

دور الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجزائري
-دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك من شباب
ولاية سيدي بلعباس-

*The role of Facebook in increasing the political knowledge of
Algerian youth – A field study on sample of Facebook Users from
the City of Sidi Bel Abbes*

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم – (الجزائر)
مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل
الخطاب

علوم الإعلام
والاتصال

* كديري نصيرة kadiiri Nacéra

nacerakadiri997@gmail.com

جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم – (الجزائر)

فلسفة

مالفي عبد القادر Abdelkader Malfi

malfi.abdelkader@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/08/04

تاريخ القبول: 2024/08/02

تاريخ الإرسال: 2024/02/07

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية لدى الشباب الجزائري، من خلال التعرف على مدى استخدامهم للفيسبوك، للحصول على المعلومات السياسية التي تشبع حاجاتهم المعرفية، فقد اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي، من خلال المسح بالعينة، وذلك باستخدام أداة استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة من مستخدمي الفيسبوك من شباب ولاية سيدي بلعباس، والتي تم اختيارها بطريقة قصدية (مستخدمي الفيسبوك، والمهتمين بالشأن السياسي)، وقد توصلنا إلى نتائج تبين أن هناك آثار معرفية سياسية تتحقق لدى الشباب العباسي نتيجة استخدامهم للفيسبوك، وتعرضهم للمحتوى السياسي المتداول فيه.

الكلمات المفتاحية: دور الفيسبوك؛ المعرفة السياسية؛ الشباب الجزائري

Abstract: This study aimed to identify the nature and patterns of the use of Facebook by youth in Algeria. As well as to determine the political gratification that was achieved from this uses, and also to know the causes for the reliance of youths on Facebook increase political knowledge by tracking the political content.

Key Words: The role of Facebook; Political Knowledge; Algerian youth

1. مقدمة:

إن التطور المتزايد في منصات التواصل الاجتماعي الذي شهده العالم في السنوات الأخيرة، أدى إلى خلق بيئة اجتماعية افتراضية، ساهمت في ظهور قبائل أو عصبية كبيرة تجمعهم توجهات وتصورات شبه مشتركة، ضمن مجال افتراضي، بحيث سهلت هذه المنصات عملية التواصل والحصول على المعلومات والتفاعل معها بشكل مباشر، كما استطاع مستخدميها ممارسة كافة الأنشطة التفاعلية الافتراضية، ولم تكتفي بهذه الأدوار وإنما أدت مع مرور الوقت دورا مهما في بناء المعارف والمواقف، وتشكيل الاتجاهات إزاء القضايا الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية مجال دراستنا، بحيث وفرت مساحات افتراضية كبيرة للعديد من الناشطين السياسيين والمواطنين للتعبير عن آرائهم ومواقفهم رغبة في إحداث التأثير والتغيير في العملية السياسية.

ولعل أبرز مظاهر هذا التطور موقع الفيسبوك الذي شاع استخدامه لدى شرائح مختلفة من المجتمع الجزائري بمختلف سماتهم الاجتماعية والثقافية، أبرزهم فئة الشباب كونهم الفئة الأكثر انجذابا وتأثرا بكل ما هو جديد، لدرجة أنه بات -الفيسبوك- ينافس وسائل الإعلام التقليدية في عملية نقل ونشر الأخبار بشكل سريع، ليصبح بذلك من أهم مصادر المعلومات والتفاعل، والمداومات السياسية، والانتقال الحر للأفكار في الوقت الحاضر.

والملاحظ في السنوات الأخيرة أن دور المؤسسات التي لها علاقة بتكوين الفرد وتنشئته سياسيا، على غرار الأسرة، المؤسسات التعليمية، الأحزاب والجمعيات السياسية، ووسائل الإعلام التقليدية، تراجع نوعا ما إذ لم تعد قادرة على إشباع رغباتهم وحاجاتهم المعرفية، مقابل تزايد دور منصة الفيسبوك ليشمل عملية تنمية المعرفة السياسية، من خلال فتح فضاء افتراضي يسمح بمشاركة في صنع القرار، ونقل المعلومات السياسية الكافية للملايين من مستخدميها، والتي تتمركز في ذاكرتهم للمدى الطويل، باعتبار أن المعرفة السياسية تشير إلى: "مجموعة من حقائق حول نظام سياسي يمكن للفرد أن يتذكرها ويستعيدها لتفسير وفهم الأحداث والتطورات داخل هذا النظام (Daniela,p,2015,18)

2. مشكلة الدراسة:

شهد العالم العربي في الآونة الأخيرة ظواهر وحركات سياسية مختلفة، والمجتمع الجزائري على غرار المجتمعات العربية عرف تطورات سياسية بالغة الأهمية منذ 2019 إلى الآن، من الحراك الشعبي، إسقاط النظام السابق، انتخابات رئاسية، وغيرها من أحداث، بحيث

فرض هذا الوضع تسارع وتزايد في الأحداث السياسية من جهة، وتزايد حاجات المواطن في الحصول على المعلومات التي تشبع حاجاتهم المعرفية من جهة أخرى، باعتبار أنه كلما زادت التغييرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، لذا وجب علينا إعادة النظر في مصادر تكوين المعرفة السياسية، أخذين بعين الاعتبار التحولات الطارئة في البيئة الافتراضية الناتجة عن التفاعل التكنولوجي العالمي، وما أفرزته من منصات للتواصل الاجتماعي، التي عرفت انتشارا كبيرا بين الفئات الشبابية وعلى رأسها الفيسبوك. وبالتالي جاءت هذه الدراسة لمحاولة معرفة مدى مساهمة منصة الفيسبوك في تزويد مستخدميه من شباب ولاية سيدي بلعباس بالمعلومات السياسية التي تشبع رغباتهم وتساهم في تشكيل معارفهم السياسية حول القضايا السياسية الوطنية، في الفترة الممتدة من نوفمبر 2022 إلى جانفي 2023، وعليه يمكننا طرح السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى إسهام موقع الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية لأفراد عينة الدراسة؟

3. تساؤلات الدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام شباب ولاية سيدي بلعباس منصة الفيسبوك؟
- ما هي الدوافع السياسية لاستخدام عينة الدراسة الفيسبوك والاشباعات السياسية المتحققة؟

- ما مدى مساهمة موقع الفيسبوك في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية الوطنية؟

4. أهداف الدراسة:

تصبو هذه الدراسة لتحقيق الأهداف البحثية التالية:
- معرفة طبيعة استخدام أفراد عينة الدراسة الفيسبوك.
- معرفة الدوافع السياسية لاستخدام الشباب موقع الفيسبوك والاشباعات السياسية المتحققة نتيجة هذا الاستخدام.
- معرفة طبيعة إسهامات الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية لأفراد عينة الدراسة.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.5- الدور:

- المفهوم الاصطلاحي: هو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوك، التي تتوقع أعضاء جماعة أن يروه فيمن يشغل وظيفة (فريد، أ، 2016، 06).

- المفهوم الإجرائي: هو كل ما يقوم به موقع الفيسبوك للمساهمة في تنمية المعارف السياسية لأفراد عينة الدراسة سواء إيجابيا أو سلبيا.

2.5- الفيسبوك:

- المفهوم الاصطلاحي:

توجد عدة تعريفات للفيسبوك ولعل أبرز تعريف كان في قاموس الإعلام والاتصال على أنه: موقع من مواقع التواصل الاجتماعي الذي تأسس عام 2004، يسمح بعرض الصفحات الشخصية، وتطورها، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه سرعان ما شمل عامة الناس (Marcel, d, 2009,117)

فهو عبارة عن موقع اجتماعي على الانترنت يستجيب لخدمة بسيطة وهي بناء العلاقة بين مستخدمي الانترنت، إذ يسمح لهم بنشر المحتوى وتبادل الرسائل مع بعضهم البعض، ويعتبر ثاني أكثر مواقع الويب زيارة في العالم بعد Google. (Mathieu,t,2015, 06)

المفهوم الإجرائي: أحد تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، الأكثر شيوعا واستخداما من قبل مختلف فئات المجتمع، إذ يعتبر فضاء اجتماعي افتراضي يضم جماعات افتراضية تحمل آراء وأفكار ومعارف متباينة حول مختلف المواضيع.

3.5- المعرفة السياسية:

- المفهوم الاصطلاحي:

هي جزء من بنية الثقافة السياسية، إلى جانب القيم السياسية، الأعراف والتقاليد السياسية، والسلوك السياسي (Daniela,p,2015,19)، تكون مرتبطة بتراكم المعلومات السياسية للفرد، إذ تؤدي هذه المعلومات إلى تطوير المهارات المعرفية للفرد، والتي تعتبر ضرورية لفهم الأحداث السياسية والحكم عليها وتقييمها (إسماعيل، م، 1997، 25). لدرجة القدرة على تقديم إجابات صحيحة ودقيقة حول الإشكالات السياسية، وهذا ما أكد عليه تعريف بودرو ولوبيا في دليل كامبردج للعلوم السياسية التجريبية، بأنها: "مقياس لقدرة المواطن على تقديم إجابات صحيحة لمجموعة محددة من الأسئلة القائمة على الحقائق" (Daniela,p,2015,18).

- المفهوم الإجرائي: هي إدراك أفراد عينة الدراسة بعض المفاهيم السياسية، وامتلاكهم معلومات ومعارف سياسية، المتمركزة في ذاكرتهم للمدى الطويل، كمعرفة أسماء

المسؤولين القيايين والشخصيات السياسية، وكذا معرفة أسماء المؤسسات السياسية، وطريقة عملها، وأدوارها التي تقوم بها، ومعرفة القضايا والأحداث السياسية الوطنية.

4.5- الشباب:

- المفهوم الاصطلاحي: تعتبر شريحة اجتماعية الأكثر حيوية وقدرة على العمل والنشاط، وتعتبر الفئة العمرية التي يكاد بناؤها النفسي والثقافي أن يكون مكتمل على نحو يمكنها من التكيف والتوافق والاندماج والتفاعل والمشاركة من أجل المساهمة في تحقيق أهداف المجتمع (لوي، ح، 54، 2016)، وقد حدد الدكتور محمد سيد غلاب في بحثه المتعلق بالوضع الديمغرافي للشباب في الوطن العربي المرحلة العمرية للشباب والتي تقع ما بين (15-30) سنة، انسجاماً مع المفهوم الدولي المتفق عليه (اللموشي، ح، 2020، 15).

- المفهوم الإجرائي: ونقصد بالشباب في هذه الدراسة شباب ولاية سيدي بلعباس، باختلاف أعمارهم، نوعهم، مستواهم الدراسي، حتى الرقعة الجغرافية سواء من المدينة أو الأرياف.

6. المقاربة النظرية:

1.6- نظرية الاستخدامات والاشباعات Uses and Gratifications:

تم توظيف هذه النظرية كمنظية أساسية مؤطرة لدراستنا، كونها الأكثر استخداماً في السنوات الأخيرة لدراسة الاحتياجات التي ترضي مستخدم منصات التواصل الاجتماعي، والفرضية الأساسية التي تقوم عليها هي أن الأفراد يبحثون عن وسائل الإعلام التي تلبي احتياجاتهم وتؤدي إلى الإشباع النهائي.

إلا أن أدبيات هذه النظرية اهتمت بالتمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور Gratification Sought والاشباعات المتحققة Gratification Obtained، فالاشباع الذي يبحث عنه الفرد ليس بالضرورة هو الاشباع الذي يتحقق بالفعل (الحاج، ك، 2020، 102)، وهذا ما يفسر أن الجمهور يختار وسيلة معينة لاشباع رغبات معينة.

وقد استخدمت هذه النظرية على نطاق واسع في مجال السياسة ونشر الرسائل السياسية (Whiting, A, 2013, 363)، فلجوء الساسة لاستخدام الوسائل الإعلامية المتطورة والحديثة، يعود إلى أن المواد الإعلامية على شبكة الانترنت تجد رواجاً كبيراً لدى القراء، لذلك أصبحوا مهتمين أكثر بمنصاتهم الاجتماعية، وبإضفاء أساليب جديدة عليها كلما تعلق الأمر بحملة انتخابية أو استطلاع الرأي بعد عرض برامجهم السياسية.

ولأن نظرية الاستخدامات والاشباع تهتم بالإجابة على السؤال الرئيسي وهو: أين يذهب الأفراد لاشباع احتياجاتهم؟ فاستفادتنا منها كان من خلال أحد الأبعاد الذي حددها (Makingu Mond, Others) في مجال الاستخدامات والاشباع المتوقعة من الانترنت وهي: الاستخدامات والاشباع المعرفية، وذلك من خلال رغبة المستخدم في الحصول على المعلومات، فهي تؤكد منذ نشأتها على أهمية وسائل الاتصال في سياق الحياة اليومية، وفحص طبيعة الاستخدامات، وماهية الإشباعات المتحققة من استخدام منصات التواصل الاجتماعي، وبذلك فهي تساعدنا في معالجة الأسئلة البحثية، حول تحديد عادات وأنماط استخدام شباب ولاية سيدي بلعباس منصة الفيسبوك من جهة، والاشباع المعرفية السياسية المتحققة نتيجة استخدامه الفيسبوك.

2.6- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency:

تستند هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي يمكن اتخاذها إطاراً يعتمد عليه لتطبيق دراستنا، كون أن فكرتها الأساسية تتلخص في أن: أفراد الجمهور يعتمدون وسائل الإعلام لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها الحصول على المعلومات التي توفرها هذه الوسائل حول موضوع معين (العبد، ن، 2009، 371)، وكونها تقوم بتفسير لماذا يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية مباشرة وأحياناً أخرى تكون ضعيفة وغير مباشرة (روكيتش وآخرون، 2002، 413). ولأن تأثيراتها لم تتوقف على الإعلام التقليدي فقط، وإنما شمل الإعلام الرقمي، كونها تفسر الوظائف والأدوار والتأثيرات المعرفية لشبكات التواصل الاجتماعي بطريقة شمولية. وهذا ما أكدت عليه العديد من الدراسات العلمية "بأن الأفراد يقيمون علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام بصفة عامة، بما فيها منصات التواصل الاجتماعي، كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، وفقاً لحدود أهميتها لهم (Miller; K, 2002, 274).

وبما أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تركز على الإجابة على السؤال: لماذا يلجأ الأفراد إلى وسيلة معينة لاشباع احتياجاتهم؟ فاستفادتنا منها كان من خلال تحديد مشكلة الدراسة الكامنة في الرغبة لتوضيح كيفية اعتماد شباب ولاية سيدي بلعباس على تدفق المعلومات والأخبار والصور والفيديوهات في منصة الفيسبوك، للحصول على المعرفة السياسية، وتحديد درجة الاهتمام به كمصدر للمعلومات خاصة في أوقات الأزمات وتزايد الأحداث، باعتبار أن هذه النظرية تقوم على أساس وجود علاقة قوية بين الجمهور

ووسائل الإعلام (التقليدي والجديد)، وأن لهذه الوسائل قدرة على تحقيق التأثير على معارف المتلقي، لاسيما عندما تقوم بنقل المعلومات التي يحتاجها الفرد بشكل وافي.

7. منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بتصنيف الظاهرة بشكل دقيق إما بأسباب كمي، أو أسلوب كفي، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسح الاجتماعي وذلك باستخدام أسلوب المسح بالعينة (مسح جمهور وسائل الإعلام) باعتباره أنه يساعد الباحث في: "التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والتأثيرات المختلفة لدى جمهور وسائل الإعلام، ومستخدمي المواقع الإعلامية على الانترنت ووسائل الإعلام الجديد (المشهداني، س، 2019، 135).

8. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع دراستنا في مستخدمي الفيسبوك من فئة الشباب في ولاية سيدي بلعباس باختلاف أعمارهم ونوعهم، ومستواهم الدراسي والمنطقة الجغرافية (المدينة/ الريف) ونظرا لصعوبة حصر كل مستخدمي الفيسبوك من هذه الفئة، وصعوبة الوصول إليهم لتطبيق هذه الدراسة، اخترنا العينة القصدية المتمثلة في الشباب المستخدم الفيسبوك، والمهتم بالشأن السياسي التي قدرت بـ 120 مفردة من مجموع حجم المجتمع.

9. أدوات جمع البيانات:

لانجاز هذه الدراسة تم الاستعانة بأداة أساسية متمثلة في استمارة الاستبيان، باعتباره أحد أهم الأساليب لجمع أكبر قدر من البيانات اللازمة من المشكلة أو الظاهرة محل البحث لتحقيق الأهداف الأساسية للبحث، فتصميمه يعتبر محددًا هاما لدقة البيانات فعلى الباحث أن يولي إعداده وتصميمه الاهتمام الكافي الذي يرقى بها إلى مستوى الدقة المطلوب (ديب، ح، 2018، 15). لذا قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على المستجوبين بغرض معرفة دور الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية وقد جاءت هذه الأسئلة في شكل محاور.

10. صدق وثبات أداة الدراسة:

1.10- صدق الأداة:

قبل شرونا في توزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين، حاولنا التأكد من مدى صدقها وثباتها، وتمثيلها لأغراض الدراسة، إذ تم توزيعها على 04 من الأساتذة المختصين 03 في مجال علوم الإعلام والاتصال، وأستاذ مختص في علم الاجتماع السياسي، وذلك للتحقق من الصدق الظاهري وصدق المحتوى من حيث مدى الشمولية والوضوح في البنود، وعلى هذا الأساس طلب من المحكمين تقديم ملاحظاتهم واقتراحاتهم وذلك من خلال:

- تحديد مستوى قياس كل فقرة من الفقرات للبعد الذي تنتمي إليها من خلال وضع علامة (X) أمام نسب مئوية تمتد من 0% إلى 100%.

- تحديد مدى صلاحية فقرات المقياس من حيث الصياغة وفي حالة عدم ملاءمتها طلب من المحكمين إعادة تعديلها.

- تقديم اقتراحات عامة حول الفقرات من شأنها تحسين مستوى الأداة.

وبناء على آراء المحكمين تم الاحتفاظ ببنود الاستمارة باعتبار أن جميع البنود تجاوزت نسبة 82%، وبالتالي لم يتم استبعاد أي بند وإنما تعديل طفيف للبعض منها.

2.10- ثبات الأداة:

لمعرفة ثبات الأداة قمنا بحساب معامل الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ لمحاور الأداة ككل، من خلال تطبيق الاستبيان على (20) شخص من داخل مجتمع الدراسة، وذلك بالاعتماد على برنامج SPSS، وكانت النتيجة 0.82 ويعد مستوى مرتفع لثبات الأداة وإجراء البحث، ونسبة تدل على وضوح الأداة، والثقة في صلاحيتها للتطبيق النهائي.

11. الدراسات السابقة:

1.11- دراسة حسن قطيم طماح المطيري: الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط الأردن للموسم 2012/2013.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر وأغراضها ومضامينها المختلفة من قبل الشباب الكويتي، حيث اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج الوصفي المسحي، وعلى أداة استمارة الاستبيان، التي طبقت على عينة من 404 مفردة، جرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

خلصت أهم نتائج الدراسة إلى:

- أهم استخدامات الشباب الكويتي لموقع تويتر هي الاستخدامات السياسية، وقد جاءت في المرتبة الأولى.
- الاستخدامات الإعلامية لموقع تويتر غرضها تبادل بعض الصور مع الأصدقاء، والكشف عن الفساد الإداري في أجهزة الدولة.
- استخدام موقع تويتر لم يؤثر على استخدامات وسائل إعلام أخرى، مما يدل على ضعف فرضية استخدام تويتر كبديل لوسائل إعلامية تقليدية.
- هناك بعض الفروقات التي كانت لصالح الفئة المستخدمة لموقع تويتر من (فئة الأعمال الحرة).

2.11- دراسة بثينة حمدي: دور الإعلام الاجتماعي في تنمية المعرفة السياسية لدى

- الشباب الجامعي. دراسة ميدانية على عينة من الطلبة المستخدمين بجامعة باتنة
- سعت هذه الدراسة لكشف عن دور وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في مواقع الإعلام الاجتماعي في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات السياسية ومن ثم مساهمتها في إكسابهم المعرفة السياسية، اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الاجتماعي، وعلى أداة استمارة الاستبيان، التي طبقت على عينة قوامها 120 مفردة من الشباب الجامعي، جرى اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة. خلصت أهم نتائج الدراسة إلى:
- يعتمد المبحوثين على الإعلام الاجتماعي بشكل كبير في مجال استقاء المعلومات السياسية.

- ساعد الإعلام الاجتماعي في معرفة الطلبة بأغلب القضايا والمواضيع السياسية المطروحة محليا وإقليميا ودوليا.

- ساعدت مواقع الميديا الاجتماعية على زيادة وعيهم بمختلف الأحداث السياسية، وتساعد اهتمامهم بها بفضل استخدامهم لها.

3.11- دراسة طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمد الرواس: العلاقة بين تعرض الشباب

العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية، دفا تر السياسة والقانون، العدد الرابع، جانفي 2011.

سعت هذه الدراسة للكشف عن العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ممثلة في الانترنت ومستوى المعرفة السياسية، وقد اعتمد الباحثان على منهج

المسح بالعينة، وعلى أداة استمارة الاستبيان، بحيث أجريت على عينة متكونة من 400 مفردة، تم سحبها بطريقة عشوائية، وبعد مراجعتها تم استبعاد 30 استمارة لعدم اكتمالها، لتصبح العينة 370 مفردة موزعة بالتساوي على الطلاب والطالبات. خلصت أهم نتائج الدراسة إلى:

- تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام الطلاب.
- حصلت الموضوعات الثقافية على صدارة اهتمام الطلاب عبر الانترنت، وتلاها الموضوعات الرياضية، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثالثة.
- أثبتت الدراسة أن أسباب تفضيل الطلاب المواقع الإلكترونية راجع إلى الجراحة في معالجة الموضوعات الصحفية وابتعادها عن التوجه الحكومي، تنوع الموضوعات وتعددتها، زيادة هامش الحرية.

- أثبتت أن نقصان المعلومات السياسية لدى الشباب أحد عوامل متابعة المواقع الإلكترونية، بالإضافة إلى أن هذه الأخيرة تعمل على إشباع رغبات الباحثين وحاجاتهم السياسية، فضلا عن دورها في عملية التنشئة السياسية.

12. عرض وتحليل النتائج:

لقد قمنا في هذه الدراسة بطرح مجموعة من الأسئلة على المستجوبين بغرض معرفة دور الفيسبوك في تنمية المعرفة السياسية وقد جاءت هذه الأسئلة في شكل محاور:

- محور تضمن يتعلق البيانات الشخصية للمبحوث (النوع/ السن/ المستوى الدراسي/ المنطقة الجغرافية).

- يتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوث (النوع/ السن/ المستوى الدراسي/ المنطقة الجغرافية).

- المحور الأول: يتعلق بعادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لموقع الفيسبوك.

- المحور الثاني: يتعلق بدوافع السياسية لاستخدام أفراد عينة الدراسة الفيسبوك، والاشباع السياسية المحققة.

- المحور الثالث: يتعلق بمساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية لأفراد عينة الدراسة.

جدول (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع.

الفئات	ك	%
أنثى	53	44.16
ذكر	67	55.83
العدد الإجمالي	120	100

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة هم الذكور، بمجموع 67 أي ما يعادل 55.83%، مقابل 53 مفردة من فئة الإناث والتي قدرت بـ 44.16%، ويمكن ارتفاع نسبة الذكور عن الإناث في مجتمع الدراسة، إلى أن الذكور الأكثر اهتماماً بالشؤون السياسية، والأكثر ميلاً للعمل في المجال السياسي مقارنة بالإناث.

جدول (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

السن	ك	%
من 18 إلى 23 سنة	13	10.83
من 24 إلى 29 سنة	29	24.16
من 30 إلى 35 سنة	52	43.33
أكثر من 35 سنة	26	21.66
المجموع	120	100

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة يتراوح سنهم من 30 إلى 35 سنة، بمجموع 52 أي ما يعادل 43.33%، مقابل 29 مفردة يتراوح سنهم من 24 إلى 29 سنة والتي قدرت بـ 24.16%، أما المرتبة الثالثة كانت للفئة الأكثر من 35 سنة التي قدرت نسبتها بـ 21.66%، في حين المرتبة الأخيرة كانت للفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 23 سنة، وبنسبة قدرت بـ 10.83%، وقد تعطينا هذه النسب بعض الدلالات عن مستوى اهتمام فئة الشباب بالمواضيع السياسية.

جدول (03) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ك	%
ابتدائي	03	2.50
متوسط	05	4.16
ثانوي	11	9.16
جامعي	101	84.16

100	120	المجموع
-----	-----	---------

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة مستواهم التعليمي هو جامعي، بمجموع 101 أي ما يعادل 84.16%، مقابل 11 مفردة فقط مستواهم التعليمي ثانوي، قدرت النسبة بـ 24.16%، وينسب جد متدنية جاء مستوى المتوسط وقد قدرت بـ 4.16%، والمستوى الابتدائي بنسبة 2.50%.

جدول (03) توزيع أفراد العينة حسب المنطقة الجغرافية.

المنطقة الجغرافية	ك	%
المدينة	68	56.66
الدائرة	33	27.50
البلدية	19	15.83
المجموع	120	100

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين من عينة الدراسة مقيمين في المدينة، بنسبة 56.66%، مثلها 68 مفردة، أما المرتبة الثانية كان للمقيمين في دوائر سيدي بلعباس، وقد قدرت نسبتهم بـ 27.50%، وبنسبة قليلة نوعا ما عن النسبة الثانية كانت للمقيمين في البلديات، وقد قدرت بـ 15.83%، وعند مقارنة هذه النسب، نجد أن نسبة المقيمين من عينة الدراسة في المدينة هي النسبة المرتفعة.

جدول (3) توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام منصة الفيسبوك.

حجم الاستخدام	ك	%
قوي	89	74.17
متوسط	27	22.50
ضعيف	4	3.33
المجموع	120	100

من خلال نسب الجدول أعلاه يتبين لنا أغلب أفراد عينة الدراسة وهذا بنسبة مئوية قدرت بـ 74.17% يستخدمون الفيسبوك بشدة، في حين كانت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك بمستوى متوسط تقدر بـ 22.50%، ونجد في المقابل أن احتمال مستوى ضعيف سجل أدنى مرتبة بنسبة 3.33% من أفراد العينة، وبعد استعراض هذه النسب تبين أن حجم استخدام الفيسبوك يكون قوي، وهذا ما يوضح ضرورة هذه المنصة بنسبة

لأفراد المجتمع، فهناك دراسة أكدت أن عدد المستخدمين النشطين يوميا على الفيسبوك بلغ 1.96 مليار، بزيادة طفيفة عن الربع الأول (Dixon, S,2022).

جدول (04) توزيع أفراد العينة حسب معدل ساعات استخدام منصة الفيسبوك

التوزيع الزمن	ك	%
من ساعة إلى ساعتين	2	1.66
2-4 ساعات	11	9.16
5-6 ساعات	23	19.16
أكثر من 6 ساعات	84	70
المجموع	120	100

يوضح لنا الجدول رقم 04 متوسط الاستخدام اليومي لموقع الفيسبوك لأفراد العينة، بحيث توصلنا إلى أن 1.66% من عينة الدراسة يتراوح متوسط استخدامهم اليومي للفيسبوك ما بين ساعة إلى ساعتين، في حين نجد 9.16% من يستخدمه ما بين 2-4 ساعات بتمثيل 11 مفردة من عينة الدراسة، وبنسبة 19.16% يستخدمونه من 5-6 ساعات وقد احتلت هذه النسبة المرتبة الثانية، أما 84 مفردة من المبحوثين كان استخدامهم للفيسبوك أكثر من 6 ساعات بنسبة قدرت ب 70%، وهي النسبة الأكبر لمتوسط الاستخدام.

الملاحظ من هذه الأرقام أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بحجم ساعي كبير، وهذا ما يوضح أن استخدامه أصبح المسيطر على حياتنا اليومية بحسب الوقت الذي نمضيه في التصفح الذي لم يعد مقتصر على أوقات الفراغ بل حتى في أوقات العمل والدراسة، ويمكن إرجاع هذا إلى حرص أفراد عينة الدراسة على متابعة المستجدات الطارئة في مختلف المجالات، بخاصة الأحداث السياسية الوطنية، بحكم الآنية وسرعة نقل الأخبار التي تتميز بها منصة الفيسبوك.

جدول (05) توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك

التوزيع	ك	%	الدوافع
التواصل مع الأصدقاء	88	73.33	
التعليم والثقيف	44	36.66	

34.16	41	نقاشات تخص الوضع العام
42.50	51	التسلية والترفيه

يظهر هذا الجدول قياس مستوى دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، إذ قمنا بتحديد 04 دوافع، فالملاحظ هو ميل أفراد عينة الدراسة نحو استخدام الفيسبوك لدافع التواصل مع الأصدقاء بنسبة قدرت ب 73.33%، فما عبر 51 من المبحوثين أن دافعهم الرئيسي من الاستخدام هو التسلية والترفيه وقدرت النسبة ب 42.50%، ويلها دافع التعليم والتثقيف بنسبة 36.66%، وبنسبة جد قريبة كانت لدافع نقاشات تخص الوضع العام وقدرت ب 34.16% مثلتها 41 مفردة.

ولعل ارتفاع نسبة احتمال التواصل مع الأصدقاء، راجع إلى الغرض الأساسي من وراء تأسيس هذه المنصة، المتمثل في الدافع الاجتماعي الذي يهدف إلى الحفاظ على العلاقات الاجتماعية، والرغبة في التواصل بين الأشخاص لتلبية احتياجاتهم النفسية والاجتماعية، هذا باعتبار أن الفيسبوك موقع اجتماعي يهدف إلى حث مستخدميه على أن يصبحوا أكثر انفتاحا وتوصلا مع بعضهم البعض، أما احتمال مناقشة الوضع العام، والتعليم والتثقيف الذي يدخل ضمن الدوافع النفعية، التي تحقق منفعة ذاتية مثل المعلومات والخبرات والمعارف عن الذات والعالم (عكاشة، ر، 2020، 21)، ويمكن إرجاعه إلى خصائص المبحوثين، فالعينة هي قصدية، اقتصرت على المهتمين بالشأن السياسي، فمن الطبيعي أن يتم استخدام الفيسبوك لغرض التطلع والتثقيف ومناقشة مواضيع تخص الشأن العام، من خلال البحث عن المعلومات والتفاعل معها، خاصة أن استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال بات يساهم في تحصيل الطلبة وزيادة دافعهم للتعلم من خلال المعلومات المتحصل.

جدول (06) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي ينتقها من الفيسبوك.

طبيعة المواضيع	ك	%
سياسية	89	74.16
اجتماعية	47	39.16
ثقافية	32	26.66
رياضة	46	38.33
عامة	42	35
المجموع	120	100

سعيًا من خلال هذا الجدول معرفة أكثر المواضيع التي تثير انتباه أفراد عينة الدراسة أثناء استخدامهم موقع الفيسبوك، حتى نوضح علاقة مستخدمي الفيسبوك من عينة الدراسة بطبيعة محتوى الذي يقدمه، وكان أبرزها المواضيع السياسية التي تصدرت قائمة الاحتمالات بنسبة 74.16% بمجموع بلغ 89 تكرار، و49 مفردة من المبحوثين أي ما يعادل 39.16% ينجذبون للمواضيع الاجتماعية، يليها المحتوى الرياضي بنسبة 38.33% ومثلتها 46 مفردة من المبحوثين، و35% من عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك لمتابعة المواضيع العامة، أما المرتبة الأخيرة كانت للمحتوى الثقافي بنسبة 26.66% بمجموع تكرار 32 تكرار، وقد نرجع السبب في اهتمام أفراد عينة الدراسة بالمواضيع السياسية إلى رغبة المبحوثين في رفع من مستوى معرفتهم السياسية، وهذا ما يؤكد على أن الشريحة الأكبر من الجماهير التي تستخدم وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم هي الشريحة التي تهتم بالرسائل ذات الطابع السياسي (البشر، م، 2017، 61).

جدول (07) توزيع أفراد العينة حسب المواضيع السياسية التي تشغل اهتمامهم في الفيسبوك.

نوع القضايا	ك	%
المواضيع السياسية الدولية	54	45
المواضيع السياسية العربية	60	50
المواضيع السياسية الوطنية	93	77.50
المجموع	120	100

يوضح هذا الجدول نوعية المواضيع السياسية التي تشغل اهتمام أفراد العينة أثناء استخدام موقع الفيسبوك، أين تبين أن 93 مفردة أي ما يعادل 77.50% من المبحوثين يهتمون بالمواضيع السياسية الوطنية، في حين نالت المواضيع العربية المرتبة الثانية بنسبة 50%، ثم تاليها المواضيع الدولية بنسبة 45% ومثلتها 54 مفردة من عينة الدراسة، وربما يعود سبب اهتمام أفراد عينة الدراسة بالمواضيع السياسية الوطنية إلى فترة انجاز الدراسة وطبيعة المرحلة التي تمرها بها الجزائر من حركات وتطورات سياسية بالغة الأهمية، أبرزها الانتخابات التشريعية الجزائرية 2022، فضلا على اهتماماتهم بالقضايا العربية نتيجة للأزمات السياسية التي تشهدها الدول العربية كالتفجيرات الإرهابية في لبنان، والتصعيد السياسي بالعراق من حل البرلمان وإجراء انتخابات، تظاهرات شعبية في

عدة مدن في أواخر ديسمبر، استمرار عمليات القتل بفلسطين، والملاحظ أيضا أنه هناك اهتمام بالقضايا الدولية بنسبة قدرت ب 48.60%.

جدول (08) توزيع أفراد العينة حسب أشكال المنشورات السياسية في الفيسبوك.

أشكال المنشورات السياسية	ك	%
النصوص القصيرة	55	45.83
الفيديوهات	69	57.50
النقاشات السياسية على المباشر	51	42.50
الصور والفيديوهات الساخرة memes	53	44.16
المجموع	120	100

توضح لنا نتائج الجدول أعلاه أن شكل المنشورات السياسية التي تثير اهتمام أفراد العينة أثناء تعرضهم للمحتوى السياسي من خلال الفيسبوك هي الفيديوهات بنسبة 57.50% وقد جاءت هذه النسبة في المرتبة الأولى، تليها في المرتبة الثانية النقاشات السياسية على المباشر بنسبة 45.83%، أما الصور والفيديوهات الساخرة فاحتلت المرتبة الثالثة بنسبة 44.16%، في حين أن 51 مفردة من المبحوثين أي ما يعادل 42.50% تهتم بالنصوص القصيرة، أثناء تلقيهم للمضامين السياسية، ويمكن تبرير هذه النتائج إلى قابلية أفراد العينة لمتابعة المضامين السياسية بمختلف أشكال المنشورات الفيسبوكية، فنجد الفيديوهات ونصوص قصيرة حظيت باهتماماتهم بشكل كبير وهذا ما يوضح لنا خصائص مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يميلون إلى نمط القراءة السريعة، فضلا على اعتمادهم على إثارة حواسهم من خلال مشاهدتهم للفيديوهات، وقد توافقت هذه النتيجة مع دراسة بثينة حمدي (2016)، التي توصلت إلى أن المستخدم يعتمد على إثارة مختلف الحواس من خلال توظيف النصوص والصور والوسائط المتعددة ومختلف عناصر الجذب.

جدول (09) توزيع أفراد العينة حسب دوافع استخدام الفيسبوك لمعرفة آخر

المستجدات السياسية.

دوافع الاستخدام	ك	%
ينقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية	21	17.50
سرعة نقل الأخبار	76	63.33

56.66	68	يطرح مختلف المواضيع بجرأة
39.16	47	يهتم بالرأي والرأي الآخر
100	120	المجموع

يوضح هذا الجدول سبب تفضيل استخدام أفراد عينة الدراسة الفيسبوك لمعرفة آخر المستجدات السياسية، إذ جاء الاحتمال الذي ينص على أن الفيسبوك سريع في نقل الأخبار بنسبة 63.33% ما يمثل 76 مفردة في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية وبنسبة 56.66% جاء احتمال جرأة الموقع في طرح مختلف المواضيع، وفي المرتبة الثالثة لأنه يهتم بالرأي والرأي الآخر وبنسبة قدرت بـ 39.16%، أما المرتبة الأخيرة كان لسبب أنه ينقل الصورة الحقيقية للأوضاع السياسية وذلك بنسبة قدرت بـ 17.50%.

ويمكن إرجاع سبب في تفضيل المبحوثين استخدام الفيسبوك لمعرفة مستجدات الساحة السياسية إلى السرعة في نقل الأخبار، إلى أنه يرضي المتلقي الذي يتطلع لمعرفة الخبر فور وقوعه، والجرأة في طرح المواضيع، ومقابل ذلك تسجيل نسبة منخفضة لاحتمال أن الفيسبوك ينقل الصورة الحقيقية، ويمكن إرجاع السبب ذلك إلى عدم ثقة عينة الدراسة بالأخبار المنشورة خاصة مع ظهور مصطلح الأخبار الكاذبة (Fake News) والتي عرفت في قاموس كامبريدج للغة الانجليزية، بأنها: "قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار، تنتشر على الانترنت أو تستخدم وسائط أخرى، وعادة ما يتم انتشارها للتأثير على الآراء السياسية (مكاوي، م، 2020، 243)، وهذا ما أكد عليه Han Luo, Meng Cai, and Ying Cui الذي وجد أن الفيسبوك ساهم في انتشار المعلومات المضللة التي ساهمت بدورها في تضليل الجمهور ودفعهم إلى اتخاذ قرارات خاطئة (Luo, H, 2021, 20).

جدول (10) توزيع أفراد العينة حسب دوافع متابعة الصفحات السياسية عبر

الفيسبوك.

الدوافع	ك	%
تحقيق اشباع معرفية سياسية	52	43.33
محاولة نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية	21	17.50
معرفة المستجدات في الشأن السياسي	77	64.16
المجموع	120	100

يوضح لنا الجدول رقم (10) دوافع متابعة أفراد عينة الدراسة الصفحات السياسية عبر الفيسبوك، أين تبين أن 77 مفردة وبنسبة مئوية قدرت ب 64.16% يتابعون الصفحات السياسية لمعرفة المستجدات في الشأن السياسي، في حين حقق احتمال تحقيق إشباعات معرفية سياسية المرتبة الثانية بنسبة 43.33%، أما احتمال محاولة نشر ومشاركة الأصدقاء مواضيع وقضايا سياسية كان في المرتبة الثالثة وبنسبة جد ضعيفة قدرت ب 17.50%، ويمكن إرجاع هذه النتائج إلى اهتمام أفراد عينة الدراسة بالشأن السياسي خاصة في أوقات الصراعات والأزمات، مما يضطرهم للتصفح الصفحات والمجموعات السياسية لمعرفة المستجدات السياسية وذلك لزيادة رصيدهم المعرفي السياسي هذا من جهة، ومن جهة أخرى يبين أهمية موقع الفيسبوك بالنسبة للمبحوثين كمصدر لإشباع حاجاتهم المعرفية السياسية، بغض النظر على مدى ثقتهم بمصداقية الخبر المنشور، والملاحظ أيضا من خلال النتائج أنه ولا مبحوث قدم احتمالات أخرى لسبب متابعتهم للصفحات السياسية، وإنما اكتفوا بالاحتمالات المقدمة.

جدول (11) توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات السياسية المتحققة نتيجة استخدام الفيسبوك

الاشباعات السياسية المتحققة	ك	%
التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية	73	60.83
فتح النقاش السياسي حول القضايا المهمة	10	8.33
الخروج من دائرة الصمت والتحييد الإعلامي للقضايا السياسية ذات الأولوية	49	40.83
المجموع	120	100

سعيًا من خلال هذا الجدول قياس الدافع الرئيسي لتوجه الطلبة نحو استخدام منصة الفيسبوك، لتوضيح علاقة مستخدمي الفيسبوك من عينة الدراسة بمحتوى الذي يقدمه، وبالتالي معرفة الإشباعات التي تتحقق لديه نتيجة هذا الاستخدام، وعلى هذا الأساس تم تحديد مجموعة من الدوافع، وترك المجال للتعبير عن دوافع أخرى من خلال تخصيص خانة أخرى تذكر، وكانت النتائج كالآتي: أول دافع لاستخدام المبحوثين للفيسبوك هو التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية بنسبة 60.83% بمجموع 73 تكرار، وثاني دافع كان للخروج من دائرة الصمت والتحييد الإعلامي للقضايا السياسية ذات الأولوية بنسبة 40.83%، يليها في المرتبة الثالثة بنسبة 30% مجموعة من دوافع

حددها أفراد العينة، تمثلت في كشف الحقائق عن القضايا السياسية المهمة التي لا تود أطراف معينة نشرها، التطلع على الرأي العام حول القضايا الوطنية، معرفة المستجدات السياسية على الصعيد الوطني، أما دافع فتح النقاش السياسي حول القضايا المهمة احتل المرتبة الأخيرة بنسبة 8.33% مثلتها 10 مفردات.

يمكن إرجاع سبب هذه النتائج إلى العوامل التالية: عدم فرض الرقابة على ما يقال في الموقع، حرية التعبير للجميع، خاصة في ظل التعتيم التي تفرضه وسائل الإعلام التقليدية بالنسبة للمواضيع المهمة، فالانترنت وما أفرزته من وسائل ومواقع اجتماعية ذات طبيعة ديمقراطية، كانت قادرة على رفع القيود والمحددات على حرية التعبير.

المحور الثالث: مساهمة الفيسبوك في زيادة المعرفة السياسية لدى شباب سيدي بلعباس

جدول (12) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المعلومات التي يستقيها أثناء تلقي المضامين السياسية عبر الفيسبوك.

طبيعة المعلومات	ك	%
نشاطات النشطاء السياسيين	34	28.33
اللقاءات المباشرة للساسة عبر صفحات الفيسبوك	26	21.66
منشورات سياسية لقادة الرأي المؤثرين	57	47.50
أخرى	03	2.50
المجموع	120	100

سعيًا من خلال الجدول رقم (12) معرفة طبيعة المعلومات التي يستقيها المبحوثين، بحيث توصلنا إلى: أن النسبة الكبرى من عينة الدراسة والتي قدرت ب 47.50% يتابعون منشورات سياسية لقادة الرأي المؤثرين، يليها في المركز الثاني بنسبة 28.33% أي ما يمثل 34 مفردة يتابعون نشاطات النشطاء السياسيين، في حين نال احتمال متابعة اللقاءات المباشرة للساسة عبر صفحات الفيسبوك أقل نسبة والتي قدرت ب 21.66%، ولعل ما يفسر تفضيل المبحوثين منشورات قادة الرأي المؤثرين بدل نشاطات السياسيين ولقاءاتهم على المباشر، هو قلة ثقة الشباب برجال السياسة، كما تم ذكر 04 إجابات أخرى من قبل 03 مبحوثين من أصل 120 مبحوث، والتي تمثلت في متابعة تصريحات الوزراء عبر صفحاتهم الخاصة، خروجات بعض المسئولين المنشورة في صفحاتهم، متابعة منشورات

الصفحات الرسمية للقنوات الإعلامية المشهورة، نشاطات أصحاب الصفحات السياسية، وهذا ما يفسر اكتفاء أفراد العينة بالاقترحات المقدمة.

جدول (13)) توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من الانخراط في المجموعات والصفحات السياسية عبر الفيسبوك:

نوع القضايا	ك	%
تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية المطروحة	35	29.16
مناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام	54	45
التعبير بحرية مطلقة عن رأي الخاص	71	59.16
المجموع	120	100

توضح النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول رقم (13)، أن التعبير بحرية مطلقة عن الرأي الخاص حضي بأعلى نسبة قدرت بـ 59.16% عبر عنها 71 مفردة من العينة، أما مناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام فقد حضيت بنسبة 45% ما يمثل 54 مفردة، في حين حضي احتمال تحديد رأي خاص حول القضايا السياسية المطروحة المرتبة الأخيرة بنسبة 29.16% مثلتها 35 مفردة، الملاحظ من خلال هذه النتائج أن انخراط أفراد عينة الدراسة في المجموعات والصفحات السياسية عبر منصة الفيسبوك والتعرض للمضامين المنشورة عبرها ساعدهم في التعبير بحرية مطلقة عن رأيهم الخاص، ومناقشة المواضيع الممنوع مناقشتها في وسائل الإعلام، وهذا ما يتوافق تماما مع نتائج الجدول رقم (11) بحيث عبروا الأغلبية أن الغرض الأساسي من استخدام الفيسبوك هو التعبير بحرية مطلقة على الآراء والأفكار، وبالتالي يمكننا التأكيد على ديمقراطية المعلوماتية للفيسبوك في الحصول على الأخبار والمعلومات ونشرها دون سلطة أو رقابة، وهذا ما أكدت عليه دكتورة لامية طالا في مقالها إذ اعتبرت مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك- إعلاما بلا وسيط يتيح المجال للأفراد للتعبير عن آرائهم ونقل رسائل إلى مؤسسات وجماعات أخرى (طالة، ل، 2018، 178).

جدول (14) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الإشباعات المتحققة نتيجة مشاركة أصدقاء الفيسبوك بعض المنشورات السياسية في حساباتهم الخاصة.

طبيعة الإشباعات المتحققة	ك	%
معرفة آخر المستجدات حول الأوضاع السياسية الجزائرية	50	41.66
الحصول على معلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي	66	55
التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية	47	39.16
المجموع	120	100

يوضح الجدول رقم (14) طبيعة الإشباع الذي يرغب كل مبحوث الوصول إليه، أين تبين أن 66 من المبحوثين صنّفوا الحصول على معلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي في المرتبة الأولى بنسبة 55%، فيما صنّف احتمال معرفة آخر المستجدات حول الأوضاع السياسية الجزائرية في المرتبة الثانية بنسبة 41.66% أي بمعدل 50 مفردة، أما احتمال التعرف على وجهات النظر المختلفة حول القضايا السياسية جاء في المرتبة الثالثة بنسبة 39.16% بمعدل 47 مفردة من مجموع مفردات عينة الدراسة، وتوضح نتائج هذا الجدول أن غالبية المبحوثين يسعوا من خلال متابعة المنشورات السياسية لأصدقائهم عبر الفيسبوك إلى تحقيق الدوافع النفعية المتمثلة في الإشباعات المعرفية السياسية، وبالرجوع إلى الجدول رقم (08) نجد أن أزيد من نصف المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بغرض معرفة المستجدات السياسية، ويمكن إرجاع السبب إلى خصائص أفراد عينة الدراسة كونهم مهتمين ومتطلعين بشكل دائم على الشؤون السياسية، فمن الطبيعي أن يكون اهتمامهم الأول هو معرفة كل ما يتعلق بالشأن السياسي، وبالتالي استخدام مختلف وسائل الإعلام بخاصة الوسائل الجديدة، وذلك لإشباع رغباتهم المعرفية.

جدول (15) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء الشخصيات والقيادات السياسية.

حجم الاستفادة	ك	%
كثيرا	83	69.16
قليلًا	09	7.50
لم نستفد	28	23.33
المجموع	120	100

أردنا من خلال الجدول رقم (15) معرفة درجة استفادة أفراد عينة دراسة من استخدام الفيسبوك، أين تبين أن أكثر من نصف العينة بنسبة 69.16% من المجموع الكلي، استفادوا من الموقع في معرفة أسماء الشخصيات السياسية، في حين 23.33% ما يمثل 28 مبحوث لم يستفد من الفيسبوك لإشباع هذه الحاجة، أما 9 مفردات من عينة الدراسة ما يعادل 7.50% استفادوا لكن بدرجة قليلة.

أسماء الشخصيات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال المنشورات السياسية للصفحات عبر الفيسبوك هي:

وللتأكد من صحة إجابات المبحوثين الذين عبروا عن الدور الايجابي الذي لعبه الفيسبوك للمساعدة في معرفة أسماء الشخصيات السياسية، تم ربط الجدول رقم (15) بسؤال حول أسماء الشخصيات التي تم التعرف عليها، بحيث سجلنا العديد من الأسماء منها معروفة ومشهورة لدى عامة الناس، ومنها أقل شهرة، وكان أبرزها:

عبد المجيد تبون، سعيد بوتفليقة، طيب رجب أردوغان، القايد صالح، بن قرينة، لويزة حنون، نورية بن قبريط، إيمان فرعون، أحمد أويحي، علي حداد، فلاديمير بوتين، رشيد نكاز، كريم طابو، جمال خاشقجي، جمال عباس، طالب الابراهيمي، جوزيف غوليز رجل الإعلام لدى هيتلر، انجيلا ميركل، شنقريحة، يمين زروال وغيرها من الأسماء.

الملاحظ من خلال هذه الأسماء أن معظمها برزت في فترة الحراك الشعبي 22 فيفري 2019 سواء بالمشاركة أمثال المحامي مصطفى بوشاشي، أو المعارضة أمثال كريم طابو، أو اصدر تصريحات أمثال رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي السابق أحمد قايد صالح، أو المتهمين بالفساد أمثال علي حداد، أحمد أويحي، سعيد بوتفليقة، عبد الملك سلال، ويمكن إرجاع السبب إلى: اهتمام بعض وسائل الإعلام الخاصة بعرض أخبارهم، واهتمام المواطنين بمعرفة مستجداتهم، لاسيما أن أهم مطالب الحراك كانت تنحية شخصيات سياسية عديدة من الساحة السياسية بشعار (تتنحاو قاع)، فمع التعطيم المتعمد الذي فرضته وسائل الإعلام -الذي يخدم سياسيتها التحريرية-، مقابل اهتمام منصات التواصل الاجتماعي على رأسها الفيسبوك بكل ما يتعلق بهذه الشخصيات وعرض أخبارهم على مدار 24 ساعة، بطريقة سهلة وسريعة، مقترنة بالصورة والنقل المباشر، وجد الفرد نفسه أمام كم هائل من المعلومات في هذا الموضوع، وبالتالي يمكننا القول أن استخدام الفيسبوك من

قبل عينة الدراسة ساهم في رفع رصيدهم المعرفي حول أسماء الشخصيات السياسية بنسبة قاربت 70%، وهي نسبة ليست بقليلة.

جدول (17)) توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية.

حجم الاستفادة	ك	%
كثيرا	25	20.83
قليلًا	58	48.33
لم أستفد	37	30.83
العدد الإجمالي	120	100

يظهر الجدول رقم (17) مدى استفادة أفراد عينة الدراسة من استخدام الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات السياسية، وقد اتضح من خلال النتائج أن 58 مبحوث من المجموع الأصلي أي بنسبة مئوية قدرت ب 48.33% استفادوا بدرجة قليلة من هذا الاستخدام، في حين نسبة 30.83% والتي مثلتها 37 مفردة لم يستفيدوا من هذا الاستخدام، في حين ما نسبته 20.83% عبروا أن درجة الاستفادة من استخدام الفيسبوك في معرفة أسماء المؤسسات كانت كثيرة.

توضح هذه النتائج أن على رغم من استخدام عينة الدراسة الفيسبوك والتعرض للمضامين السياسية إلا أنه لم يتحقق الإشباع المتعلق بالتعرف على أسماء المؤسسات والكيانات السياسية.

أسماء المؤسسات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال المنشورات السياسية للصفحات عبر الفيسبوك هي:

وللتأكد من صحة إجابات المبحوثين قمنا بربط الجدول رقم (17) بسؤال آخر حول أهم أسماء المؤسسات السياسية التي تم التعرف عليها، بحيث سجلنا عدد جد قليل من الإجابات التي تمثلت في: مجلس الأمة، حزب طلائع الحريات، المجلس الدستوري، مؤسسة الحقوق الوطنية، والإجابات التي تكررت في كل إستبانة هي الحزب السياسي جهة التحرير الوطني FLN، والحزب السياسي التجمع الوطني الديمقراطي RND.

وهذا ما يوضح لنا أن الفيسبوك لم يساهم في معرفة عينة الدراسة أسماء المؤسسات السياسية، وقد تم تبرير إجاباتهم بأن معظم الصفحات السياسية عبر الفيسبوك لا تهتم

إلا بنقل الأخبار المستجدة عن الشخصيات السياسية، وتقديم الأخبار والمعلومات عن الأحزاب السياسية المعروفة على غرار (FLN و RND)، وأن معرفتهم بأسماء معظم المؤسسات كانت معرفة شخصية، أو من خلال الوسائل الإعلامية التقليدية، والمؤسسات التعليمية (الجامعة)، وهذا باعتبار أن أفراد العينة مهتمين بالشأن السياسي، وأن معظمهم يدرسون أو متخرجين من كلية العلوم السياسية حسب تبريراتهم، بالتالي تلقوا دروس ذات صلة بالمعرفة السياسية.

جدول (19)) توزيع أفراد العينة حسب مدى الاستفادة من المنشورات عبر الفيسبوك في معرفة أدوار المؤسسات السياسية.

حجم الاستفادة	ك	%
كثيرا	53	44.16
قليلا	20	16.66
لم أستفد	47	39.16
المجموع	120	100

حاولنا من خلال الجدول أعلاه معرفة مدى استفادة أفراد عينة الدراسة من المضامين السياسية المنشورة عبر الفيسبوك في معرفة الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية، وتوصلنا إلى أن 53 مفردة من العينة أي ما يعادل 44.16% استفادوا كثيرا من موقع الفيسبوك وقد جاءت هذه النسبة في المرتبة الأولى، أما المرتبة الثانية كانت للاحتمال لم استفد وقد عبرت عليها نسبة 39.16% من مجموع تكرار 47، في حين المرتبة الثالثة مثلتها 20 مفردة وبنسبة 16.66% بحيث عبروا أن درجة الاستفادة كانت قليلة.

أدوار المؤسسات السياسية التي تم التعرف عليها من خلال المنشورات السياسية للصفحات والمجموعات عبر الفيسبوك هي:

وللتأكد أكثر من مدى الاستفادة من المنشورات السياسية المتداولة عبر الفيسبوك ربطنا الجدول رقم (19) بسؤال حول أهم أدوار المؤسسات السياسية التي تم تعرف عليها أفراد عينة الدراسة، إذ سجلنا عدد من الإجابات نطرح على سبيل الذكر لا الحصر ما يلي: الترويج للحملات الانتخابية، توعية الرأي العام خارج إطار تزيف الإعلام، إعادة النظر في تسيير الدولة والقيام بالتعديلات، ملازمة خدمة الجزائر العميقة، تشريع القوانين، العمل على استقرار الوطن، توجيه الأفكار السياسية، صناعة مواطن مدني وفاعل في المجتمع،

كما لمسنا من خلال الإجابات وعميم بكل الأدوار التي طرحت، ويمكن ربط هذه النتائج بخصائص عينة الدراسة التي هي من فئة الشباب الذي يبحث عن المعلومة ويحاولون فهم ما يجري في الساحة السياسية، وهذا ما أتاحة موقع الفيس بوك كونه الموقع المتحرر من قيود الرقابة والمنفتح على حرية التعبير، وكذا المنشورات السياسية المنشورة عبر الصفحات الرسمية وغير الرسمية للمؤسسات السياسية نفسها، أو المنتسبين إليها الذين جعلوا من الفيس بوك منبرا لإبداء الرأي، وتقريب المستخدمين من فهم ادوار تلك المؤسسات وخلق الوعي لديهم.

خاتمة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تستخدم عينة الدراسة الفيسبوك بدافع التواصل مع الأصدقاء بنسبة 73.33%، تلاه دافع التسلية والترفيه بنسبة 42.50%، ثم دافع التعليم والتثقيف بنسبة 62.90%، وهذا راجع إلى الغرض الأساسي من وراء تأسيس هذه المنصة، المتمثل في الدافع الاجتماعي الذي يهدف إلى الحفاظ على العلاقات الاجتماعية، والرغبة في التواصل بين الأشخاص لتلبية احتياجاتهم الاجتماعية والنفسية.
- طبيعة المواضيع التي ينتقها أفراد العينة من خلال الفيسبوك، المواضيع السياسية وذلك بنسبة 74.16%، خاصة الوطنية منها التي تشغل اهتمام أفراد العينة بنسبة 77.50%، وحسب تبريراتهم فهذا الاهتمام راجع إلى تحيزات التخصص، باعتبار أنهم أغلبهم يدرسون أو متخرجين من كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- الاشباعات السياسية المتحققة لأفراد العينة نتيجة استخدام الفيسبوك هو الحصول على المعلومات أكثر فيما يخص الوضع السياسي وذلك بنسبة 55%، فضلا على إمكانية التعبير بحرية مطلقة حول القضايا السياسية بنسبة قدرت ب 59.16%. وهذا راجع إلى عدم خضوع محتواه للرقابة، وعليه يمكن القول أن الفيسبوك ساهم في تقديم المعلومات السياسية الكافية لمستخدميه من شباب ولاية سيدي بلعباس، كما ساهم في انتقال المتلقي من دوامة الصمت المفروضة عليه من قبل الوسائل الإعلامية التقليدية إلى دوامة التعبير عبر المواقع والمنصات الاجتماعية على رأسها الفيسبوك.
- حسب عينة الدراسة فلقد ساهم الفيسبوك بشكل كبير في معرفتهم بأسماء الشخصيات السياسية بنسبة قدرت ب 69.16%، وهذا ما يوضح الدور الايجابي الذي

لعبة الفيسبوك في التقديم والتعريف بالشخصيات السياسية، خاصة أثناء الأزمات وتزايد الأحداث السياسية.

- عبرت ما نسبته 48.33% من عينة الدراسة، أن الفيسبوك ساهم بشكل قليل في معرفتهم بأسماء المؤسسات السياسية، مبررين ذلك بأن المنصة تركز على تقديم أخبار ومعلومات على حزبين سياسيين (جبهة التحرير الوطني، التجمع الوطني الديمقراطي) فقط، دون الاهتمام بالمؤسسات السياسية الأخرى، وأن هذا الإشباع لم يتحقق من خلال الفيسبوك إنما كان نتيجة معرفة شخصية، ومن خلال مؤسسات التنشئة السياسية أخرى (الجامعات، وسائل الإعلام التقليدي).

- تعتبر عينة الدراسة أن الفيسبوك ساهم في معرفة الأدوار التي تقوم بها المؤسسات السياسية بنسبة 44.16%، وهذا راجع إلى اهتمام هذه المؤسسات بتقديم الأدوار التي تقوم بها، وتقديم نشاطاتها عبر صفحاتها الخاصة على الفيسبوك.

- أظهرت النتائج وجود آثار معرفية سياسية تحققت نتيجة استخدام الشباب الجامعي للفيسبوك، وتلقي المضامين السياسية المتداولة فيه، والتي تمثلت في معرفة آخر مستجدات السياسية، معرفة أسماء الشخصيات السياسية، معرفة بعض أسماء المؤسسات السياسية، ومعرفة الأدوار التي تقوم بها، خاصة مع حرص القادة والشخصيات السياسية بشكل كبير على إنشاء صفحات خاصة عبر الفيسبوك، وذلك للتعريف بمؤسساتهم، عرض برنامجهم السياسي الخاصة، وتقديم مختلف أعمالهم ونشاطاتهم.

قائمة المصادر والمراجع:

- أشرف عصام فريد. (2016). دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي. الأردن: جامعة الشرق الأوسط،
- حسن يوسف الموشى. (2020). الشباب بين التحديث والحداثة -دراسة ميدانية على عينة من الشباب الليبي. (الطبعة الأولى). ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- حسنية لولي. (2016). الشباب قراءة في مقارباته وخصائصه، مجلة المري، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، 19، 73-52.
- حيان ديب. (2018). تحليل البيانات. سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية،، 2018.
- رضا عكاشة. (2020). تأثيرات الإعلام نظريات ونماذج الاتصال في المنصات الرقمية. غزة: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع.
- سعد سلمان المشهداني. (2019) منهجية البحث العلمي. (ط1). عمان-الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع،

- عودة سليمان عودة مراد. (2014) واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعوائق استخدامها في التدريس لدى معلمي ومعلمات مدارس تربية لواء الشوبك. مجلة البلقاء للبحوث والدراسات، 17 (01). 138-107
- كمال الحاج. (2020) نظريات الإعلام والاتصال. سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- لامية طالة. (2018). نظريات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام التقليدية: دراسة في النماذج الإعلامية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية، (10). 196-173.
- مُجدد بن سعود البشر. (2017). مقدمة في الاتصال السياسي، (طبعة ثانية)، الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- محمود حسن إسماعيل. (1997) التنشئة السياسية –دراسة في دور أخبار التلفزيون. (ط1). القاهرة: دار النشر للجامعات.
- محمود عبد الله مكاوي. (2020). الأخبار الزائفة Fake News بين الإعلام التقليدي والرقمي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (02)19. 291-237.
- كمال عبد الرؤوف . (مترجم). ملفين ل. ديفلبر، ساندرابول. روكيتش، ترجمة. (2002). نظريات وسائل الإعلام. (ط1). القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- نهي عاطف العبد. (2009). اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. (33). 463-359.
- Han Luo, Meng Cai, and Ying Cui. (2021). Spread of Misinformation in Social Network, Analysis Based on Weibo Tweets, Hindawi Security and Communication Networks.
- Anita Whiting, David Lindsey Williams. (2013). Why use social media: A uses and gratification approach, Qualitive Market Research An International Journal, University of South Alabamna.
- Daniela Pastarmadzhieva. (2015) Political Knowledge: Theoretical formulation and practical implementation, Trakia Journal of Sciences. (13).1..
- Marcel Danesi. (2009). Dictionary of media and communication, M.E.Sharp, New York.
- Mathieu Troillet, Avantages et inconvénient des réseaux sociaux, en particulier “facebook”, pour la promotion dans les secteurs socioprofessionnels, mémoire pour l’obtention du diplôme ES De maitre-esse.
- Miller, Katherine. (2002) Communication Theories: Perspective, Process, and Context, Graw Hill, Boston.
- S. Dixon, Facebook . (2022).number of daily active users worldzide 2011-2022.