

**دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري
مقاربة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري**

The role of social media in forming the political
consciousness of Algerian youth: an applied study on a
sample of Algerian university youth

خالد هدار¹، جامعة باتنة 1
haddar.khaled@gmail.com
سعاد عيساني، جامعة باتنة 1
Souad.aissani@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2019/04/17 تاريخ المراجعة: 2019/05/05 تاريخ القبول: 2019/06/05

ملخص:

يتناول هذا البحث موضوع الوعي السياسي ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيله، وينطلق من تساؤل رئيسي هو: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟، متقصيا بذلك مدى اعتماد الطلبة على الشبكات الاجتماعية في استيقاء المعلومات والمعارف خاصة السياسية منها وتأثيرها على المشاركة السياسية لديهم، واستخدمنا المنهج الوصفي لذلك عن طريق أداة الاستقصاء لجمع المعلومات اللازمة، وقد أسفرت الدراسة على أن: شبكات التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لدى الشباب من خلال متابعتهم للقضايا المطروحة سياسيا في العالم العربي وكذا المحلية منها. في حين أنها لم تساهم في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب، فقد لاحظنا أن الشباب الجزائري لا يهتم بالمشاركة السياسية وبعضهم لا يملكون بطاقة الناخب كما أنهم لا يتفاعلون مع الأحزاب السياسية ولا يهتمون بنشاطاتها، وقد لعبت

¹ - المؤلف المراسل

دورا في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، فقد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لديهم، ودعمت الموقف السلبي الذي اتخذه الشباب نحو المشاركة السياسية نظرا لظروف كثيرة.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية، الوعي السياسي، المشاركة السياسية، المعرفة السياسية.

Abstract :

This research aims at revealing the role of social networking sites in creating political awareness among Algerian students, it examines the extent to which the students used social networking websites to get information especially political ones and their impact on their political participation.

Using a descriptive method, a survey was conducted to collect data from a sample of Algerian students. The study revealed that Social networking sites have contributed to the formation of political knowledge among youth through their follow of the political issues in the Arab world as well as local ones. The study also found that Algerian youth do not care about political participation, some do not have a voter card and they do not care about political parties and their activities.

We noticed in this study that social networking sites Supported the negative attitude of young people towards political participation due to many circumstances.

Keywords: social networking websites, political awareness, political participation, political knowledge.

مقدمة:

تعد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في مجال الانفجار التكنولوجي الحديث فهي أكثر أساليب الإعلام الجديد استخداما وانتشارا، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثراً في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

إن شبكات التواصل الاجتماعي أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات بل في نتائج وتأثير هذا الاتصال، إذ كان لهذا

الاتصال نتائج مؤثرة في شتى المجالات، إلى درجة أصبحت أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي والسياسي محليا وعالميا وذلك بما تتيحه هذه الوسائل من إمكانات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة والقدرة على التأثير، بحيث لم تعد لوسائل الإعلام التقليدية القدرة على إحداث هذا التغيير بل تقف عاجزة أمام التأثير المباشر والفعال لشبكات التواصل الاجتماعي.

ويعد المجال السياسي من أهم المجالات التي ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إحداث طفرة نوعية فيه، نظرا لمميزاتها التي تساعد على حرية تداول المعلومات وانتشارها وكذا حرية المشاركة السياسية، وبالتالي تأثيرها المباشر أو غير المباشر على الوعي السياسي لدى الشباب، من هذا المنطلق جاءت دراستنا هذه لتجيب على الإشكالات الآتية:

• ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتفكيكها إلى التساؤلات التالية:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المعرفة السياسية كشكل من أشكال الوعي السياسي للشباب الجزائري؟
- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الجزائري؟

1 - أهداف البحث: وتحدد أهداف الدراسة في الآتي:

- التعرف على أهم المعلومات التي يحاول الطلبة التركيز عليها في منشوراتهم وكذا في مطالعتهم للمواضيع المنشورة على الشبكات لتحديد أولوياتهم في التعامل مع هذه الشبكات.
- الكشف عن أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب من خلال الشبكات لتحديد علاقتهم بالمواضيع السياسية ومن ثم تحديد مدى إدراكهم للوضع السياسي في الجزائر.
- معرفة مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على زيادة المعرفة السياسية للطلبة الجزائريين، من خلال تقصي حجم اعتمادهم عليها للوصول

إلى المعلومات والأخبار السياسية والإعلامية المتداولة على الشبكات، ومن ثم الكشف عن دورها في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب.

2 - منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث معينة وجمع الحقائق والمعلومات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالتها كما توجد عليه في الواقع، وتهتم أيضاً بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه الظواهر أو الأحداث التي يتناولها البحث. وذلك في ضوء قيم أو معايير معينة، واقتراح الخطوات أو الأساليب التي يمكن أن تُتبع للوصول بها إلى الصورة التي ينبغي أن تكون عليه في ضوء هذه المعايير أو القيم. ويُستخدم لجمع البيانات والمعلومات في أنواع البحوث الوصفية أساليب ووسائل متعددة مثل الملاحظة، والمقابلة، والاختبارات، والاستفتاءات، ويعتمد هذا النوع من الدراسات على تقنيات عديدة؛ من بينها:

أداة الاستقصاء هو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة، لتقديم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد. (محمد عبد الحميد، 2000، ص33)

وقد استخدمنا هذه الأداة من أجل رصد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي الجزائري من حيث الإيجاب أو السلب، وقمنا بتوزيع استمارة استبيان تحوي ثلاث محاور، معتمدين في ذلك على أسلوب العينة الذي يتم من خلاله اختيار عينة من المجتمع حيز الدراسة (الشباب الجزائري) ويتم ذلك باستخدام الطرق العلمية التي تمكن من اختيارها ممثلة للمجتمع ليصح تعميم النتائج.

3 - عينة الدراسة: العينة هي نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، إذ تعتبر جزءاً من الكل بمعنى أنه تأخذ مجموعة أفراد المجتمع على أن تكون

ممثلة للمجتمع لتجرى عليها الدراسة، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون أشخاصا كما تكون أحيانا شوارع أو مدن أو غير ذلك، ويستخدم أسلوب البحث بالعينة عندما لا يمكن للباحث القيام بأسلوب المسح الشامل، أي عند استحالة دراسة جميع أفراد المجتمع لظرف من الظروف. (محمد عبد الحميد، 2000، ص264)

وقد اعتمدت الدراسة الميدانية في بحث: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري" على طريقة:

العينة التطبيقية: تختار هذه العينة من مجتمع أصل مقسم إلى طبقات أو شرائح يعبر كل منها عن مستوى (أو فئة) من مستويات (أو فئات) المتغير موضع الدراسة بحيث تمثل تلك الطبقات أو الشرائح في العينة المختارة (حمدي أبو الفتوح عطيفة، 1996، ص275)، ويتم الحصول على العينة في هذه الحالة بتقسيم مجتمع البحث أولا إلى مجموعات تسمى Strata وهذا التقسيم إلى مجموعات يكون مبني على الصفات والخصائص المهمة للدراسة، ثم يتم اختيار أفراد العينة عشوائيا من كل مجموعة.

وقد اخترنا عينة دراستنا من خلال تقسيم المجتمع المتاح للبحث (الشباب الجامعي الجزائري) إلى أربع مجموعات (شرق، غرب، شمال، جنوب) ثم اخترنا جامعتين من كل منطقة، بطريقة العينة العشوائية حيث حددت منطقة الشمال من خلال جامعتين (الجزائر العاصمة، البلدية)، الغرب الجزائري (وهران، سعيدة)، الشرق (باتنة، قسنطينة)، الجنوب (بسكرة، مسيلة)، وتم توزيع الاستبيان في الجامعات المذكورة بطريقة عشوائية مراعيًا فيه متغير الجنس على أن يكون متقاربا.

أجريت هذه الدراسة بين 2015 و2016، وفيها قام الباحث بجولة ميدانية على كامل الولايات عينة الدراسة من أجل توزيع استمارات الاستبيان على الشباب الجامعي، وبعد الإجابة عليها تم تجميعها، وبعد المراجعة والتدقيق شرع الباحث في عملية التوبيخ والترميز والتحليل.

بلغ حجم العينة الكلي 600 مفردة ووزعت عليهم جميعا الاستبيانات، حيث وزعت حوالي 150 استبانة في كل منطقة، وقد عادت 474 من

الاستبانات الموزعة عليهم، ثم أُلغيت منها 54 استبانة كانت غير صالحة لانعدام الإجابات فيها على بعض الأسئلة ليصل عدد الاستبانات الصالحة للتفريغ والتحليل 420 استبانة.

أولاً-شبكات التواصل الاجتماعي:

أ - مفهومها:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (بوشنافة، ناصري، 2012، ص6)، وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات " بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف إلى أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الإنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، وأخيراً مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وأصدقاء أصدقائه، فهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية. (بنان على دخيل، <https://bit.ly/2JupXqQ>)

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها المواقع التي تتيح للمستخدمين بناء موقع أو سجل شخصي يحتوي على بيانات تعريفية بالمستخدم تتفاوت في التفصيل من شخص لآخر، ولكنها يمكن أن تحتوي بشكل رئيس على الاسم والجنس وتاريخ الميلاد ومكان الإقامة والديانة والهوايات وغير ذلك، كما تتيح هذه التطبيقات إمكانية إضافة محتويات مختلفة للموقع مثل الصور والتسجيلات الصوتية وملفات الفيديو ومذكرات خاصة لصاحب الموقع من أجل إشراك الآخرين في الاطلاع عليها والتعليق على محتواها.

إذن فالشبكات الاجتماعية هي: مواقع إلكترونية ذات طابع اجتماعي، تتيح للمستخدم بناء سجل شخصي يحوي معلوماته الشخصية، وتحاول أن تقدم واقعا افتراضيا للقاء الأصدقاء والمعارف والأهل، يحاكي الواقع الطبيعي، من خلال تكوين شبكة من الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، يحاول المستخدمون من خلالها التعبير عن أفكارهم وآرائهم واهتماماتهم، ويتبادل من خلالها المشتركين التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها، مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثة الفورية وغيرها.

وفقا لـ **Blumler (1979)**، فإن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق ثلاثة أهداف. الأول هو لخلق معنى للعالم الاجتماعي. والثاني هو لمعرفة كيفية التصرف في المجتمع، والعامل الثالث هو لتحقيق المتعة أو الترفيه. ولكن لا يتأثر كل شخص قبل وسائل الإعلام على قدم المساواة لأن ليس كل من لديه نفس الاحتياجات. (Badreya Nasser Abdullah Al Jenaibi , p6)

يرجع عدد من الباحثين ظاهرة انتشار الشبكات الاجتماعية، خاصة "الفايسبوك" في الوطن العربي إلى سببين هما:

- 1 - سبب اجتماعي يتمثل في أزمة اختلال القيم في المجتمعات العربية، وخصوصا في تقلبها بين التقليد والحداثة من ناحية، ومن ناحية أخرى في التحول من "اقتصاديات اشتراكية" إلى "اقتصاديات رأسمالية" وما صاحب ذلك من حراك اجتماعي صاعد وهابط لعدد من الطبقات الاجتماعية، أو التحول من اقتصاديات بدائية إلى اقتصاديات نفطية، وما أدى إليه ذلك من انقلابات في مجال القيم الاجتماعية، ومن تغير هائل في مواضع الطبقات الاجتماعية، كل هذه الظواهر التي أدت إلى موجات قلق شديد لدى أجيال الشباب العربي هي السبب الأول وراء شيوع ظاهرة المدونات والفايسبوك وغيرها للتعبير عن الذات.
- 2 - أزمة المشاركة السياسية في المجتمعات العربية كافة، مع تفاوت طبعا بين مجتمعات شمولية وسلطوية وأخرى شبه ليبرالية. فأزمة غياب التعددية

السياسية وشيوع مناخ القهر والتضييق على الحريات العامة وسد السبل أمام النشاط السياسي الحر أدت كلها إلى بروز هذه المواقع الالكترونية الافتراضية باعتبارها منبرا للمعارضة والمهمشين؛ يمارسون فيها حريتهم الكاملة في نقد سياسات الأنظمة العربية. (محمود الفطافطة، 2011، ص154)

ب - خصائص الشبكات الاجتماعية: تتلخص خصائص هذه الشبكات في الآتي:

♦ المشاركة **Participation**: الإعلام الاجتماعي يشجع المشاركات ورجع الصدى من كل من هو مهتم، فهو يطمس الخط الفاصل بين الإعلام والمتلقي.

♦ الانفتاح **Openness**: معظم خدمات وسائل الإعلام الاجتماعي مفتوحة على رجوع الصدى والمشاركة، فهي تشجع التصويت، التعليقات وتبادل المعلومات، ونادرا ما توجد عوائق للوصول والاستفادة من المحتوى.

♦ المحادثة **Conversation**: بينما وسائل الإعلام التقليدية تتمحور حول البث (المحتوى المنقول أو الموزع إلى الجمهور المتلقي)، الإعلام الاجتماعي ينظر إليه على أنه المحادثة باتجاهين.

♦ المجتمع **Community**: الإعلام الاجتماعي يسمح للجماعات بالتشكل بسرعة والاتصال بفعالية، هذه الجماعات تتقاسم اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، القضايا السياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل.

♦ الترابط **Connectedness**: معظم أشكال الإعلام الاجتماعي تزدهر بترابطها، إذ تستفيد من الوصلات بمواقع أخرى، الموارد والناس. (Marcel Danesi, 2009, p 117)

ج - نماذج من شبكات التواصل الاجتماعي:

فايسبوك (facebook): وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي، يقطع حاجز الزمن والمكان. (سلطان مسفر مبارك، <https://bit.ly/2WTpLEp>)

عرفه قاموس الإعلام والاتصال (**dictionary of media and communications**) بأنه: "موقع للتواصل الاجتماعي عبر الانترنت، تأسس

عام 2004م، حيث يمكن نشر الصفحات الشخصية، صمم أصلاً لطلاب الجامعات وهيئة التدريس والموظفين، ثم تم توسيعه ليشمل كل الأشخاص " (Marcel Danesi, 2009, p 117)

***تويتر:** وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة. (سلطان مسفر مبارك، <https://bit.ly/2WTpLEp>)

***فليكر (Flickr):** هو موقع لمشاركة الصور والفيديو، وحفظها وتنظيمها. يعتبر أيضاً جمعية لهواة التصوير على الإنترنت. بالإضافة إلى كونه موقعاً مشهوراً للتشارك في الصور الشخصية، يتم استخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة استخدام الصور الموجودة فيه. أخذ الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات (comments) من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح (tags). (<https://bit.ly/1QwmbHq>)

ثانياً. الوعي السياسي:

أ - مفهوم الوعي السياسي:

يشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني، وتأسيساً على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالا متنوعة من الوعي، كالوعي الديني والوعي السياسي والوعي الأخلاقي، ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الوعي السياسي هو الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في آن واحد. (وديع العززي، 2008، ص6)

يشير مفهوم الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة لا يجمعها رابط، بالإضافة إلى قدرة المواطن على تجاوز خبرات الجماعة، الصغيرة التي ينتمي إليها ليعانق خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي. (جلال معوض، 1983، ص114)

ويرى أحمد بن يوسف أن الوعي السياسي "هو أن تعرف ما يدور حولك من أحداث ومجريات، وتتنظر لها بمنظار التاريخ والسنن الكونية، وتخضعها للعقيدة التي تؤمن بها، وتستنتج مدى تأثيرها على كيان أمتك وتتفاعل معها كرقم فاعل متخذاً موقفاً لا مجرد متفرج". (حنان العلوي، 2005، ص27)

أما الموسوعة البريطانية فقد عرفت الوعي السياسي بأنه: "ما لدى الأفراد من معارف سياسية على المستوى المحلي أو العالمي، نتيجة الثقافة السياسية التي يحصل عليها المواطنون داخل المجتمع، والتي تعد مؤشراً جيداً على التقدم أو التخلف السياسي من حيث إدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار ومدى ظهور فكرة المواطنة". (Encyclopedia Britannica 2001, No. 20.)

ب - عناصر الوعي السياسي: يتكون الوعي السياسي من عدة عناصر هي:

1) مجموعة من المعارف والأفكار والمفاهيم السياسية المرتبطة بالقضايا والأحداث للواقع المحيط، والمؤسسات والقضايا والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والعالمي.

2) ممارسة سياسية تجعل لدى الفرد القدرة على الوصول للحقائق.

3) إدراك للواقع السياسي والتاريخي للمجتمع، وإدراك المواطنين لدورهم في صنع القرار، استناداً إلى الثقافة السياسية لهم.

4) تصور كلي لحقيقة كلية مترابطة العناصر وليس كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة لا يجمعها رابط.

5) المشاركة في العمليات السياسية المختلفة من خلال وسائل مشروعة.

6) تحليل وتفسير التصورات السياسية المحلية والعالمية في ضوء منهج علمي، يمكن الأفراد من فهم أحداث الماضي، وتفسير الواقع، والتنبؤ بالمستقبل. ويخلص الباحث مما سبق إلى أن الوعي السياسي يمثل مجموعة من المعارف والأفكار والمفاهيم التي تتكون لدى أفراد المجتمع على المستويين المحلي والعالمي، والتي تشكل الثقافة السياسية للمجتمع أو قد تكون نتيجة لها، وهو يعكس مستوى إدراك أفراد المجتمع لواقعهم السياسي ويمكنهم من تفسير وتحليل الأحداث السياسية والتاريخية، والتأثير في صنع القرار السياسي من خلال المشاركة في العملية السياسية بالوسائل المشروعة.

ج - أهمية الوعي السياسي:

إن قيمة الوعي وأهميته تكمن في أهدافه وغاياته، فهو إما أن يكون وعيا إيجابيا يسعى إلى نهضة المجتمع، وإما أن يكون سلبيا ينتقص من قدره ومكانته.

ويمثل الوعي السياسي الأداة التي تحصن الفرد من التأثيرات السلبية خاصة الإعلامية منها، وهذا لما يتميز به الإعلام من سطوة في المجتمعات الحديثة، حيث يصف الباحث "جيزن توينبي" الإعلام بأنه "...ذا مكانة في صلب البناء الاجتماعي". (David, jason,2008,p227).

تكمن أهمية الوعي السياسي بالنسبة للشعوب، في أنه يمنحهم القدرة على فهم الواقع السياسي، ويمكنها من إدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية وبذلك يصعب على القيادات الحاكمة استغلال فئات المجتمع لصالح بقائها ولصالح سياساتها التي يمكن ألا تصب في صالح الشعوب.

أما الوعي السياسي بقضايا الأمة العربية فهو يمثل أساسات العمل الوحدوي، فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالقضية الفلسطينية أو العراق المحتل مثلا، ولدى الوعي بها تتحرك الشعوب في سبيل تغيير الأوضاع عبر إجبار النخب السياسية الحاكمة على تبني قضاياها.

في الجزائر يعتبر الوعي السياسي ذا أهمية بالغة بالنسبة لأفراد المجتمع، ويرجع ذلك إلى المراحل التي مرت بها الجزائر في العقود الأخيرة، وانعدام الوعي السياسي لدى الأفراد يعني استغلالهم من طرف تيارات سياسية أيا كان توجهها سواء علمانية أو إسلامية، وقد كلف ذلك صراعا بين الإيديولوجيات انتهى بإلغاء المسار الانتخابي في الجزائر في بداية التسعينات، لتبدأ الجزائر مرحلة جديدة اتسمت بسيطرة "الاستأصاليين" على الحكم في البلاد حيث باشروا بحرب اجتثاثية لما يسمى بـ "الإسلاميين" وقواعدهم الشعبية. ويمكن إجمال العناصر التي يمكن أن تنمي الوعي السياسي لدى الفرد الجزائري في العناصر التالية:

- الوعي بالتيارات السياسية القائمة في الجزائر.
- الوعي بتوجهات النخب السياسية الحاكمة.
- الوعي بمن يدير البلاد فعليا والوعي بطرق إدارتها.
- الوعي بموقع الشعب من معادلة الحكم في الجزائر، وكذا دور المجتمع المدني في ما يجري من صراعات سياسية. (عبد الحق يحيى، 2011، ص78).

ثالثا. المشاركة والمعرفة السياسية

أ - مفهوم المشاركة السياسية:

تُعرف بأنها: " الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام، أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والمناقشات السياسية مع الآخرين، وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح، والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقلد المناصب السياسية، كما تتضمن أساليب التظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون". (عليوة، محمود، 2000، ص5).

ويتناول آلان بيك وسينيمج **Beek & Senings** مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفهما لها بأنها: "العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي، ويكون تحديد المشاركة السياسية من خلال متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة في المناقشات السياسية الرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت". (اسماعيل يوسف، 1996، ص 69).

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي: (عليوة، محمود، ص 2).

- مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.
 - مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.
 - مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.
 - مرحلة المطالب السياسية: وتتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.
- ونقصد بالمشاركة السياسية - كمفهوم إجرائي ما يلي:
- ❖ كل نشاط أو سلوك سياسي علني طوعي يقوم به طلبة الجامعات الجزائرية بهدف لعب دور في الحياة السياسية لمجتمعهم سواء كان هذا السلوك عرضياً يحدث في أوقات بعينها مثل التصويت والمشاركة في الانتخابات أو سلوكاً مستمراً مثل الاهتمام بمتابعة القضايا السياسية، والعضوية في الأحزاب السياسية، والانتماء للاتحادات والمنظمات الأهلية.

ب - صور وأشكال المشاركة السياسية:

هناك نوعان من صور وأشكال المشاركة السياسية، وهي صور تقليدية وصور غير تقليدية، وتتمثل الصور التقليدية في النشاط والمشاركة السياسية في

العمل السياسي؛ بالإدلاء بالصوت أو التأثير على الناخبين الآخرين، والحق في الترشيح، وحضور الندوات والمؤتمرات العامة، ومتابعة الأمور السياسية، والدخول مع غيرهم في مناقشات سياسية، وكذلك المشاركة في الحملات الانتخابية بالمال أو الدعاية، والانضمام إلى جماعة المصالح، والترشح للمناصب العامة وتقلد المناصب السياسية، والانخراط في عضوية الأحزاب.

أما الصور غير التقليدية فقد قسمها د. المنوفي إلى قسمين: قسم قانوني وقسم غير قانوني . فالقسم

القانوني يتمثل ب (الشكاوى)، أما القسم غير القانوني فيتمثل بالتظاهرات والاعتقالات والخطف والحرب الأهلية والثورة، ونهب وتخريب الممتلكات العامة والخاصة، حيث يلجأ المواطنون لهذه الأعمال للتعبير عن مطالبهم أو التعبير عن رفضهم لسياسة الحكومة عندما تتعدم المسالك الشرعية للتعبير عن آرائهم ومطالبهم (كمال المنوفي، 1979، ص76)

ج-المعرفة السياسية: هي اكتساب طلبة الجامعات المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم، وقضايا مجتمعهم، والتحديات التي تواجههم، والطموحات السائدة اليوم عندهم.

رابعاً- تحليل بيانات الدراسة الميدانية

1 - اعتماد الشباب على شبكات التواصل الاجتماعي:

1- 1 - عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند

الطلبة الجزائريين:

تبين أن أغلب أفراد العينة يمتلكون حسابا على الفايسبوك، في حين بعض أفراد العينة يملكون حسابات على اليوتيوب والغوغل بليس، لكن يبقى الفايسبوك هو المتصدر في استخدام الشباب لهذه الشبكات نظرا للميزات التي أتاحتها عن باقي الشبكات، منها: التفاعلية بين المتصلين بشكل مباشر، ردود الفعل تكون سريعة جدا على الرسائل المرسلة، في حين نلاحظ أن مواقع التواصل الأخرى لم تحظ باهتمام الطلبة كثيرا، حيث جاءت بنسب منخفضة ومتقاربة، وهذا راجع إلى أن درجة التفاعل فيها ضعيفة، أو أن الطلبة يجهلون

استخدامها. وتشير الإحصائيات في هذا المضمون أن عدد المنتسبين للفيسبوك يتجاوز المليار والنصف مشترك، موزعين على العالم.

وتبين أن أغلب أفراد العينة مشتركين في الشبكات (الفايسبوك) منذ 3 إلى 6 سنوات، فأجاب بعضهم أنهم منتسبون فيه منذ 3 إلى 4 سنوات، وأجاب القليل منهم منذ 5 إلى 6 سنوات، وهذا راجع إلى أن الفايسبوك قد انتشر في الجزائر منذ حوالي سبع سنوات أو أكثر بقليل إلا أنه أصبح واسع الانتشار منذ حوالي 4 سنوات، ونجد أن نسبة كبيرة من الشباب فوق سن 32 مشتركون في هذه الشبكات منذ أكثر من 6 سنوات، أما باقي الأعمار فهم مشتركون منذ 3 إلى 4 سنوات، كما لاحظنا أن أغلب الذكور مشتركون فيها منذ 5 إلى 6 سنوات أما الإناث فمنذ 3 إلى 4 سنوات، ورغم قصر مدة انتشار الفايسبوك إلى أنه استطاع أن يحجز مساحة انتشار واسعة بين مختلف فئات المجتمع متفوقا على وسائل الاتصال الأخرى، وهذا ما يتفق مع فرضية نظرية الاستخدامات والأشباع، التي تقول أن وسائل الاتصال تتنافس مع غيرها من الوسائل لإشباع حاجات الجمهور. (الكامل فرج، 2001، ص 11).

تبين أن أغلب أفراد العينة يتصفحون حسابهم على الشبكات الاجتماعية خلال فترة الليل، وهذا راجع لكونهم طلبة جامعيين فهم منشغلون بالدراسة في فترة النهار وبالتالي يقضون فترة الليل فقط لمتابعة حساباتهم، إضافة إلى ذلك أن أغلب الشباب يفضلون فترة الليل لتصفح الأنترنت لأنه غالبا تكون هذه الفترة هي فترة الراحة تقريبا لكل الناس، كما كانت الفترة المسائية كذلك من الفترات التي يستخدم فيها أفراد العينة الشبكات الاجتماعية، لأنها كذلك هي فترة راحة بالنسبة لهم تساعد على تصفح حساباتهم خاصة بالنسبة لفئة الإناث، أما باقي الفترات فكانت بنسب قليلة لانشغالات الشباب التي تحول دون تصفح الأنترنت في هذا الوقت إلا في العطل الأسبوعية أو العطل الجامعية.

كما تبين أن أغلب أفراد العينة يقضون ما بين ساعة و4 ساعات في تصفح حساباتهم، مما يظهر مدى ارتباط الشباب بهذه الشبكات فمدة ساعتين أو ثلاث أو أربع ساعات هي مدة طويلة يقضيها أفراد العينة في تصفح الشبكات

لأنهم بهذا تشغل وقتهم المتبقي من الدراسة وبالتالي فهذا يعبر عن تركهم لكل الأعمال الأخرى وانشغالهم فقط بالانترنت، وهذا ما يبرز أنهم يأخذون كل الأخبار وكل المعلومات اليومية من الشبكات، حيث يؤدي هذا الاعتماد عليها (الشبكات الاجتماعية) حسب نظرية الاعتماد إلى زيادة الآثار السلوكية ايجابية كانت أم سلبية، وآثارا معرفية تتمثل في محاولة كشف الغموض الناجم عن نقص المعلومة وعدم كفايتها وتضاربها أحيانا جراء كثرة الأخبار عنها.

ونلاحظ أيضا أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الشبكات من أجل نشر المواضيع المختلفة، ومن أجل التواصل الاجتماعي، حيث تظهر الجداول الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين (18- 22) يستخدمون الشبكات من أجل التواصل الاجتماعي بالدرجة الأولى وللتسلية والترفيه ما يظهر أن هذه الفئة تستخدم الشبكات الاجتماعية لأغراض الترفيه فقط لا غير، أما باقي الفئات العمرية فتستخدم الشبكات من أجل نشر المواضيع المختلفة بالدرجة الأولى، ونجد أن الإناث يستخدمون الشبكات للتواصل بالدرجة الأولى عكس الذكور الذين يستخدمونها من أجل النشر، كما نجد أن طلبة الجنوب يستخدمونها من أجل التواصل أما باقي المناطق فمن أجل النشر بالدرجة الأولى. تظهر هذه الإحصاءات كذلك أن جمهور الشباب غالبا يستخدم هذه الشبكات من أجل التعبير عن أفكاره وآرائه كفضاء رحب يسمح بذلك، وكذا من أجل التواصل الاجتماعي وهي من أهم صفات هذه الشبكات.

ونجد أن نظرية الاعتماد قد أشارت إلى أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام، ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة.

وعليه فإن الفيسبوك هو المتصدر في استخدام الشباب الجامعي الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي نظرا للميزات التي أتاحتها عن باقي الشبكات، وأن أغلبهم مشتركين فيه منذ 3 إلى 6 سنوات، ويتصفحون حسابهم على الشبكات الاجتماعية خلال فترة الليل والمساء، حيث يقضون ما بين ساعة و4 ساعات في تصفح حساباتهم، ويستخدمون الشبكات من أجل نشر المواضيع المختلفة، ومن أجل التواصل الاجتماعي.

1- 2- أولويات الطلبة في التعامل مع هذه الشبكات:

أظهرت النتائج أن الأنشطة التي يمارسها أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الدردشة في المرتبة الأولى، وترتفع هذه النسبة عند الشباب بين سن (23 - 27) بنسبة 62.4%، في حين أجاب باقي الفئات العمرية من الطلبة على أنهم دائمى الدردشة والتواصل بنسب أقل من هذه الفئة، هذه الأرقام تشير إلى أن أغلب الشباب الجزائري يستخدمون الشبكات من أجل الدردشة والتواصل بالدرجة الأولى وهي من أهم الميزات التي أتاحتها هذه الشبكات خاصة الفايسبوك، فقد أصبح وسيلة هامة للتفاعل والتواصل نظرا لسهولة استخدامه وللخصائص التي تميزه عن غيره فهو يسمح بإرسال الملفات والفيديوهات والصور بشكل بسيط وسريع.

كما تبين أن كل أفراد العينة يستخدمون هذه الشبكات كذلك من أجل الاطلاع على الأخبار والأحداث بدرجات مختلفة، حيث أشار ما نسبته 86.7% أنهم يتابعونها بشكل دائم، مما يبرز أن تعامل الشباب مع الشبكات الاجتماعية ليس فقط من أجل التواصل وإنما كذلك للاطلاع على الأحداث اليومية التي لم يتسنى له متابعتها عبر الفضائيات الإعلامية الأخرى نظرا لانشغالاته العلمية، فأصبحت هذه الشبكات الوسيلة الأساسية في استقاء المعلومات والأخبار.

كذلك أن أغلب أفراد العينة يشاركون في النقاشات أحيانا بنسبة 46%، حيث أجاب بذلك الطلبة بين سن (18 - 22) بنسبة 67.5%، وبنسبة 59.3% للطلبة أكثر من سن 32، وبنسبة 36.6% للطلبة بين سن (23 - 27)، و33.8% من الطلبة بين سن (28 - 32)، وكان ما نسبته 27.1% من أفراد العينة قد أجابوا بأنهم دائمى المشاركة في المناقشات، وترتفع هذه النسبة 59.7% عند الطلبة بين سن (28 - 32)، وعند الطلبة فوق سن 32 بنسبة 40.7%، وهو ما يبرز عامل السن في هذا الموضوع فكلما كان الطلبة أكبر سنا كلما زاد تفاعلهم عبر هذه الشبكات للتعبير عن آرائهم وأفكارهم. في

حين أن 26.9% من أفراد العينة قد أجابوا بأنهم لا يشاركون في النقاشات أبدا وترتفع هذه النسبة عند الطلبة بين سن (23 - 27) بنسبة 41.1%، تبرز هذه النسب أن الشبكات الاجتماعية تساعد على تفعيل الحريات وتسهل عملية التحوار والنقاش.

أشار أغلب أفراد العينة بأنهم أبدا لا يشاركون في الألعاب والمسابقات المتاحة بنسبة 70.7%، حيث أجاب بذلك ما نسبته 96.3% من الطلبة أكثر من 32 سنة، وأجاب بذلك ما نسبته 72.8% من الطلبة بين سن (18 - 22)، وبنسبة 68.8% للطلبة بين سن (28 - 32)، و66.8% للطلبة بين سن (23 - 27). وقد أجاب ما نسبته 15.7% من أفراد العينة بأنهم دائمي المشاركة المسابقات والألعاب المتاحة وترتفع هذه النسبة عند الطلبة بين سن (23 - 27) بنسبة 21.8% وعند الطلبة بين سن (28 - 32) بنسبة 20.8%، كما أن ما نسبته 13.6% قد أجابوا بأنهم "أحيانا" يشاركون في المسابقات المتاحة بنسبة 13.6%.

تعبّر هذه الأرقام عن أولويات الجمهور في التعامل مع هذه الشبكات بناء على خصائصها، حيث تظهر أن اهتمامات الجمهور متنوعة حسب تنوع مميزات الشبكات بين التواصل والنشر والمطالعة وغيرها، فهي جزء من ترتيب الأولويات لدى أفراد العينة (نظرية ترتيب الأولويات).

تبين أن أكبر نسبة من أفراد العينة يحبون مطالعة المواضيع السياسية، وترتفع هذه النسبة عند الطلبة فوق سن 32 وعند الذكور، وكذا عند طلبة الشرق، ويبين الجدول أن نسبة 22.3% يطالعون المواضيع الثقافية، حيث ترتفع عند الطلبة بين سن (23 - 27) وعند الإناث وكذا عند طلبة الشمال. فيما أجاب 21.4% من أفراد العينة بأنهم يطالعون المواضيع العلمية.

ولاحظنا من خلال إجابات المبحوثين أنهم يحبون مطالعة المواضيع التي تعبر عن ميولاتهم وهي المواضيع السياسية والثقافية ثم العلمية لأنها جزء من معارفهم وجزء من ثقافتهم الاجتماعية، وهذه النتيجة تؤكد فرضية نظرية الاستخدامات والاشباع، في أن أفراد الجمهور من الطلبة يقومون بأخذ المبادرة في اختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تحقق أهدافهم وتشبع ما لديهم

من احتياجات وأنهم يختارون محتوى الوسائل بإرادتهم، ووفقا لاهتماماتهم وقيمهم وأدواتهم الاجتماعية، التي تؤثر في اختيارهم لوسيلة معينة، ولضمون معين". وحسب نظرية ترتيب الأولويات فإن القضايا السياسية ذات خصوصية مميزة عن سواها من القضايا في هذه النظرية حيث تؤسس أهميتها بحكم عدم ارتباطها بصورة مباشرة بالجمهور الداخلي، بمعنى أن وسائل الإعلام (ممثلة اليوم في الشبكات الاجتماعية) تصبح المصدر الأول والأهم لحصول الجمهور على المعلومات حول هذه القضايا، وهو ما ينتج عنه تجانس كبير بين اهتمامات وسائل الإعلام واهتمامات الجمهور بسبب تقديمها بشكل مكثف، مع مراعاة أن هذا التأثير لا يقتصر على معارف الجمهور العام ومداركه فقط، بل يتعداه للتأثير على صانع القرار السياسي الداخلي والخارجي. (عاطف العبد، نهى العبد، ص323).

كما نجد أن أكثر المواضيع التي ينشرها أفراد العينة هي المواضيع الثقافية، وترتفع النسبة عند الطلبة بين سن (27 - 32)، وعند الطلبة بين سن (18 - 22)، وعند الإناث كذلك، وكذا عند طلبة الشمال والغرب، ثم المواضيع الاجتماعية، وترتفع عند الطلبة بين سن (23 - 27) وعند الإناث، وكانت المواضيع العلمية في المرتبة الثالثة، وترتفع هذه النسبة عند الطلبة فوق سن 32، وبعدها تأتي المواضيع الدينية والسياسية والأدبية بنسب متقاربة، وهو ما يبين توجهات الشباب وميولاتهم في نشر الموضوعات المختلفة فهم غالبا يميلون إلى كل ما هو ثقافي أو اجتماعي وينشرون كثيرا المواضيع الهزلية ذات الطابع الاجتماعي الثقافي، في حين بعض منهم يهتمون بالمواضيع العلمية التي تدخل في نطاق دراستهم ومجالهم العلمي، كما تبرز النتائج أن المنشورات السياسية لدى الشباب ضئيلة مقارنة بباقي المجالات الأخرى، نظرا لصعوبة التحدث فيها، ويرى باحثوا نظرية الأجندة أن مفهوم "المعارف المستوعبة" من قبل المتلقي يجب وضعها ضمن فئات ومستويات، إذ لا يكفي القول أن المتلقي يستوعب المعلومات والموضوعات الواردة في أجندة الإعلام، بل يجب تحليل نوعية المعلومات التي نشرت وبثت، كما يجب معرفة درجة التكرار الذي عرض فيه موضوع ما، لأن هذا المعطى يدل على مدى وكيفية تقويم الجمهور لهذا

الموضوع (فريال مهنا ، ص272). لذلك فإن أفراد العينة يحبون مطالعة الموضوعات السياسية التي تظهر على الشبكات لكن درجة استيعابهم لها لا تمكنهم من نشر مواضيع في بمثل هذه الكيفية. وحسب نظرية الاعتماد تعتبر درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هي الأساس لفهم المتغيرات الخاصة بزمان تأثير الرسائل الإعلامية ومكانه على المعتقدات والمشاعر والسلوك". (منير حجاب ، 2004 ، ص586). وعليه فإن الشباب الجامعي يهتمون أكثر بالمواضيع الثقافية والسياسية والاجتماعية ، حيث أنهم يطالعون الأخبار والأحداث التي تنشر عبر الشبكات الاجتماعية ويشاركون في النقاشات ، كما أنهم يطالعون وينشرون المواضيع الثقافية والسياسية ثم الاجتماعية.

2 - دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المعرفة السياسية.

2- 1 - النشاطات السياسية التي يقوم بها الطلبة الجزائريون على

الشبكات الاجتماعية.

تبين من خلال إجابات الطلبة أن القضايا السياسية بالجزائر قد تصدرت قائمة المواضيع السياسية التي يتابعها الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، وذلك لأنها تمثل محيطهم الذي يعيشون فيه ويتفاعلون معه ، فهي تعبر عن القرب المكاني الذي أشارت إليه نظرية ترتيب الأولويات ، وهو ما يساعد في انتقاء المنشورات ، كما أنها تأخذ حيزا كبيرا في المنشورات الالكترونية بالجزائر عموما.

ثم جاءت القضية الفلسطينية في المرتبة الثانية من حيث المواضيع المتابعة ، وذلك لكونها قضية ذات طابع قومي ولاهتمامات الجزائريين بشكل خاص بها ومساندتهم لها ، فهي تحظى باهتمام خاص لدى الشباب ومتابعة دائمة لها. وكذا لطبيعة القضية فقد أشارت نظرية ترتيب الأولويات إلى ذلك عندما تحدث الباحثون عن العوامل المؤثرة في وضع الأجندة ، حيث كانت طبيعة القضية من العناصر الأساسية في تحديد أجندة الجمهور فالقضايا التي يعايشها أفراد الجمهور ولديهم خبرات شخصية حولها واحتكاك مباشر تجعلهم في اطلاع دائم عليها.

وقد كانت قضية الصحراء الغربية من القضايا المتابعة لدى الشباب نظرا لقربها الجغرافي واهتمام الجزائريين بشكل عام بهذه القضية كجزء من السياسة الجزائرية، وكما تبين أن القضية السورية يتابعها الشباب كذلك نظرا للتطورات التي شهدتها واتساعها لتصبح قضية دولية تحظى باهتمامات كل الشعوب. في حين أن القضية المصرية كانت متابعة بنسبة قليلة من الشباب، أما القضية اللبنانية والعراقية واليمنية فلا يتابعها أفراد العينة.

ولقد أظهرت النتائج أن أغلب أفراد العينة أجابوا بأنهم سجلوا إعجابهم على إحدى صفحات الشخصيات السياسية الجزائرية، ما يبرز أن هناك اهتمام بصفحات الشخصيات السياسية لدى أفراد العينة حيث يتابعون أخبار هذه الشخصيات والتطورات السياسية من خلال هذه الصفحات. ولأن بعض السياسيين في الجزائر يلجؤون إلى وسائل الإعلام الإلكترونية كمنابر إعلامية بديلة عن الإعلام الرسمي الحكومي لتوصيل وشرح برامجهم الحزبية ولأن بعض المعارضين الحقيقيين مهمشين إعلاميا، فكان لا بد لهم من قنوات إعلامية بديلة للتعبير عن أفكارهم وآرائهم. أما الذين أجابوا بأنهم لم يسجلوا إعجابهم لأي صفحة من هذا النوع فذلك لأسباب قلة الصفحات السياسية على الشبكات وضعف نشاطها.

وتبين من خلال إجابات أفراد العينة أن أغلبهم ليسوا منظمين لمجموعات سياسية، فيما كان عدد قليل فقط منهم منضمين لهذا النوع من المجموعات وهذا راجع لقلة المجموعات ذات الطابع السياسي في الجزائر على الفيسبوك من جهة، ولعدم اهتمام أفراد العينة بها من جهة ثانية، والخوف من المتابعات القضائية والأمنية.

وقد كانت المجموعات التي انظم إليها أفراد العينة هي مجموعة رشيد نكاز وهو أحد السياسيين الجزائريين الناشطين إلكترونيا وهي الصفحة الأكثر شعبية نظرا لنشاطها الفيسبوكي خاصة خلال الانتخابات الرئاسية الأخيرة 2014 ما ترك بصمة لدى الشباب، وكان عدد المشتركين فيها يتزايد بوتيرة سريعة واستقطبت جمهورا واسعا من الشباب، نظرا لنشاطها الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي. فيما كانت المجموعة الثانية

ذات الطابع السياسي " نداء شباب الوطن" قد اشترك فيها نسبة قليلة من أفراد العينة وهي مجموعة تنشط سياسيا. أنشأها أحد الطلبة الجامعيين لجمع آراء الشباب حول الأوضاع الاقتصادية، والسياسية في الجزائر.

وأظهرت الإحصاءات أن أغلب أفراد العينة لم ينشؤوا قبلا مجموعات ذات طابع سياسي إلا اثنين منهم فقط، وهما ذكراين فوق سن 32، الأول من الشمال والثاني من الشرق، وهذا يرجع أولا لعدم اهتمام الباحثين بهذا النوع من المجموعات، وثانيا أن إنشاء المجموعة أصلا يحتاج إلى تواصل دائم واهتمام مستمر وهو ما يفتقده بعض أفراد العينة نظرا لانشغالهم العلمية من جهة وكذا لعدم اهتمامهم بإنشاء المجموعات أصلا من جهة ثانية. ومن بين المجموعات التي أنشئت هي نداء شباب الوطن.

وأجابت نسبة كبيرة من أفراد العينة أنها لا تتابع الأوضاع الصحية للرئيس الجزائري، ونسبة قليلة جدا ممن يهتمون لأمر مرضه، ونجد أن الذكور أكثر اهتماما من الإناث بهذا الموضوع، وكذلك طلبة الغرب لأن الرئيس الجزائري ينحدر من ولاية تلمسان وهي من ولايات الغرب الجزائري لذا فهم يناصرونه ويتابعون أخباره. وتأتي النسبة الكبيرة التي لا تتابع أخبار الرئيس لعدم اهتمامهم بالحالة الصحية للرئيس وهذا راجع لكونهم لا يرون فيها أهمية وكذا لأن الموضوع محاط بسرية ولا يتداول في وسائل الإعلام إلا قليلا جدا. وهو ما أوضحته نظرية ترتيب الأولويات في تعريف ماكاي: " بأنها عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الإعلام (سواء بصورة مقصودة أم غير مقصودة) في جمهورها من خلال ما تعرض له من قضايا أو أحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة، وهو ما يفترض أن تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تزايد أهميتها لدى هذا الجمهور" (زكريا احمد، ص8).

وعليه فإن الشباب الجامعي الجزائري يهتمون بالقضايا السياسية بالجزائر قد تصدرت قائمة المواضيع السياسية التي يتابعها الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك لأنها تمثل محيطهم الذي يعيشون فيه ويتفاعلون معه، ثم الفلسطينية، كما أن أغلبهم قد سجلوا إعجابهم على إحدى صفحات

الشخصيات السياسية الجزائرية، في حين أنهم ليسوا منظمين لمجموعات سياسية ولم ينشؤوا قبلا مجموعات ذات طابع سياسي، كما تبين أنهم لا يتابعون الأوضاع الصحية للرئيس الجزائري.

2- 2 - دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة السياسية

للطلبة الجزائريين:

يتبين من خلال إجابات الطلبة أن أعلى نسبة من أفراد العينة تهتم بمتابعة القضايا السياسية في الجزائر، لأنهم يشعرون بأهميتها، حيث أشارت دراسة "محمد عبد الله الحورش" الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليميني " أن درجة المعرفة السياسية لدى المواطن اليميني منخفضة عكس هذه الدراسة، فيما أشارت نسبة قليلة منهم بأنهم لا يتابعونها، ويرجع أفراد العينة عدم اهتمامهم بها لتعقيداتها في الجزائر وعدم جديتها وجدواها، وبعضهم لا يحدد هذا المجال أصلا ولا يهتم به في حين يرى آخرون بأنها عبارة عن لعبة ليس لها أي وزن، ويرى آخرون بأن لا فائدة منها ولا يثقون في المسؤولين، وآخرون مشغولون بأعمالهم الخاصة ولا وقت لديهم للاهتمام بمثل هذه القضايا.

ويتبين أيضا أن أعلى نسبة من أفراد العينة لا تتابع الصراع الدائر داخل حزب جبهة التحرير الوطني ولم تكن لها معلومات كافية عنها، وترتفع هذه النسبة عند الإناث وعند طلبة الجنوب، لأنهم لم يشعروا بأهمية الموضوع ولم ينتبهوا لم حدث فيه، في حين أن البعض أجابوا بأنهم تابعوا الصراع. والسبب في ذلك يعود إلى أن حزب جبهة التحرير استولى عليه المجاهدين الأوائل الذين شاركوا في الثورة ضد فرنسا، ولم يفتح الباب للشباب إلا في الآونة الأخيرة، أين ارتفعت الأصوات حول هذا الحزب ممن قالوا أن هذا الحزب لكل الجزائريين، وليس ملكا لفئة دون أخرى، ولا بد له أن يوضع في المتحف الوطني، ففتح أبوابه للشباب خوفا من إزاحته عن المشهد السياسي، والآن الحزب في صراع دائم داخل اللجنة المركزية، بين موالاة لرئيسه ومعارضة له.

وأظهرت الدراسة أن أغلب أفراد العينة لا يعتقدون بأن الأشخاص المنتمين إلى الأحزاب السياسية يمثلون النخبة، فيما تعتقد نسبة قليلة فقط بأنهم يمثلون النخبة، ويرجع ذلك إلى أن أغلب القائمين على مختلف الأحزاب السياسيين لا

يملكون ثقافة سياسية أو شهادات علمية عالية، وخاصة الأمناء العامون ورؤساء المكاتب في الولايات أو البلديات، أضيف إلى ذلك أن الدولة لا تشترط شروط الكفاءة في الحصول على الاعتماد والترخيص لإنشاء حزب سياسي، ومن الجدير بالذكر أنه عند إنشاء القوائم الانتخابية للترشح سواء للانتخابات المحلية، أو التشريعية، تتصدر القوائم الحزبية أصحاب المال والنفوذ، ويغيب المثقفون عن الساحة السياسية، مما يؤدي إلى استحوادهم على مراكز القرار، وتغيب الكفاءة والقدرة على التسيير.

وتبين من خلال إجابات أفراد العينة أن أعلى نسبة يرون أن المخابرات هي الطرف الفاعل في النظام الجزائري في المرتبة الأولى ثم مؤسسة الجيش ثانياً، وكانت نسبة قليلة ترى بأن البرلمان هو الفاعل في النظام الجزائري، مما يظهر أن الأطراف الفاعلة حسب رأي أفراد العينة هي المخابرات والجيش والبرلمان، أما الرئيس فنسبة قليلة جداً من ترى بفاعليته، وهذا راجع لأوضاعه الصحية وكذا لاعتقاد أفراد العينة أن النظام في الجزائر نظام مخابراتي، وهذا راجع إلى كون الانتخابات مزورة في نظر أفراد العينة، وأن المخابرات هم من يأتون بالرئيس وهذا عند الاقتراب من الشباب وسؤالهم عن من يحكم البلاد، إضافة إلى كون الرئيس الجزائري مريض، حيث لا يظهر في الإعلام إلا نادراً.

وأشار المبحوثون إلى أن أهم القضايا التي يجب أن تعنى بها السلطة هي قضايا الفساد، والتعليم بالدرجة الأولى، ثم الاقتصاد الجزائري، ثم الديمقراطية، والبطالة على الترتيب، وتليها باقي القضايا الأخرى كارتفاع الأسعار والأمن بنسب قليلة، فقضايا التعليم والفساد حسب أفراد العينة تلعب دوراً فاعلاً في المجتمع ويجب التركيز عليها لأنها تمثل صلب توازن الدولة واستمراريتها.

فالشباب من خلال هذا يدركون أن التعليم عنصر فاعل في أي مجتمع وأي دولة، كما يعرفون أن الفساد يؤثر سلباً على تطور الدولة وازدهارها ويضعف سياستها واقتصادها، وقد تزامنت هذه الدراسة مع معظم قضايا الفساد الكبرى التي طرحت في الآونة الأخيرة، مثل قضية سوناطراك، بنك الخليفة، الطريق السيار شرق -غرب. فكان لا بد من معالجتها، والنظر فيها.

إذن: يهتم المبحوثون بمتابعة القضايا السياسية في الجزائر، لأنهم يشعرون بأهميتها، فيما أجاب أفراد العينة بأنهم لا يتابعون الصراع الدائر داخل حزب جبهة التحرير الوطني ولم تكن لهم معلومات كافية عنها، كما أنهم لا يعتقدون بأن الأشخاص المنتمين إلى الأحزاب السياسية يمثلون النخبة، ويرون أن المخبرات هي الطرف الفاعل في النظام الجزائري في المرتبة الأولى ثم مؤسسة الجيش ثانياً، وقد أشار المبحوثون إلى أن أهم القضايا التي يجب أن تعنى بها السلطة هي قضايا الفساد، والتعليم بالدرجة الأولى، ثم الاقتصاد الجزائري، ثم الديمقراطية.

3 - دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب.

3-1 - حجم اعتماد الطلبة الجزائريون على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمشاركة السياسية:

يتضح أيضاً أن أعلى نسبة من أفراد العينة ينشرون المواضيع السياسية أحيانا بنسبة 50.2%، ما يبين اهتمام الشباب بهذا النوع من المواضيع، وترتفع هذه النسبة عند الذكور دون الإناث، وعند طلبة الغرب، وكذا عند الطلبة بين سن (18 - 22)، فيما يشير ما نسبته 45.7% من أفراد العينة أنهم لا ينشرون تماما المواضيع السياسية لعدم اهتمامهم ومعرفتهم بها، فبعض أفراد العينة هم من جمهور الشباب الجامعي الذين لا يتجاوزون 24 سنة لذلك فإن منشوراتهم السياسية تكاد تنعدم. ونجد أن نسبة 48.1% من الطلبة فوق سن 32 أجابوا بأنهم دائمي نشرها، وهو ما يؤكد عامل السن في ذلك.

ومن بين المبحوثين الذين يقومون بالنشر، فإنهم ينشرون القضايا التي تتعلق بالسياسة الداخلية للجزائر، ونسبة قليلة ينشرون القضايا السياسية الدولية، والباقي تراوحت بين قضايا الثورات العربية والسياسة الإقليمية وكذا المنظومة الأمنية بالجزائر، ومن خلال هذه الإحصاءات يتبين لنا أن الشباب يهتم بالقضايا السياسية المحلية أكثر من غيرها لأنها تعبر عن بيئته ومحيطه الذي يعيش فيه إضافة إلى أنها قضايا تشغل الرأي العام الجزائري، ومن بين العوامل التي تؤثر على الوعي السياسي لدى الشباب، نوع الثقافة السياسية المقدمة من

خلال تكريس ثقافة المشاركة، التي تؤدي إلى تكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية، كما يراهن الخبراء والباحثين في مجال الاتصال السياسي، على أن تقوم شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي بدور بارز ومؤثر في تحقيق ثقافة سياسية مشاركاتية.

وتبين أن أغلب أفراد العينة لم يشاركوا قبلاً في نقاش سياسي عبر الشبكات بنسبة 71.7%، فيما أجاب القليل منهم بأنهم قد شاركوا في نقاش سياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وترتفع هذه النسبة عند الذكور، وعند طلبة الشمال، وكذا عن الطلبة فوق سن 32- وهو ما يظهر أن الذكور أكثر اهتماماً بالقضايا السياسية والتحاور فيها خاصة منهم كبار السن، كما أن المنطقة تلعب دوراً في ذلك حيث أن طلبة الشمال هم الأكثر تفاعلاً في هذا المجال من باقي المناطق، أما عن أسباب عدم المشاركة فيرجع أغلبهم الأسباب إلى عدم اهتمامهم بموضوع السياسة أصلاً، وكذا لعدم وجود دواعي لذلك أو أسباب تساعد على النقاش فيها. وتتحدد قضية ما للنقاش داخل مواقع التواصل الاجتماعي، حول موضوع ما يثير انتباه أفراد العينة، عبر إيجاد وعي مشترك بالقضية، فيقومون بمعرفة مقدار التأييد والدعم وإعداد أولئك الذين يشاطرونهم نفس الرأي أو نفس الشعور، وهذا الوعي المشترك يمنح تلك الفئة من الشباب الشجاعة لاتخاذ خطوات لم يكونوا ليجرؤوا على القيام بها، لولا ذلك النقاش الافتراضي الذي دار بينهم، مثل الخروج في مظاهرات، أو اعتصام، هذه المظاهرات أو الاعتصامات تتزايد شيئاً فشيئاً، عبر تعريف المزيد من الناس بها. ومع تزايد الأعداد تأتي قوة الحشود مجتمعة.

أما موضوع النقاش الذي دار بين الطلبة أو كان موضع النقاش بينهم، فقد تصدر الوضع السياسي في الجزائر قائمة مواضيع النقاش بنسبة 25.3%، وهو ما أثبتته السؤال المتعلق بالقضايا الأكثر اهتماماً من طرف أفراد العينة، وكان نظام الحكم في سوريا أحد القضايا التي طرحت للنقاش من قبل أفراد العينة، كما نوقشت قضية الربيع العربي عبر الشبكات والعهد الرابع في الجزائر عبر الشبكات من قبل أفراد العينة ما يبرز أهمية هذه القضايا بالنسبة للشباب وتفاعلهم معها خاصة السياسة الجزائرية، خاصة هذه الفترة التي أجريت فيها

كثير من التغييرات في الحكومة الجزائرية، مست حتى جهازي المخابرات والجيش، حيث تعتبر مرحلة حساسة في تاريخ النظام الجزائري. وحسب نظرية الاعتماد يعتبر الاشتراك مفهوما أساسيا، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكيا أو عاطفيا سوف يشتركون في نوع من التسسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض، والأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف في تسسيق المعلومات أكثر قابلية للتأكد بمحتوى وسائل الإعلام. وعليه فإن الطلبة الجامعيين ينشرون المواضيع السياسية أحيانا، ما يبين اهتمامهم بهذا النوع من المواضيع، حيث ينشرون القضايا التي تتعلق بالسياسة الداخلية للجزائر، كما أنهم لا يشاركون في النقاشات السياسية عبر الشبكات.

3- 2 - دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم المشاركة السياسية للطلبة:

أجاب أغلب المبحوثين من الطلبة بأنهم لا يشاركون الأنشطة السياسية والثقافية التي تنظمها الأحزاب وذلك لعدم اهتمامهم بالنشاط الحزبي أصلا، وكذا لعدم اهتمامهم بالقضايا السياسية، فهم لا يهتمون بمثل هذه التظاهرات لأنهم لا يرون فيها فائدة ولا يؤمنون بفاعليتها على أرض الواقع. فأغلبهم لا يعرفون أسماء الأحزاب السياسية ولا رؤساؤها، إلا القليل ممن انخرطوا في حزب ما بسبب مصلحة معينة أو ممن كانوا من قبيلة رئيس الحزب، أو ما يذهب إليه بعض مناضلي الأحزاب من حشد للجمهور من أجل تسجيل الحضور، وملئ قاعات المؤتمرات لأخذ صور أمام كاميرات التلفزيون، والحقيقة أن ذلك الجمهور ليس حقيقي، بل جمهور مصطنع ووقتي. وهذا ما دلت عليه نظرية وضع الأجندة، حيث يرى ليمان أن: "وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجماهير، في كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع" (حسن مكاوي، ليلي السيد، ص288).

وتبين من إجابات أفراد العينة أن أغلبهم يملكون بطاقة الناخب بنسبة كبيرة، وترتفع هذه النسبة عند الإناث، وعند الطلبة فوق سن 32 حيث أنهم كلهم يملكونها، كما نجد أن نسبة لا بأس بها ممن لا يملكون بطاقة الناخب، مما يظهر أن هذه النسبة لا تشارك في الانتخابات التي تجرى في الجزائر، أما البقية فإنهم يشاركون فيها، ويرجع سبب امتلاكها من أغلبية الشباب في رأي الباحث أن الدولة اشترطت في وقت ما بطاقة الناخب لكل فرد يريد تقديم طلب توظيف في مؤسسة عامة أو خاصة مما أدى إلى اندفاع الشباب لامتلاكها خوفا من إقصائهم من المسابقات التي تجريها مختلف مؤسسات الدولة. وأغلبهم يعتقدون أنها واجب وطني.

أما عن أسباب عدم امتلاكها فتشير النسب إلى أن أغلب أفراد العينة يرجعون السبب الرئيسي إلى عدم قناعتهم بأهمية العملية الانتخابية بنسبة كبيرة جدا، ولاعتقادهم الدائم بعدم نزاهتها وفبركتها وتزوير نتائجها أكثر من مرة، أما البقية فيرجعون السبب لعدم جدوى هذه البطاقة وكذا لأسباب أخرى. منها قولهم أن اللعبة معروفة، وأن الرئيس هو كذا، وأن الحزب الحاكم كذا، إذا فما الفائدة من المشاركة أو عدمها...

وبالنسبة للتصويت في الانتخابات فإن حوالي نصف أفراد العينة قد صوتوا في انتخابات مسابقة، وهو تحصيل حاصل للسؤال السابق لأن أغلب أفراد العينة يملكون بطاقة الناخب، وترتفع هذه النسبة عند الإناث بدل الذكور، وهذا راجع إلى أن أغلبهم يمتلكون بطاقة الناخب ولأسباب اجتماعية تساهم في مشاركتهم فيها أهمها الضغط عليها من طرف الآباء. فيما أجاب البقية بأنهم لم يصوتوا قبلا في أي انتخابات، ويرجع ذلك لعدم امتلاك بعض أفراد العينة لبطاقة الناخب والذين يملكون هناك من لا يشاركون في الانتخابات لأنهم لا يهتمون لمثل هذه القضايا ويرون أنها مضيعة للوقت. من جهة أخرى قد يكون ذلك ناتجا عن الخمول الذي أشارت إليه نظرية الاعتماد بأنه يؤدي إلى العزوف عن المشاركة السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع... وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل، وزيادة الإحساس بعدم الفرق

بين: "أيهما يكسب أو يخسر" وهي حالات داخلية تدفع الفرد إلى الخمول وعدم المشاركة. (عبد الحميد، 1997، ص 235). في حين يرى بعضهم أن امتلاكه لبطاقة الناخب هو إثبات للانتماء للوطن واستظهارها في الأوقات الضرورية والمهمة.

وبالنسبة للانتخابات الرئاسية الأخيرة 2014، فإن نسبة قليلة فقط ممن شاركوا فيها ونسبة كبيرة لم تشارك ولم تنتخب، وهي كذلك من محصلة عدم امتلاك الشباب لبطاقة الناخب من جهة، مما يحولهم دون المشاركة في كل التظاهرات الانتخابية في الجزائر، وعزوف الشباب عن هذه الانتخابات بالذات من جهة أخرى، كما أن ذلك هو نتيجة للخمول حسب نظرية الاعتماد، وبالخصوص هذه الانتخابات التي ميزها نوع من الاحتدام والصراع داخل أجهزة الحكم بين جناحين معروفين في الجزائر السياسيين ورجال الأعمال، المخابرات والجيش، بسبب المرض الذي أصاب الرئيس الجزائري وأقعده الفراش، وتعديل الدستور بفتح باب العهدة الرئاسية، مما أدى إلى وجود صراع بين أحزاب الموالاتة وأحزاب المعارضة.

أما عن أسباب عدم مشاركتهم فتشير النسب إلى أن الشباب الجزائري يرجعون ذلك إلى عدم ثقتهم في نزاهة الانتخابات بالدرجة الأولى، فجمهور الشباب لم يعد يثق في نزاهة العمل السياسي في الجزائر نظرا للظروف التي مرت بها الجزائر وكذا لضعف الديمقراطية فيها، ويشير بعض منهم أن انشغالاتهم هي من حالت دون المشاركة في هذه الانتخابات، ويرجع السبب كذلك إلى أنه لا يوجد شخصية سياسية من وزن الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة يمكن منافسته في هذه الانتخابات مما تبين لدى الرأي العام من الفائز قبل بدء الانتخابات فكان كذلك.

وأشار أغلب أفراد العينة أنهم لا ينتمون إلى أحزاب سياسية سواء كانت موالية للنظام أم معارضة له، وهو ما أكدته السؤال رقم 24 لأنهم لا يهتمون بالعمل الحزبي ولا يؤمنون بالأحزاب السياسية في الجزائر. ويرجع ذلك في رأي الباحث إلى السياسة الديكتاتورية التي ينتهجها رؤساء الأحزاب حيث أن معظم رؤساء الأحزاب في الجزائر لا يؤمنون بالديمقراطية التي تمس مناصبهم وأن

أغلبيتهم عمر طويلا في منصبه، ولا يتنحى من مكانه إلا بانقلاب من طرف المنخرطين والمناضلين أو الموت، أضيف إلى ذلك البيروقراطية الموجودة داخل الأحزاب السياسية بين المناضلين والمنخرطين، حيث يتم التعيين في المناصب الحساسة داخل الحزب عن طريق الوساطة والرشوة مما أدى إلى عدم الاحتكام للكفاءة والقدرة على التسيير، لصالح الانتهازيين وأصحاب النفوذ ممن لا يملكون أدنى مستوى وأدنى ثقافة سياسية ممكنة.

وقد أبرزت النسب إلى أن أهم أسباب عدم الانضمام إلى الأحزاب السياسية هو أنها لا تعبر عن القضايا الحقيقية في المجتمع، كما أنهم لا يهتمون بالعمل السياسي، ولا يثقون بالعمل الحزبي، فهذه الأسباب تجعل الشباب يعرضون عنها ولا يهتمون بها ولا بنشاطاتها. وأن نسبة كبيرة من الجزائريين، يرون أنه لا يوجد حزب سياسي يمكنه أن يعبر عن طموحاتهم السياسية، وأن حزب جبهة التحرير الوطني (الأفلان FLN)، هو أكثر الأحزاب السياسية تغلغلا في المجتمع الجزائري، وأكثرها قدرة على حصد الأغلبية في الانتخابات، لكنه يظل مطالباً بفعالية أكبر في قيادة الحكومة، لتحقيق مطالب وانتظارات الجماهير. وفي رأي الباحث أن السبب الرئيسي لعدم انضمامهم للأحزاب السياسية هو سياسة الإقصاء التي ينتهجها هؤلاء الأحزاب وطغيان المادة وشراء الذمم ودخول الانتهازيين في العمل الحزبي دون مراعاة الكفاءة والقدرة على التسيير، خاصة في الأحزاب الكبرى التي تكون فيها نسبة الفوز والنجاح كبيرة مقارنة بباقي الأحزاب الصغيرة.

وقد أشارت نظرية الاعتماد إلى مصطلح الخمول الذي يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية، عدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، عدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع... وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل، وزيادة الإحساس بعدم الفرق بين: "أيهما يكسب أو يخسر" وهي حالات داخلية تدفع الفرد إلى الخمول وعدم المشاركة. (محمد عبد الحميد، 1997، ص235).

وعليه: فإن الطلبة لا يشاركون الأنشطة السياسية والثقافية التي تنظمها الأحزاب وذلك لعدم اهتمامهم بالنشاط الحزبي أصلا، بينما نجد أن أغلبهم يملكون بطاقة الناخب، وبالنسبة للتصويت في الانتخابات فإن حوالي نصف أفراد العينة قد صوتوا في انتخابات مسابقة، أما الانتخابات الرئاسية الأخيرة 2014، فإن نسبة قليلة فقط ممن شاركوا فيها والنسبة الأكبر لم تشارك ولم تنتخب. وأشار أغلب أفراد العينة أنهم لا ينتمون إلى أحزاب سياسية سواء كانت موالية للنظام أم معارضة له، وأن أهم أسباب عدم الانضمام إلى الأحزاب السياسية هو أنها لا تعبر عن القضايا الحقيقية في المجتمع، كما أنهم لا يهتمون بالعمل السياسي.

خاتمة:

في ضوء مناقشة النتائج تم التوصل إلى استنتاجات تتعلق بمدى اعتماد طلبة الجامعات الجزائرية على مواقع الشبكات الاجتماعية في استقاء المعلومات السياسية لديهم، ودور هذه الشبكات في تشكيل المعرفة السياسية لهم، وأيضا دعمها للمشاركة السياسية لدى هذه الشريحة من المجتمع في مراحل لاحقة. وهي كالآتي:

1 - تبين من الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعي الجزائري يمتلكون حسابا على الفيسبوك. وأغلبهم منتسبون فيه منذ 3 إلى 6 سنوات، ويفضلون الفترة المسائية وفترة الليل لتصفح حساباتهم، كما يقضون ما بين الساعة والأربع ساعات في اليوم لذلك، ويستخدمون الشبكات من أجل نشر المواضيع المختلفة، ومن أجل التواصل الاجتماعي.

2 - أظهرت النتائج أن الشباب الجامعي الجزائري يهتمون أكثر بالمواضيع الثقافية والسياسية والاجتماعية، وهي تعبر عن قائمة أولوياتهم على الشبكات الاجتماعية، حيث أنهم يطالعون الأخبار والأحداث التي تشر عبر الشبكات الاجتماعية ويشاركون في النقاشات، كما أنهم يطالعون وينشرون المواضيع الثقافية والسياسية ثم الاجتماعية.

3 - أظهرت النتائج أن أهم النشاطات التي يقوم بها الشباب الجامعي الجزائري هي متابعة القضايا السياسية بالجزائر، فقد تصدرت قائمة المواضيع السياسية التي يتابعها الشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من خلال متابعة الشخصيات السياسية وكذا متابعة الأخبار والأحداث السياسية الهامة في الجزائر.

4 - تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي قد دعمت المعرفة السياسية لدى الشباب، حيث أنهم أصبحوا يناقشون القضايا السياسية المطروحة على الساحة في الجزائر أو حتى خارجها عبر هذه الشبكات، وأضحت معلوماتهم السياسية تعبير عن مدى ثقافتهم ووعيهم، فقد أشار مثلا الباحثون إلى أن أهم القضايا التي يجب أن تعنى بها السلطة هي قضايا الفساد، والتعليم بالدرجة الأولى، ثم الاقتصاد الجزائري، ثم الديمقراطية، وأن المخبرات هي الطرف الفاعل في النظام الجزائري في المرتبة الأولى ثم مؤسسة الجيش ثانيا...

5 - تبين أن اعتماد طلبة الجامعات الجزائرية على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للمشاركة السياسية قليل جدا، تجسد في نشرهم لبعض لمواضيع السياسية ومشاركتهم أحيانا في النقاشات السياسية عبر الشبكات.

6 - أبرزت النتائج أن الطلبة الجزائريون لا يشاركون الأنشطة السياسية والثقافية، وذلك لعدم اهتمامهم بالنشاط السياسي أصلا، فقد تبين أن أغلبهم لا يشاركون في الانتخابات التي تجرى في الجزائر، ولا ينتمون إلى أحزاب سياسية سواء كانت موالية للنظام أم معارضة له.

وعليه فإن: شبكات التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لدى الشباب من خلال متابعتهم للقضايا المطروحة سياسيا في العالم العربي وكذا المحلية منها. في حين أنها لم تساهم في دعم المشاركة السياسية لدى الشباب، فقد لاحظنا أن الشباب الجزائري لا يهتم بالمشاركة السياسية وبعضهم لا يملكون بطاقة الناخب كما أنهم لا يتفاعلون مع الأحزاب السياسية ولا يهتمون بنشاطاتها. وقد لعبت دورا في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، فقد ساهمت في تشكيل المعارف السياسية لدى

الشباب، ودعمت الموقف السلبي الذي اتخذته الشباب نحو المشاركة السياسية نظرا لظروف كثيرة.

المراجع:

- أحمد، زكريا. (2012). نظريات الإعلام؛ مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها. ط1. مصر: المكتبة العصرية.
- بوشناقفة، أحمد وناصر، نقيسة. (13/14 مارس 2012). الشبكات الاجتماعية أداة للتسويق الافتراضي في المجال السياحي، المنتدى العلمي الدولي الخامس: الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة. الجزائر.
- حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي. ط1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد، محمد. (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب للنشر.
- عبد الحميد، محمد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. ط1. القاهرة: عالم الكتب.
- العبد، عاطف عدلي والعبد، نهى عاطف. (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي.
- عطيفة، حمدي أبو الفتوح. (1996). منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية. د. ط. القاهرة: دار النشر للجامعات.
- العلوي، حنان لمراني. (2005). دور المدرسة في تنمية الوعي السياسي لطلاب التعليم الثانوي العام بمحافظة غزة (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، برنامج الدراسات العليا المشترك في جامعة عين شمس - كلية التربية - جمهورية مصر العربية، جامعة الأقصى - كلية العلوم التربوية - فلسطين، غزة.

عليوة، السيد ومحمود، منى. (2000). المشاركة السياسية-موسوعة الشباب السياسية. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمؤسسة الأهرام.

فرج، الكامل. (2001). بحوث الإعلام والرأي العام، تصميمها، إجراؤها، تحليلها. ط1. القاهرة: دار النشر للجامعات.

الطفاضة، محمود. (2011). علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين؛ الفيسبوك أنموذجاً. إشراف: وليد الشرفا. المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى).

معوض، جلال. (سبتمبر 1983). أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي. مركز دراسات الوحدة العربية، المستقبل العربي، السنة السادسة. العدد 55.

مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين. (1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

المنوي، كمال. (1979). الثقافة السياسية المتغيرة في القرية المصرية. مجلة السياسة الدولية، عدد 234. مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة.

مهنا، فريال. (2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. ط1. بيروت: دار الفكر المعاصر.

العززي، وديع. (أكتوبر-ديسمبر 2008). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني. مجلة شؤون العصر، العدد (31).

يحياوي، عبد الحق. (2011). نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي. إشراف: براهيم الطاهر. مذكرة ماجستير غير منشورة تخصص علم الاجتماع، جامعة ورقلة. الجزائر.

يوسف، حنان محمد إسماعيل. (1996). دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

Al Jenaibi, Badreya Nasser Abdullah. Use of Social Media in the United Arab Emirates ; An Initial Study, vol 1, Global Media Journal, Arabian Edition; summer/full

19-Encyclopedia Britannica 2001, Deluxe Edition CD-ROM, No. 20.

20-Marcel Danesi. (2009). Dictionary of media and communication. New York: M.E. Sharpe.

المواقع الإلكترونية:

1- <https://bit.ly/1QwmbHq>

2-Nick Winchebter: what is social media, e-book by Antony Mayfield Tom icrossing, www.sxc.HU/PROFIL/NICKWINCh

3- دخيل، بنان علي والبشر، مشاعل. المواقع الاجتماعية وتأثيرها على <https://bit.ly/2JupXqQ> المجتمع السعودي. تم تصفح الموقع في 2013/04/22

4- مبارك، سلطان مسفر. الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة؟، تم <https://bit.ly/2WTpLEp> تصفح الموقع في 2012/04/23