



التأثير السياسي للفيسبوك على الشباب الجزائري
-دراسة على عينة من الطلبة الجزائريين-

*The political impact of Facebook on Algerian youth
-A study on a sample of Algerian students-*

يمينة مختار

جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله (الجزائر). yamina.mokhtar@univ-alger2.dz

تاريخ النشر: 2023 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 06 / 24

تاريخ الاستلام: 2023 / 04 / 10

.....

ملخص:

أصبحت مواقع التواصل معبر ومنفذ للكثير من الأمور في حياتنا، وأصبح لها دور كبير على عملية التنشئة الاجتماعية، على الأفراد، نظرا لارتباطهم بها، ومن ضمن هذه المواقع نذكر الفيسبوك الذي يعتبر أول موقع عرف انتشارا واسعا في العالم وأثر على مستخدميه بشكل لافت فغير الكثير من آراءهم في الكثير من الأمور، خاصة تلك المتعلقة بالسياسة موضوع دراستنا، حيث أصبح هذا الموقع مصدر أساسي للكثير من الأفراد لاقتناء المعلومة السياسية، وقد جاءت هذه الدراسة لتوضح ميولات الشباب الجزائري على الفيسبوك، وهل أثر على موقفهم واهتماماتهم السياسية

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الطبقة السياسية، التنشئة السياسية، الوعي السياسي

Abstract:

Communication sites have become a gateway and an outlet for many things in our lives, and they have a major role in the process of socialization, on individuals, due to their association with it, and among these sites we mention Facebook, which is considered the first site known to be widespread and widespread in the world and affected its users remarkably, changing many of their opinions In many matters, especially those related to politics, the subject of our study, as this site has become a primary source for many individuals to acquire political information, and this study came to clarify the tendencies of Algerian youth on Facebook, and whether it affected their political position and interests

Keywords: Social networks, political class, political upbringing, political awareness

1. مقدمة

مع مرور الوقت أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تعني الكثير لمستخدميها، فمنه يعرفون آخر الأخبار، ومنها يعرفون جديد العلم والدين والمجتمع والسياسة، ومنها يحدث أصدقائه، ويتسلى معهم، وفي الكثير من الأحيان يطمئن من خلالها عن أقاربه وأهله، بمعنى أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تسيطر بشكل كبير على أوقات وأفكار هذه الفئة خاصة الشباب، ومواقع التواصل الاجتماعي ليست حكرا على فئة معينة، بل هي في متناول الجميع، حتى المؤسسات التجارية التي تأخذ منها محطة إعلامية، للترويج لمنتجاتها، وأيضا المؤسسات السياسية، مثل الأحزاب والمنظمات السياسية الرسمية وغير الرسمية، تتخذ منها مكانا للتعريف ببرامجها ومخططاتها السياسية، ومنها أيضا تحاول كسب تعاطف الجمهور خاصة الشباب، ودمجهم في برامجها، وأيضا الإعلان عن نشاطاتها التي تكون في بعض الأحيان شبه مغيبة عن الإعلام الرسمي، فهي من خلال ذلك تثبت تواجدتها الدائم والمستمر في الساحة السياسية، وفعاليتها داخل المجتمع وبين أفرادها خاصة الشباب.

لا يمكن الإنكار أن استخدام الجهات السياسية لهذه الوسائل جعلتهم يقطعون، وقتا كبيرا لنشر سياستهم لإيمانهم بأنها الوسيلة الأسهل للتواصل مع المواطنين، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل عامل مهم في تغيير المجتمعات خاصة من الناحية السياسية والاجتماعية، فالثورات العربية كانت بداياتها تنظيماً على مواقع التواصل الاجتماعي

حيث شهدت شبكات التواصل الاجتماعي إقبالا كبيرا في العالم العربي حيث "بلغ عددهم سنة 2013 حوالي 51 مليون مشترك على الفيس بوك من بينهم 13,5 مليون، وتمثل منهم الفئة بين 15 و29 نحو 70%" (socialbakers، 2013)

أما الجزائريين فقد بلغ عددهم سنة 2013 على الفيس بوك حوالي 3,5 مليون ناشط أي ما يعادل 9.93% من العدد الإجمالي للسكان حينها، وهذه النسبة تزيد بحوالي مليون مشترك مقارنة بسنة 2012، في حين تستخدم شبكة الأنترنت بصفة عامة من طرف الجزائريين بحوالي 73.04%، وتحتل الجزائر "المرتبة 45 عالميا والمرتبة الرابعة عربيا لاستخدام الفيس بوك غالبيتهم من الرجال بنسبة 68% في حين تبلغ نسبة النساء 32% أما من الناحية العمرية فتكون الفئة بين 18 و24 في المرتبة الأولى بـ42% تليها الفئة العمرية بين 25 و34 سنة بنسبة 27%، وبعدها فئة المراهقين بين 17 و13 سنة بنسبة 19%، وتأتي الفئة ما بين 55 و65 سنة في المرتبة الأخيرة بنسبة 2%" (socialbakers، 2013)

أما عن الاحصائيات الأخيرة وبحسب التقرير السنوي لوكالة الاستشارات الدولية داتا ريبورتال لاستخدامات الإنترنت وشبكات التواصل لعام 2023 في الجزائر، تم تسجيل 23.95 مليون مستخدم، منهم 22.10 مليون مستخدم تبلغ أعمارهم 18 عامًا فأكثر، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يعادل 75.4 في المائة من إجمالي عدد السكان، الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا فما فوق، ويظهر ذات التقرير، أن 74.6% من إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر، (بغض النظر عن العمر) استخدموا منصة تواصل اجتماعية واحدة على الأقل في جانفي 2023، كما يؤكد أن 41.9% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، في الجزائر، من الإناث، في حين كان 58.1% من الذكور، والبيانات المنشورة في مصادر إعلانات * Meta تشير إلى أن فيسبوك كان لديه 20.80 مليون مستخدم في الجزائر في أوائل عام 2023، خاصة وأن Meta، أجرت تغييرات مهمة على الطريقة التي تصل بها تقارير مواردها الإعلانية، إلى الجمهور خلال

* Meta: هو آخر تحديث لمجموعة الفيسبوك أين جمع تحت هذه التسمية أكثر من موقع تواصل اجتماعي مثل الانستغرام، والواتساب

الأشهر الأخيرة - بما في ذلك إجراء مراجعات كبيرة لبيانات جمهورها الأساسي على الفاسبوك لذلك قد لا تكون هذه الأرقام قابلة للمقارنة بشكل مباشر مع الأرقام المنشورة في التقارير السابقة. (KEMP، 2023)

وتشير الأرقام المنشورة في أدوات Meta الخاصة. إلى أن نسبة وصول منشورات فيسبوك المحتملة، في الجزائر، انخفض بنسبة 1.7 مليون (-7.3%) بين عامي 2022 و2023، كما تُظهر نفس البيانات، أن عدد المستخدمين الذين يمكن للمسوقين الوصول إليهم من خلال الإعلانات على الفيسبوك، في الجزائر انخفض بنسبة 1.9 مليون (-8.2%) بين أكتوبر 2022 وجانفي 2023، وكان وصول إعلانات فيسبوك في الجزائر، يعادل 46.0% من إجمالي السكان في بداية عام 2023، وفي بداية عام 2023، كان 39.8% من جمهور إعلانات فيسبوك في الجزائر من الإناث، بينما كان 60.2% من الذكور، كما يوجد 13.60 مليون مستخدم للفيسبوك مسنجر في الجزائر في أوائل عام 2023، بما يعادل 30.0% من إجمالي عدد السكان في بداية العام، وفي بداية عام 2023، كان 38.6% من جمهور إعلانات فيسبوك مسنجر في الجزائر من الإناث، بينما كان 61.4% من الذكور (KEMP، 2023).

أما عن أكثر الصفحات متابعه من طرف الجزائريين هي "صفحات الترفيه والتسلية تلمها الثقافية والدينية، ثم الرياضية، وفي المرتبة الرابعة تأتي الصفحات السياسية، والملاحظ أيضا أن الجزائريين لا يتابعون الصفحات السياسية المحلية فقط، بل تمتد إلى العالم العربي، والعالم ككل مثل صفحات الرؤساء وتطور الأحداث السياسية في العالم، أما إعلاميا فيتابعون الصفحات الثقافية والدينية تلمها الصفحات الترفيهية ثم تأتي الصفحات الإخبارية والسياسية مثل صفحة الشروق في المرتبة الرابعة بين الصفحات وتلمها صفحة الخبر ومن بعدها صفحة البلاد" (KEMP، 2023).

السياسة في المرتبة الرابعة على الفيس بوك عند الجزائريين، فكيف يتعامل الشباب مع هذه الصفحات السياسية؟ وهل تؤثر على أفكارهم السياسية وقيمهم الاجتماعية؟

الفرضيات:

- خبرة الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الوعي السياسي للشباب.
- لشبكات التواصل الاجتماعي تأثير سلبي على العلاقة بين الشباب والسياسة.

أولاً: تحديد المفاهيم:

1. شبكات التواصل الاجتماعي:

هي "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع" (FARLEX، 2023).

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (راضي، 2003، صفحة 23)

ونقتصر بشبكات التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة على الفيس بوك باعتباره أكثر موقع يتداوله الجزائريين، ويتفاعلون مع بعضهم من خلاله.

2. الطبقة السياسية:

ويرتبط وجودها في "تحليل آلية عمل النظام السياسي من خلال فهم علاقة السلطة بالمجتمع أو بشكل آخر علاقة القوة بين الحكام والمحكومين" (أبراش، 1998، صفحة 114)

وهي المجموعة التي تصنع وتشكل السياسة التي تؤمن بها الجماهير لمواجهة المشكلات العامة وتحقيق الأهداف المتمثلة في حلها (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 2005)

ونقصد بها في دراستنا السياسيين الذين يمارسون السياسة على أرض الواقع سواء كالأحزاب ومنظمات أو كأفراد، ويتخذون من الفيس بوك مكان للإعلان عن نشاطاتهم وبرامجهم ومخططاتهم، وهذا يشمل الأحزاب أو الأفراد من خلال الصفحات أو من خلال حساباتهم الخاصة

3. خبرة الفيس بوك:

تعرف الخبرة بأنها المعرفة أو المهارة التي يكتسبها الفرد من خلال قيامه بمهمة ما، أو رؤية شيء معين، أو الإحساس به، كما تعرف بأنها الشيء الذي يحدث للفرد والذي يؤثر على كيفية إحساسه وشعوره (2023، dictionary_cambridge)

ونقصد بها الخبرة في هذه الدراسة مجموعة المهارات التي يكتسبها الفرد على موقع الفيس بوك من خلال مدة عضويته في الموقع، أو من خلال إشرافه على الصفحات والمجموعات بالموقع.

II. تقنيات البحث:

I. العينة ومجتمع البحث:

يشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة الجزائر2، والعينة التي تم استخدامها في هذه الدراسة هي العينة القصدية حيث تم توزيع الاستمارات فقط على الطلبة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك على وجه الخصوص، لأن ومن خلال الدراسة الاستطلاعية وجدنا أن بعض الطلبة لا يستخدمون الفيسبوك بشكل أساسي ورغم أن لديهم حسابات على هذا الموقع إلا أنهم لا يستعملونها إلا نادرا من خلال المسنجر بقصد التواصل، ويفضلون الذهاب إلى مواقع أخرى مثل الانستغرام، والتيك توك الذين يجدونه أكثر متعة وأكثر تسلية، ولذا كان الدراسة موجهة للطلبة الذين يتواجدون بشكل جيد على الفيسبوك

II. منهج الدراسة:

اعتمد في هذه الدراسة على المنهج الكمي، الذي يعمل على تقنين البحوث الميدانية، وتدعيم بالمنهج الكيفي التحليلي، فكما هو معلوم أن "المنهجين يكملان بعضهما البعض" (عراي، 2007)

أدوات جمع البيانات:

الملاحظ: تم استخدام الملاحظة البسيطة بدون مشاركة، وذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيس بوك الذي يعرف انتشارا كبيرا في المجتمع الجزائري، والتي من خلالها توصلنا إلى الكم الهائل للصفحات السياسية على هذا الموقع، وأيضا ارتفاع نسبة متابعتها يوما بعد يوم.

استمارة استبيان: تم تحضير استمارة استبيان بأئلة مبوبة ومفتوحة تخدم فرضيات الدراسة، تم توزيعها على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تم توزيع ما يعادل 200 استمارة، وتم استرجاع 194 استمارة، وبعد معاينة الاستمارات وفرزها واختيار الصالح منها بقي معنا 164 استمارة صالحة للدراسة

III. بعض الدراسات التي تناولت الموضوع:

1. دراسة مراد كمال خورشيد سنة 2011 وعنوانها "دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي -شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً-":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف الحراك السياسي العربي، لإمكانات مواقع التواصل الاجتماعي في تأجيج الثورات العربية وإدامة زخمها وتعبئة شبابها، وخلصت الدراسة إلى أن هذه المواقع أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وكسرت حاجز الخوف وحوّلت العمل السياسي السري إلى نشاط علني، وقامت بدور التعبئة الإيديولوجية للثورات، وحققت حضورها في نشر أفكار الثورات وتبني مطالب الثوار والترويج لهذه المطالب.

أوضحت الدراسة أن هذه المواقع أدت دوراً كبيراً في التنسيق بين الثوار وتم توظيفها في مسألة التشبيك بين المجموعات السياسية وتنظيم الاعتصامات، وساهمت في تغيير الصورة النمطية للشباب العربي، إذ حولته من شباب كان يوصف بالسطحية، إلى شباب فاعل يتوق للحرية والكرامة والتغيير. (خورشيد، 2009)

2. دراسة عبد الرزاق الدليمي سنة 2011 وعنوانها "الفييس بوك والتغير في تونس ومصر":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب الأحداث في تونس ومصر، ودور الفييس بوك فيها، توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي ساهمت في إنجاح ثورتي تونس ومصر، لأنها سهّلت من عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، وأن هذه الوسائل عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، بزيادة المعلومات المرسلّة للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وبيّنت أن تنظيم الاحتجاجات عبر (الفييس بوك) وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي لأحداث التغيير الاجتماعي من خلال نشاطات قليلة الكلفة، أدى إلى تعريض (عبدالرزاق، 2011)

3. دراسة محمود حمدي عبد القوي عبد القوي سنة 2009، وعنوانها "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب":

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح والمقارن، على عينة من الشباب قيمتها 380 شاب، وعلى موقع الفييس بوك، وأوضحت الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة الفييس بوك لأغراض سياسية بلغت 50.7%، ولم تكن هناك أية فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث.

وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الفيسبوك، وأن إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب انتباه الشباب، نحو المضامين السياسية المثارة على الفييس بوك دون تمييز بين الذكور والإناث. (حمدي، 2009)

4. دراسة مريم ملات 2013 وعنوانها "طريقة عمل الفييس بوك واستخداماته السياسية":

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح أن وسائل الإعلام الجديدة مثل الفيس بوك والمجال العام لم يتم بعد استكشافها، فالفيس بوك له تأثير لا يمكن إنكاره على إنتاج الهوية الفردية والجماعية وعلى البعد السياسي والثقافي لهذه الشبكة الاجتماعية من مثاليين التجريبية، الانتخابات الأمريكية لعام 2008 والثورات المصرية في عام 2011، الفيس بوك يساعد على تطوير العلاقات الاجتماعية، ولكن أيضا يصبح أداة للعمل وتوظيف، وتنظيم أو إعلام.

فبالنسبة للباحثة، هذا الخط من التفكير هو مثير جدا في محاولة التأثير على الحراك الاجتماعي والسياسي في مصر، وفي جميع أنحاء العالم العربي، وقبل استخلاص الاستنتاجات حول جدوى الفيس بوك وتعشش داخل ظواهر اجتماعية محددة، فمن الضروري على تحديد مكانه في وسائل الإعلام، حيث يجب أن نضع الفيس بوك في استمرارية وسائل الإعلام مثل التلفزيون والصحف والراديو، أو ينبغي أن ننظر إلى الفيس بوك كوسيلة جديدة يجب إدراجها في المشاركة التفاعلية الأساسية من خلال التبادل، والمحادثة مثل حالة مصر، فالفيس بوك تتجاوز فيها حدود الدولة وأعطى أشكال جديدة من وسائل الإعلام، الفعالة في المجتمع المصري، والتي ساهمت بشكل كبير في تغييره وتأثير عليه. (Mallat، 2013)

تطرقت الدراسات السابقة لدراسة المجتمع المصري والتونسي والعالم العربي عامة خاصة الدول العربية التي تعرضت لموجة من الاحتجاجات ضد السياسات والأنظمة الرسمية أو ما يعرف بالربيع العربي، وكيف لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في التوعية السياسية للشباب وحشدتهم للمشاركة السياسية، وكيف تحولت السياسة عندهم من نشاط سري إلى نشاط علني، فكان للفيس بوك عمل مثير في التأثير على الحراك الاجتماعي والسياسي في الوطن العربي، وأجريت الدراسات الميدانية على جمهور الشباب بوجه خاص، والجمهور بشكل عام، وأثبتت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محطات حشد للمشاركة في الحراك السياسي، وأنها أدت دوراً كبيراً في الثورات العربية من خلال التنسيق بين الثوار.

والجزائر واحدة من هذه الدول العربية التي تأخرت عن نظيراتها من الدول العربية في هذا النوع من الحركات، أين شهدت الجزائر حركة اجتماعية شملت أغلب مدن وولايات الجزائر، في 22 فيفري 2019، والتي اختلفت في تنظيمها بشكل كبير عما عرف بالربيع العربي في بقية الدول العربية، حيث اتخذت منهج السلمية والتآخي والتضامن بين المتظاهرين، وما ساهم بتعزيز ذلك هو مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما ستطرق له في دراستنا هذه، مركزين على موقع الفيس بوك

IV. الفيس بوك والشباب والهوية السياسية

جدول (1) يبين اشتراك الباحثين بحسب أقدميتهم في الفيس بوك

الأقدمية	الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
1-0	9	22	31	19.90%
2-1	5	30	35	21.34%
3-2	15	20	35	21.34%

أكثر من 3 سنوات	43	20	63
	%68.25	%31.75	%38.42
المجموع	72	92	164
	%43.90	%56.09	%100

من الجدول رقم (1) نلاحظ أن 38.42% من المبحوثين يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات حيث تنقسم هذه النسبة بين 68.25% و 31.57%، وتأتي في المرتبة الثانية المنضمين إلى الفيس بوك بين 2 و 3 سنوات وبين 1 و 2 سنة بنسبة 21.34% لكل منهما حيث يبدو جليا فيه انضمام الإناث للفيس بوك أكثر مقارنة بالذكور، فبلغت نسبة انضمامهم في الأولى ب 57.14% وفي الثانية وصلت إلى 85.71% وتأتي في المرتبة الأخيرة من انضموا إلى الفيس بوك منذ سنة أو أقل بنسبة 19.90% غالبيتها من الإناث بنسبة 70.96%، ومن هذه القراءة نستنتج أن الذكور كانوا سابقين عن الإناث في الانضمام إلى الفيس بوك، أي أنهم أكثر أقدمية من الإناث حيث تزيد نسبة انضمامهم عن 68.25% منذ أكثر من ثلاثة سنوات، في حين تبدأ نسبة الإناث في الزيادة منذ أقل من سنتين حيث بلغت ذروتها بنسبة تقدر ب 85.71% وبالتالي الذكور أكثر خبة على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) من الإناث.

جدول رقم (2) يبين الإشراف على الصفحات أو المجموعات

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
نعم	46	32	78
	%63.90	%41.02	%47.56
لا	26	60	86
	%30.73	%69.78	%52.44
المجموع	72	92	164
	%43.90	%56.10	%100

من الجدول رقم (2) نجد أن الذكور هم الأكثر في الإشراف على الصفحات والمجموعات بالفيس بوك فتبلغ منهم نسبة 63.89% في حين نجد الإناث لا يشرفون على الفيس بوك بنسبة تقدر ب 41.02%، أما في مجمل العدد الكلي فنسبة 47.56% من مجموع المبحوثين يشرفون على الصفحات، مقابل 52.42% لهم فقط حسابات خاصة، ويتابعون الصفحات ومنشوراتها عن بعد وليس لهم أي علاقة بالإشراف

جدول رقم (3) يبين نسب المتابعين للصفحات التي يديرها المبحوثين

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
قليلة	4	10	14
	%7.57	%7.13	%18.12
متوسطة	16	6	22
	%22.22	%7.77	%29.95
كبيرة	24	16	40
	%33.33	%17.78	%52.31
المجموع	44	32	76
	%57.89	%42.11	%100

نلاحظ ما الجدول رقم (3) أن 52.31% من الطلبة الذين لديهم صفحات على الفيس بوك تحظى صفحاتهم بمتابعة كبيرة، يأخذ منها الذكور نسبة 60% مقارنة بالإناث بنسبة 40%، كما نسجل أن الصفحات التي تشرف عليها الإناث متبعة بصورة قليلة بلغت نسبتها 71.43%.

من هذه القراءة نستنتج أن الذكور هم الأكثر تحكما في الفيس بوك والأكثر خبرة، مقارنة بالإناث سواء بأقدمية انضمامهم إلى الفيس بوك كما يبين الجدول رقم (2) أو من خلال تحكمهم في الصفحات، وجلب أكبر متابعين لصفحاتهم كما يبين الجدول رقم (4)

جدول رقم (4) يبين نشاط صفحات المبحوثين

النشاط	الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
ديني ثقافي	24	16	40	52.63%
المرأة والجمال	-	4	4	5.26%
السياسة والمجتمع	4	4	8	10.53%
التسلية والترفيه	16	8	24	31.58%
المجموع	44	32	76	100%

من الجدول رقم (4) والذي يبين أكثر الصفحات التي يهتم بها الطلبة على الفيس بوك نلاحظ ما يلي:

الصفحات الدينية والثقافية هي أكثر الصفحات التي تستهوي الطلبة على الفيس بوك بنسبة 52.63% مقسمة بين 60% ذكور و40% إناث، تأتي صفحات التسلية والترفيه في المرتبة الثانية، بنسبة 31.58% منها 66.67% ذكور و33.33% إناث، وتأتي في المرتبة الثالثة صفحات السياسة والمجتمع، بنسبة 10.53% تنقسم بالتساوي بين الذكور والإناث بنسبة 50%.

الملاحظ على الجدول رقم (4) أيضا أن الذكور أكثر اهتماما بصفحات التسلية والترفيه بنسبة 66.67% والإناث أكثر اهتماما بصفحات المرأة والجمال والصفحات الدينية والثقافية، وهذا ما يمكن أن يفسر لنا ارتفاع نسبة المتابعين الصفحات الذكور التي تظهر في الجدول رقم (3)، فإشرافهم على صفحات التسلية والترفيه هو الذي يجلب كثرة المتابعين لهم.

جدول رقم (5) يبين أهم منشورات المبحوثين على الفيس بوك:

النشاط	الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
ديني ثقافي	32	44	76	12.34%
المرأة والجمال	-	12	12	7.32%
الرياضة والترفيه	24	22	46	28.04%
سياسة ومجتمع	8	6	14	8.54%

متنوعة	8	8	16
	%50	%50	%76.9
المجموع	72	92	164
	%13.90	%56.10	%100

من الجدول رقم (5) نلاحظ أن الطلبة نسبة طبيعة منشوراتهم على صفحاتهم هي تقريبا نفسها نسبة متابعتهم لطبيعة الصفحات، فتأتي المنشورات الخاصة بالثقافة والدين في المرتبة أولى بـ 43.34% أكثرهم من الإناث بـ 57.90%، وفي المرتبة الثانية الرياضة والترفيه بـ 28.04% أغلبهم ذكور بنسبة 52.17% أما المركز الثالث فهو مقسوم بالتساوي بين الذكور والإناث بنسبة 9.76% حيث تتنوع منشورات هذه الفئة بكل ما يعجبهم ولا يهتمون بجانب دون آخر، وتأتي السياسة والمجتمع في المركز الرابع بـ 8.54% يتفوق فيها الذكور بنسبة 57.17%

من هذا الجدول يؤكد الطلبة حياتهم أو امتناعهم عن المواضيع السياسية، فهم في الغالب لا يتابعون الصفحات السياسية ولا يشرفون عليها، كما يمتنعون غالبا من وضع منشورات سياسية على حساباتهم الخاصة وإن وضعت تكون منشورات ساخرة الغرض منها التسلية والترفيه والسخرية على الوضع، أكثر من كونهم يحاولون الغوص في السياسة، أو الاهتمام بها، أو تصديق ما تنشره السياسة.

جدول رقم (6) يبين نشر المواضيع السياسية على الحساب الخاص:

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
نعم	24	8	32
	%75	%25	%19.81
لا	48	84	132
	%36.36	%63.63	%80.19
المجموع	72	92	164
	%13.90	%56.10	%100

جاء الجدول رقم (6) ليؤكد مدى اهتمام الطلبة بالسياسة على شبكات التواصل الاجتماعي، ومن هذا الجدول يتضح لنا، ويؤكد ما جاء في الجداول السابقة أن الشباب اقل اهتماما بالسياسة على الفيس بوك شكل عام سواء من خلال اهتمامهم بالصفحات السياسية أو من خلال منشوراتهم على حساباتهم الخاصة.

وهنا حين جاء السؤال مباشر للطلبة عما إذا كانت لهم منشورات سياسية على صفحاتهم الخاصة أجابوا بالنفي بنسبة 80.49% من بينهم 63.63% إناث مقابل 36.36% من الذكور

أيضا نستنتج من هذا الجدول أن الذكور أكثر اهتماما بالسياسة على الفيس بوك بنسبة 74% مقابل الإناث بنسبة 25%، وهذا واضحا في كل الجداول السابقة، وقد يكون هذا منطقيا فحتى على أرض الواقع تستهوي السياسة الرجال أكثر من النساء، وبالتالي يكون من الطبيعي أن يهتم الذكور بالسياسة على الفيس بوك أكثر من الإناث لاستكمال استطلاعاتهم، وهم في الغالب يتخذون الفيس بوك كجريدة أو مجلة يعرفون منها آخر أخبار السياسة والمجتمع.

جدول رقم (7) يبين مناقشة المبحوثين للسياسة على الفيس بوك:

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس	الإجابة
44	24	20	نعم	%76.83
120	68	52	لا	%73.17
164	92	72	المجموع	%100
	%54.55	%43.33		
	%56.67	%43.33		
	%56.10	%43.90		

انطلاقاً من احتمالية وجود اهتمام بالسياسة على مواقع التواصل الاجتماعي للشباب فيما بينهم بعيداً عن صفحات السياسة والسياسة، كان الجدول رقم (7) الذي يبين ما إن كان متداولي الفيس بوك من الطلبة يناقشون ويهتمون بالسياسة فيما بين أصدقائهم، فكانت إجابتهم بالنفي تتعدى 70% مقسمة بين 56.57% من الإناث مقابل 43.33% من الذكور، في حين أجاب بالإيجاب ما يعادل 26.83% من المبحوثين يمثل الذكور منهم 45.45% مقابل 54.55% من الإناث والذين يستعملون مختلف الوسائل المتاحة على الفيس بوك لمناقشة القضايا السياسية كما سيوضح الجدول الموالي

من هذه النتيجة الموضحة في الجدول رقم (7) وبالمقارنة بالجدول السابقة نجد أن الطلبة لا يهتمون بالسياسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وهي بنسبة لهم مجرد وسيلة للترفيه والتسلية وفي أحيان أخرى هي لتبادل الثقافة والمعارف العلمية والدينية.

جدول رقم (8) يبين الاهتمام بالسياسة بحسب الأقدمية وخبرة الصفحات

المجموع	الخبرة		الإجابة	
	عضو لأكثر من 3 سنوات	له صفحة أو مجموعة	أنثى	ذكر
32	6	12	2	12
%28.32	%18.75	%37.50	%6.25	%37.50
81	24	26	12	19
%71.68	%29.62	%32.90	%14.81	%23.45
113	30	38	14	31
%100	%26.54	%33.62	%12.38	%27.43

يبين الجدول رقم (8) ما إذا كانت علاقة بين خبرة الطالب على الفيس بوك وبين إمكانية نشاطه السياسي على الفيس، حيث تم تحديد الخبرة في تحديد المفاهيم أننا نعبر عنها بأقدمية التواجد على الفيس بوك، من خلال الإشراف على الصفحات والمجموعات على الموقع، التي نراها تعطي خبرة وتحكم في الموقع.

لكن ما هو ملاحظ على الجدول أنه لا علاقة للخبرة بتداول السياسة على الفيس بوك بالنسبة للطلبة، فأكثر من 71% ممن لهم خبرة على الفيس بوك سواء من خلال أقدمية عضويتهم من خلال إشرافهم على الصفحات والمجموعات لا علاقة لهم بالسياسة، في حين 28.32% فقط هم من يهتمون بالسياسة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، غالبيتهم من الذكور بنسب متساوية بين الأعضاء القدامى أو الإشراف على الصفحات مقدره بـ 37.50% في حين لا تزيد النسبة عند الإناث عن 6.25% لهم خبرة من خلال الإشراف على الصفحات، وترتفع نوعا ما عند العضوات القديمات على الموقع إلى 18.75%

من خلال تحليلنا لبيانات الفرضية الأولى والتي ترى بأن خبرة الفرد على مواقع التواصل الاجتماعي سواء من خلال الأقدمية أو الإشراف على الصفحات أو المجموعات تزيد من الاهتمام السياسي وممارسة السياسة لدى الطلبة، لكن ما تثبته النتائج هو العكس تماما، حيث أن نسبة كبيرة من الطلبة تعود عضويتها إلى الفيس بوك إلى أكثر من ثلاث سنوات وهي ما تعادل 38.42%. أغلبهم من الذكور 68.25% ولكن لا تستهويهم السياسة، إلا 9% غالبيتهم من ذكور.

ونفس الشيء بالنسبة الذين لهم صفحات، أو مجموعة خاصة، حيث نسبتهم 47.56% من مجموع المبحوثين الذين يستخدمون الفيس بوك، يتمثل منهم الذكور بنسبة 63.89%، لكن نشاط صفحات أو مجموعات لديهم بعيد كل البعد عن السياسة إلا 10.53% موزعة بالتساوي بين الرجال والنساء، ولا يتعدى نسبة 8.54% ممن لديهم منشورات سياسية على حساباتهم.

ونتأكد مما سبق حين سألنا المبحوثين بشكل مباشر ما إذا كان لديهم منشورات سياسية على حساباتهم فكانت إجابة الأغلبية بالنفي، ما عدى 19.81% غالبيتهم ذكور بنسبة 75%، وليس هذا بل يصل بهم الأمر أنهم لا يتناقشون حتى في المواضيع والقضايا السياسية فيما بين أصدقائهم، رغم كل الوسائل المتاحة لذلك على الفيسبوك، من شات وتعليقات ومنشورات، ف 73.17% ينفون أي علاقة بينهم وبين السياسة على الفيسبوك، ويعتبرونها خارج دائرة اهتمامهم وتخصصاتهم، ولا يحبون الاقتراب منها.

v. تأثير الفيس بوك في العلاقة بين المواطن والطبقة السياسية.

جدول رقم (9) يبين الوسيلة التي يعبرها الطلبة عن آرائهم السياسية عبر الفيس بوك:

الجنس النوع	ذكر	أنثى	المجموع
المحادثات الخاصة	4 %25	12 %75	16 %36.36
التعليق على المنشورات	9 %60	6 %40	15 %31.00
الصور الساخرة	7 %52.95	6 %46.15	13 %29.55
المجموع	20 %45.45	24 %54.54	44 %100

يبين الجدول رقم (9) أكثر الوسائل شيوعا بين الشباب للتعبير عن آراءهم السياسية، فكانت إجابتهم بين المحادثات الشخصية أو التعليق على المنشورات لدى أصدقائهم المهتمين بالسياسة، وأيضا كان تعبيرهم من خلال بعض الصور التي غالبا ما تكون ساخرة وتكون في هيئة تعليق أو منشور، وعموما نلاحظ تقارب كبير

بين الوسائل المستعملة، فنسبة المعبرين عن آرائهم عن طريق المحادثات الخاصة 36.36% أغلبه إناث بنسبة 75%.

أما التعليق على المنشورات فقد بر 34.09% أغلبه ذكور بنسبة 60% مقابل 40% من الإناث، في حيث التعبير من خلال الصور الساخرة والتي هي أقل بقليل مقارنة بالطريقتين الأولى والثانية فكانت نتيجته 29.55% تنقسم بنسب متقاربة بين الذكور 45.46% والإناث 54.54%.

نستخلص من هذه القراءة أن الذكور أكثر جرأة في التعبير عن آرائهم وأكثر مناقشة للسياسة مقارنة من الإناث، وهذا منطقي باعتبار الرجال أكثر اهتماما بالسياسة وحتى وإن لم يمارسوها يستهويهم مطالعتها ومناقشتها

جدول رقم (10) يبين متابعة المبحوثين لصفحات السياسيين

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس
50	24	26	نعم
30.49%	48%	52%	
114	68	46	لا
70.73%	59.65%	40.35%	
164	92	72	المجموع
100%	56.10%	43.90%	

يبين الجدول رقم (10) نسب متابعة المبحوثين لصفحات السياسيين على الفيس بوك، والتي تبدو قليلة جدا فأكثر المبحوثين أجابوا بالنفي لمتابعة الصفحات السياسية وهذا ما يعادل 70.73% في حين 30.49% فقط منهم يتابعون صفحات السياسة والمجتمع، تمثل منهم نسبة الذكور 52% والإناث 48%.

كما هو واضح الطلبة المبحوثين أقل اهتماما بالصفحات السياسية والمجتمع، وأكثر اهتماما بالصفحات الأخرى مثل التسلية والترفيه، الثقافة والدين، المرأة والجمال.

جدول رقم (11) يبين رأي المبحوثين في صفحات السياسيين على الفيس بوك:

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس
40	22	18	هادفة ناجحة
71.39%	55%	45%	
81	43	38	كذب ونفاق
40.39%	53.09%	46.91%	
43	27	16	العمل في الميدان
76.77%	62.79%	27.21%	
164	92	72	المجموع
100%	56.10%	43.90%	

يبين الجدول رقم (11) رأي الطلبة بالسياسيين والصفحات السياسية حيث انقسمت الآراء حول هذا الموضوع بين ميد ومعارض فمنهم من يرى أن السياسيين يقومون بعمل جيد للتعريف عن برامجهم السياسية

ومآطآاتهم المسآبلبة لآءمة الوطن، وهم بهذا ناآبن بآمع أكبر فئة مؤبءة لهم من المآآمع آاصة الشباب، وقءرت نسبة أصحاب هذا الرأب ب24.39% منهم 45% ذكور بمقابل 55% إناآ

أما الرأب آانب وهو بمثل آالببة المبحوآبن بنسبة 49.39% برون أن ما بقوم به السباسببن على الفبس بوك أو آبره من صفآاآ الآواصل الآآماعب من عرض برامآهم ومآطآاتهم على صفآاآهم أو آساباآهم الآاصة هو مجرد كذب ونفاق بآاولون من آلاله اسآعآاف الشعب، وإقناعهم بما لءبهم لكسب ءعمهم، وآصوببهم فب المواسم الآآآابببة، بمثل أصحاب هذا الرأب 46.91% من الذكور بمقابل 53.09%

فب آبن الراب الآالب والذب بمثل رأب الأقلبة فبرب أن على السباسببن العمل على أرض الواقع وبلس من آلال عالم افتراضب، فبرون أنه من الآبء أن آآعرف على البرامآ من آلال هذه المواقع، الآب آسهل علمهم إبصال الفكرة، لكن علمهم العمل بالمقابل بشكل أكبر على أرض الواقع آآب آبآبوا ما بآآءون به على وسائل الإعلام سواء الأنآرنآ أو القنواآ الآلفزبونبة بمآآلف أنواعها، وآقءر نسبة أنصار هذا الرأب ب26.22% آأآ منها الإناآ الببمة الأكبر ب62.79% بمقابل ب37.21% من الذكور

من هذا الآءول نسآآآ أن الطلبة لا بآقون كآبرا بما آقءمة الصفآاآ السباسببة والسباسببن على مواقع الآواصل الآآماعب، فهم فب نظرهم إما منافقبن وكاذبن، أو آبق مبابرآهم ناقصة ما لم آءعم بعمل آاء على أرض الواقع.

٧١. الاسآآآاع العام:

من آلال ما آقءم نسآآآص أن الطلبة لا بآهمون ابءأ للآعبئة السباسببة الآاصلة من آلال شبآاآ الآواصل الآآماعب ببءبل انهم لا بآابعون صفآاآ السباسببة والسباسببن إلا قلبل منهم آمآل نسببهم 30.49%، وآآب مناقشآهم للسباسببة وقضابا من آلال الفبس بوك آآب مآآشمة آءا، وآبر معلنة بشكل واضح، فمنهم عبر الشاآ ب36.36%، ومنهم بآعلبقات ومنشوراآ ب34.09% ومنهم من آلال الصور الكاربكاتورة الساآرة من الوضع السباسبب عامة ب29.55% وهؤلاء لا بمآلون إلا 26.83% من المآمع الكلب للطلبة الذبن بسآآءمون الفبس بوك.

أما عن رأب الطلبة فب صفآاآ السباسببن والسباسببة فهو برونها مجرد كذب ونفاق والآروب لبضاعة مآشوشة لا أساس لها من الصآة معروض فب سوق افتراضببة، الهدف منها فقط الظهور والشهرة وكسب الشعبببة ببب الشعب للآآضبر لمناصب بآلمون بها فما بقارب نصف مفراءاآ العبنة بؤبءون هذا الرأب ب49.39%، ونآء هذا بآعارض مع فكرة الآزب ونشاطه على الفبس بوك الآب بآاول من آلالها آمع أكبر عءء من المؤبءبن له، وضمهم إليه، آاصة أن الفئة المءروسة هب فئة الطلبة الشباب الآب آسهوب كآبرا الأحزاب عموما وآزب العءل والببان آاصة.

والنسبة المآبقببة فآآقسب ببب رأببن منهم من برابا طريقة ناآآة لآءمة المآآمع والسباسببة ونشر الوعب السباسبب فب المآآمع وبعبآرون الفبس بوك فضاء مآآوح ببب السباسببن والشعب للآآاعل معهم والآقرب منهم بشكل أفضل وانصار هذا الرأب بمآلون ب24.39%، أما النسبة المآبقببة والمقءرة ب26.22% فبرون أن آآب بآآمل نشاط السباسببن وبعطون مصءاآببة لآآابآهم السباسببة علمهم آءعبم ما بقولون وما بآآبون

على مواقع التواصل الاجتماعي بالعمل الميداني، فلا بأس في التعريف بالبرامج والنشاطات السياسية عبر هذه الوسائل، لكنها تبقى ناقصة ما لم تكن مدعمة بعمل ميداني جاد.

خاتمة:

الشباب الجزائري يتعد كثيرا عن السياسة والخوض في مضمارها على أرض الواقع وقد نرجع ذلك إلى الفساد وقلة المعرفة، والعراقيل التي يقابلها الشباب اذا حاولوا ممارسة السياسة كسياسيين، لكن ما نلاحظه هو أن حتى في العالم الافتراضي يتعد الشباب عن السياسة، مع أن هذا العالم يفتح باب حر للتعبير عن رأيك بكل حرية، ومن دون أي رقابة، إلا انه يرى في الشباب شيء مزعج، ويفضلون استعمال هكذا مواقع في التسلية والترفيه والثقافة والتعليم والأمور الدينية، وهذا لا ينفي وجود مجموعة من الشباب ينشطون سياسيا على مواقع التواصل الاجتماعي ويحاولون التعبير عن آرائهم بكل الأشكال، خاصة منها الطرق الساخرة بالوضع السياسي بالجزائر، فمنهم أغلب منشوراتهم على حائطهم هي سياسية، ومنهم من يفتحون صفحات سياسية محضة يدافعون فيها عن آرائهم وامتداداتهم السياسية.

ولهذا اقناع الشباب بالسياسة يجب أن يكون ميدان حقيقي، ويكون هذا الميدان تحقيق لكل ما تنشره الصفحات السياسية، وأيضا على هذا الميدان أن يكون أكبر وأكثر اهتماما مما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وتكون هذه الأخيرة مجرد وسيلة إعلامية أو بديل عن وسيلة إعلامية في تناول الجميع للإعلان عن جديدهم ومواعيدهم، وليس مجرد منبر لإعطاء النصائح ونقد المعارضين لهم، وللأسف يتخذها الكثير من السياسيين وسيلة للشتم وتفريغ شحناتهم السلبية، وإشعال نار الفتنة بين أفراد المجتمع، وهذا ما يجعل الشباب ينظر لهم نظرة سخرية، وسخط وكره، وبالتالي ينفرون من السياسة والسياسيين بشكل عام، ولعل أكثر ما بين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب الجزائري هي التعبئة التي سبقت الحراك الاجتماعي فيفري 2019 أين اجتمع أغلب الشارع الجزائري يومها على كلمة تغيير الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع، وهنا لا يمكن انكار دور مواقع التواصل الاجتماعي ومن ضمنها الفيسبوك على تعبئة الموارد من أجل إنجاح وتنظيم هذه الحركة الاجتماعية

