.633	17.817	0.000	دالة إحصائية
	ثانوي	86	2.64	1.343			
	جامعي	281	1.85	1.120			
03 بعد السلوكيات السياسية	متوسط	33	2.24	1.293	13.427	0.000	دالة إحصائية
	ثانوي	86	2.00	1.146			
	جامعي	281	1.50	0.941			
مستوى المشاركة السياسية	متوسط	33	2.56	1.509	11.493	0.000	دالة إحصائية
	ثانوي	86	2.48	1.178			
	جامعي	281	1.90	1.095			

¹ فؤاد أبو حطب وآمال صادق، نمو الإنسان: من مرحلة الحنين إلى مرحلة المسنين، ط4، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2007، ص ص26-27.

يتضح من خلال الجدول (19) أن متوسط مستوى بعد المعرفة السياسية لدى المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي كان أكبر من متوسط مستوى بعد المعرفة السياسية للمبحوثين من المستويات التعليمية الأخرى، حيث جاء المتوسط حسابي خاص بأصحاب المستوى التعليمي ثانوي بـ (3.32) وهو أكبر من كل المتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى، وبالنسبة لمتوسط مستوى بعد الاتجاهات السياسية لدى المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط كان هو الأكبر حيث قدر (2.68) وهو أيضا الأكبر مقارنة بالمتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى، ونفس الشيء بالنسبة لمتوسط بعد السلوكيات السياسية بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط كان هو الأكبر مقارنة بمتوسطات مستوى بعد السلوكيات السياسية لدى المبحوثين ذوي المستويات التعليمية الأخرى، والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل مستوى من المستويات التعليمية للعينة:



الشكل (13) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية حسب المستوى التعليمي

كما يتضح من الجدول (19) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى بعد المعرفة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (1.958) وبقيمة دلالة (0.142) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي غير دالة إحصائياً، ويتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى بعد الاتجاهات السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعوي لمتغير المستوى

التعليمي، وذلك لأن قيمة "f" كانت (17.817) وقيمة دلالتها كانت (0.000) أي أصغر من قيمة الدلالة (0.05) فهي إذاً دالة إحصائياً، ونفس الشيء بالنسبة لمستوى بعد السلوكيات السياسية التي اتضح انه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حوله، حيث جاءت قيمة "f" (13.427) وقيمة دلالتها (0.000) التي تعد أصغر من قيمة الدلالة (0.05) أي دالة إحصائياً.

أما فيما يخص المستوى الكلي للمشاركة السياسية لدى المبحوثين فقد تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيه تعزى للمستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (11.493) وبقية دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) مما يعني أنها دالة إحصائياً.

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين المستويات التعليمية المختلفة لأفراد العينة وما هي الفروق الدالة إحصائياً.

الجدول (20) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة

وفق المستوى التعليمي

الدالة الإحصائية	قيمة دلالة	الفروق في المتوسطات	المستويات التعليمية
غير دالة إحصائياً	0.760	0.0722	متوسط-----ثانوي
دالة إحصائياً	0.002	0.6549*	متوسط-----جامعي
دالة إحصائياً	0.000	0.5826*	ثانوي-----جامعي

الفروقات دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (20) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة حسب المستوى التعليمي تعود إلى الفرق بين من لديهم مستوى جامعي وبين مستويات التعليمية الأخرى وذلك بفارق معنوي تروح بين (0.5826 و 0.6549) وبقية دلالة تراوحت بين (0.000 و 0.002) وهي أقل من (0.05) أي دالة إحصائياً، أما الفروق بين من لديهم مستوى متوسط وثنائي لم تكن دالة إحصائياً، حيث جاءت قيمة دلالتها (0.760) وهي أكبر من (0.05).

يرجع الفرق في مستوى المشاركة السياسية بين من هم جامعيون وبين أصحاب المستويات التعليمية الأخرى للفرق بين مستوى المدركات المعرفية ومستوى الثقافة السياسية بين من هم جامعيون ومن هم دون ذلك، فالجامعيون يشاركون سياسياً بمستوى منخفض مقارنة بأصحاب المستويات التعليمية الأخرى وذلك

قد يكون لعدم ثقتهم بالمؤسسات السياسية في الجزائر ولإدراكهم أن مشاركتهم السياسية لن تغير شيء في البيئة السياسية الجزائرية.

مما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

3-3 متغير المهنة

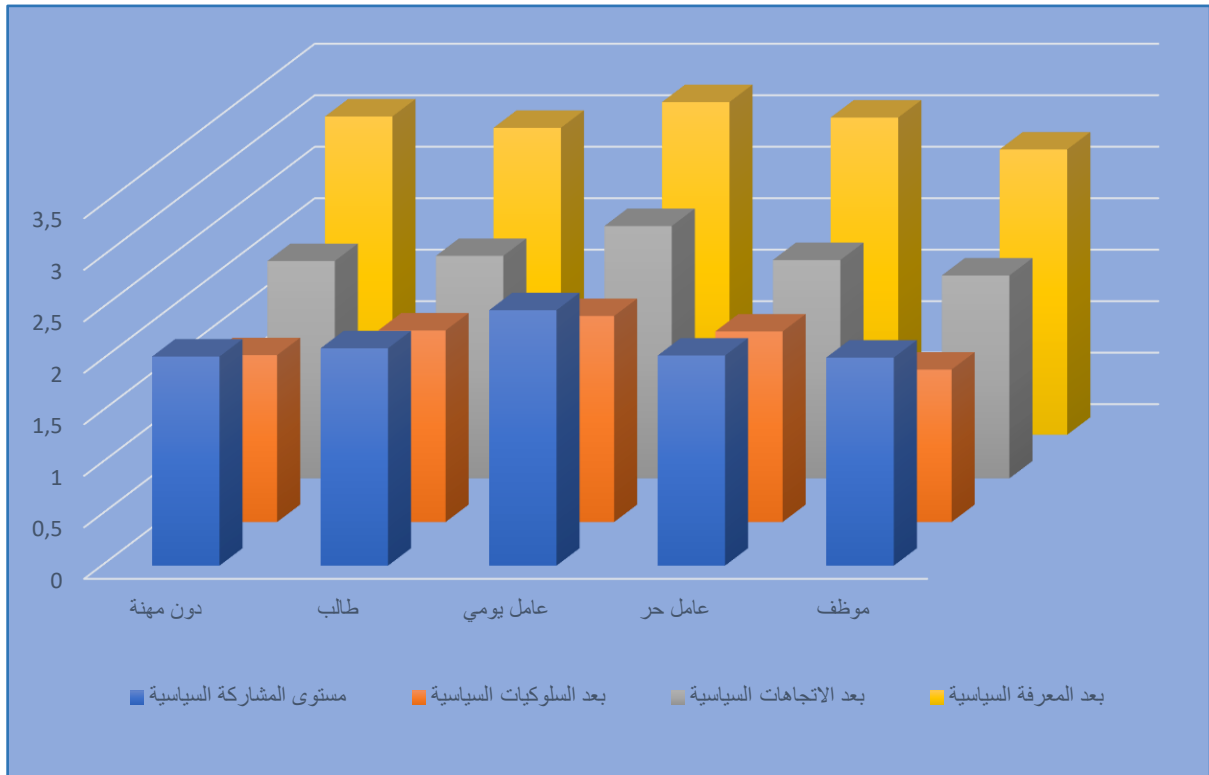
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

للتحقق من هذه الفرضية تم إجراء اختبار (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى أفراد العينة حسب متغير المهنة وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (21) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المهنة

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01	دون مهنة	70	3.07	1.114	1.072	0.370	غير دالة إحصائية
	طالب	80	2.98	0.754			
	عامل يومي	34	3.23	1.074			
	عامل حر	50	3.08	1.382			
	موظف	166	3.25	1.082			
02	دون مهنة	70	2.11	1.354	1.118	0.348	غير دالة إحصائية
	طالب	80	2.16	1.262			
	عامل يومي	34	2.45	1.183			
	عامل حر	50	2.12	1.543			
	موظف	166	1.97	1.157			
03	دون مهنة	70	1.62	1.150	3.225	0.012	دالة إحصائية
	طالب	80	1.86	1.024			
	عامل يومي	34	2.00	1.022			
	عامل حر	50	1.85	1.274			
	موظف	166	1.48	0.916			
مستوى المشاركة السياسية	دون مهنة	70	2.03	1.243	1.164	0.326	غير دالة إحصائية
	طالب	80	2.11	1.065			
	عامل يومي	34	2.48	1.083			
	عامل حر	50	2.04	1.391			
	موظف	166	2.02	1.156			

يتضح من خلال الجدول (21) أن متوسط بعد المعرفة السياسية لدى المبحوثين الذين هم موظفين كانت أكبر من متوسطات نفس البعد للمبحوثين الذين هم عمال أو طلبة أو دون مهنة، حيث جاء المتوسط الحسابي لمن هم موظفين أكبر من المتوسطات الحسابية للفئات المهنية الأخرى؛ أما بالنسبة لمتوسط بعد الاتجاهات السياسية للعمال يوميين كان أكبر من المتوسطات الحسابية للفئات المهنية الأخرى؛ ونفس شيء بالنسبة لمتوسط بعد السلوكيات السياسية، حيث جاءت المتوسطات الحسابية لمن هم عمال يوميين أكبر من المتوسطات الحسابية لمن هم دون مهنة أو طلبة؛ هذا وقد جاءت المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية للعمال يوميين أكبر مقترناً مع من هم موظفين أو عمال أحرار أو من هم دون مهنة أو طلبة، والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل فئة من الفئات المهنية للعينة:



الشكل (14) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى المشاركة السياسية حسب المهنة

كما يتضح من الجدول (21) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من مستوى بعد المعرفة السياسية ومستوى بعد الاتجاهات السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المهنة، حيث جاءت قيم "f" (1.072 و 1.118) على التوالي وبقيم دلالة (0.370 و 0.348) وكلاهما أكبر من (0.05) أي غير دالة إحصائياً، أما بنسبة لمستوى بعد السلوكيات السياسية لدى المبحوثين فقد تبين أنه

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطاته تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت "f" بقيمة (3.225) وبقيمة دلالة (0.012) وهي أصغر من (0.05) مما يعني أنها غير دالة إحصائياً.

هذا ويتضح أيضاً أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي للمشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة "f" (1.164) وبقيمة دلالة (0.326) والتي تعد أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وهي إداً غير دالة إحصائياً هي الأخرى،

إن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية بين مختلف الفئات المهنية يدل على أن العامل الاقتصادي للمبحوثين لا يؤثر على مستوى مشاركتهم السياسية، حيث أن شباب ولاية سعيدة الذين لديهم دخل ومن ليس لديهم دخل يشاركون في الأنشطة السياسية بمستوى منخفض كما أن غالبيتهم عازفون عن المشاركة السياسية. ولعل سبب في ذلك يرجع إلى التقلبات الاقتصادية وضعف مستويات النمو الاقتصادي في الجزائر حيث تعتمد هذه الأخيرة على المداخل النفطية، ما يجعلها رهينة تقلبات سوق النفط الدولي، وهذا ينعكس على التوجهات السياسية للشباب الجزائري بالنظر لشح الفرص الاقتصادية التي تتيح له التفرغ للعمل السياسي. بالإضافة إلى تذبذب وضعف الدعم المادي لتبني السياسات والبرامج الشبابية، وتطويرها.

بناءً على هذه النتائج يتم رفض الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

واستبدالها بالفرضية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

ومن خلال عدم تحقق بعض الفرضيات الفرعية السابقة فلن نتحقق الفرضية الأساسية الثانية للدراسة والتي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

ويتم استبدالها بالفرضية التالية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (السن والمستوى التعليمي). بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس والمهنة).

3- التحليل الاستدلالي لجدول الفرضية الثالثة

- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.

للتحقق من هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) لمعرفة نوع العلاقة بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية، وبغرض قياس دلالة هذه العلاقة إحصائياً.

الجدول (22) معاملات الارتباط بيرسون (Pearson) لقياس العلاقة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على

مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية

مستوى المشاركة السياسية	السلوكيات السياسية	الاتجاهات السياسية	المعرفة السياسية	المشاركة السياسي	
				الاعتماد على مواقع التواصل	استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي
0.211**	0.195**	0.200**	0.244**	P	استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي
0.000	0.000	0.000	0.000	R	التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي
0.226**	0.181**	0.201**	0.280**	P	الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية
0.000	0.000	0.000	0.000	R	مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية
0.332**	0.254**	0.291**	0.305**	P	استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية
0.000	0.000	0.000	0.000	R	مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية
0.250**	0.206**	0.229**	0.297**	P	استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية
0.000	0.000	0.000	0.000	R	مستوى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية

الارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.01$)

P = قيمة معامل الارتباط بيرسون

R = مستوى الدلالة

يتضح من خلال الجدول (22) وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً بين استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وبين مستوى المشاركة السياسية بأبعادها المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث تراوحت قيمة معامل الارتباط بيرسون بين (0.159 و 0.244) وذلك بقيمة دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.01) مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وبين أبعاد المشاركة السياسية؛ وقد تقاربت قيم هذه المعاملات مع قيم معاملات الارتباط بين التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وبين كل من الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمشاركة السياسية، حيث تراوحت بين (0.181 و 0.280) وذلك بنفس قيمة الدلالة (0.000) وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وبين الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية للمشاركة السياسية؛ ونفس الشيء بالنسبة للاعتماد على مواقع التواصل

الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية وبين المشاركة السياسية بأبعادها التي تبين أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة بينها، وحسب معاملا الارتباط التي جاءت بينها تبين أنها علاقة طردية متوسطة القوة.

ويتضح أيضا من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى الكلي للاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي وبين مستوى المشاركة السياسية بأبعادها المعرفية والوجدانية والسلوكية، حيث أن معامل الارتباط بيرسون بين الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية وبين مستوى المشاركة السياسية يساوي (0.250) والقيمة الدلالة الخاصة به تساوي (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة (0.01) مما يدل على وجود علاقة ارتباطية بينهما، وهي علاقة طردية ضعيفة.

إن وجود علاقة ارتباط طردية بين مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية وبين مستوى المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة، يدل على أنه كلما زاد مستوى اعتماد أفراد العينة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية زاد وارتفع مستوى مشاركتهم السياسية والعكس صحيح، هذا ويرجع ضعف هذه العلاقة إلى عاملين أساسيين أولهما: المستوى المنخفض لاستخدام وتعرض شباب ولاية سعيدة لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، الانستغرام، تيك توك) الذي عبرت عنه المتوسطات الحسابية الخاص بكل من مستوى استخدام ومستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي سبق توضيحها في الجدول (04) والجدول (05). أما العامل الثاني يتمثل في أن أغلب أفراد العينة ليس لديهم اتجاهات وآراء اتجاه القضايا وشخصيات سياسية وهم لا يبالون بالمشاركة السياسية، وهذا ما اتضح من الجدولان (14) و(15). ويمكن تفسير هذه علاقة وفق ما جاءت به نظرية الاعتماد والتي افترضت أن علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال تقوم على ركيزتين أساسيتين هما:

- الأهداف: لكي تتحقق الأهداف الشخصية والاجتماعية للأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.
- المصادر: أن يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة إلى الوسائل التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام والاتصال نظام معلوماتي يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافه¹.

¹ مي عبد هلال، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية-القااهرة، 2006، ص228.

وبمأن تشكيل المعارف والاتجاهات السياسية ليس من الأهداف الأساسية لجل أفراد عينة الدراسة فإنه من طبيعي أن يكون مستوى اعتمادهم على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بغرض تحقيق ذلك منخفض. بالإضافة إلى هذا يؤكد مؤسس النظرية ديفلير وروكيتش بأن الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال يحدث نتيجة السعي إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي: الفهم، التوجيه، والتسلية. كما يولد الاعتماد على وسائل الإعلام عدداً من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المختلفة، وهي تمثل الاتجاهات المتباينة للتغير المعرفي والشعوري والسلوكي¹، وهذا ما يفسر نتيجة العلاقات بين كل من مستوى المعرفة السياسية ومستوى الاتجاهات السياسية ومستوى السلوكيات السياسية لأفراد العينة بين كل من مستوى استخدامهم لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي ومستوى تعرضهم لها ومستوى اعتمادهم عليها كمصدر لمعلوماتهم السياسية. وتتفق هذه النتيجة نوعاً مع النتيجة التي توصل إليها "توفيق أحمد وأيما ألي ومحمد إتياف" في دراستهما حيث بينا أن الأنشطة السياسية عبر الإنترنت ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالوعي السياسي والمشاركة السياسية خارج الإنترنت.

بعد عرض وتفسير النتائج الخاص بالجدول أعلاه يمكن الإجابة عن التساؤل الثالث للدراسة كالتالي: توجد علاقة طردية ضعيفة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية. وبالتالي ثبتت صحة الفرضية الأساسية الثالثة للدراسة والتي تنص على: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية.

4- التحليل الوصفي والاستدلالي لجدول الفرضية الرابعة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

4-1 التحليل والوصفي لنتائج الفرضية الثانية

للتحقق من صحة هذه الفرضية تم تحديد مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وذلك من خلال تحديد مستوى التأثيرات المعرفية، والتأثيرات الوجدانية بالإضافة إلى تحديد مستوى التأثيرات السلوكية.

¹ خضرة عمر المفلح، المرجع السابق، ص125.

4-1.1 تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية

لمعرفة مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن كل فقرة من فقرات هذا المحور بأبعاده الثلاثة: التأثيرات المعرفية، التأثيرات الوجدانية، والتأثيرات السلوكية وتم ترتيبها تبعا لذلك بالإضافة الى حساب الانحراف المعياري لتلك الاجابات، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى التأثيرات المعرفية، الوجدانية والسلوكية لمواقع

التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
التأثيرات المعرفية				
01	تعرفك مواقع التواصل بالقضايا السياسية المحلية والوطنية	03.49	1.234	عالي
04	تعرفك مواقع التواصل بالشخصيات السياسية المحلية وطنية	03.45	1.245	عالي
02	تعرفك مواقع التواصل بالقرارات الصادرة من الهيئات السيادية المحلية والوطنية	03.26	1.249	متوسط
05	تعرفك مواقع التواصل بالبرامج الانتخابية للقوائم الحزبية (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	03.25	1.304	متوسط
03	تعرفك مواقع التواصل بحقوقك وواجباتك السياسية	03.17	1.272	متوسط
التأثيرات الوجدانية				
06	تساهم مواقع التواصل في تشكيل آرائك حول القضايا السياسية المحلية والوطنية	03.06	1.336	متوسط
07	تساهم مواقع التواصل في تشكيل مواقفك اتجاه الأحزاب والشخصيات السياسية الجزائرية	02.87	1.409	متوسط
10	تساهم مواقع التواصل في تعزيز احترامك للقوانين السياسية للبلاد (قانون الانتخابات..)	02.86	1.439	متوسط
08	تتمي مواقع التواصل رغبتك في الترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	02.74	1.360	متوسط
09	تتمي مواقع التواصل رغبتك في الانتماء إلى الجمعيات والأحزاب السياسية	02.09	1.359	منخفض
التأثيرات السلوكية				
11	تعزز مواقع التواصل مشاركتك في التصويت أثناء الانتخابات (المحلية، الوطنية..)	02.87	1.472	متوسط
12	تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في الحملات الانتخابية لمرشحك محليا أو وطنيا	02.48	1.505	منخفض
13	تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في المسيرات والمظاهرات محليا أو وطنيا	02.42	1.433	منخفض
14	تدفعك مواقع التواصل إلى الانخراط في التنظيمات والأحزاب السياسية	02.01	1.220	منخفض
15	تدفعك مواقع التواصل إلى الترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	01.73	1.128	منخفض جدا
	مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية	02.79	1.220	متوسط

يوضح الجدول (23) إجابات المبحوثين حول تأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، وتبين أن المستوى الكلي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية جاء بمتوسط حسابي (02.79) وانحراف معياري (1.119)، وهذا يدل على أن مستوى التأثير منخفض وفق استجابات الأفراد التي شملتهم عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لاستجاباتهم على عبارات هذا المحور بين (3.94 و 1.32)، وقد جاءت في المرتبة الأولى

العبارة (01) التي كان نصها "تعرفك مواقع التواصل بالقضايا السياسية المحلية والوطنية" بمتوسط حسابي (03.49) الذي يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تعريف أغلب أفراد العينة بالأحداث والقضايا السياسية المحلية والوطنية بمستوى عالي، وذلك ما بينته التكرارات والنسب المئوية الخاصة بهذه العبارة في الملحق (08)، وكان الانحراف المعياري لهذه الأخيرة (1.234)؛ وقد تلتها في المرتبة الثانية العبارة (04) التي تمثل نصها في "تعرفك مواقع التواصل بشخصيات السياسية المحلية والوطنية" وذلك بمتوسط حسابي (03.45) أي بمستوى عالي، وبانحراف معياري (1.245) والذي يدل على تشتت في اجابات المبحوثين بين من تعرفهم مواقع التواصل بالشخصيات السياسية دائماً وبين من لا تعرفهم مواقع التواصل بذلك أبداً؛ أما العبارة (14) التي كان نصها "تدفعك مواقع التواصل إلى الانخراط في التنظيمات والأحزاب السياسية" فقد جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي (02.01) الذي يدل على أن مواقع التواصل تساهم بمستوى منخفض على الانخراط افراد العينة في التنظيمات والأحزاب السياسية، وقدر الانحراف المعياري لهذه العبارة (1.220)؛ وفي المرتبة الأخيرة جاءت العبارة (15) والتي كان نصها "تدفعك مواقع التواصل إلى الترشح في الانتخابات المحلية أو التشريعية" وذلك بمتوسط حسابي (01.73) الذي يدل على أن مواقع التواصل تساهم بمستوى منخفض جداً في ترشح أفراد العينة للانتخابات، وهذا ما عبرة عنه نسبة 83.3% والتي تمثل 333 شخص الذين صرحوا بأن مواقع التواصل لم تدفعهم أبداً للترشح في الانتخابات المحلية أو التشريعية حسب ما بينه الملحق (08).

وفيما يخص ترتيب أبعاد هذا المحور حسب المتوسطات الحسابية فقد كانت كالآتي:

الجدول (24) المستويات الكلية لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة السياسية

رقم البعد	الابعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	التأثيرات المعرفية	03.33	1.201	متوسط
02	التأثيرات الوجدانية	02.78	1.340	متوسط
03	التأثيرات السلوكية	02.26	1.318	منخفض
	المستوى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية	02.79	1.220	متوسط

- **التأثيرات المعرفية:** حصلت على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (03.33) مما يشير على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بمستوى متوسط في تشكيل المعارف السياسية لدى أفراد العينة، فهي تعمل على تعريفهم بالأحداث والقضايا السياسية وبالشخصيات المحلية والوطنية بمستوى عالي، بينما تعمل بمستوى متوسط على تعريفهم بالقرارات الصادرة من الهيئات السيادية محليا ووطنيا وعلى تعريفهم بالبرامج الانتخابية لمختلف المرشحين بالإضافة إلى تعريفهم بحقوقهم وواجباتهم السياسية.

ويرجع تصدر البعد التأثيرات المعرفية الترتيب إلى الخصائص التي تمتاز بها مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي فهي توفر قدر هائل من المعلومات السياسية التي تؤدي إلى المعرفة، وهي تمتاز بالمرونة في الاستخدام وقد ساعدت في التأثير على المعرفة من خلال تسهيل الحصول على المعلومات من مصادر مباشرة، وتسهيل توصيل المعلومات إلى الجمهور دون تحكم خارجي، فقد وضعت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي أمام مستخدميها عدداً ضخماً يتنامى يوماً من مصادر الإخبار والمعلومات المتحررة من قيود المكان والزمان.

- **التأثيرات الوجدانية:** حصلت على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (02.78) مما يدل على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تكوين الاتجاهات وآراء أفراد العينة نحوى المشاركة السياسية بمستوى متوسط، حيث أنها تساهم في تشكيل آرائهم اتجاه كل من القضايا السياسية والأحزاب والشخصيات السياسية بمستوى متوسط، كما أنها تساهم في تعزيز احترام أفراد العينة للقوانين السياسية للبلاد بمستوى متوسط، بالإضافة إلى أنها تساهم بمستوى متوسط في تنمية رغباتهم للترشح في الانتخابات المحلية والتشريعية أو في الانتماء إلى الجمعيات والأحزاب السياسية.

إن المرتبة والمستوى الذي جاء به بعد التأثيرات الوجدانية لمواقع التواصل الاجتماعي راجع إلى خصائص هذه المواقع والتطبيقات التي أصبحت منابر للنقاش السياسي وتبادل الآراء وتكوين الاتجاهات سياسية مخالفة للتي كانت موجودة مسبقاً، وبذلك تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى فضاء لإشهار الأفكار السياسية والمشاعر الوطنية ولتداول الأخبار كالفديوهات، وابتكر مستخدميها أشكالاً ظريفة وفريدة من التعبير الرمزي للإعراب عن حماسهم للأحداث وعن رفضهم أو تأييدهم للنظام، وأصبحت بذلك مواقع التواصل الاجتماعي فضاء رئيسياً يستخدمه الشباب للتعبير والجدل والنقاش فتكاثر عدد مستخدميها وتعددت فيها الآراء والمواقف باعتبارها عماداً للديمقراطية، كما أنها ساهمت في إعادة التشكيل العميق للثقافة السياسية، وهي الملاذ الآمن الذي تولد فيه النقاشات العامة. ويبرز ذلك بوضوح في الدول التي لم يتحرر فيها الإعلام بما يوفر إعلاماً بديلاً، حيث توفر مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بنية تحتية لمعلومات مستقلة عن الدولة.

- **التأثيرات السلوكية:** وقد حصلت على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (2.26) مما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بمستوى منخفض في تحفيز أفراد العينة وتنشيطهم على المشاركة في الساحة السياسية، فهي تساهم بمستوى متوسط في تعزيز مشاركتهم في التصويت أثناء الانتخابات المحلية، الوطنية، بينما تساهم بمستوى منخفض في كل من مشاركتهم في الحملات الانتخابية

ومشاركتهم في المسيرات والمظاهرات، كما أنها تساهم بنفس المستوى في انخراطهم في التنظيمات وأحزاب السياسية، أما فيما يخص مساهمتها في دفع أفر العينة للترشح في الانتخابات فقد كانت بمستوى منخفض جداً.

يرجع المستوى المنخفض الذي جاء به بُعد التأثيرات السلوكية إلى مستوى المشاركة السياسية لدى أفراد العينة الذي جاء منخفض هو الآخر، أما احتلال بُعد التأثيرات السلوكية المرتبة الثالثة فيرجع إلى السلوكيات وتصرفات وردود أفعال الأفراد تجاه القضايا السياسية لمجتمع، فالسلوك هو الطريقة التي يعبر بها الأفراد عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم واتجاهاتهم. ومواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في السلوكيات السياسية لدى مستخدميها باعتبارها أداة فعالة في تجديد العلاقة بين المواطنين والسياسيين وتعزيز الاتصال السياسي بينهم، وذلك من خلال تقليل المسافة بين إنتاج وتلقي الرسالة، وتعزيز الحوار التفاعلي بتمكين المتلقي من إبداء استجابة مباشرة على مضمونها. وبهذا فقد منحت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي أفاقاً جديدة لحركات المعارضة الافتراضية والتي اتخذت طابعاً عالمياً في ظل قدرة الشبكة على تحقيق التواصل بين النشطاء، وأصبحت مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي منبراً لنقد السياسات الحكومية والكشف عن الانحرافات وفضحها أمام الرأي العام، حيث تستخدم هذه المواقع كأداة للاحتجاج على السياسات الحكومية، أو كعامل مساعد في تنظيم تلك الفعاليات والتأثير على تشكيل وتعبئة الرأي العام بعيداً عن دور النخبة التقليدي، واحتكار بعض الفاعلين التقليديين للمعلومات¹. مما يآثر بشكل مباشر في السلوكيات السياسية لدى مستخدميها من الشباب.

وقد يرجع المستوى المنخفض الذي جاء به التأثير الكلي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لعدة أسباب لعل أبرزها هو درجة العلاقة بين مستوى اعتماد المبحوثين على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية والتي كانت علاقة طردية ضعيفة. ومن بين أهم الأسباب أيضاً عدم ثقة المبحوثين بالمعلومات والأخبار السياسية التي تنشر عبر تلك المواقع والتطبيقات ما يؤدي إلى عدم تأثرهم بها، استناداً على الفرضية التي جاءت بها نظرية الاعتماد والتي كان مفادها: تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والوجدانية

¹ منى بن عون، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع11، جامعة العربي التبسي، تبسة-الجزائر، جوان 2016، ص 471.

والسلوكية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية¹، بالإضافة إلى هذه الأسباب فإن ضعف الخطاب السياسي الذي يبته رجال السياسة عبر تلك المواقع والتطبيقات يعد من أحد العوامل التي جعلت تأثيرها على مستوى المشاركة السياسية لدى أفراد العينة منخفض.

وتتشابه هذه النتيجة مع النتائج التي توصل إليها "كريستوفر نيلز جوستافسون" "Nils Gustafsson" في دراسته والتي كان مفادها: أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحدها لا يدفع المشاركين غير النشطين سابقاً إلى المشاركة السياسية. كما توصل أيضاً إلى أن المستجيبون الذين ليسوا أعضاء في المنظمات الاجتماعية لا يمتنعون عن مشاركة الآراء السياسية مع أصدقائهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتعرضون للمحتوى السياسي وطلبات المشاركة، لكنهم يفضلون بشكل عام أن يظلوا سلبين.

بعد استعراض وتفسير النتائج الخاص بالمحور الثالث للاستبيان بأبعاده الثلاثة يمكن الإجابة عن التساؤل الرابع للدراسة كالاتي: تأثر مواقع التواصل الاجتماعي بتأثير إيجابي متوسط على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة، حيث أنها تأثر بمستوى متوسط على كل من معارفهم السياسية، ورغباتهم واتجاهاتهم السياسية، بينما تأثر بمستوى منخفض على أنشطتهم السياسية.

4-2 التحليل الوصفي والاستدلالي لجداول الفرضية الرابعة

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

للتحقق من هذه الفرضية تم تقسيمها إلى أربع فرضيات فرعية وتم اختبار كل فرضية تبعا للمتغيرات التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي والمهنة:

4-2-1 متغير الجنس

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم استخدام اختبار (T- Test) في حالة عينتين مستقلتين وكانت نتائج على النحو التالي:

¹ إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص278.

الجدول (25) اختبار "t" لفحص دلالة الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير الجنس

الأبعاد	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة الدلالة الاحصائية	الدلالة
01	الذكور	220	3.45	1.144	2.389	0.017	دالة احصائية
	الإناث	180	3.17	1.254			
02	الذكور	220	2.73	1.365	0.843	0.400	غير دالة احصائية
	الإناث	180	2.85	1.322			
03	الذكور	220	2.16	1.279	1.627	0.105	غير دالة احصائية
	الإناث	180	2.38	1.358			
مستوى لتأثيرات مواقع التواصل على المشاركة السياسية	الذكور	220	2.83	1.311	0.012	0.991	غير دالة احصائية
	الإناث	180	2.83	1.239			

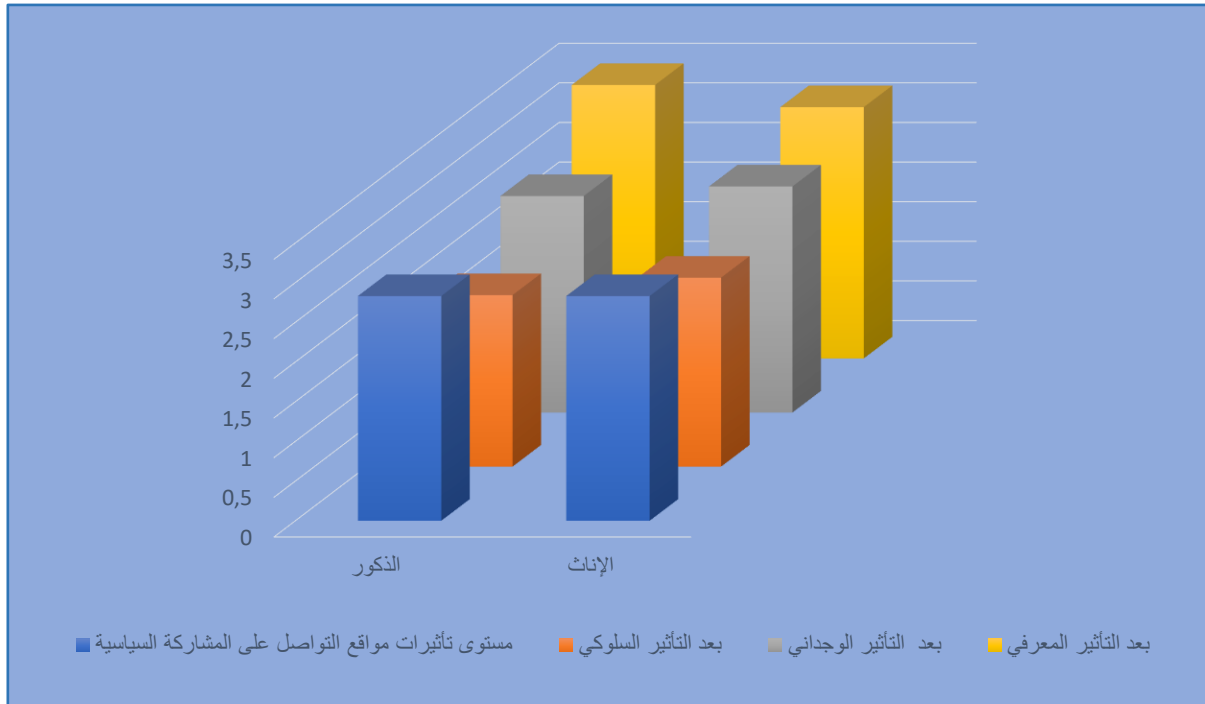
يتضح من خلال بيانات الجدول (25) أن متوسط تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة السياسية للذكور جاء بقيمة (3.45) وانحراف معياري (1.144) وهو أعلى من متوسط تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على معرفة السياسية للإناث والذي قدر بـ (3.17) وقدر انحرافه المعياري بـ(1.254)، وقد جاءت نتيجة "t" (2.329) وبقيمة دلالة (0.017) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a=0.05) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لصالح الذكور الأعلى في المتوسطات الحسابية.

ويتضح أيضاً أن متوسط تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للذكور جاء بقيمة (2.73) وانحراف معياري (1.365) وهو أصغر من متوسط التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للإناث الذي جاء بـ (2.85) وانحراف معياري (1.322)، أما نتيجة "t" فقد جاءت (0.843) بقيمة دلالة (0.400) أي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a=0.05) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لتقارب المتوسطات الحسابية لإجاباتهم.

ونفس الشيء بالنسبة لمتوسط بعد التأثير السلوكي للذكور فقد جاء بقيمة (2.16) وانحراف معياري (1.279) وهو أصغر من متوسط التأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الإناث والذي جاء بـ (2.38) وانحراف معياري (1.358)، وجاءت نتيجة "t" (1.627) بقيمة دلالة (0.105) أي

أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول بعد التأثير سلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لأن الفروق في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور كانت ضئيلة.

أما فيما يخص متوسط المستوى الكلي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للذكور فقد جاء (2.83) وجاء انحرافه المعياري (1.311) وهو مساوي لمتوسط المستوى الكلي لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للإناث الذي قدر هو آخر بـ (2.83) وقدر انحرافه المعياري بـ (1.239)، وقدرت نتيجة "t" للمستوى الكلي لهذا المحور بـ (0.012) بقيمة دلالة (0.991) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) أي غير دالة إحصائياً، مما يدل على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات إجابات المبحوثين حول مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية تعزى لمتغير الجنس (ذكور، إناث)، وذلك لأن الفروق في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور كانت متساوية نوعاً ما؛ والرسم البياني التالي يوضح المتوسطات الحسابية لإجابات الخاصة بالجنسين حول أبعاد هذا المحور:



الشكل (15) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بين الذكور والإناث

إن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بين الذكور والإناث قد يرجع إلى تدني مستوى الاهتمام السياسي لدى كلا الجنسين، حيث أن غالبية الشباب الجزائري على اختلاف جنسهم يعتمدون على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية بمستوى منخفض مقارنة بالمعلومات الأخرى (الدينية، الاجتماعية، الرياضية...)، كما أن دوافع استخدامهم لتلك المواقع والتطبيقات ليست الحصول على المعلومات والأخبار السياسية بدرجة الأولى، بل هم يستخدمونها لدوافع أخرى مختلفة كالتواصل والترفيه... استناداً على ما بينه "خالد هدار" في دراسته والتي أظهرت أن دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية لدى الشباب هو التواصل، الاجتماع ونشر المواضيع المختلفة. بالإضافة إلى دراسة 'رضوان فطحي' التي أظهرت تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، بين إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية وبين التواصل مع الأصدقاء والأقارب وتكوين صداقات وعلاقات جديدة. وعليه فإنه ليس غريباً أن يؤثر استخدام الذكور والإناث لمواقع التواصل الاجتماعي بمستوى منخفض في تشكل المعارف السياسية لكليهما، وبالتالي يكون تأثير تلك المواقع بمستوى منخفض في بناء أو تعديل مواقف واتجاهات السياسية لكليهما، وأيضاً في تحفيز وتنشيط سلوكيات السياسية لكلي الجنسين.

وقد تتفق هذه الدراسة مع ما جاء في دراسة "عبد الناصر قاسم الفراء" التي توصل فيها إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الشباب الفلسطيني حول الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإلكتروني في إتاحة فرص المشاركة في القضايا السياسية وفق المتغيرات التالية: (الجنس، الحالة الاجتماعية، العمر).

ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم رفض الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس.

واستبدالها بالفرضية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير الجنس.

4-2-2 متغير السن

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير السن.

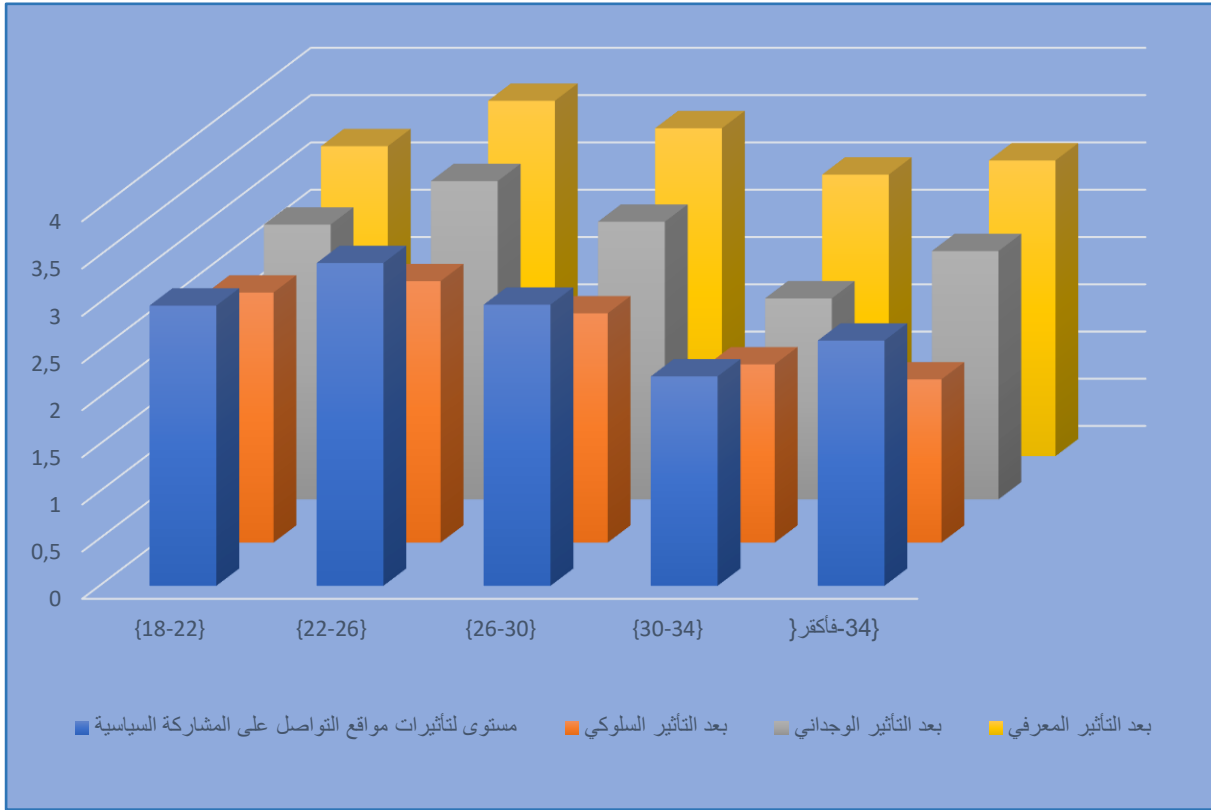
وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم اجراء اختبار التباين الأحادي (Anova) لاكتشاف الفروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات المبحوثين على عبارات المحور الثاني تبعاً لمتغير السن وكانت نتائج كالتالي:

الجدول (26) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الاحصائية
01	بعد التأثير المعرفي	[22-18]	35	3.28	5.708	0.000	دالة احصائيا
		[26-22]	89	3.76			
		[30-26]	111	3.41			
		[34-30]	96	2.98			
		[34-أكثر]	69	3.13			
02	بعد التأثير الوجداني	[22-18]	35	2.91	11.763	0.000	دالة احصائيا
		[26-22]	89	3.37			
		[30-26]	111	2.94			
		[34-30]	96	2.13			
		[34-أكثر]	69	2.63			
03	بعد التأثير السلوكي	[22-18]	35	2.65	10.840	0.000	دالة احصائيا
		[26-22]	89	2.77			
		[30-26]	111	2.43			
		[34-30]	96	1.83			
		[34-أكثر]	69	1.73			
مستوى لتأثيرات مواقع التواصل على المشاركة السياسية		[18-22]	35	2.97	12.401	0.000	دالة احصائيا
		[22-26]	89	3.42			
		[26-30]	111	2.98			
		[30-34]	96	2.22			
		[34-أكثر]	69	2.60			

يتضح من خلال الجدول (26) أن متوسط مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للفئات العمرية المتوسطة كانت أكبر من متوسط مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للفئات العمرية الأصغر والأكبر منها، حيث جاءت الفئتان [26-22] و[30-26] بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسطات الحسابية للفئات [22-18]، [34-30] و[34-أكثر]، وذلك بالنسبة للأبعاد الثلاثة لهذا المحور، ونفس شيء بالنسبة لمتوسط المستوى كلي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة

السياسية حيث جاءت الفئتان العمرية [26-22] و[30-26] بأكبر متوسطان حسابيين (2.42 و 2.98) على التوالي وهما أكبر مقارنةً بالمتوسطات الحسابية للفئات العمرية الأخرى. والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل فئة من الفئات العمرية للعينة:



الشكل (16) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة حسب مختلف الفئات العمرية

ويتضح أيضا من الجدول (26) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في كل من بعد التأثير المعرفي وبعد التأثير الوجداني وبعد التأثير السلوكي لمواقع تواصل الاجتماعي تبعا لمتغير السن، حيث جاءت قيم "f" (5.708 و 11.763 و 10.840) على التوالي وكلها بقيمة دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) أي دالة إحصائياً.

كما يتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي للتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين تعزى لمتغير السن، حيث جاءت قيمة "f" (12.402) وبنفس قيمة الدلالة (0.000) التي تعد أصغر من مستوى الدلالة (0.005) مما يعني أنها دالة إحصائياً هي الأخرى.

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD-test) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين الفئات العمرية المختلفة وما هي الفروق الدالة احصائياً.

الجدول (27) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن

الفئات العمرية	الفروق في المتوسطات	قيمة الدلالة	الدالة الاحصائية
[22-18]-----[26-22]	0.4783*	0.042	دالة احصائيا
[22-18]-----[30-26]	0.1287	0.576	غير دالة احصائيا
[22-18]-----[34-30]	0.2961	0.202	غير دالة احصائيا
[22-18]-----[34-فأكثر]	0.1552	0.524	غير دالة احصائيا
[26-22]-----[30-26]	0.3496*	0.037	دالة احصائيا
[26-22]-----[34-30]	0.7744*	0.000	دالة احصائيا
[26-22]-----[34-فأكثر]	0.6336*	0.001	دالة احصائيا
[30-26]-----[34-30]	0.4248*	0.010	دالة احصائيا
[30-26]-----[34-فأكثر]	0.2839	0.116	غير دالة احصائيا
[34-30]-----[34-فأكثر]	0.1408	0.448	غير دالة احصائيا

الفروقات دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتضح من الجدول (27) أن سبب الفروق الدالة إحصائيا في مستوى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير السن تعود إلى الفرق بين الفئة العمرية [26-22] وبين الفئات العمرية الأقل والأكثر منها بفوارق معنوية تراوحت بين (0.3496 و0.7744) وبقيم دلالية تراوحت بين (0.001 و0.042) وهي كلها أقل من قيمة الدلالة (0.05)، أما بقية الفروق بين مختلف الفئات العمرية الأخرى لم تكن دالة إحصائية، لأن قيمها الدلالية تراوحت بين (0.116 و0.576) وهي كلها أكبر من قيمة الدلالة (0.05).

يرجع تفوق أصحاب الفئة العمرية [26-22] على الفئات العمرية الأصغر والأكثر إلى مستوى استخدامهم وتعرضهم المرتفعة لتلك المواقع والتطبيقات، حسب ما سبق توضيحه في الجدول (06) والشكل (08)، وبحكم العلاقة الطردية التي تربط بين مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية وبين مستوى المشاركة السياسية، فإنه من الطبيعي أن تكون الفئة الأكثر اعتمادا على تلك المواقع والتطبيقات هي الأكثر تأثراً بها. وذلك وفقاً لمبدأ التنشيط الذي جاءت به نظرية الاعتماد.

وعليه ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير السن.

3-4 متغير المستوى التعليمي

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

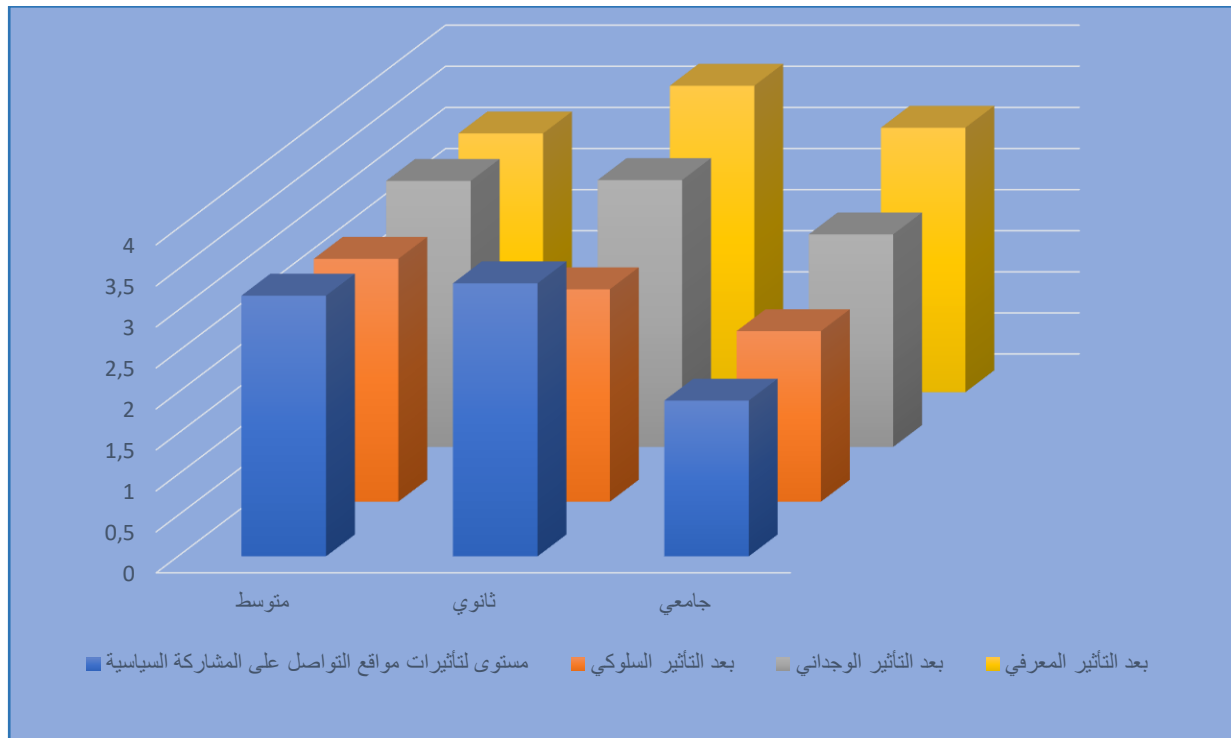
وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم اجراء اختبار (Anova) لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات الحسابية هذا المحور تبعا لمتغير المستوى التعليمي وكانت نتائج كالاتي:

الجدول (28) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المستوى التعليمي

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01	متوسط	33	3.15	1.349	6.371	0.002	دالة احصائيا
	ثانوي	86	3.73	1.056			
	جامعي	281	3.22	1.203			
02	متوسط	33	3.24	1.458	10.266	0.000	دالة احصائيا
	ثانوي	86	3.25	1.244			
	جامعي	281	2.59	1.594			
03	متوسط	33	2.96	1.402	10.565	0.000	دالة احصائيا
	ثانوي	86	2.59	1.088			
	جامعي	281	2.08	1.329			
مستوى تأثيرات مواقع التواصل على المشاركة السياسية	متوسط	33	3.18	1.261	11.835	0.000	دالة احصائيا
	ثانوي	86	3.33	1.091			
	جامعي	281	2.63	1.285			

يتضح من خلال الجدول (28) أن متوسط مستوى التأثير المعرفي والوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى الباحثين الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي كان أكبر من متوسط مستوى التأثير المعرفي والوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي للباحثين من المستويات التعليمية الأخرى حيث جاء المتوسطان الحسابيان لإجابات الخاص بأصحاب المستوى التعليمي ثانوي على هذان البعدان بـ (3.73 و 3.25) على التوالي وهما أكبر من كل المتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى؛ وبالنسبة لمتوسط مستوى التأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة

السياسية لدى المبحوثين الذين لديهم مستوى تعليمي متوسط فكان هو الأكبر حيث قدر (2.96) وهو أيضا الأكبر مقارنة بالمتوسطات الحسابية لأصحاب المستويات التعليمية الأخرى، أما متوسط مستوى الكلي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي لدى من لديهم مستوى ثانوي كان الأكبر مقارنةً بمتوسط المستوى الكلي لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أصحاب المستويات التعليمية الأخرى، والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل مستوى من المستويات التعليمية للعيينة:



الشكل (17) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين حسب المستوى التعليمي

كما يتضح من الجدول (28) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (6.371) وبقية دلالة (0.002) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05) أي دالة إحصائية، ويتضح أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي، وذلك لأن قيمة "f" كانت (10.266) وقيمة دلالتها كانت (0.000) أي أصغر من قيمة الدلالة (0.05) فهي إذاً دالة إحصائية، ونفس الشيء بالنسبة لمستوى التأثير السلوكي لمواقع

التواصل الاجتماعي التي اتضح انه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حولها، حيث جاءت قيمة "f" (10.565) وقيمة دلالتها (0.000) التي تعد أصغر من قيمة الدلالة (0.05) أي دالة إحصائياً.

أما فيما يخص المستوى الكلي لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين فقد تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيه تعزى للمستوى التعليمي، حيث جاءت قيمة "f" (11.835) وبقية دلالة (0.000) وهي أصغر من (0.05) مما يعني أنها دالة إحصائياً.

ولمعرفة سبب الفروقات في المتوسطات الحسابية تم اختبار المقاربات البعدية باستخدام اختبار (LSD) والجدول التالي يوضح سبب الفروق في المتوسطات الحسابية بين المستويات التعليمية المختلفة لأفراد العينة وما هي الفروق الدالة إحصائياً.

الجدول (29) نتائج اختبار (LSD) للكشف عن سبب الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على

المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق المستوى التعليمي

الدلالة الإحصائية	قيمة دلالة	الفروق في المتوسطات	المستويات التعليمية
غير دالة إحصائياً	0.542	0.1553	متوسط-----ثانوي
دالة إحصائياً	0.018	0.5448*	متوسط-----جامعي
دالة إحصائياً	0.000	0.7002*	ثانوي-----جامعي

يتضح من الجدول (29) أن سبب الفروق الدالة إحصائياً في مستوى تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة حسب المستوى التعليمي تعود إلى الفرق بين من لديهم مستوى جامعي وبين مستويات التعليمية الأخرى وذلك بفارق معنوي تروح بين (0.5448) و(0.7002) وبقية دلالة تراوحت بين (0.000 و0.018) وهي أقل من (0.05) أي دالة إحصائياً، أما الفرق بين من لديهم مستوى متوسط وبين من لديهم مستوى ثانوي لم تكن دالة إحصائياً، حيث جاءت قيمة دلالتها (0.0762) وهي أكبر من (0.05).

يرجع الفرق في مستوى المشاركة السياسية بين من هم جامعيون وبين أصحاب المستويات التعليمية الأخرى، إلى عزوف أغلب أصحاب هذا المستوى عن المشاركة السياسية ولا مبالاتهم بكل ما هو سياسي، فمن لديهم مستوى جامعي اليوم إما نشأوا أو ترعرعوا في ظل العشرية السوداء التي عاشتها الجزائر، وفي ظل فترة الفساد السياسي التي تلتها، الأمر الذي جعل أغلبهم يقاطع كل الأنشطة السياسية.

فمن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم قبول الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4-4 متغير المهنة

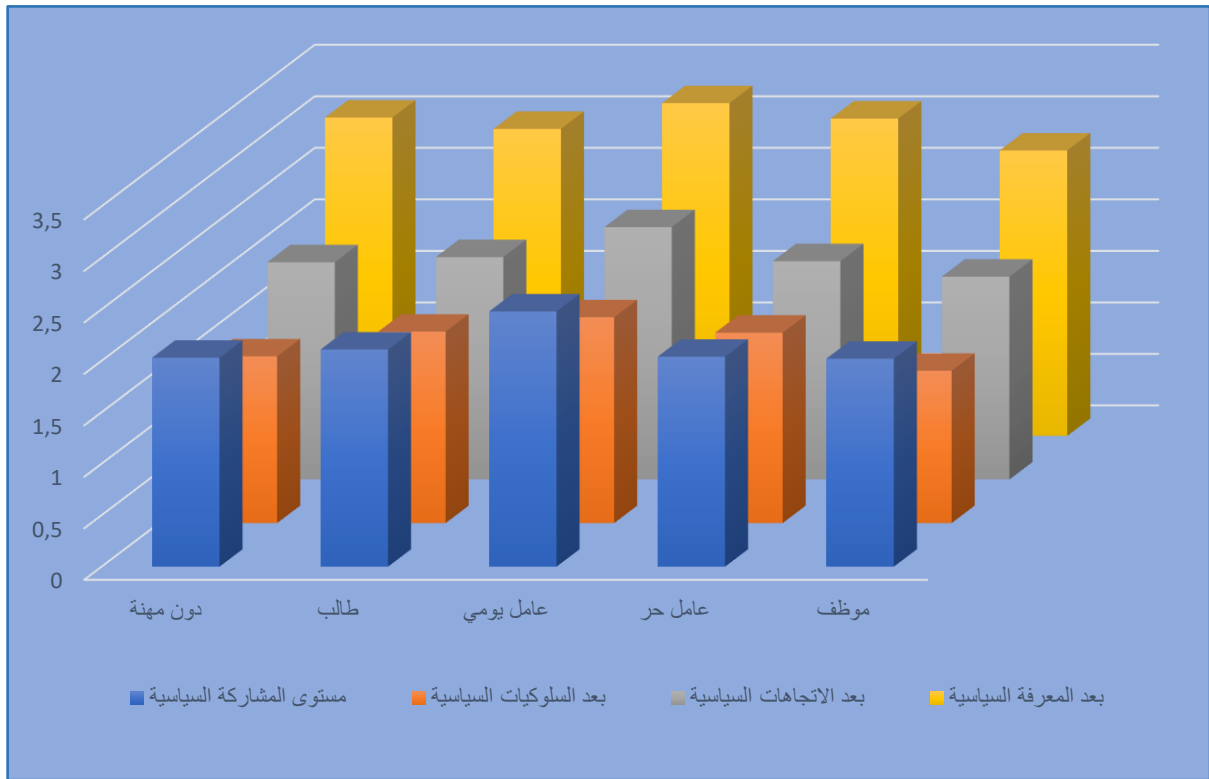
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

وللتحقق من هذه الفرضية الفرعية تم اجراء اختبار (Anova) لاكتشاف الفروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المشاركة السياسية لدى أفراد العينة تبعاً لمتغير المهنة وكانت نتائج على النحو التالي:

الجدول (30) نتائج اختبار (Anova) للكشف عن الفروق في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة وفق متغير المهنة

الأبعاد	السن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	قيمة الدلالة	الدلالة الإحصائية
01	دون مهنة	70	3.44	1.235	3.593	0.007	دالة احصائيا
	طالب	80	3.56	1.065			
	عامل يومي	34	3.67	0.976			
	عامل حر	50	2.90	1.488			
	موظف	166	3.22	1.158			
02	دون مهنة	70	2.84	1.470	0.733	0.543	غير دالة احصائيا
	طالب	80	2.92	1.329			
	عامل يومي	34	2.73	1.309			
	عامل حر	50	2.94	1.788			
	موظف	166	2.66	1.125			
03	دون مهنة	70	2.51	1.471	4.229	0.002	دالة احصائيا
	طالب	80	2.47	1.232			
	عامل يومي	34	2.58	1.076			
	عامل حر	50	2.40	1.442			
	موظف	166	1.95	1.244			
مستوى الاعتماد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية	دون مهنة	70	2.88	1.460	1.915	0.107	غير دالة احصائيا
	طالب	80	3.05	1.291			
	عامل يومي	34	3.14	0.957			
	عامل حر	50	2.76	1.610			
	موظف	166	2.66	1.109			

يتضح من خلال الجدول (30) أن متوسط مستوى التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين الذين هم عمال يوميين كان أكبر من متوسط مستوى التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للمبحوثين الذين هم موظفين أو عمال أحرار أو طلبة أو دون مهنة، حيث جاء المتوسط الحسابي لمن هم عمال يوميين أكبر من المتوسطات الحسابية لفئات المهنة الأخرى؛ أما بالنسبة لمتوسط مستوى التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للطلبة كان أكبر من المتوسطات الحسابية لفئات المهنة الأخرى؛ وبالنسبة لمتوسط مستوى التأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي لفئة العمال اليوميين كان الأكبر مقارنةً بمتوسط مستوى التأثير لدى الفئات المهنية الأخرى، حيث جاء المتوسط الحسابي (2.85) وهو أكبر من متوسط مستوى التأثير السلوكي لمن هم عمال أحرار أو موظفين أو لمن هم دون مهنة أو طلبة؛ هذا وقد جاءت المتوسطات الحسابية لمستوى الكلي لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى العمال يوميين أكبر مقارنةً مع من هم موظفين أو عمال أحرار أو من هم دون مهنة أو طلبة، والرسم البياني التالي يوضح متوسطات الحسابية الخاصة بكل فئة من الفئات المهنية للعينة:



الشكل (18) يوضح الفروق في المتوسطات الحسابية لمستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة لدى المبحوثين حسب المهنة

كما يتضح من الجدول (30) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة "f" (3.593) وبقيمة دلالة (0.007) وهي أصغر من (0.05) أي دالة إحصائياً؛ أما بنسبة لمستوى التأثير الوجداني لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى المبحوثين فقد تبين أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات المبحوثين عنه تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت "f" بقيمة (0.733) وبقيمة دلالة (0.543) وهي أكبر من (0.05) مما يعني أنها غير دالة إحصائياً؛ هذا وتبين أيضاً أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التأثير السلوكي لمواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة "f" (4.229) وبقيمة دلالة (0.002) وهي أصغر من (0.05) أي دالة إحصائياً،

كما يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في المستوى الكلي لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغير المهنة، حيث جاءت قيمة "f" (1.915) وبقيمة دلالة (0.107) والتي تعد أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وغير دالة إحصائياً هي الأخرى.

إن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية بين مختلف الفئات المهنية يدل على أن العامل الاقتصادي للمبحوثين ليس له دخل في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على المشاركة السياسية بأبعدها المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى شباب ولاية سعيدة الذين لديهم دخل والذين ليس لديهم دخل بنفس المستوى والذي هو مستوى منخفض.

ومن خلال ما سبق ذكره من نتائج يتم رفض الفرضية الفرعية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

ويتم استبدالها بالفرضية التالية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغير المهنة.

وبعدم تحقق بعض الفرضيات الفرعية السابقة فلن تتحقق الفرضية الأساسية الرابعة للدراسة والتي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة).

حيث يمكن استبدالها بالفرضية التالية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (السن والمستوى التعليمي). بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس والمهنة).

في الأخير وبناءً على النتائج التي عرضت وبعد تحليلها وتفسيرها يمكن الإجابة على السؤال الرئيسي للدراسة والذي كان نصه " إلى أي مدى تساهم مواقع تواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لمستخدميها من الشباب بولاية سعيدة؟" على النحو التالي: تساهم مواقع التواصل الاجتماعي بمستوى متوسط في تفعيل المشاركة السياسية لمستخدميها من الشباب بولاية سعيدة، فهي تساهم بمستوى متوسط في زيادة معارفهم السياسية، وفي تكوين رغباتهم واتجاهاتهم السياسية، بينما تساهم بمستوى منخفض في تنمية أنشطتهم وسلوكياتهم السياسية.

الخدمات

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل مشاركة الشباب الجزائري عموماً وشباب ولاية سعيدة خصوصاً في الأنشطة السياسية، وتم ذلك من خلال إلقاء الضوء على مختلف الأطر والمداخل النظرية لكل من مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية. فتم التوصل إلى أن مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي بتعددتها واختلافها تتفق في نقاط محددة أهمها: إنشاء علاقة وتكوين روابط بين المستخدمين الذين تجمعهم نفس الاهتمامات للتفاعل فيما بينهم، وبناء على هذا يمكن القول: أن هذه المواقع والتطبيقات هي بمثابة تزاوج بين التقنية وعالم الشبكات والاتصالات وبين العلاقات الاجتماعية والانسانية، فهي بهذا صنعت واقعاً جديداً في حياة الأفراد والمجتمعات في هذا العصر. كما تم التوصل إلى أن المشاركة السياسية في جوهرها تقتصر كل السلوكيات الإرادية التي يزاولها أعضاء المجتمع البالغين بهدف اختيار حكامهم وممثلهم، وللمساهمة في صنع السياسات والقرارات بشكل مباشر، أو غير مباشر، وهي ليست مجرد تصويت في فترة الانتخابات بل توجهاً عاماً واهتماماً واضحاً من قبل المواطنين بقضية القرار السياسي ونتائجه.

وقد تم الوصول إلى أنه لا يوجد شكل أو مستوى وحيد من المشاركة السياسية بل أن هناك عدة صور ومستويات مختلفة ومتنوعة، وتختلف هذه المستويات من مجتمع لآخر طبقاً لمدى تقدم هذا المجتمع، وما يتيح النظام السياسي بداخله من فرص وأساليب أمام المشاركين فيه، كما يتطابق اختلافها مع طبيعة ونوعية الأهداف التي يسعى الأفراد المشاركون إلى تحقيقها من خلال اشتغالهم بالعمل السياسي، وكمحاوله لوصف واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري تم التوصل إلى أن المشاركة السياسية في الجزائر عرفت مساراً طويلاً كان متعثراً في بدايته منذ تبني الجزائر للتعددية السياسية في دستور 1989، إلى التشوهات التي شابت الممارسة السياسية إبان عهد بوتفليقة، والتي جعلت نسبة كبيرة من الشعب الجزائري تتخلى عن المجال السياسي كلياً، وصولاً للحراك الشعبي في 2019 الذي كان نتيجة لثلاثة عقود من العزلة السياسية، وبرغم من أن المشهد السياسي بعد الحراك الشعبي تغيير بحيث حقق جملة من المطالب التي خرج من أجلها الشعب، إلا أن ذلك التغيير لم يجعل الشعب الجزائري يقتنع ويثق بمؤسسات الدولة، واستمر في عقلية المقاطعة والعزوف عن المشاركة السياسية، وهو ما لخصته نتائج الانتخابات التي تلت الحراك، وبهذا فإن المشاركة السياسية بعد تلك الفترة زادت تدهوراً وتراجعاً، ومما لا شك فيه أن التدني المستمر وتراجع دور المواطن الجزائري في العملية السياسية يمثل أزمة حقيقية، هذه الأزمة التي أفرغت وظيفة الشباب كبنية مهمة في البناء الاجتماعي من محتواها، ولتجاوز هذه الأزمة يجب تحرير الشباب الجزائري وتمكينهم سياسياً، وذلك من خلال تحقيق شروط معينة تتجه بهم إلى التخلي عن العزوف السياسي وتبعدهم عن

الشعور بالاغتراب داخل بلدهم، ولا يمكن تحقيق ذلك دون وجود بيئة داخلية ديمقراطية يحترم فيها القانون ويطبق على الجميع دون استثناء، والتحدي الأكبر يتمثل في غرس الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، الثقافة التي توعيتهم بقيمة المشاركة السياسية.

وفي ظل التطور والتقدم التكنولوجي الهائل، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت قوة مؤثرة في المجال السياسي، ظهرت أساليب وأشكال جديدة للمشاركة السياسية، وهذا ما يُلاحظ من فعالية استخدام الشباب لها في الأنشطة السياسية المتمثلة في الحملات الانتخابية والمسيرات والوقفات الاحتجاجية والنقاش السياسي، فمواقع التواصل الاجتماعي قد عوضت الاتصال السياسي التقليدي وأسهمت في خلق بيئة أكثر ثراءً من المعلومات بشكل فاق بكثير تلك التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى هذا ساعدت مواقع التواصل الاجتماعي المترشحون والأحزاب في حملاتهم الانتخابية من خلال التأثير على الرأي العام ومحاولة استمالاته للتصويت لصالحه. فخلال المواسم الانتخابية تتغير طريقة التعامل مع مواقع التواصل بحيث أنها تصبح سلاحاً غير تقليدي في الانتخابات وتتحول إلى ساحات افتراضية للمعارك بين المتنافسين تديرها جيوش الكترونية للتأثير في توجيهات الناخبين ولجذب جماهير جدد.

بالإضافة إلى هذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً بارزاً في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات الأساسية، كما تساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام، لأن أهم سمات هذه المواقع التفاعلية واللامحدودة التي تتيح مشاركة أعداد كبيرة في القضايا السياسية المعاصرة. ويبدو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واضحاً من خلال تدعيمها للمفاهيم السياسية بشكل عام، وهذا تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل اتجاهات وآراء سياسية لدى مستخدميها، كما أنها تمنحهم الفرصة للإعلان مساندتهم للشخصيات المرشحة في الانتخابات، بالإضافة إلى هذا تلعب المواقع الاجتماعية دوراً ريادياً في مجال الممارسة السياسية للأفراد، حيث تتيح لهم إمكانية المشاركة مع الآخرين في المظاهرات والاحتجاجات، فهي تسهل الممارسة السياسية سواء للأفراد أو للهيئات المختلفة من جمعيات ونقابات وأحزاب سياسية، وحتى للدولة إذ بإمكان أي مسؤول حكومي التواصل مع الجماهير العريضة عبرها.

وبعد عرض الأدبيات النظرية المتعلقة بكل من مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية تم إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب الذين مستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في سعيدة وذلك بهدف التعرف على مستوى اعتمادهم على مواقع وتطبيقات تواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم

السياسية، والتعرف على مستوى مشاركتهم السياسية، وتحديد طبيعة العلاقة الموجودة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية، بالإضافة إلى قياس مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة.؛ ومن خلال التحليل الوصفي للبيانات التي جمعت من طرف أفراد عينة الدراسة تمّ التواصل إلى أن: شباب ولاية سعيدة يعتمدون على موقعي الفيسبوك واليوتيوب بمستوي عالي في استقاء معلوماتهم السياسية، ويعتمدون على تطبيقي تيك توك والأنستقرام بمستوى منخفض في استقاء معلوماتهم السياسية، بينما يعتمدون على موقع تويتر بمستوى منخفض جداً في استقاء معلوماتهم السياسية، وتمّ التواصل إلى أن: شباب ولاية سعيدة يشاركون سياسياً بمستوى منخفض، حيث أنهم يحرصون على توسيع معارفهم السياسية بمستوى متوسط، وعلى تكوين رغباتهم واتجاهاتهم السياسية بمستوى منخفض وعلى ممارسة الأنشطة السياسية بمستوى منخفض جداً، كما تمّ التواصل إلى وجود علاقة طردية ضعيفة بين مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية وبين مستوى مشاركتهم السياسية. هذا وقد تمّ التواصل إلى أن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير إيجابي متوسط على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة، حيث أنها تؤثر بمستوى متوسط على كل من معارفهم السياسية، ورغباتهم واتجاهاتهم السياسية، بينما تؤثر بمستوى منخفض على أنشطتهم السياسية.

ومن خلال التحليل الاستدلالي للبيانات المجمعة من أفراد عينة الدراسة تمّ التواصل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى اعتماد شباب ولاية سعيدة على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي في استقاء معلوماتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة)، وإلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاركتهم السياسية تعزى لمتغيرات (السن والمستوى التعليمي). بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاركتهم السياسية تعزى لمتغيرات (الجنس والمهنة)؛ بالإضافة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (السن والمستوى التعليمي)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لدى شباب ولاية سعيدة تعزى لمتغيرات (الجنس والمهنة).

المصادر والمراجع

1- قائمة المصادر والمراجع باللغة العربية

1-1 القواميس والمعاجم

- الباهي مصطفى حسين، الأزهري منى أحمد، معجم المصطلحات الإحصائية: إنجليزي-عربي-إنجليزي، ط1، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة-مصر، 2010.
- البستاني بطرس، محيط المحيط: قاموس عصري مطول للغة العربية، (د.ط)، ج5، دار الكتب العلمية-لبنان، 2009.
- الزبيدي محمد بن محمد عبر الرزاق، تاج العروس من جواهر القاموس، ج31، ط1، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، 2006.
- عثمان محمد محمد، المعجم المعاني الجامع، ط1، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2002.
- القزويني الرزي أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، ج6، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، دمشق-سوريا، 1979.
- مختار أحمد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، عالم الكتاب، القاهرة، 2008.
- معلوف لويس، المنجد في اللغة والأدب والعلوم، ط19، المطبعة الكتوليكية، بيروت، 2009.
- معلوف لويس، المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق-بيروت-لبنان، 1975.
- مصطفى إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، ط4، مجمع اللغة العربية-مكتبة الشروق الدولية، القاهرة، 2004.

1-2 الكتب

- أبراش إبراهيم، علم الاجتماع السياسي، (د.ط)، دار الشروق للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 1998.
- أبراش إبراهيم، علم الاجتماع السياسي مقارنة أستمولوجية ودراسة تطبيقية على العالم العربي، (د.ط) منشورات أي كتب للكتاب الالكتروني، (د.م)، 2011.
- أبو حطب فؤاد وصادق آمال، نمو الانسان: من مرحلة الجنين إلى مرحلة المسنين، ط4، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2007.
- أبو النصر مدحت، الشباب وصناعة المستقبل، ط1، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2019.
- أنجرس موريس، ترجمة: تربوزيد صحراوي كمال، بوشوف سعيد سبعون، البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصب للنشر، الجزائر، 2006.
- بحوش عمار، الذنبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط7، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.
- بحوش عمار، تطور النظريات والأنظمة السياسية، ط1، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1977.
- بدر أحمد، علوم الإعلام البحث العلمي: المناهج-التطبيقات، ط1، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.

- البدر بكر محمد، التجربة النيابية للحركة الإسلامية في الأردن 1989-2007، ط1، دار المأمون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2011.
- البرصان أحمد سليم، علم السياسة: المفاهيم والأسس الدولة السلوك السياسي السياسة الدولية، ط1، زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
- برو فيليب، ترجمة صاصيلا محمد عرب، علم الاجتماع السياسي، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1998.
- البياتي ياس خضير، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البادية ناشرون وموزعون، عمان-الأردن، 2014.
- البيج حسين علوان، المشاركة السياسية: أهمية أنماط الأبعاد، ط1، المركز الديمقراطي العربي، برلين-ألمانيا، 2020.
- تاج الدين أحمد سعيد، الشباب والمشاركة السياسية، ط2، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة، 2012.
- تاج الدين أحمد سعيد ونشوى عبد الحميد، الشباب والمشاركة السياسية، (د.ط)، الهيئة العامة للاستعلامات، القاهرة-مصر، 2010.
- الجيلاني حسان، سلطانية بلقاسم، المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2012.
- حجازي إبراهيم علي، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، ط1، دار المعزز للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2017.
- حسن إسماعيل محمود، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- حمير لطيفة مصباح، دور المنظمات الدولية في حل مشكلة حقوق الإنسان في عصر العولمة: دراسة تحليلية من رؤية العولمة الاجتماعية، ط1، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة، 2010.
- الحنفي الرازي زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، ط1، المكتبة العصرية-الدار النموذجية، بيروت، 1999.
- خضر صلاح سامية، المشاركة السياسية والديمقراطية: اتجاهات نظرية ومنهجية حديثة تساهم في فهم العالم من حولنا، (د.ط)، كتب عربية للنشر الإلكتروني، (د.م)، 2005.
- الخالدة صالح عبد رزاق، مشاركة المرأة الأردنية في الحياة السياسية 1921-2007: دراسة حول أثر النظام الانتخابي على مشاركة المرأة الأردنية في الانتخابات النيابية، ط2، دار الخليج لصحافة والنشر، عمان-الأردن، 2017.
- الدلمي عبد الرزاق محمد، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016.
- الدوي موزة عيسى سلمان، المشاركة السياسية للمرأة البحرينية: تحديات وطموحات، ط1، معهد البحرين للتنمية السياسية، 2018.

- الدين أحمد وآخرون، الانتخابات الديمقراطية وواقع الانتخابات في الأقطار العربية، (د.ط)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 2009.
- راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، الحملات الانتخابية عبر الإعلام الجديد، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2017.
- راندة عاشور عبد العزيز بسيوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، ط1، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2017.
- رفعت محمد مصطفى، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2018.
- السعداوي علي صادق، العماري محمد عبد الحسن، الاتصال المواجهي: الحملات الانتخابية وتأثيرها في الجمهور، ط1، العربي للنشر والتوزيع، (د.م)، 2022.
- الشاعر عبد الرحمن إبراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
- شفيق حسين، الإعلام الجديد والإعلام البديل تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، 2011.
- الشيخ علي ناصر، دور منظمات المجتمع المدني في تعزيز المشاركة السياسية في فلسطين، (د.ط)، المركز الفلسطيني للدراسات وحوار الحضارات، فلسطين، 2010.
- الصادق رابح وآخرون، دراسات في الإعلام الإلكتروني: الإشكالات المنهجية - الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
- صالح مروى عصام، الإعلام الإلكتروني: الأسس وآفاق المستقبل، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- الطائي مصطفى حميد، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، (د.ط) دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، 2007.
- عبد الفتاح علياء سامي، الانترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2009.
- عبد الفتاح فاطمة الزهراء، المدونات الإلكترونية والمشاركة السياسية، (د.ط)، دار العالم العربي، القاهرة، 2012.
- عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن القومي والاجتماعي، ط1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2016.
- عبد هلامي، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية-القاهرة، 2006.
- عبد الوهاب طارق محمد، سيكولوجية المشاركة السياسية، ط1، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

- العبيد الطيب عبد القادر أحمد، فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام: دراسة حالة التغيرات السياسية في المجتمعات العربية، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، (د.م)، 2017، ص181.
- عجب نسرين، الثورة الافتراضية: دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2016.
- العريشي جبريل بن حسن والدوسي سلمى بنت عبد الرحمن محمد، الشبكات الاجتماعية والقيم: رؤية تحليلية، ط1، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
- علاء الدين نرمين، إدارة استراتيجيات تواصل المنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2020.
- العلمي عبد الله، أسس التواصل تآطير نظري تنزيل تطبيقي، ط1، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان-الأردن، 2020.
- علي سعد إسماعيل والزيات السيد عبد الحليم، في المجتمع والسياسة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- العلي صالح، مهارات التواصل الاجتماعي: أسس ومفاهيم وقيم، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
- العياد أيمن بن ناصر بن حمد، المسؤولية الجنائية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد، الرياض-السعودية، 2015.
- الغفار عادل عبد، الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة: رؤية تحليلية واستشرافية، (د.ط)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- غنايم مدحت أحمد محمد يوسف، تفعيل دور المرأة في المشاركة السياسية: دراسة تأصيلية، ط1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2014.
- القزاز مغاز مثنى عبد الله، مستقبل دور المنظمات التعاون الإقليمي في قارة الآسيوية: دراسة لنماذج مختارة، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019.
- قاسمي أحمد وجداي سليم، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسة والاقتصادية، برلين- ألمانيا، 2019.
- القميري أحمد بن عبد الله، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار روابط للنشر وتقنية المعلومات ودار الشقري للنشر، القاهرة-مصر، 2017.
- كوارى علي خليفة وآخرون، المواطنة والديمقراطية في البلدان العربية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- كاشة الفرحي بشير، الانتخابات التشريعية والرئاسية في ظل التعددية الحزبية: دراسة تحليلية ونصوص قانونية، ط1، دار الأفاق الجزائر، 2003.

- لدليمي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2020.
- مباركية منير، مفهوم المواطنة في الدولة الديمقراطية المعاصرة وحالة المواطنة في الجزائر، (د.ط)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت-لبنان، 2013.
- المفلح خضرة عمر، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
- مفيد مصطفى فؤاد عبيد، مهارة البحث العلمي، ط2، مركز البحوث والدراسات متعدد التخصصات، إسطنبول-تركيا، 2022.
- المقدادي خالد غسان يوسف، ثورت الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- ناجي عبد النور، النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية السياسية، ط1، مديرية النشر لجامعة قلمة، الجزائر، 2006.
- هيود أندرو، ترجمة صفار محمد، مدخل إلى الأيديولوجيات السياسية، ط1، المركز القومي للترجمة، سلسلة العلوم الاجتماعية للباحثين، القاهرة-مصر، 2012.
- والي عبد الهادي محمد، التنمية الاجتماعية: مدخل لدراسة المفهومات الأساسية، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1982.

3-1 المجالات العلمية

- أبو الذهب طيفور سراج، لماذا يقاطع الجزائريون الانتخابات؟ ثقافة مجتمع أم أزمة نظام سياسي، مجلة دراسات إستراتيجية، ع04، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعلّمية، (د.م)، جويلية، 2007.
- بدري ابتسام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، ع47، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، جوان 2017.
- البصراي محمد نور، دور التمكين السياسي للشباب في فاعلية التنمية السياسية في مصر، مجلة جيل للدراسات السياسية والعلاقات الدولية، ع05، مركز جيل للبحث العلمي، (د.م)، مارس 2016.
- بكيس نور الدين، رزاق نوال، المواطن الجزائري من الاغتراب الاجتماعي الى السياسي، مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ع34، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، جوان 2018.
- بلمولاي بدر الدين، دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج09، ع29، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، جوان 2017.
- بن سعيد مراد، الانتخابات الرئاسية الجزائرية تراجع أم تقدم، المجلة العربية للعلوم السياسية، ع43-44، الجامعة العربية للعلوم السياسية، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، 2014.

- بن عون منى، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعي والإنسانية، ع11، جامعة العربي التبسي، تبسة-الجزائر، جوان 2016.
- بن ورقلة نادية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، ع11، جامعة الجلفة-الجزائر، جوان 2013.
- بهاز لويزة، أولاد حيمودة جمعة، اتجاهات الأساتذة الجامعيين نحو التعامل مع البنوك الإسلامية: دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين بالمركز الجامعي غرداية نموذجا، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، ع15، جامعة غرداية-الجزائر، 2011.
- بوعافية العيد وبلقاسم الحاج، معوقات المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية وآليات الحد منها: دراسة تحليلية، مجلة المعيار، ع62، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة، الجزائر، 2021.
- جيدور حاج بشير، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة: من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع 15، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، جوان 2016.
- حريزي زكريا، المشاركة السياسية للمرأة العربية ودورها في محاولة تكريس الديمقراطية التشاركية، المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، مج3، ع2، جامعة الحاج لخضر-باتنة-الجزائر، جويلية 2018.
- خراب محمد زكريا، ثقافة استخدام واستهلاك الشباب الجزائري لتطبيق "تيك توك" روية نقدية، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج02، ع02، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة، جامعة عمار التليجي، الأغواط-الجزائر، ديسمبر 2019.
- الخشائمة لزهرة وحداوي سمير، الديمقراطية التشاركية كأداة لتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، مج 14، ع03، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021.
- خشمون مليكة، آليات تفعيل المشاركة السياسية للمرأة المغربية، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، مج01، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد صديق بن يحيى-جيجل-الجزائر، 2016.
- خضير رشيد، المشكلات العامة في دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع24، مج1، جامعة الشهيد حمة لخضر، الودي-الجزائر، ديسمبر 2017.
- خليفة إيهاب، الجيل الرابع: تحولات القادمة في استخدامات الشبكات الاجتماعية، مجلة الاتجاهات الأحدث، مج01، ع02، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبو ظبي-الإمارات، سبتمبر 2014.
- الدببسي عبد الكريم علي والطهات زهير ياسين، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج40، ع1، الجامعة الأردنية عمادة البحث العلمي، الأردن، 2013.

- دراحي ابتسام، آليات وأشكال التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات الإلكترونية الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية، مج 47، ع47، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة- الجزائر، جوان 2017.
- الدرويش أحمد بن عبد الله، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم لدى طلبة كلية المعلمين بجامعة الملك سعود، مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي، مج34، ع2، الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، عمان-الأردن، ديسمبر 2014.
- راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.
- الراوي بشرى جميل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، مجلة الباحث الإعلامي، ع18، كلية الإعلام جامعة بغداد-العراق، 2012.
- رمضان عبد المجيد، الديمقراطية الرقمية كألية لتفعيل الديمقراطية التشاركية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع16، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، جانفي 2017.
- زباني صالح، موقع مؤسسات المجتمع المدني في إدارة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، ع16، جامعة باتنة-الجزائر، جوان 2017.
- سويقات الأمين، دور المجتمع المدني في تكريس الديمقراطية التشاركية: دراسة حالي الجزائر والمغرب، مجلة دفاتر السياسة والقانون، ع17، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-الجزائر، 2017.
- السيد بتول مصطفى جلال احمد، الانستغرام من وسيط اعلامي الى وسيط تجاري، مجلة الأكاديمي، ع74، جامعة بغداد كلية الفنون الجميلة، العراق، 2016.
- الشرفات أيمن شافي سمير، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية 2010 - 2014 م: مدخل نظري، مجلة المنار، مج23، ع01/ب، جامعة آل البيت عمادة البحث العلمي، الأردن، 2017.
- طلب فاضل مشتاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، مج03، ع12، جامعة تكريت للعلوم السياسية-العراق مارس 2018.
- طه ياسين كوثر وكاطع ناهض زينب، مشاركة المرأة التونسية في الحياة السياسية، مجلة قضايا سياسية، ع20، كلية العلوم السياسية، جامعة النهريين-العراق، 2020.
- عبد العال محمد سيد أحمد عبده، فاعلية التكامل بين تطبيقات جوجل التعليمية وأدوات الويب 2 في تحقيق نواتج تعلم طرق تدريس الرياضيات وتنمية الاتجاه نحو التعلم التشاركي لدى الطلاب المعلمين بكلية التربية، مجلة كلية التربية، ع42، ج1، جامعة عين شمس، 2018.
- عبو فوزية، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة: دراسة ميدانية على عينة من الموظفين بمستغانم، مجلة الدراسات الإعلامية، ع01، المركز العربي الديمقراطي، ألمانيا، 2018.
- عثمانى تهامي، البيئة المدرسية ودورها في عملية التنشئة السياسية في الجزائر، مجلة الحقيقة، ع38، جامعة أحمد درايا-أدرار-الجزائر، 2016.

- عربي بومدين، بزدي يحي، أثر عملية المؤسسة على المشاركة السياسية: دراسة في تحولات السياسة في المنطقة العربية بعد 2011، المجلة الجزائرية لسياسات العامة، ع5، مخبر الدراسات وتحليل السياسات العامة، الجزائر، أكتوبر 2015.
- علي حسن عبد العزيز، العلاقة بين الاتصال عبر مواقع شبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب: دراسة تطبيقية على انتخابات الرئاسة الجمهورية في مصر، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج43، ع01، الجامعة الأردنية-الأردن، 2016.
- الفرا عبد الناصر قاسم، مواقع التواصل الإلكتروني في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا السياسية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج23، ع02، الجامعة الإسلامية بغزة-فلسطين، 2015.
- فزاع فارس ويونس سميحة، الصورة الذهنية للمرأة الجزائرية من خلال موقع تيك توك: دراسة تحليلية على عينة من فيديوهات التطبيق، مجلة المجتمع والرياضة، مج05، ع02، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشهيد حمة لخضر-الوادي-الجزائر، 02 جوان 2020.
- فطحي رضوان، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، مج03، ع01، الجامعة العربية الأمريكية-فلسطين، 2017.
- فدواح منال، الإعلام الجديد: خطوات واعدة نحو بروز مفهوم جديد للديمقراطية، وآليات ممارستها رقمياً، مجلة العلوم الإنسانية، مج ب، ع43، جامعة منتوري، قسنطينة-الجزائر، جوان 2015.
- قندوز عبد القادر ومبطوش الحاج، واقع المشاركة السياسية في الجزائر بعد الحراك الشعبي 22 فبراير 2019 وتحدي بناء الجزائر الجديد، مجلة الرائد في الدراسات السياسية، مج03، ع01، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة ابن خلدون تيارت-الجزائر، نوفمبر 2021.
- قيرع سليم، أزمة المشاركة السياسية وانعكاساتها على البناء المؤسساتي في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، ع11، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عشور-الجلفة-الجزائر، جوان 2012.
- كاظم كاطع سناء، المنطلقات الفكرية للحركات الإسلامية الجزائرية وجدلية العلاقة مع النظام السياسي، مجلة دراسات دولية، ع45، مركز الدراسات الدولية جامعة بغداد، العراق، سبتمبر 2010.
- كعسيس خليدة، الربيع العربي بين الثورة والفوضى، مجلة المستقبل العربي، ع36، مركز دراسات الوحدة العربية-بيروت-لبنان، مارس 2014.
- لعجال أعجال محمد أمين، إشكالية المشاركة السياسية وثقافة المسلم، مجلة العلوم الإنسانية، ع12، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، نوفمبر 2007.
- مجاهد أماني جمال، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسة المعلومات، ع8، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الرياض-السعودية، ماي 2010.

- محمد رضا محمد حبيب، دور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التثقيف السياسي للشباب المصري: دراسة ميدانية، مجلة هرمس، مج2، ع04، مركز اللغات والترجمة بجامعة القاهرة-مصر، أكتوبر 2013.
- محمد فتحي مها، تأثير تعرض الشباب لفديوهات التيك توك عبر هواتفهم الذكية على ادراكهم للقيم الاجتماعية في المجتمع، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج20، ع02، كلية الإعلام، جامعة القاهرة-مصر، سبتمبر 2021.
- مقدم رقية، مفهوم المواطنة في الإعلام الجديد بين التطبيقات التقنية وتفعيل الثلاثية القيمة، مجلة دراسات، مج07، ع02، كلية الآداب واللغات، جامعة طهاري محمد-بشار-الجزائر، جوان 2018.
- معراج هوري وعباني عيسى صالح، أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للعلامة دراسة حالة علامة ooredoo، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، ع06، جامعة سعد دحلب، بليدة-الجزائر، 2015.
- مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي 2014-2017، مجلة تكريت للعلوم السياسية، ع12، جامعة تكريت، العراق، 2018.
- مطالقة أحلام والعمرى رائقة على، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية من وجهة نظر طلبة جامعة البرموك في ضوء بعض المتغيرات، مجلة دراسة علوم الشرعية والقانون، مج45، ع4، ملحق2، الجامعة الأردنية، الأردن، 2018.
- المغزيلي نوال، تأثير الشبكة العنكبوتية على التنشئة السياسية للأفراد: من التنشئة السياسية التقليدية إلى التنشئة السياسية الافتراضية، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-الجزائر، مج33، ع02، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-الجزائر 09 سبتمبر 2019.
- هدار خالد، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحو عملية التغيير السياسي في الوطن العربي: الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، مج01، ع02، جامعة الصديق بن يحيى-جيجل، 2018.
- هدى مصطفى وعبد العالي محمد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والسياسي للشباب الريفي: دراسة ميدانية على عينة من الطلاب الريفيين بجامعة سوهاج، مجلة المنصورة للاقتصاد الاجتماعي والعلوم الاجتماعية، مج5، ع9، جامعة المنصورة، مصر، سبتمبر 2014.

1-4 الرسائل الجامعية

- بن حليمة صحراوي، الحركات السياسية الدينية في الجزائر بين القطعة والاستثمارية: مقاربة خلدونية في تمثلات السلطة والتغير الاجتماعي أستاذة جامعة تيارت نموذجا، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع السياسي، جامعة وهران-الجزائر، 2010-2011.
- بن ققة سعاد وزمام نور الدين، المشاركة السياسية في الجزائر: آليات التقنين الأسري نموذجا (1962-2005)، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، 2011-2012.
- بوخبزة محمد ومالفي عبد القادر، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: دراسة ميدانية لمستخدميها بمدينة مستغانم، أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم-الجزائر، 2016.

- بوزيد فائزة، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا: دراسة في محتوى صفحات عينة من الأحزاب السياسية الجزائرية على الفيسبوك ومستخدميها، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر-بسكرة-الجزائر، 2019-2020.
- الحاجة عبد الرزاق إيمان، دور الإنستغرام في تحفيز الشباب البحريني على العمل التطوعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير في الاعلام والعلاقات العامة، الجامعة الأهلية، البحرين، 2015.
- على شقفة عطا أحمد، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، أطروحة دكتوراه في علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية - معهد البحوث الدراسات العربية، القاهرة-مصر، 2011.
- منصر خالد ومقلاتي صحراوي، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة-الجزائر، 2017-2018.
- منصر خالد، دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة باتنة 1- الجزائر، 2017-2018.

1-5 التقارير والمنشورات

- بختي إبراهيم، الدليل المنهجي لإعداد البحوث العلمية (المذكورة، الأطروحة، التقرير، المقال) وفق طريقة (IMRAD)، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة-الجزائر، 2015.
- زرارقة فيروز مامي والرزوقي كتاف، المرأة والمشاركة السياسية في الجزائر استغلال سياسي أم رد للاعتبار، مؤتمر فيلاديلفيا الدولي التاسع عشر " المرأة: التجليات وآفاق المستقبل، منشورات جامعة فيلاديلفيا، الأردن، 2016.
- سعيدة محمد عبد الخالق، مفهوم فن التواصل، مجلة الفيصل، ع 437-438، دار الفيصل الثقافية، السعودية، 2012.
- السويدي سيف، صناعة المنصات الرقمية، Lulu.com، (د.م)، 2020.
- المجلس الدستوري، الإعلان رقم 03/م.د/19 المؤرخ في 19 ربيع الثاني 1441 هـ الموافق لـ 6 ديسمبر 2019، يتضمن نتائج النهائية لانتخاب رئيس الجمهورية.
- وحدة الدراسات السياسية، انتخابات الجزائر التشريعية: إعادة إنتاج النظام أم خطوة نحو "الجزائر الجديدة"، (د.ط)، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 17 يونيو 2021.
- هيئة تنظيم الاتصالات، الأوراق البيضاء الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي، هيئة تنظيم الاتصالات الإمارات العربية المتحدة، 2015

1-6 المواقع الالكترونية

- أيمن ياسمين، كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في اختيارات الناخبين؟، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، تاريخ الاثاحة 2019/09/29، متاح على رابط: مركز المستقبل - كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في اختيارات الناخبين؟(futureuae.com).

- برنامج أمم المتحدة إنمائي، ترجمة حداد أيمن، تحسين المشاركة السياسية للشباب على امتداد الدورة الانتخابية: دليل الممارسات السلمية، سبتمبر 2021، ص28، متاح على الرابط: تحسين المشاركة السياسية للشباب على امتداد الدورة الانتخابية | برنامج الأمم المتحدة الإنمائي(undp.org) .
- بغداد فريد، الاستفتاء على الدستور الجزائري قراءة في التحولات المشهد السياسي، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الاثاحة 2020/10/27. متاح على الرابط: الاستفتاء على الدستور الجزائري : قراءة في تحولات المشهد السياسي - المركز الديمقراطي العربي(democraticac.de) .
- بوعبيد سامية، شباب الإنترنت والمشاركة السياسية الافتراضية، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، أكتوبر 2021، متاح على الرابط: مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث - شباب الإنترنت وبروز المشاركة السياسية الافتراضية(mominoun.com) .
- بيبر سلينا، هل التيك توك هي منصة التواصل الاجتماعي القادمة؟: تعرف على سر نجاحها، موقع GoDaddy، تاريخ الاثاحة 2019/12/22، متاح في: أسماء النطاقات، مواقع الويب، أدوات الاستضافة والتسويق عبر الإنترنت - GoDaddy AE .
- تهامي محمد، صور المشاركة السياسية، الموسوعة السياسية، تاريخ الاثاحة 2018/06/06، متاح على الرابط: الموسوعة السياسية(political-encyclopedia.org) .
- خليفة محمود عبد الستار، الجيل الثاني من خدمات الإنترنت: مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0، -cybrarians journal-، ع18 مارس 2009، تاريخ الاثاحة 2020/06/08، متاح على الربط: الجيل الثاني من خدمات الإنترنت : مدخل إلى دراسة الويب 2.0 والمكتبات 2.0 / محمود عبد الستار خليفة(cybrarians.info) .
- درر العراق، معجم لسان العرب لابن منظور، متاح في: شرك - معجم لسان العرب لابن منظور-dorar) (aliraq.net)
- رمضان صادق محمد إبراهيم نورا، أثر البعد الثقافي على المشاركة السياسية للمرأة: دراسة مقارنة بين مصر وإيران، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الاثاحة 2016/06/16، متاح على الرابط: [.https://democraticac.de/?p=34106](https://democraticac.de/?p=34106)
- السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات، إحصائيات نتائج انتخابات التشريعية 02 جوان 2021، متاح على الرابط: Statistiques des élections législatives 12-06-2021 | Autorité électorale nationale indépendante (ina-elections.dz)
- الشيمي محمد نبيل، محددات المشاركة السياسية، الحوار المتمدن، تاريخ الاثاحة، 2009/02/08، متاح على الرابط: محمد نبيل الشيمي - محددات المشاركة السياسية(ahewar.org) .
- قاموس المعاني، قاموس عربي فرنسي، متاح في: ترجمة و معنى participation بالعربي في قاموس المعاني. قاموس عربي فرنسي المعاني مصطلحات صفحة 1(almaany.com) .

- قطبي رضوان، الديمقراطية الرقمية في الوطن العربي، موقع أنفاس-نت، تاريخ الاثاحة 2016/01/22، متاح على الرابط: الديمقراطية الرقمية في الوطن العربي .رضوان قطبي - أنفاس نت (anfasse.org) .
- عرار عبد العزيز أمين، الاتجاهات السياسية والفكرية في الوطن العربي، دنيا الوطن، تاريخ الاثاحة 2013/01/01، متاح على الرابط، الاتجاهات السياسية والفكرية في الوطن العربي بقلم أ.عبدالعزیز أمين عرار (alwatanvoice.com) .
- عريف محمد عبد الرحمن، ثقافة الجماهير.. والسلطة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي، اليادين نت، تاريخ الاثاحة 2019/03/23، متاح على الرابط: ثقافة الجماهير.. والسلطة في عصر مواقع التواصل الاجتماعي | الميادين (almayadeen.net) .
- المرعشي فيصل براء متين، مفهوم علم السياسية، الموسوعة السياسية، تاريخ الاثاحة: 2016/02/08، متاح في: الموسوعة السياسية (political-encyclopedia.org) .
- مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، كيف تأثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية، تاريخ الاثاحة 2017/05/18، متاح على رابط: مركز المستقبل - كيف تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي في الاستحقاقات الانتخابية؟ (futureuae.com) .
- مؤسسة صخر، المعجم المعاصر، 2019، متاح في: المعجم المعاصر : معنى شبكات التواصل الاجتماعي (alsharekh.org) .
- ناصر آية، تيك توك الجديد مميزات وعيوبه، موقع مقال، تاريخ الاثاحة 2022/06/02، متاح في: تيك توك الجديد مميزات وعيوبه - مقال (mqaall.com) .
- النويهي آية عبد الله أحمد، آليات تفعيل الشباب في المشاركة السياسية، المركز الديمقراطي العربي، تاريخ الاثاحة 2014/06/08، متاح على الرابط: آليات تفعيل الشباب في المشاركة السياسية - المركز الديمقراطي العربي (democraticac.de) .
- هيكل الحكم الافريقي (AGA)، دليل مشاركة الشباب في العمليات السياسية والانتخابية في إفريقيا، ص 68. متاح على الرابط: دليل مشاركة الشباب في العمليات السياسية والانتخابية في إفريقيا > default > sites > au.int > ... files > documents .
- ياحي علي وعويمر إيمان، 20 عاماً من حكم بوتفليقة... بدأ بـ"إطفاء الجمره" وانتهى باختفاء "مضلل"، موقع independent عربي، تاريخ الاثاحة 2021/09/18، متاح على الرابط: 20 عاماً من حكم بوتفليقة... بدأ بـ"إطفاء الجمره" وانتهى باختفاء "مضلل" | انديبننت عربية (independentarabia.com) .

2- قائمة المصادر والمراجع باللغة الأجنبية

2-1 Dictionaries and Encyclopedias

- Dubois Jean & Guespin Louis, Dictionnaire De Linguistique Et Des Sciences Du Langage, Larousse-France, 1994.
- Inc Lexicon Publications, New Webster's dictionary and thesaurus of the English language, Lexicon Publications, Danbury Ct USA, 1993.
- Marcel Danesi, Dictionnaire of media and communications, M.E.Sharp, New york, 2009.
- Nakache Danielle, Dictionnaire de politique: le present en question, Paris: Larousse, France, 1979.

2-2 Books (Livres)

- Bozarth ane, Social media for trainers: Techniques for enhancing and extending learning. John Wiley & Sons Ltd, From WorldofBooks, WS, United Kingdom, 2010.
- Goldman Bery Janda, The Challenge of Democracy, Houghton Mifflin Company, 1997.
- Huntington Samuel, Political Order in Changing Societies, New Haven: Yale University Press, 1968.
- Issam Fares, A Generation on the Move: Insights into the Conditions, Aspirations and Activism of Arab youth, American University of Beirut, Lebanon, 2011.
- Johnston Micheel, Political parties and democracy in theoretical and practical perspectives: Political Finance Policy, Parties, and Democratic Development, Washination: the national democratic institute for international affairs (NDI), 2005.
- L'Agence Wellcom, Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur les médias sociaux sans jamais oser le demander..., Guide Social Media 2012.
- Luc Albarello et autre, Pratiques et méthodes de recherche en sciences sociales, ed 01, Armand Colin, Paris-France, 1995.
- M.Rush & Ph.Althoff, An Introduction To Political Sociology, London: Thomas Nelson and Sons LTD ,1971.
- Nunnally Jum.C & Bernstein Ira. H, Psychometric Theory, ed 3, McGraw-Hi, New York, 1994.

- Parry Geraint & Moyser George. Neil Day, **Political participation and democracy in Britain**, Cambridge university press, New York, 1992.
- Romania Cachia, **social computing: study on the Use and impact of online social networking**, JRC Institute for Prospective Technological Studies, Luxembourg: European Communities 2008.
- Sansen Aurélie, **L'application Instagram, un engagement personnalisé au cœur d'une "communauté": une forme contemporaine d'idiorrythmie**, HAL Id: open science, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication – Sorbonne Université, 19 Mar 2020.
- Torloting Philippe, **Enjeux et perspectives des réseaux sociaux**, institut supérieur de commerce de paris, consultant français cazals, 2006.
- Verba Sidney & Norman H. Nie, and Jae-on Kim, **Participation and Political equality: A seven-nation comparison**, Cambridge University Press, Chicago and London, 1987.
- Wright T & Tsao H.J, **A Frame on Frames: An Annotated Bibliography.In Statistical Methods and the Improvement of Data Quality**, ed.T Wright.NewYork: Academic Press.1983.

2-3 Scientific journals (Revue scientifique)

- Boyd Danah.m & Ellison Nicole.B, **Social Network Sites; Definition, History and Scholarship**, Journal of omputer Mediated Communication, Vol 13, No 1, International Communication Association, U.S.A, Octobre 2007.
- Deutsch Karl.W, **Social Mobilisation And Political Development**, The American Political science review , Vol 55, No 03, september 1961.
- Fessard De Foucault Bertrand & Capitant René, **Démocratie et participation politique dans les institutions françaises de 1875 à nos jours**. Revue française de science politique, vol 23, No 4, 1973.
- Flanagan Andrew.J & Metzger Miriam.J, **Perceptions,of Internet in Formation Credibility**, Journalism and Mass Communication Quarterly, vol 77 ,No 3, Autumn, 2000.

- Gustafsson Nils, **The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation**, SAGA journals Permissions. nav, Vol 14, Issue 7, 2012.
- Isidoropaolo Casteltrione & Magda Pieczka, **Mediating the contributions of Facebook to political participation in Italy and the UK: the role of media and political landscapes**, Palgrave Communications, Vol 4, No 1, 2018.
- Jeffrey Bellin, **Facebook, Twitter, and the Uncertain Future of Present Sense Impressions**. University of Pennsylvania Law Review, Vol 160, No 2, January 2012.
- Keshishyan Siraki Garineh, **The Role of Social Networks on Socialization and Political Participation of Political science Students of Islamic Azad University, South Tehran Branch (2007- 2017)**, International Journal of Social Sciences (IJSS), Vol 10, No 1, Government of National Capital Territory of Delhi-India, 2020.
- Schaefer, R & Dillman, D, **A.Development of a standard e-mail methodology: Results of an experiment**, Public Opinion Quarterly, Quarterly, Oxford University Press, vol.62, No 3, the American Association for Public Opinion 1998.
- Ting Hiram, Wong Winnie Ming Poh, **Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study**, International Journal of Business and Innovation. Vol. 2, No 2, Universiti Malaysia Sarawak, 2015.
- Vidyapeeth.Y Patil & Chavan Yashwantrao, **An Empirical analysis of use of TikTok by Management students in Pune city**, Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol.27, No 1, 2021.
- Xia Chuanli & Shen Fei, **Political Participation in Hong Kong: The Roles of News Media and Online Alternative Medi**, International Journal of Communication, Vol 12, USC Annenberg School for Communication and Journalism, 2018.

2-4 theses

- Shahzad Sobia, **Social Media and Political Participation in Pakistan**, PhD thesis, Doctor of Philosophy, Universiti Sains Malaysia- Pakistan, 2018.
- Yang Yuxin, **Understanding Young Adults' TikTok Usage: Real People, Creative Videos that Makes Your Day**, Undergraduate Honors Thesis, UCSD Department of Communication, June 2020.

2-5 Websites (Sites Internet)

- Ahmad Taufiq & Alvi Aima & Ittefaq Muhammad, **The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan**, SAGA journals Permissions, Vol 09, Issue 03, 2019, published online, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2158244019864484>.
- Bouissere Yannick, **YouTube Chiffres Clés 2022 (2021) et statistiques complètes**, Proinflunte, [YouTube™ : chiffres clés 2022 \(2021\) et statistiques complètes • \(proinflunte.com\)](https://proinflunte.com/you-tube-chiffres-clés-2022-2021-et-statistiques-complètes).
- Datareportal, **DIGITAL 2022: Algeria**, Hootsuite, publiés le 15 février 2022, [Digital 2022: Algeria — DataReportal – Global Digital Insights](https://datareportal.com/reports/digital-2022-algeria/).
- Datareportal, **DIGITAL 2021: ALGERIA**, Hootsuite, [Digital in Algeria: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights](https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria/).
- Datareportal, **DIGITAL 2021 JULY GLOBAL STATSHOT**, Hootsuite, [DataReportal – Global Digital Insights](https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot/).
- Encyclopedia Britannica, **Social network**, <https://www.britannica.com/topic/social-media>.
- **Techopedia.Online Survey**. At: <https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey> .
- Vincos Blog, **Social Media Statistics**, <https://vincos.it/social-media-statistics/>.
- Viard Rudy, **La Liste des Réseaux sociaux +1M Utilisateurs Actifs** , <https://www.webmarketing-conseil.fr/liste-reseaux-sociaux/>.

الملاحق

لملحق (01) استمارة الاستبيان بصيغتها النهائية



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة الإعلام والاتصال

استمارة الاستبيان

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري
-دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سعيدة-

يشرفنا أن تمنحونا قليلا من وقتكم للإجابة على أسئلة هذه الاستمارة التي تدخل في إطار إنجاز أطروحة دكتوراه، بهدف معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري. وعليه نرجو أن تتسم إجاباتكم بالدقة والموضوعية، ونشير إلى أن معلوماتكم لن تخرج عن إطار استعمالها للغرض العلمي المقصود.

الملاحق

ملاحظة: يرجى وضع إشارة (x) أمام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم

البيانات الشخصية

- الدائرة
- دائرة ولاد براهيم دائرة حساسنة دائرة سعيدة دائرة سيدي بوبكر دائرة بوب دائرة عين الحجر
- الجنس:
- ذكر أنثى
- السن:
- من 18 إلى 22 سنة من 22 إلى 26 سنة من 26 إلى 30 سنة من 30 إلى 35 سنة من 35 إلى 39 سنة 35 سنة فأكثر
- المستوى التعليمي:
- دون مستوى ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- المهنة:
- بطل طالب عامل يومي عامل حر موظف

المحور الأول: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية

- مستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

لا	بصورة	من يوم	من 3 إلى	يومية	
أستخدمه	غير	إلى 3 أيام	5 أيام في		
	منتظمة	في	الأسبوع		
		الأسبوع			
					تستخدم الفاسبوك facebook
					تستخدم تويتر twitter
					تستخدم يوتيوب youtube
					تستخدم أنستقرام instagram
					تستخدم تيك توك tik tok

- مستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

لا	أقل من	من ساعة	من 3 سا	6 سا فأكثر	
أستخدمه	ساعة	إلى 3 سا	إلى 6 سا		
					تتصفح الفاسبوك facebook
					تتصفح تويتر twitter
					تتصفح يوتيوب youtube
					تتصفح أنستقرام instagram
					تتصفح تيك توك tik tok

الملاحق

- مستوى الاعتماد على مصادر معلومات السياسة؟

دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	
					تعتمد على وسائل الإعلام المكتوبة (الصحف، المجلات، الكتب..) في الحصول على معلوماتك السياسية
					تعتمد على وسائل الإعلام السمعية البصرية (الإذاعة، التلفزيون..) في الحصول على معلوماتك السياسية
					تعتمد على مواقع الأخبار، المدونات، والويكي في الحصول على معلوماتك السياسية
					تعتمد على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب..) في الحصول على معلوماتك السياسية
					تعتمد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة، المنظمات..) في الحصول على معلوماتك السياسية
					تعتمد على أشخاص ذوي معرفة من محيطك (الأصدقاء..) في الحصول على معلوماتك السياسية

المحور الثاني: أشكال ومستويات المشاركة السياسية

- مستوى المشاركة السياسية

دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	
					البعد المعرفي
					تطلع على الأخبار وأتابع التغييرات الحاصلة في الساحة السياسية محليا ووطنيا
					تحرص على توسيع معارفك بالأحزاب والتنظيمات السياسية الجزائرية
					تحرص على معرفة حقوقك وواجباتك السياسية
					تطلع على البرامج الانتخابية للقوائم الحزبية قبل الانتخابات
					تناقش المواضيع السياسية مع أقاربك ومعارفك
					البعد الوجداني
					تدعم معنويا النشاطات التي تقوم بها التجمعات والهيئات السياسية في الجزائر
					تشجع أقاربك ومعارفك على التصويت في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)
					تشجع أقاربك ومعارفك على تأييد تنظيم أو حزب سياسي معين
					تتق بنشاط السياسي الذي تقوم به الأحزاب الشخصيات السياسية الجزائرية
					البعد السلوكي
					تحرص على إلقاء بصوتك في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)
					تشارك في مسيرات السياسة التي تجرى في بلدي
					تشارك في الحملات الانتخابية لمرشحك وللأحزاب التي تنتمي إليها
					تحضر الندوات والاجتماعات السياسية محلية أو وطنية
					تشارك وتخرط في الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية
					تترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية

الملاحق

المحور الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المشاركة السياسية

- مستوى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مشاركة السياسية

دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	
التأثيرات المعرفية					
					تعرفك مواقع التواصل بالقضايا السياسية المحلية والوطنية
					تعرفك مواقع التواصل بالقرارات الصادرة من الهيئات السيادية المحلية والوطنية
					تعرفك مواقع التواصل بحقوقك وواجباتك السياسية
					تعرفك مواقع التواصل بالشخصيات السياسية المحلية ووطنية
					تعرفك مواقع التواصل بالبرامج الانتخابية للقوائم الحزبية (المحلية، التشريعية، الرئاسية)
التأثيرات الوجدانية					
					تساهم مواقع التواصل في تشكيل أرائك حول القضايا السياسية المحلية والوطنية
					تساهم مواقع التواصل في تشكيل مواقفك اتجاه الأحزاب والشخصيات السياسية الجزائرية
					تتمي مواقع التواصل رغبتك في الترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية
					تتمي مواقع التواصل رغبتك في الانتماء إلى الجمعيات والأحزاب السياسية
					تساهم مواقع التواصل في تعزيز احترامك للقوانين السياسية للبلاد (قانون الانتخابات..)
التأثيرات السلوكية					
					تعزز مواقع التواصل مشاركتك في التصويت أثناء الانتخابات (المحلية، الوطنية..)
					تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في الحملات الانتخابية لمرشحك محليا أو وطنيا
					تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في المسيرات والمظاهرات محليا أو وطنيا
					تساعدك مواقع التواصل على انخراطك في التنظيمات والأحزاب السياسية
					تساعدك مواقع التواصل في ترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية

شكرا جزيلا على تعاونكم

الملاحق

الملحق (02) الجداول اختبار صدق محاور الاستبيان

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الأول

الأبعاد	العبارات	معاملات الارتباط	الدلالة المعنوية
درجة استخدام مواقع التواصل	01 تستخدم الفيسبوك	0.394 (**)	0.01
	02 تستخدم تويتر	0.360 (**)	0.01
	03 تستخدم اليوتيوب	0.605 (**)	0.01
	04 تستخدم أنستقرام	0.626 (**)	0.01
	05 تستخدم تيك توك	0.676 (**)	0.01
درجة تعرض لمواقع التواصل	11 تتصفح الفيسبوك	0.427 (**)	0.01
	12 تتصفح تويتر	0.340 (**)	0.01
	13 تتصفح اليوتيوب	0.373 (**)	0.01
	14 تتصفح أنستقرام	0.596 (**)	0.01
	15 تتصفح تيك توك	0.613 (**)	0.01
درجة الاعتماد على مصادر المعلومات	16 تعتمد على مواقع التواصل في استقاء معلوماتك السياسية	0.474 (**)	0.01
	17 تعتمد على وسائل الاعلام المكتوبة في استقاء معلوماتك السياسية	0.392 (**)	0.01
	18 تعتمد على وسائل الاعلام السمعية البصرية في استقاء معلوماتك السياسية	0.287 (**)	0.01
	19 تعتمد على وسائل الاعلام الالكترونية في استقاء معلوماتك السياسية	0.498 (**)	0.01
	20 تعتمد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية في استقاء معلوماتك السياسية	0.570 (**)	0.01
	21 تعتمد على أشخاص ذوي معرفة من محيطك في استقاء معلوماتك السياسية	0.374 (**)	0.01

الارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.01$)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الثاني

الأبعاد	العبارات	معاملات الارتباط	الدلالة المعنوية
الاهتمام السياسي	01 تطلع على الأخبار وأتابع التغييرات الحاصلة في الساحة السياسية محليا ووطنيا	0.491 (**)	0.01
	02 تحرص على توسيع معارفك بالأحزاب والتنظيمات السياسية الجزائرية	0.794 (**)	0.01
	03 تحرص على معرفة حقوقك وواجباتك السياسية	-0.617 (**)	0.01
	04 تطلع على البرامج الانتخابية للقوائم الحزبية قبل الانتخابات	0.768 (**)	0.01
	05 تتناقش المواضيع السياسية مع أقاربك ومعارفك	0.446 (**)	0.01
الاتجاهات السياسية	06 ترغب بالمشاركة في التجمعات والهيئات التي تهدف إلى تغيير السياسة الخاطئة	0.762 (**)	0.01
	07 تشجع أقاربك ومعارفك على المشاركة في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	0.767 (**)	0.01
	08 تشجع أقاربك ومعارفك على تأييد تنظيم أو حزب سياسي معين	0.751 (**)	0.01
	09 تسعى جاهدا للترشح في الانتخابات المحلية أو التشريعية أو لتقلد مناصب سياسية	0.736 (**)	0.01
	10 تحرص على إدلاء بصوتك في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	0.533 (**)	0.01

الملاحق

الدرجة	معامل الارتباط	العبارة	الأبعاد
0.01	(**) 0.743	تشارك في مسيرات السياسية التي تجرى في بلدي	السلوكيات السياسية
0.01	(**) 0.635	تشارك في الحملات الانتخابية لمرشحك ولأحزاب التي تنتمي إليها	
0.01	(**) 0.758	تحضر الندوات والاجتماعات السياسية محلية أو وطنية	
0.01	(**) 0.743	تشارك وتخرط في الأحزاب والتكتلات السياسية	
0.01	(**) 0.475	تترشح للانتخابات المحلية أو تشريعية	

الارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.01$)

معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور الثالث

الدرجة	معاملات الارتباط	العبارات	الأبعاد
0.01	(**) 0.653	تعرفك مواقع التواصل بالقضايا السياسية المحلية والوطنية	التأثيرات المعرفية
0.01	(**) 0.712	تعرفك مواقع التواصل بالشخصيات السياسية المحلية وطنية	
0.01	(**) 0.814	تعرفك مواقع التواصل بالقرارات الصادرة من الهيئات السيادية المحلية والوطنية	
0.01	(**) 0.775	تعرفك مواقع التواصل بالبرامج الانتخابية للقوائم الحزبية (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	
0.01	(**) 0.798	تعرفك مواقع التواصل بحقوقك وواجباتك السياسية	
0.01	(**) 0.791	تساهم مواقع التواصل في تشكيل أرائك حول القضايا السياسية المحلية والوطنية	التأثيرات الوجدانية
0.01	(**) 0.843	تساهم مواقع التواصل في تشكيل مواقفك اتجاه الأحزاب والشخصيات السياسية	
0.01	(**) 0.800	تساهم مواقع التواصل في تعزيز احترامك للقوانين السياسية للبلاد (قانون الانتخابات..)	
0.01	(**) 0.628	تتمى مواقع التواصل رغبتك في الترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	
0.01	(**) 0.749	تتمى مواقع التواصل رغبتك في الانتماء إلى الجمعيات والأحزاب السياسية	
0.01	(**) 0.738	تعزز مواقع التواصل مشاركتك في التصويت أثناء الانتخابات (المحلية، الوطنية..)	التأثيرات السلوكية
0.01	(**) 0.797	تعزز مواقع التواصل مشاركتك في الحملات الانتخابية لمرشحك محليا أو وطنيا	
0.01	(**) 0.803	تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في المسيرات والمظاهرات محليا أو وطنيا	
0.01	(**) 0.795	تساعدك مواقع التواصل على انخراطك في التنظيمات والأحزاب السياسية	
0.01	(**) 0.534	تساعدك مواقع التواصل في ترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	

الارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.01$)

معاملات الارتباط بين محاور الاستبيان وبين درجة الكلية للاستبيان

الدرجة	معاملات الارتباط	المحاور	المحور
0.01	(**) 0.792	درجة اعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في استقاء المعلومات السياسية	المحور الأول
0.01	(**) 0.862	مستوى المشاركة السياسية	المحور الثاني
0.01	(**) 0.896	التأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية	المحور الثالث

الارتباط دال احصائيا عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.01$)

الملحق (03) جدول اختبار تباث محاور الاستبيان

معامل الثبات لمحاور الاستبيان ومعامل الثبات لإجمالي تعبارات الاستبيان

معامل الثبات أنفا كروبأخ	عدد العبارات	الأبعاد	المحاور	
0.724	05	درجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	اعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية	01
0.741	05	كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي		
0.777	05	مدة التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي		
0.816	06	درجة الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية		
0.765	21	إجمالي المحور الأول		
0.847	05	الاهتمام السياسي	مستوى المشاركة السياسية	02
0.772	04	الاتجاهات السياسية		
0.743	06	السلوكيات السياسية		
0.802	15	إجمالي المحور الثاني		
0.871	05	التأثيرات المعرفية	تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية	03
0.803	05	التأثيرات الوجدانية		
0.819	05	التأثيرات السلوكية		
0.855	15	إجمالي المحور الثالث		
0.840	51	إجمالي المحاور		

الملاحق

الملحق (04) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى استخدام مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

المجموع	لا أستخدمه	بصورة غير منتظمة	من يوم إلى 3 أيام في الاسبوع	من 3 إلى 5 أيام في الاسبوع	يومية	الخيارات		رقم العبارة
						تكرار	العبارات	
400	05	02	51	45	297	تكرار	تستخدم الفيسبوك	01
%100	%01.3	%00.5	%12.8	%11.3	%74.3	%		
400	296	19	39	36	10	تكرار	تستخدم التويتر	02
%100	%74.0	%04.8	%09.8	%09.0	%02.5	%		
400	08	14	124	83	171	تكرار	تستخدم اليوتيوب	03
%100	%02.0	%03.5	%31.0	%20.8	%42.8	%		
400	167	32	68	67	66	تكرار	تستخدم الانستقرام	04
%100	%41.8	%08.0	%17.0	%16.8	%16.5	%		
400	178	21	62	67	72	تكرار	تستخدم التيك توك	05
%100	%44.5	%05.3	%15.5	%16.8	%18.0	%		

الملاحق

الملحق (05) التكرارات والنسب المئوية لمستوى التعرض لمواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

المجموع	لا أستخدمة	أقل من ساعة	من ساعة إلى 3 سا	من 3 إلى 6 سا	6 سا فأكثر	الخيارات		رقم العبارة
						العبارات	تك %	
400	05	83	145	91	76	تك	تتصفح الفيسبوك	01
%100	%01.3	%20.8	%36.3	%22.8	%19.0	%		
400	296	75	16	13	00	تك	تتصفح التويتر	02
%100	%74.0	%18.8	%04.0	%03.3	%00.0	%		
400	08	136	157	74	25	تك	تتصفح اليوتيوب	03
%100	%02.0	%34.0	%39.3	%18.5	%06.3	%		
400	167	166	37	25	05	تك	تتصفح الانستقرام	04
%100	%41.8	%41.5	%09.3	%06.3	%01.3	%		
400	178	134	68	12	08	تك	تتصفح التيك توك	05
%100	%44.5	%33.5	%17.0	%03.0	%02.0	%		

الملاحق

الملحق (06) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى الاعتماد على مصادر المعلومات السياسية

المجموع	أبدا	نادر	أحيانا	غالبا	دائما	الخيارات		رقم العبارة
						العبارات	تك	
400	102	196	69	25	08	تك	تعتمد على وسائل الاعلام المكتوبة (صحف، مجلات، كتب..)	01
%100	%25.5	%49.0	%17.3	%06.3	%02.0	%	في الحصول على معلوماتك السياسية	
400	33	50	106	126	85	تك	تعتمد على وسائل الاعلام السمعية البصرية (الإذاعة، تلفزيون..)	02
%100	%08.3	%12.5	%26.5	%31.5	%21.3	%	في الحصول على معلوماتك السياسية	
400	78	56	124	77	65	تك	تعتمد على مواقع الأخبار، المدونات، والويكي في الحصول على معلوماتك السياسية	03
%100	%19.5	%14.0	%31.0	%19.3	%16.3	%		
400	33	38	95	90	114	تك	تعتمد على مواقع وتطبيقات التوصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب..)	04
%100	%08.3	%09.5	%23.8	%22.5	%36.0	%	في الحصول على معلوماتك السياسية	
400	100	90	98	71	41	تك	تعتمد على مؤسسات التنشئة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة، المنظمات.)	05
%100	%25.0	%22.5	%24.5	%17.8	%10.3	%	في الحصول على معلوماتك السياسية	
400	45	42	154	77	82	تك	تعتمد على أشخاص ذوي المعرفة من محيطك (أسرة، أصدقاء، زملاء..)	06
%100	%11.3	%10.5	%38.5	%19.3	%20.5	%	في الحصول على معلوماتك السياسية	

الملاحق

الملحق (07) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى المشاركة السياسية

رقم العبارة	العبارة	الخيارات	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	المجموع
البعد المعرفي								
01	تطلع على الأخبار وأتابع التغييرات الحاصلة في الساحة السياسية محليا ووطنيا	تك	111	80	115	61	33	400
		%	27.8%	20.0%	28.7%	15.3%	8.3%	100%
02	تحرص على توسيع معارفك بالأحزاب والتنظيمات السياسية الجزائرية	تك	76	98	98	77	51	400
		%	19.0%	24.5%	24.5%	19.3%	12.8%	100%
03	تحرص على معرفة حقوقك وواجباتك السياسية	تك	112	73	104	35	76	400
		%	28.0%	18.3%	26.0%	8.8%	19.0%	100%
04	تطلع على البرامج الانتخابية للقوائم الحزبية قبل الانتخابات	تك	53	50	104	79	114	400
		%	13.3%	12.5%	26.0%	19.8%	28.5%	100%
05	تناقش المواضيع السياسية مع أقاربك ومعارفك	تك	60	45	131	52	112	400
		%	15.0%	11.3%	32.8%	13.0%	28.0%	100%
البعد الوجداني								
07	تشجع أقاربك ومعارفك على التصويت في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	تك	52	63	49	53	183	400
		%	13.0%	15.8%	12.3%	13.3%	45.8%	100%
08	تشجع أقاربك ومعارفك على تأييد تنظيم أو حزب سياسي معين	تك	61	40	63	58	178	400
		%	15.3%	10.0%	15.8%	14.5%	44.5%	100%
09	تتق بنشاط السياسي الذي تقوم به الأحزاب الشخصيات السياسية الجزائرية	تك	36	25	62	64	213	400
		%	9.0%	6.3%	15.5%	16.0%	53.3%	100%
06	تدعم معنويا النشاطات التي تقوم بها التجمعات والهيئات السياسية في الجزائر	تك	29	32	58	40	241	400
		%	7.2%	8.0%	14.5%	10.0%	60.3%	100%
البعد السلوكي								
10	تحرص على إلقاء بصوتك في الانتخابات (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	تك	111	67	83	47	92	400
		%	27.8%	16.8%	20.8%	11.8%	23.0%	100%
11	تشارك في مسيرات السياسية التي تجرى في بلدي	تك	31	31	72	42	218	400
		%	7.8%	7.8%	18.0%	12.0%	54.5%	100%
12	تشارك في الحملات الانتخابية لمرشحك وللأحزاب التي تنتمي إليها	تك	22	09	46	66	257	400
		%	5.5%	2.3%	11.5%	16.5%	64.3%	100%
13	تحضر الندوات والاجتماعات السياسية محلية أو وطنية	تك	26	30	62	56	226	400
		%	6.5%	7.5%	15.5%	14.0%	56.5%	100%
14	تشارك وتتخبط في الأحزاب السياسية والجمعيات المدنية	تك	25	16	23	57	279	400
		%	6.3%	4.0%	5.8%	14.2%	69.8%	100%
15	تترشح للانتخابات المحلية أو تشريعية	تك	12	04	18	33	333	400
		%	3.0%	1.0%	4.5%	8.3%	83.3%	100%

الملاحق

الملحق (08) التكرارات والنسب المئوية الخاصة بمستوى لتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية

رقم العبارة	العبارات	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا	المجموع
التأثيرات المعرفية							
01	تعرفك مواقع التواصل بالقضايا السياسية المحلية والوطنية	96	120	106	38	40	400
		24.0%	30.0%	26.5%	9.5%	10.0%	100%
02	تعرفك مواقع التواصل بالقرارات الصادرة من الهيئات السيادية المحلية والوطنية	82	80	145	44	49	400
		20.5%	20.0%	36.3%	11.0%	12.3%	100%
03	تعرفك مواقع التواصل بحقوقك وواجباتك السياسية	68	97	128	47	60	400
		17.0%	24.3%	32.0%	11.8%	15.0%	100%
04	تعرفك مواقع التواصل بالشخصيات السياسية المحلية وطنية	96	101	125	33	43	400
		24.5%	25.3%	31.3%	8.3%	10.8%	100%
05	تعرفك مواقع التواصل بالبرامج الانتخابية للقوائم الحزبية (المحلية، التشريعية، الرئاسية)	79	106	108	49	58	400
		19.8%	26.5%	27.0%	12.3%	14.5%	100%
التأثيرات الوجدانية							
06	تساهم مواقع التواصل في تشكيل أرائك حول القضايا السياسية المحلية والوطنية	69	91	104	66	70	400
		17.3%	22.8%	26.0%	16.5%	17.5%	100%
07	تساهم مواقع التواصل في تشكيل مواقفك اتجاه الأحزاب والشخصيات السياسية الجزائرية	67	73	102	58	100	400
		16.8%	18.3%	25.5%	14.5%	25.0%	100%
08	تتمي مواقع التواصل رغبتك في الترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	48	79	103	62	108	400
		12.0%	19.8%	25.8%	15.5%	27.0%	100%
09	تتمي مواقع التواصل رغبتك في الانتماء إلى الجمعيات والأحزاب السياسية	39	26	75	50	210	400
		9.8%	6.5%	18.8%	12.5%	52.5%	100%
10	تساهم مواقع التواصل في تعزيز احترامك للقوانين السياسية للبلاد (قانون الانتخابات..)	75	65	88	73	99	400
		18.8%	16.3%	22.0%	18.3%	24.8%	100%
التأثيرات السلوكية							
11	تعزز مواقع التواصل مشاركتك في التصويت أثناء الانتخابات (المحلية، الوطنية..)	71	80	89	44	116	400
		17.8%	20.0%	22.3%	11.0%	29.0%	100%
12	تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في الحملات الانتخابية لمرشحك محليا أو وطنيا	60	55	69	49	167	400
		15.0%	13.8%	17.3%	12.3%	41.8%	100%
13	تساهم مواقع التواصل في تعزيز مشاركتك في المسيرات والمظاهرات محليا أو وطنيا	43	61	86	39	171	400
		10.8%	15.3%	21.5%	9.8%	42.8%	100%
14	تساعدك مواقع التواصل على انخراطك في التنظيمات والأحزاب السياسية	24	25	80	73	198	400
		6.0%	6.3%	20.0%	18.8%	49.5%	100%
15	تساعدك مواقع التواصل في ترشح للانتخابات المحلية أو التشريعية	18	20	46	66	250	400
		4.5%	5.0%	11.5%	16.5%	62.5%	100%