

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر

The role of social networks in the development of the political culture of Algerian youth: A field study on a sample of users of social networks in Algeria.

بوطالب حمزة^{1*} ، غالم عبد الوهاب²

¹ مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم (الجزائر)، hamza.boutaleb.etu@univ-mosta.dz

² مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم (الجزائر)، abdelouahab.ghalem@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2021 / 07 / 10

تاريخ القبول: 2021 / 06 / 30

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 11

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، من خلال التعرف على درجة اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر لمعلوماتهم السياسية. والتعرف على مدى مساهمة هذه شبكات في تنمية ثقافتهم السياسية بأبعادها (المعرفية، القيمية، الوجدانية والسلوكية). وقد اعتمدنا على منهج المسح بالعين، باستخدام أداة الاستمارة التي وزعت على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، اخترناهم بطريقة قصدية، وقد توصلنا إلى أن درجة الاعتماد الشباب على فيسبوك ويوتيوب في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية كانت مرتفعة بالنسبة لبقية المواقع، وتوصلنا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة متوسطة في تشكيل الثقافة السياسية بأبعادها (المعرفية، القيمية، الوجدانية والسلوكية) لدى الشباب الجزائري. الكلمات المفتاحية: الثقافة السياسية؛ الشباب الجزائري؛ شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aimed to understand the role of social media in the development of the political culture of Algerian youth, by identifying the degree of dependence of young Algerians on social networks as a source of their political information. And to identify to what extent these networks contribute to the development of their political culture, We used the sample survey method, using the questionnaire tool that was distributed to a sample of social media users in Algeria, and we selected them intentionally. We found that the degree of reliance of young people on Facebook and YouTube for political information was higher compared to the rest of the sites. We have also found that social networks contribute to a moderate degree to the formation of political trust in its dimensions (cognitive, value, emotional and behavioral). Among Algerian youth.

Keywords: Algerian youth; Political culture; Social networks.

* المؤلف المرسل: بوطالب حمزة

1. مقدمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الظواهر الجديدة في فضاء الانترنت والتي أصبحت تشهد نموا رهيبا منذ مطلع العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، حيث أصبحت هذه الشبكات تستقطب شريحة كبيرة من المستخدمين من كل أنحاء العالم ومن كافة الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب، كونهم الفئة الأكثر انجذابا وتتأثرا بكل ما هو جديد. وإن الانتشار الكبير والتوسع في استخدام هذه الشبكات وتزايد اعتماد الشباب عليها في كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية. جعل منها وسيلة منافسة إن لم نقل بديلة لوسائل الإعلام التقليدية، وهذا أصبحت ذات قدرة تأثيرية قوية لا يمكن الاستهانة بها أو تهميش أثرها بنسبة لجميع المجتمعات خاصة النامية منها،

وقد برز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل واضح في مجال السياسة مؤخرا، حيث وفرت فرصا عديدة للناشطين السياسيين وللمواطنين للتعبير عن آرائهم بكل حرية بغية التأثير في العملية السياسية، وبهذا أضحت هذه الشبكات أحد أهم عوامل التغيير السياسي، عالميا ومحليا، فعلى المستوى المحلي شهدت الجزائر مؤخرا حركا شعبيا كان الشباب الجزائري حاضرا فيه بقوة. وقد لعبت فيه شبكات التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها دورا بارزا من خلال توجيه الرأي العام الجزائري وبلورت اتجاهاته وقيمه ومعارفه السياسية، وذلك من خلال المضامين الإعلامية منشورة عبرها، فأثرت على تشكيل وتنمية الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري.

وإذا كان من المسلم به أن المكونات الأساسية للثقافة السياسية تحتوي على أربعة مكونات تتمثل في: المعارف السياسية، القيم السياسية، الاتجاهات والسلوكيات السياسية الفعلية، فلا شك إن هذه المكونات قد تعرضت للتغيير بفعل مجموعة من العوامل، فعلى مستوى المعارف السياسية أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تتيح كم هائل من المعلومات يسهل الحصول عليها، كما أصبحت تعمل على نقل الأخبار والأحداث المحلية والدولية بسرعة وأنية لمستخدميها. الأمر الذي جعلهم أكثر تعرضا لها، وقد ساهمت تلك المعارف والمعلومات في تشكيل آراء وأفكار المجتمعات إتجاه أنظمتهم السياسية وتكوين مجموعة من قيم وعادات وتقاليد، وبدأت عملية تبلور نوع من الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وخاصة لدى الشباب. ومن هنا المنطلق حاولنا في هذه الدراسة التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام) في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري؟

التساؤلات الفرعية: تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- ما هي درجة اعتماد الشباب الجزائري على الشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام) في الحصول على الأخبار والمعلومات السياسية؟
- إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في التنمية المعرفية السياسية لدى أفراد العينة؟
- إلى أي درجة تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في التنمية وتعزيز القيم السياسية لدى أفراد العينة؟
- إلى أي درجة يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات وتفعيل السلوكيات السياسية لدى أفراد العينة؟

أهمية الدراسة: تتجسد أهمية هذه الدراسة في عدة نقاط منها:

- قلة الدراسات السابقة التي تعرضت لهذا الموضوع بالبحث والدراسة.
- كما تتجسد أهمية الدراسة في أهمية الموضوع ذاته فالثقافة السياسية للشباب الجزائري موضوع مهم يستحق البحث والدراسة وبالخصوص في هذه المدة حيث تشهد الجزائر أحداثا سياسية متقلبة نوعا ما.

- تعد هذه الدراسة إسهام بسيط في حقل العلم والمعرفة.
- أهداف الدراسة: الهدف الرئيسي للدراسة هو معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:
- التعرف على درجة اعتماد الشباب الجزائري على الشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام) كمصدر لمعلوماتهم السياسية.
- التعرف على مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية بأبعادها (المعرفية، القيمية، الوجدانية والسلوكية) لدى الشباب الجزائري.

أولاً: مفاهيم الدراسة

1. شبكات التواصل الاجتماعي

توجد عدة تعريفات لشبكات التواصل الاجتماعي ولعل أبرزها تعريف الباحثة أستير دايسون "Esther Dyson" والتي عرفتها بأنها: "مواقع الكترونية تسمح للأفراد التعريف بأنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، كما أنها تسهل عملية إنشاء علاقات اجتماعية مختلفة تتمحور حول مركز اهتمام مشترك، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض ضمن نظام محدد: صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم". (Torloting, 2006) و يعرفها راضي زاهر بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع. ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات". (زاهر، 2003)

التعريف الإجرائي: من خلال التعريفين السابقين يتحدد تعريفنا لشبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من المواقع على شبكات الانترنت ظهرت في العقد الأول من القرن الحالي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل والتفاعل في ما بينهم من خلال تبادل الرسائل والصور والفيديوهات. وهناك أعداد كبيرة ومتنوعة من هذه الشبكات منها ما هو محدود الانتشار ومنها ما هو فائق الانتشار، ولكل منها خدمات ومحتويات تختلف عن الأخرى، ومن أشهرها موقع فيسبوك، موقع تويتر، موقع يوتيوب و موقع أنستغرام.

1.1 الفيسبوك Facebook

يعرف قاموس الإعلام والاتصال الفيسبوك على أنه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي تأسس عام 2004 ويسمح بعرض الصفحات الشخصية (profiles) وتطورها، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع فيما بعد ليشمل عامة الناس". (Danesi, 2009)

التعريف الإجرائي: يمكن تعريف موقع فيسبوك إجرائياً بأنه أهم وأشهر مواقع للتواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، تتيح للمستخدمين الاتصال في ما بينهم من خلال تبادل الرسائل-نصوص-صور-ملفات فيديو... وغيرها، على أن يكون لكل مستخدم صفحة خاصة به، كما يمكن لأي مستخدم أن يقوم من خلال صفحته بتكوين الصداقات والمراسلات والدعوات المتنوعة للمجموعات والصفحات.

2.1 تويتر Twitter

يعرف على أنه: "شبكة معلومات توفر اتصالات آمنة وأنية بين الأعضاء في جميع أنحاء العالم تسمح بمشاركة واكتشاف ماذا يحدث الآن، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن "What's happening"، ويجعل الإجابة تنتشر إلى الملايين عبر العالم على الفور". (Jeffrey, 2012)

التعريف الإجمالي: يمكن تعريف التويتر إجرائيا بأنه: واحد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بالتدوين المصغر، وهو متاح لعامة المستخدمين في الواقع الافتراضي، ويمكن للمستخدمين المسجلين فيه من إرسال ومراجعة الرسائل النصية، كما يمكنهم مشاركة أنواع أخرى من المحتوى مثل الصور ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى الروابط بمواقع الويب الأخرى.

3.1 اليوتيوب Youtube

يعرف اصطلاحاً بأنه: "شبكة مخصصة للتواصل من خلال ملفات الفيديو والمدونات المكتوبة للتعليق عليها، مع إتاحة خدمة قنوات لعرض مجموعة الملفات المتجددة لكل مشترك، مع إتاحة الفرصة للمشاركين مشاهدة كل ما هو جديد في تلك القنوات". (بوخبزة، 2015-2016)

التعريف الإجمالي: يعرف اليوتيوب إجرائياً بأنه موقع خاص بمقاطع الفيديو المتفرع من جوجل "Google"، يتيح إمكانية إنشاء قنوات ونشر الفيديوهات عليها، بالإضافة إلى إمكانية متابعة القنوات الأخرى على الموقع والتفاعل معها من خلال التعليق ومشاركة محتواها في المواقع الأخرى مثل فيسبوك وتويتر..

4.1 أنستغرام Instagram

يُعرف الأنستغرام بشكل عام على أنه "تطبيق مجاني يهدف إلى مشاركة الصور مع الآخرين ويتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة وسم لها كما يمكن المستخدمين من مشاركة الصور مع عدد من تطبيقات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وفي عام 2013 تم إضافة مشاركة مقاطع الفيديو القصيرة". (عبد الرحمن و عبد العزيز، 2019) كما يعرف الأنستغرام على أنه تطبيق قائم على الهاتف المحمول يتيح للمستخدمين التقاط الصور، وتطبيق أدوات المعالجة المختلفة لتعديل مظهر الصور ومشاركتها على الفور مع الأصدقاء على مختلف الشبكات الاجتماعية (Hiram, Winnie wong, Ernest Cyril, & Sally Lau, 2015) التعريف الإجمالي: وفي دراستنا هذه يمكن تعريف الأنستغرام بأنه: تطبيق قائم على الهاتف المحمول والأجهزة اللوحية، يتيح للمستخدمين إمكانية عرض صور وبعض مقاطع الفيديوهات القصيرة وتبادلها فيما بينهم، بالإضافة إلى إمكانية تبادل الرسائل والتعليقات فيما بينهم. كما يتيح هذا التطبيق خاصية تحرير الصور وإضافة تأثيرات خاصة عليها عن طريق استخدام خاصية تعديل الصور(فلتر).

2. الثقافة السياسية

عرف "لوسيان باي Lucian Bay" الثقافة السياسية بأنها: "مجموع الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاماً ومعنى للعملية السياسية، وتقدم القواعد المستقرة التي تحكم تصرفات الأفراد حكماً ومحكومين داخل النظام السياسي". (عبد الرحمن ح.، 2019) من ذلك نفهم أن الثقافة السياسية عند "لوسيان باي" تنصب على المثل والمعايير السياسية التي يلتزم بها أعضاء المجتمع السياسي ويرى "لاري ديموند Larry Diamond" الثقافة السياسية على أنها "مجموعة معتقدات الناس واتجاهاتهم وأفكارهم ومشاعرهم وتقييماتهم المسبقة إزاء النظام السياسي لبلدهم". (قيصران، 2019) وعرف قاموس أكسفورد الثقافة السياسية بأنها "الاتجاهات والقيم التي تتصل بعمل نظام سياسي محدد، وتعد بمثابة معرفة متضمنة، ومهارات مكتسبة عن عمل هذا النظام، كما تتضمن اتجاهات إيجابية وسلبية نحوه، وأيضاً أحكاماً تقييمية بشأنه" (حليلو، 2012) ويرى "براور Brewer" و "رولاد Ronald" أن الثقافة السياسية تتضمن جانبيين أساسيين هما:

أ- القيم والاتجاهات والأفكار السياسية.

ب- السلوك السياسي من جانب المواطنين أو القيادات.

التعريف الإجرائي: في هذه الدراسة نعرف الثقافة السياسية على أنها جزء سياسي للثقافة العامة للمجتمع، وهي مجموعة من المعارف والقيم، والاتجاهات والسلوكيات السياسية السائدة في المجتمع نحو: نظام الحكم، الدولة والسلطة، الولاء والانتماء للوطن. وغيرها من قضايا السياسة الأخرى.

1.2 أبعاد الثقافة السياسية

تتضمن الثقافة السياسية أربعة أبعاد أساسية هي:

1.1.2 المعرفة السياسية: هي المعرفة العامة بالمفاهيم والمصطلحات والظواهر والأحداث والاتجاهات والإيديولوجيات السياسية والمواقف وكذلك معرفة شخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع سواء كان على المستوى المحلي أو الوطني. (قيصران، 2019) أي هي مجموع المعارف والمعلومات المتداولة لدى شعب أو جماعة حول نظامهم السياسي.

2.1.2 القيم السياسية: هي صفات وتصورات وأحكام يؤمن أو يعتقد بها الأفراد وتكون بمثابة معايير يتخذون من خلالها قراراتهم فيما يتصل بالحياة السياسية، مثل الحرية والمساواة وغيرها، وتمثل إطارا مرجعيا للحكم على الأشياء وتحدد سلوك الأفراد وردود أفعالهم تجاه النشاط السياسي، وتحتل موقعا متقدما في تشكيل شخصية الفرد وتكوينه الثقافي مقارنة بالاتجاهات التي تشكل في مجموعها قيما، وهي إنتاج البيئة والمعتقدات والتجربة. (سلام، 2012)

3.1.2 الاتجاهات السياسية: يشير الاتجاه إلى تنظيم عدد من الاستعدادات بموضوع معين، وهي غالبا ما ترتبط بموقف محدد أو موضوع بالذات، وكذلك يرتبط بحالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي، ولهذا تجد عددها كبيرا مقارنة بالقيم التي يقل عددها، وتكون ذات تأثير توجيبي أو حركي على استجابة الفرد لجميع المواقف التي تستشير هذه الاستجابة. (الشهاب، 2016)

4.1.2 السلوكيات السياسية: وهو الجانب المتعلق بممارسات ودور أفراد المجتمع في الحياة السياسية، يتحقق وفقا لثقافة وخبرة الفرد وتفاعله مع المجتمع، وحثه على المشاركة السياسية من خلال عدة نشاطات، مثل: انتماء إلى حزب سياسي، تقلد المناصب السياسية والمشاركة في الانتخابات. حيث تتأثر الثقافة السياسية بما يشهده الفرد، ومدى فعاليته وتأثيره على الحياة السياسية في المجتمع الذي يعيش فيه، فإذا وجد أن الرأي الذي يقدمه والنقد الذي يوجهه يؤثر على مجريات الأحداث السياسية ستزداد فعاليته السياسية. أما إذا وجد أن هذا التأثير محدود للغاية أو أن لا قيمة لرأيه لدي صنع القرار السياسي أو للحزب السياسي المنخرط فيه فإن ذلك سيؤثر سلبا على استمرار اهتمام المواطن بالثقافة السياسية.

3. الشباب

يختلف تصنيف الشباب من مجتمع إلى آخر، فقد صنف الميثاق الإفريقي الشباب بالأشخاص الذين يندرجون تحت الفئة العمرية من 15 إلى 35 سنة. بينما تعزف الأمم المتحدة الشباب على أنهم "الأشخاص ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و24 عاما. ونشأ هذا التعريف في سياق الأعمال التحضيرية للسنة الدولية للشباب 1985" في حين حدده الاتحاد الأوروبي وبرنامج الأورو-متوسطي بالفئة العمرية المتراوحة ما بين 16 و35 سنة. (خلف صقر، 2019)

المفهوم الإجرائي للشباب: يعرف الشباب إجرائيا بأنه المرحلة العمرية التي تتراوح بين الطفولة والكهولة ويمكن تحديدها بين سن 16 و35 سنة كما يمكن أن تتواصل مرحلة الشباب في بعض الأحيان إلى ما بعد الخمسة وثلاثون سنة. وأيضا هو الفئة الاجتماعية الحاملة للقيم جديدة والتي تسعى إلى تكوين شخصية مستقلة والرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي والتمرد على ما سبق انجازه إلى جانب بدء الإحساس بالمسئولية مع السعي المستمر نحو التغيير الاجتماعي.

ثانيا: الدراسات السابقة

لا شك أن موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بكل من الثقافة والتنشئة والمشاركة السياسية، هي من المواضيع التي تم تطرق إليها سابقا من طرف عدت باحثين، وذلك لأهميتها خاصة مع التطور المستمر لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتفاقم تأثيراتها في الحياة السياسية بصفة عامة محليا وإقليميا، ومن بين الدراسات التي تناولت موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية بصفة خاصة نجد:

1. دراسة (بيرق، 2014) الموسومة بـ " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية: الفيسبوك نموذجا"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على نوع الأنشطة والمشاركات التي تمارسها النخب الإعلامية، ومعرفة طبيعة الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تنمية ثقافتهم السياسية. واستعان الباحث بمنهج المسحي، حيث قام بتصميم استمارة استبيان تم تطبيقها على عينة قوامها 100 مفردة، وتم توزيع أفرادها بتساوي على فئتان: فئة خاصة بالإعلاميين وفئة خاصة بالأكاديميين، وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن:

- أغلب المبحوثين يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من ثلاث سنوات وهو مهم في حياتهم اليومية، وهذا يدل أن المبحوثين نشطوا في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أثناء وبعد ثورات الربيع العربي، كما يدل على أن موقع الفيسبوك له شعبية كبيرة من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وذلك لما يحمله من مواصفات تجمع تقريبا جميع مواصفات مواقع التواصل الاجتماعي.
- معظم المبحوثين يعتبرون الفيسبوك وسيلة مهمة للتواصل والحوار والنقاش حول مختلف الموضوعات والقضايا السياسية.
- إن مستخدمي الفيسبوك من عينة البحث يستخدمونه بهدف التعرف على الرأي والثقافة السائدة في المجتمع الذي ينتمون إليه.
- إن الفيسبوك يساعد في تنمية الثقافة السياسية لدى المبحوثين من خلال منحهم فرصة ومساحة واسعة للتعبير بحرية عن الأفكار والآراء. فهو وسيلة مهمة لطرح الآراء والأفكار ومتابعة آراء الآخرين وإدارة النقاش والحوار.
- اتفاق المبحوثين حول أهمية دور الفيسبوك في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، وتكوين ثقافتهم السياسية تشاركية تدعو إلى الحوار وتبادل الآراء والمعلومات.

2. دراسة (فوزي وقيصران، 2018) الموسومة بـ " تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية: دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ شكري محمد ببلدية طولقة"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي، ومساهمة هذه الأخيرة في تنمية الوعي السياسي واكتساب المعرفة السياسية وترسيخ القيم السياسية التي من شأنها أن تؤثر على الثقافة السياسية لديهم. واعتمد الباحثان على المنهج المسحي وعلى أداة الاستبيان في جمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة في 157 مفردة من تلاميذ السنة الثالثة ثانوي بثانوية شكري محمد بولاية بسكرة وتم اختيارهم بطريقة قصدية. وتمثلت أهم نتائج هذه الدراسة في ما يلي:

- أن معظم التلاميذ يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ويعد الفيسبوك أكثر استخداما لسهولة إنشائه وبساطة استعماله.
- شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية، من خلال نشر الأخبار والأحداث السياسية والحقائق ومعرفة المؤسسات السياسية وطبيعة عملها ومعرفة القضايا السياسية والقدرة على تكوين الآراء بشأنها.

- أن استخدام اغلب التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي لا يزيد من اهتمامهم بالشؤون السياسية، وذلك نظرا لتصفحهم المواضيع الثقافية والرياضية والفنية بدرجة أكبر من المواضيع السياسية والإخبارية، بالإضافة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تسهم في تشكيل اتجاهاتهم السياسية اتجاه القضايا الوطنية.
- شبكات التواصل الاجتماعي لا تفسح المجال لمشاركة جميع مستخدميها في النقاش حول المواضيع السياسية، ويمكن إرجاع سبب ذلك إلى الخوف من عدم مصداقية المعلومات وعدم موضوعيتها، ونشر الشائعات ونقل الأخبار الخاطئة ونشر الفيديوهات المزيفة لحقيقة المواضيع السياسية والنظام السياسي. الذي من شأنه أن يشكل عائقا في تنمية الثقافة السياسية.
- 3- دراسة (إغالون، 2018) بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الثقافة السياسية، فيسبوك، تويتر نموذجاً: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة كلية العلوم الإعلام والاتصال-جامعة الجزائر 3-
- هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافة سياسية من خلال دراسة عينة من طلبة كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 "مستعملي هذه الشبكات. وقد استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي التحليلي وتم الاعتماد على تقنية الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة وتم اختيار العينة بالأسلوب العينة القصدية، كما تكونت عينة الدراسة من 80 مفردة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التالية:
- إن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، ويعد الفيسبوك أكثر استخداما وذلك لما يقدمهم لهم من خدمات وتطبيقات.
- يستخدم أغلب أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بدافع الاهتمام بالمناقشات التي تدور حول القضايا السياسية.
- اعتماد الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي في اقتناء المعلومات السياسية، وبالخصوص تلك المعلومات الخاصة بقضايا السياسة الجزائرية.
- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي من خلال تقديم معلومات سياسية. كما تسمح للمستخدمين بالتعبير عن آرائهم بكل حرية.
- 4. دراسة (يوسف عشيرة، 2019) بعنوان "دور الإعلام التفاعلي في تدعيم الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف"
- هدفت الدراسة إلى معرفة دور الإعلام التفاعلي في تدعيم الثقافة السياسية لدى طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، مع تحديد أهم مصادر الثقافة السياسية التي يعتمد عليها الباحثين للحصول على معارفهم السياسية، وطبقت هذه الدراسة على عينة من الطلبة في جامعة حسيبة بن بوعلي، وتم الاستعانة بالمنهج المسحي لعينة مكونة من 200 طالب وطالبة لتحقيق أهداف الدراسة، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية
- كشفت الدراسة أن الفيسبوك Facebook كان أكثر الوسائط التفاعلية التي يستخدمها الطلاب.
- أكدت الدراسة أن معظم الباحثين يعتقدون أن دوافع تعرضهم لوسائل الإعلام هي متابعة الأخبار والأحداث المحلية.
- أوضحت الدراسة أن الباحثين يعتقدون أن وسائل الإعلام التقليدي هي المصدر الرئيسي لثقافتهم السياسية من خلال الأخبار، والتي تشمل مختلف المواضيع والأنشطة السياسية للحكومة والوزراء.

- غالبية الباحثين لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية لأنهم غير مهتمين بالمجال السياسي، وكذلك بالنشاط السياسي أو متابعة أنشطة الأحزاب السياسية في الجزائر أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي.
 - يعتقد معظم الباحثين أن وسائل الإعلام التفاعلية تساهم في تطوير ثقافتهم السياسية وتوعيتهم بالأخبار والأنشطة السياسية للأحزاب السياسية والسياسيين في البلاد.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في منهجية الدراسة، إذ تنوعت الدراسات السابقة ما بين المنهج الوصفي ومنهج المسحي، والدراسة الحالية تتفق مع الدراسة التي تناول المنهج المسحي. ومن ناحية الأدوات اتفقت دراستنا مع كل الدراسات السابقة في الأداة المستخدمة وهي الاستمارة، كما تشابهت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في النتائج؛ أما من حيث العينة فقد تنوعت واختلفت العينات في الدراسات السابقة فمنها من أجريت على عينة من الطلبة كدراسة (إغالون، 2018) ودراسة (يوسف عشيرة، 2019)، بينما أجريت دراسة (قيصران، 2019) على عينة من التلاميذ، ودراسة (بيرق، 2014) عينة من الإعلاميين في العراق، وما يميز الدراسة الحالية عن غيرها من الدراسات السابقة تناولها لفئة الشباب بصفة عامة باختلاف جنسهم وسنهم ومستواهم الدراسي، وذلك لأهمية هذه الفئة في المجتمع، كما يميزها معالجتها لأشهر مواقع شبكات التواصل الاجتماعية، وهذا ما يعيب بعض الدراسات السابقة أنها عالجت فقط موقع الفيسبوك على الرغم من وجود مواقع وشبكات تواصل اجتماعية أخرى.

ثالثا: المقاربة النظرية

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: أكدت ساندرابول روكيتش وميلفن دي فلور عام 1989 أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تساعد في تفسير العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد الذين يشكلون المجتمعات والذين يقومون بنشر رسائل وسائل الإعلام في المجتمع. وتمثل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام طريقة لشرح لماذا يكون لوسائل الإعلام والاتصال تأثيرات مباشرة وقوية على الأفراد والمجتمعات أحيانا وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما. (عبد الله، 2006). وتستمد دراستنا إطارها النظري من نظرية الاعتماد باعتبارها مجالاً تطبيقياً متميزاً لتأثير الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد والرقمي في المجتمع.

حيث أن الشباب أصبح يلجئ لشبكات التواصل الاجتماعي لتلبية حاجاته وللحصول على المعرفة وبناء مواقف السلوكية في ظروف معينة، وهذا ما نحاول إظهاره في دراستنا هذه من خلال تبين درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعرفة السياسية وفي تكوين القيم وتفعيل المشاركة السياسية، إذ ترى هذه النظرية أن هنالك علاقة بين درجة الاعتماد على وسائل الاتصال وبين الاتجاهات في المعرفة أو الشعور أو السلوك، باعتبارها مجالات تأثير ناتجة عن هذا الاعتماد. وقسمت أنواع تلك التأثيرات الناتجة عن الاعتماد على وسائل الإعلام إلى:

- التأثيرات المعرفية: مثل تجاوز مشكلة الغموض، ونقص المعلومات، وعدم فهم المعاني المشتركة، والحاجة إلى تفسيرات الأحداث وتوضيح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات من خلال طرح الآراء والموضوعات والشخصيات، وتحديد اهتمامات المتلقين بناء السياق الذي يظهر القيم التي يشترك بها الجمهور.
- ثانياً: التأثيرات الوجدانية: مثل مشاعر الحب والكره والأحاسيس والعواطف، حيث يظهر التأثير عندما تقدم المعلومات من خلال الرسائل الإعلامية وتؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم. ومن أهم التأثيرات

الوجدانية: الفتور العاطفي، القلق، والخوف، التأثيرات الأخلاقية والمعنوية. بحيث يمكن تشكيل الاتجاهات إن يكون لها نتائج اجتماعية معينة.

- ثالثاً : التأثيرات السلوكية : وهو الناتج الأساسي و النهائي للتأثير من جراء الاعتماد فالتأثيرات السابقة كانت معرفية أو وجدانية لها تأثير مباشر في السلوك. وهي مبنية بشكل متسلسل من النظرية ومن أهم التأثيرات السلوكية، الفعالية، وعدم الفعالية، أو تجنب القيام بالفعل، و المشاركة و عدمها. (الحاج، 2020)

ويلاحظ من هذا التقسيم أن أنواع التأثيرات الناتجة عن الاعتماد علي وسائل الإعلام حسب هذه النظرية تتشابه نسبياً مع أبعاد الثقافة السياسية (المعرفية، القيمية، الوجدانية والسلوكية) التي قمنا ببناء المحاور الأساسية لدراستنا عليها، وهذا يدل على أن النظرية تتوافق مع متغيرات دراساتها،

III. الطرق والأدوات

1. منهج الدراسة

تهدف دراستنا إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الجزائري، وبهذا فهي تندرج ضمن نطاق البحوث الوصفية التي تهتم بشرح و توضيح الآثار والأحداث المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث. وفي ضوء الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها. دعت الضرورة للاعتماد على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وذلك باعتباره المنهج الذي يمكن الباحث من جمع البيانات ومعلومات عن موضوع الدراسة من المبحوثين، ومن ثم تحليلها للوصول إلى حقائق وتعميمها.

2. أدوات الدراسة

من أجل الإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها تم اختيار أدوات الاستبيان قصد جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة، فالاستبيان يمكن الباحث من استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع البحث وأهدافه. وفي دراستنا هذه إعتدنا على الاستبيان بهدف الحصول على معلومات وآراء من المبحوثين بخصوص دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقافتهم السياسية، وقمنا بتطوير استبانته تكونت من (30) فقرة تم إعدادها من خلال الرجوع إلى الأدب الإعلامي، والسياسي، والدراسات السابقة، وبعض الأساتذة في التخصصات المختلفة، اشتملت الاستبانة على أربعة مجالات هي : الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة السياسية، ومساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين المعرفة السياسية، والقيم السياسية، والاتجاهات والسلوكيات السياسية. وتم تجميع البيانات الأولية عبر استبيان إلكتروني تم إنشاؤه باستخدام "Google Forms" وذلك لأن المبحوثين المستهدفين في هذه الدراسة هم من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وتم إرسال الاستبيان عبر حساباتهم الخاصة

1.2 صدق وثبات الأداة:

1.1.2 الصدق: تم عرض إستمارة الاستبيان في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين، تمثلوا في 5 أساتذة من الجامعات الجزائرية، متخصصين في علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات و علم الاجتماع، حيث قاموا بإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول مناسبة عبارتها، ومدى انتماء العبارات إلى المحور الذي تنتمي إليه، وكذلك وضوح صياغتها اللغوية، وقد أسفرت نتائج التحكيم على حصول معظم الفقرات على اتفاق (82%) من المحكمين على محتوى كل فقرة مؤشراً على صدقها وبذلك تم الإبقاء عليها، وقد أبدى بعض المحكمين

اقتراحاتهم بتعديل بعض الفقرات وإعادة صياغتها، وبناء على اقتراحاتهم وملاحظاتهم، قمنا بإجراء التعديلات المطلوبة والمناسبة.

2.1.2 الثبات: تم التحقق من ثبات محاور أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ من خلال تطبيق الاستبيان على (25) شخص من مجتمع الدراسة ومن خارج أفراد العينة وتم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ وذلك بالاعتماد على برنامج (SPSS) واتضح أنه يساوي 0.83 وهو مستوى مرتفع لثبات والجدول 1 يوضح المعامل الخاص بكل محور بالإضافة إلى المعامل الكلي لثبات الاستبيان.

الجدول 1: يبين درجة ثبات كل محور من محاور الاستبانة

الرقم	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ
01	الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	06	0.67
02	مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتلقي المعارف	06	0.88
03	مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز القيم السياسية	11	0.93
04	مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الإتجاهات	07	0.86
	الثبات العام للاستبيان	30	0.83

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

وعليه ومن خلال نتائج الصدق والثبات اتضح لنا صدق أداة الدراسة (الاستبيان) وثباتها بدرجة مرتفعة، مما جعلنا نطبقها على كامل العينة.

3. المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة استخدمنا الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل ألفا كرونباخ، للتحقق من ثبات أداة الدراسة.
- التكرارات والنسب المئوية لاستخراج توزيع أفراد العينة باختلاف الجنس والعمر والمؤهل العلمي. بالإضافة إلى درجة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار ومعلوماتهم السياسية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لدرجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين ثقافتهم السياسية.
- وقد تم اعتماد ثلاثة بدائل لاستجابات المبحوثين على أداة الدراسة لتعرف على درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي وعلى درجة مساهمة تلك الشبكات في تكوين الثقافة السياسية لهم، وكان ذلك حسب مقياس ليكرت الثلاثي على النحو التالي: دائما لها (03) درجات، أحيانا لها (02) درجات، أبدا ولها (درجة واحدة). وللتعامل مع قيم المتوسطات وربطها بالمستويات الثلاثية، فقد طبقت معادلة تحديد طول الفئة ب(0.33) حيث يتم تفسير الدرجات على المقياس، لتصبح أوزان الفقرات على النحو التالي:
- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين [1-1.66] تعني أن تقديرات المبحوثين لها جاءت بدرجة ضعيفة.
- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين [1.67-2.33] تعني أن تقديرات المبحوثين لها جاءت بدرجة متوسطة.
- الفقرة التي يتراوح متوسطها الحسابي بين [2.34-3] تعني أن تقديرات المبحوثين لها جاءت بدرجة مرتفعة.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع البحث في مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من فئة الشباب في الجزائر، على اختلاف جنسهم وسنهم، ومستواهم الدراسي. ونظرا لاستحالة تطبيق الدراسة على كل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر لكثرة عددهم وصعوبة حصرهم، لجئنا إلى أسلوب المسح بالعينة كما سبق وأشرنا. وقد بلغ حجم العينة 200 مفردة، وتم اختيارهم بطريقة قصدية، حيث اخترنا 200 شخص من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من مختلف مناطق الجغرافية الجزائرية. كما هو مبين في الجدول رقم 3.

الجدول 3: يبين درجة ثبات كل محور من محاور الاستبانة

المتغيرات	الفئات	ك	%
الجنس	الذكر	93	46.5%
	أنثى	107	53.5%
	المجموع	200	100%
السن	من 18 إلى 23 سنة	55	27.5%
	من 24 إلى 29 سنة	70	35.0%
	من 30 إلى 35 سنة	47	23.5%
	أكثر من 35 سنة	28	14.0%
	المجموع	200	100%
المستوى التعليمي	أمي	00	00.0%
	ابتدائي	05	02.5%
	متوسط	10	05.0%
	ثانوي	33	16.5%
	جامعي	152	76.0%
المجموع	200	100%	
المنطقة الجغرافية	ولايات الوسط الجزائري	47	23.5%
	ولايات الشرق الجزائري	53	26.5%
	ولايات الغرب الجزائري	70	35.0%
	ولايات الجنوب الجزائري	30	15.0%
	المجموع	200	100%

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى التعليمي والمنطقة الجغرافية وقمنا باختيار هذه المتغيرات كي تكون عينة البحث ممثلة لفئة الشباب الجزائري وذلك باختلاف جنسهم وسنهم ومستواهم الدراسي إضافة إلى المنطقة الجغرافية التي ينتمون لها. ويلاحظ من الجدول السابق تقارب بين نسبة الذكور والإناث فنسبة الذكور تقدر بـ 46.50% بينما تقدر نسبة الإناث بـ 53.50%، وتمثل الفئة العمرية من 24 إلى 29 سنة الفئة الأكبر وذلك بنسبة 35%، وتليها الفئة العمرية بين 18 إلى 23 سنة بنسبة 27%، ومن ثم تأتي الفئة العمرية من 30 إلى 35 سنة بنسبة 23%، وفي الأخير نجد فئة الأكثر من 35 سنة هم أصغر فئة عمرية ويمثلون نسبة 14% فقط من أفراد العينة. أما بخصوص المستوى التعليمي نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 أن أصحاب المستوى الجامعي يمثلون أعلى نسبة والتي تقدر بـ 76%، وتليها نسبة 16.50% للذين هم من مستوى الثانوي، ثم نسبة 05% من أفراد العينة هم من المستوى الدراسي متوسط، والبقية هم من مستوى ابتدائي ويمثلون نسبة 02.50% من أفراد العينة، في حين الأميين

أو الذين لا يعرفون القراءة والكتابة يمثلون نسبة 00% من أفراد العينة. ويتضح أيضا من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 35% هم من الغرب الجزائري، في حين أن الأفراد الذين هم من منطقة الجنوب الجزائري يمثلون نسبة 15% فقط، ونلاحظ أن الأفراد الذين هم من الشرق الجزائري يمثلون نسبة 26.50%، والبقية هم من الوسط الجزائري ويقدر بنسبة 23.50% من أفراد العينة.

IV. نتائج الدراسة

بعد إجراء دراسة ميدانية وجمع البيانات من المبحوثين من خلال الاستمارة التي وزعها إلكترونيا على عينة البحث توصلنا إلى جملة من نتائج التي سنعرضها بغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة وذلك على نحو الآتي:

1. نتائج المتعلق بالسؤال الأول ومناقشتها: ما هي درجة اعتماد الشباب الجزائري على الشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، نستفرام) للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية؟ للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، لدرجة استخدام عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي ودرجة اعتمادهم عليها للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية والجدولان 04 و 05 يوضحان تكرارات ونسب كل موقع.

الجدول 04: درجة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي مرتبة تنازليا حسب الوسط الحسابي للعبارة

رقم العبارة	العبارة		دائما		أحيانا		أبدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
	ك	%	ك	%	ك	%					
1	أستخدم فيسبوك	175	87.5%	24	12.0%	01	0.5%	2.87	0.12	مرتفعة	
3	أستخدم يوتيوب	114	57.0%	77	38.5%	09	4.5%	2.52	0.34	مرتفعة	
4	أستخدم أنستقرام	52	26.0%	103	51.5%	45	22.5%	2.04	0.48	متوسطة	
2	أستخدم تويتر	13	6.5%	78	39.0%	109	54.5%	1.52	0.38	ضعيفة	
	المجموع							2.23	0.33	متوسطة	

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يبين الجدول 04 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة لكل موقع من المواقع، ويلاحظ أن المتوسطات الحسابية تتراوح بين (1.52 و 2.87) بدرجة استخدام كل موقع بالترتيب، حيث جاء في المرتبة الأولى موقع فيسبوك بدرجة استخدام مرتفعة وبمتوسط حسابي قدره (3.87)، أما انحراف معياري فقد كان ضعيفا حيث قدر بـ (0.14) أي أن تشتت الإجابات كان ضعيفا وكانت في اتجاه واحد لحد كبير، ويرجع استخدام الفيسبوك بدرجة مرتفعة لشعبيته الكبيرة مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وكذلك لما يحمله من مميزات تجمع تقريبا جميع مميزات مواقع التواصل الاجتماعي. وفي المرتبة الثانية جاء موقع يوتيوب بدرجة استخدام مرتفعة هو الآخر وبمتوسط حسابي (2.52) وانحراف معياري (0.34)، ويعود ذلك إلى أهمية ومميزات هذا الموقع والمتمثلة في استخدامه وانتشاره بين مختلف الفئات المجتمع محليا ودوليا بالإضافة لما يفوره من مقاطع فيديو في كل مجالات وبمختلف الجودات. وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاء موقع أنستقرام بدرجة استخدام متوسطة وبمتوسط حسابي (2.04) وانحراف معياري ضعيف قدر بـ (0.48)، وذلك لما يفوره هذا التطبيق من صور وفيديوهات قصيرة في كافة المجالات. أما في المرتبة الأخيرة جاء موقع تويتر بدرجة استخدام ضعيفة وبمتوسط حسابي (1.52) وانحراف معياري ضعيف أيضا قدره (0.38)، وتعود هذه

النتيجة لعدم انتشار هذا الموقع بين المستخدمين الانترنت في الجزائر فهو بهذا يعتبر أقل موقع استخداما من طرف الشباب الجزائري وهذا يتوافق مع ما جاء في دراسة (إغالون، 2018) ومع الترتيب الذي جاء في دراسة (يوسف عشيرة، 2019).

الجدول 05: درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية مرتبة

تنازليا حسب الوسط الحسابي للعبارات

رقم العبارة	العبارات	دائما		أحيانا		أبدا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
		ك	%	ك	%	ك	%			
1	أعتمد على فيسبوك	124	62.0%	68	34.0%	08	4.0%	2.58	0.32	مرتفعة
3	أعتمد على يوتيوب	47	23.5%	108	54.0%	45	22.5%	2.01	0.46	متوسطة
4	أعتمد على أنستقرام	14	7.0%	86	43.0%	100	50.0%	1.57	0.38	متوسطة
2	أعتمد على تويتر	18	9.0%	60	30.0%	122	61.0%	1.48	0.43	ضعيفة
المجموع								1.91	0.39	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يبين الجدول 05 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والترتبة لكل موقع من المواقع، ويلاحظ أن المتوسطات الحسابية تتراوح بين (1.57 و 2.58) بدرجة اعتماد على كل موقع كمصدر للمعلومات السياسية بالترتيب، حيث جاء في المرتبة الأولى الاعتماد على فيسبوك بدرجة مرتفعة وبمتوسط حسابي (2.58) وانحراف معياري (0.32) أي تشتت الإجابات ضعيف، ويعزى هذا لدرجة الاستخدام المرتفعة لهذا الموقع والتي اتضحت من خلال الجدول السابق، وكذلك لسرعة انتشار الإخبار والمعلومات السياسية فيه، بسبب الصفحات المجموعات السياسية وبسبب خاصية المشاركة بين الأصدقاء والمستخدمين في هذا الموقع. وجاء يوتيوب في المرتبة الثانية بدرجة اعتماد متوسطة وبمتوسط حسابي (2.01) وانحراف معياري ضعيف (0.46)، ويعود هذا لانتشار فيديوهات رجال السياسة (رؤساء أحزاب، وزراء، برلمانيين...) والمعارضين عبره. وفي المرتبة الثالثة جاء موقع أنستقرام بدرجة اعتماد متوسطة هو الآخر وبمتوسط حسابي (1.57) وانحراف معياري قدره (0.38) إذ أن إجابات المبحوثين كانت في اتجاه والحد لحد كبير. وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع تويتر بمتوسط حسابي (1.48) أي درجة اعتماد ضعيفة وانحراف معياري ضعيف أيضا قدره (0.43)، ويرجع هذا لقلّة مستخدمي هذا الموقع في دول المغرب العربي بصفة عامة وفي الجزائر بصفة خاصة وهذا ما بينته الإحصائية المنشورة في موقع "datareportal" (hootsuite, 2021).

وقد أظهرت نتائج الإجابة عن هذا السؤال أن المتوسطات الحسابية لدرجة اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات وأخبار السياسية جاءت بدرجة متوسطة، ويعزى هذا إلى طبيعة وعقلية الشباب الجزائري الذي لا يعير اهتماما كبيرا للمواضيع السياسية بالرغم من انتشارها الواسع والكبير على شبكات التواصل الاجتماعي بقدر ما يهتم بالمواضيع الترفيهية الأخرى وهذا ما تبينه عدد المتابعات والمشاهدات والتفاعل معها عبر تلك الشبكات، كما يعزى ذلك إلى خوف المستخدمين من عدم مصداقية وموضوعية المعلومات المنشورة عبر الانترنت، ولانتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة عبر تلك الشبكات ولكثافة المعلومات والأخبار السياسية التي يصعب الاطلاع عليها. كل هذا أدى إلى ابتعاد الناس عنها وعدم الاعتماد عليها بكثرة في الحصول على المعلومات، وتتفق هذه النتيجة نسبيا مع نتائج دراسة (فوزي و قيصران، 2018) والتي أشارت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات السياسية، إلا أن المبحوثين يتصفحون المواضيع الثقافية والرياضية والفنية بدرجة أكبر من المواضيع الإخبارية والسياسية.

2. نتائج الإجابة عن السؤال الثاني ومناقشته: إلى أي درجة يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستقرام) في التنمية المعرفية السياسية لدى أفراد العينة؟ وللإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، محور دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعارف السياسية لدى الشباب الجزائري، كما هو مبين في الجدول 06.

الجدول 06: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتنمية المعارف السياسية لدى الشباب الجزائري مرتبة تنازليا حسب الوسط الحسابي للعبارة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
03	تساهم "ش.ت.إ" في تعريفك بالقضايا السياسية المحلية والوطنية	2.35	0.67	مرتفعة
01	تساهم "ش.ت.إ" في تزويدك بالأخبار والمعلومات عن المؤسسات السياسية الجزائرية (حكومة، وزارات، أحزاب..)	2.34	0.67	مرتفعة
06	تساهم "ش.ت.إ" في تعريفك بالشخصيات السياسية المحلية والوطنية	2.17	0.71	متوسطة
05	تساهم "ش.ت.إ" في تنمية معرفتك بجغرافيا الوطن	2.13	0.71	متوسطة
02	تساهم "ش.ت.إ" في تزويدك بالمفاهيم السياسية (الديمقراطية. العلمانية. الحرية. المساواة. العدالة..)	2.08	0.71	متوسطة
04	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريفك بحقوقك وواجباتك السياسية	1.94	0.76	متوسطة
	المجموع	2.16	0.70	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يلاحظ من الجدول 06 أن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتنمية المعارف السياسية لدى الشباب الجزائري بشكل عام كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (2.16) وانحراف معياري (0.72). وجاءت جميع الفقرات في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.94 و 2.53)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (03) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريفك بالقضايا السياسية المحلية والوطنية" بمتوسط حسابي (2.53) وانحراف معياري (0.67) وبدرجة مرتفعة، ويعود ذلك للظروف التي يمر بها البلد والمتمثلة في الاحتجاجات والتظاهرات وتعاقب الأحداث السياسية محليا ووطنيا ونشرها ومشاركتها عبر هذه الشبكات. وجاءت في الرتبة الثانية الفقرة (01) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدك بالأخبار والمعلومات عن المؤسسات السياسية الجزائرية (حكومة، وزارات، أحزاب...)" بمتوسط حسابي (2.34) وانحراف معياري (0.67) وبدرجة مرتفعة هي الأخرى، وقد يعزى ذلك لانتشار الأخبار السياسية عبر هذه الشبكات خاصة في ظل التحولات السياسية التي تعيشها البلاد في هذه الفترة والتغير الطارئ على مختلف الوزارات والأحزاب الجزائرية. وفي الرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة (02) والتي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تزويدك بالمفاهيم السياسية (الديمقراطية. الحرية. المساواة. العدالة..)" بدرجة متوسطة ومتوسط حسابي (2.08)، وانحراف معياري (0.71) وهذا يشير إلى أن إجابات الباحثين كانت في اتجاه واحد لحد كبير، أما في الرتبة الأخيرة جاءت الفقرة (04)، التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريفك بحقوقك وواجباتك السياسية" بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي (1.94) وانحراف معياري ضعيف (0.76) ويرجع ذلك لنقص إهتمام الباحثين بالمواضيع السياسية كما سبق وأشارنا في الإجابة على السؤال الأول.

أظهرت نتائج الإجابة عن هذا السؤال أن المتوسطات الحسابية لبعدها المعرفة السياسية كانت بدرجة متوسطة، وقد يعزى ظهور هذا المستوى المتوسط لدرجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتنمية

المعارف السياسية لدى الشباب الجزائري إلى وجود مصادر أخرى يستقي منها المبحوثين معارفهم السياسية وأبرز هذه المصادر هي وسائل الإعلام التقليدية بالإضافة إلى مختلف المؤسسات التنشئة الاجتماعية، وتشابهت هذه نتيجة مع نتائج دراسة (يوسف عشيرة، 2019)، والتي أشارت إلى أن أغلبية المبحوثين يعتبرون وسائل الإعلام التقليدية مصدرهم الرأسي للمعلومات والأخبار السياسية وهم أحيانا ما يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في حصول على الأخبار السياسية. كما اتفقت نتائج الإجابة على هذا السؤال مع نتائج دراسة (إغالون، 2018)، والتي أشارت إلى أن بعض المبحوثين والمقدرة نسبتهم بـ 40% هم من تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي السياسي لديهم من خلال تقديم المعلومات السياسية، وهذا يدل على المساهمة النسبية لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة والوعي السياسية.

3. نتائج الإجابة عن السؤال الثالث ومناقشته: إلى أي درجة يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في التنمية وتعزيز القيم السياسية لدى أفراد العينة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من المحور الثالث والمعنون بـ دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز القيم السياسية لدى الشباب الجزائري، وقد تضمن هذا المحور 11 فقرة مرتبة ترتيبا تنازليا مع درجة المساهمة، والجدول 07 يوضح ذلك.

الجدول 07: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز القيم السياسية لدى الشباب الجزائري مرتبة تنازليا حسب الوسط الحسابي للعبارة

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
04	تساهم "ش.ت.إ" في تأكيد أهمية الحفاظ على أمن ووحدة الوطن	2.25	0.74	متوسطة
05	تساهم "ش.ت.إ" في الاندماج الاجتماعي (عدم الإحساس بالاعترا ب)	2.22	0.75	متوسطة
03	تساهم "ش.ت.إ" في الاعتزاز بالقيم الوطنية (الدين. اللغة. التاريخ)	2.21	0.73	متوسطة
02	تساهم "ش.ت.إ" في تعزيز المحافظة على الثقافة المحلية والوطنية	2.20	0.67	متوسطة
07	تساهم "ش.ت.إ" في تعزيز مبدأ احترام الرأي والرأي الآخر	2.16	0.74	متوسطة
09	تساهم "ش.ت.إ" في تعزيز الحوار الإيجابي داخل المجتمع	2.14	0.73	متوسطة
11	تساهم "ش.ت.إ" في نشر قيم الديمقراطية ونبذ العنف والاضطهاد والدكتاتورية	2.12	0.72	متوسطة
10	تساهم "ش.ت.إ" في نشر قيم المساواة بين أفراد المجتمع في الحقوق والواجبات السياسية	2.08	0.70	متوسطة
06	تساهم "ش.ت.إ" في تعزيز احترام الخصوصيات المحلية والقومية	2.06	0.73	متوسطة
08	تساهم "ش.ت.إ" في نبذ الصراعات الداخلية (الدينية، العرقية، الطائفية)	2.06	0.71	متوسطة
01	تساهم "ش.ت.إ" في تنمية انتمائك وولائك للوطن	1.99	0.75	متوسطة
	المجموع	2.14	0.73	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يتضح من الجدول 07 أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتعزيز القيم السياسية لدى الشباب الجزائري بشكل عام كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمحور (2.14) وانحراف معياري (0.73). وجاءت جميع الفقرات في الدرجة المتوسطة، وتراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.99 و 2.25)، وجاءت بالترتبة الأولى الفقرة (04) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تأكيد أهمية الحفاظ على أمن ووحدة الوطن" بمتوسط حسابي (2.25) وانحراف معياري (0.74) وبدرجة متوسطة، وقد يعزى ذلك لكثافة المنشورات المتداولة عبر تلك الشبكات والتي تبين أهمية الأمن والسلم الوطني. وجاءت في الرتبة الثانية الفقرة (05) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في الاندماج الاجتماعي (عدم الإحساس

بالاعترا ب) "بمتوسط حسابي (2.22) وانحراف معياري (0.75) وبدرجة متوسطة هي أيضا. وفي الرتبة ما قبل الأخيرة جاءت الفقرة (08) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في نبذ الصراعات الداخلية (الدينية، العرقية، الطائفية)" بمتوسط حسابي (2.06) وانحراف معياري (0.71) وبدرجة متوسطة، ويعزى هذا لطبيعة هذه المواضيع التي يمكن اعتبارها حساسة ونوع الحوارات والنقاشات الشائكة التي تتار حولها. وفي الرتبة الأخيرة جاءت الفقرة (01) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية انتمائك وولائك للوطن" بمتوسط حسابي (1.99) وانحراف معياري (0.75) وبدرجة متوسطة، وقد يعود ذلك لنوع المحتوى المنشور في هذه الشبكات والذي يبين الوضع المزري الذي يعيشه الشباب في وطنه مقارنة بالدول المتطورة ولانتشار المضامين التي تفضح الفساد السياسي والاجتماعي المنتشر داخل الوطن مما يؤدي إلى مقت هذا الوضع والحلم بالهجرة .

وقد بينت نتائج الإجابة عن هذا السؤال أن المتوسطات الحسابية لبعء القيم السياسية كانت بدرجة متوسطة، وقد يعزى ظهور هذا المستوى المتوسط لدرجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر وتنمية القيم السياسية لدى الشباب الجزائري إلى وجود وسائل أخرى تساهم في تكوين القيم السياسية والتي تتمثل في مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة، المدرسة، المساجد...). وتتشابه نتائج هذه الدراسة مع دراسة (بيرق، 2014) والتي أشارت إلى دور الفيسبوك في نشر الثقافة السياسية من خلال إتاحة فرصة للتعبير ومتابعة آراء الآخرين وإدارة النقاش والحوار حول القضايا السياسية الأمر الذي يساهم في اندماج الإجماعي وفي تعزيز الحوار الإيجابي داخل المجتمع وتعزيز مبدأ احترام الرأي الآخر ونشر قيم المساواة والديمقراطية.

4. نتائج الإجابة عن السؤال الرابع ومناقشته: نص السؤال الأول: إلى أي درجة يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الإتجاهات والآراء السياسية لدى أفراد العينة؟ للإجابة عن هذا السؤال تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، للمحور الرابع المعنون ب: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهات وسلوكيات السياسية لدى الشباب الجزائري، والجدول 08 يوضح الفقرات التابعة لهذا المحور مرتبة ترتيبا تنازليا مع درجة كل فقرة.

الجدول 08: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات التي تقيس دور شبكات التواصل

الاجتماعي في تكوين اتجاهات وسلوكيات السياسية للشباب الجزائري مرتبة تنازليا

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
01	تساهم "ش.ت.إ" في تقديم أفكار ومعلومات مفيدة في تشكيل ثقافتك السياسية	2.30	0.65	متوسطة
02	تساهم "ش.ت.إ" في فسح المجال للمشاركة في النقاش في المواضيع السياسية	2.12	0.70	متوسطة
04	تساهم "ش.ت.إ" في تشكيل آرائك واتجاهاتك حول قضايا السياسية المحلية والوطنية	2.09	0.73	متوسطة
03	تساهم "ش.ت.إ" في تشكيل مواقفك اتجاه النظام السياسي الجزائري	2.04	0.76	متوسطة
05	تساهم "ش.ت.إ" في تعديل آرائك وتوجهاتك السياسية	1.93	0.74	متوسطة
06	تساهم "ش.ت.إ" في تفعيل المشاركة في الحملات السياسية (الحملات التطوعية، الحملات الانتخابية)	1.74	0.74	متوسطة
07	تساهم "ش.ت.إ" في الترغيب في انتمائك إلى الجمعيات والأحزاب السياسية	1.60	0.73	ضعيفة
	المجموع	1.98	0.76	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحث، بالاعتماد على برنامج (SPSS)

يلاحظ من الجدول 08 أن مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات والسلوكيات السياسية لدى الشباب الجزائري كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (1.98) وانحراف معياري (0.76). وجاءت الفقرات في درجتين متوسطة وضعيفة، وتراوحت المتوسطات الحسابية بين (1.60 و 2.30)، وجاءت بالرتبة الأولى الفقرة (01) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تقديم أفكار ومعلومات مفيدة في تشكيل ثقافتك السياسية" بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي (2.30) وانحراف معياري ضعيف (0.65) أي أن تشتت الإجابات كان ضعيفا. وكانت في اتجاه واحد لحد كبير، وتلتها في الرتبة الثانية الفقرة (02) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في فسح المجال للمشاركة في النقاش في المواضيع السياسية" بمتوسط حسابي (2.12) وانحراف معياري (0.70) وبدرجة متوسطة هي أيضا، ويعزى ذلك لميزات التي توفرها تلك الشبكات والمتمثلة في الدردشة والتعليقات وإمكانية نشر المحتوى ومشاركته مع الأصدقاء الأمر الذي يسهل عملية النقاش وتفاعل بين المستخدمين من خلال منحهم فرصة ومساحة واسعة للتعبير بحرية عن الأفكار والآراء. وقد جاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (06) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة في الحملات السياسية (الحملات التطوعية، الحملات الانتخابية)" بمتوسط حسابي (1.74) وانحراف معياري ضعيف قدر بـ (0.74) وبدرجة متوسطة، ويعزى هذا إلى نفور أغلبية الشباب الجزائري من ممارسة الأنشطة السياسية وعدم خضوعهم لتجربة العمل السياسي وهذا ما أشارت له الأبحاث والدراسة السابقة التي عالجت هذا الموضوع. أما في الرتبة الأخيرة جات الفقرة (06) التي تنص على "تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج في انتمائك إلى الجمعيات والأحزاب السياسية" بمتوسط حسابي (1.60) وانحراف معياري ضعيف أيضا قدره (0.73) وبدرجة ضعيفة، وربما يعود ذلك إلى ضعف الاتصال السياسي للأحزاب والمؤسسات السياسية مع الشباب عبر تلك الشبكات.

أظهرت نتائج الإجابة عن هذا السؤال أن المتوسطات الحسابية لدرجة مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات والسلوكيات السياسية كانت بدرجة متوسطة، وقد يعزى هذا المستوى المتوسط إلى اعتزال أغلبية الشباب الجزائري لعالم السياسة بسبب فقدانه للثقة في كل ما يمت للحياة السياسية الجزائرية بصلة، بالإضافة إلى طبيعة الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة حيث كانت الوضعية السياسية للبلاد غير مستقرة نوعا ما، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (يوسف عشيرة، 2019) التي أشارت إلى أن غالبية الباحثين لا يتابعون أخبار الأحزاب السياسية لأنهم غير مهتمين بالمجال السياسي، وكذلك بالنشاط السياسي أو متابعة أنشطة الأحزاب السياسية في الجزائر أو المشاركة في العمل السياسي والحزبي، كما تتشابه نسبيا مع دراسة (بيبرق، 2014) بيبرق والتي أشارت إلى أهمية دور الفيسبوك في تشكيل الاتجاهات السياسية، وتكوين ثقافة تشاركية تدعو إلى الحوار وتبادل الآراء والمعلومات السياسية.

.٧ خاتمة:

سعت دراستنا إلى معرفة مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجزائري، وذلك بمستوياتها الأربعة المعرفية، الوجدانية، القيمية والسلوكية، وقد توصلنا لبعض النتائج أهمها: استخدام أفراد العينة للموقعين فيسبوك ووتيوب كان بدرجة مرتفعة مقارنة ببقية المواقع الأخرى، وكذلك درجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية كانت مرتفعة بالنسبة لبقية المواقع، كما توصلنا أيضا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بدرجة مرتفعة في تعريف الشباب بالقضايا السياسية المحلية والوطنية إضافة إلى أنها تساهم بنفس الدرجة في تزويدهم بالأخبار والمعلومات عن المؤسسات السياسية الجزائرية، في حين أنها تساهم بدرجة متوسطة في نشر المعارف وقيم السياسية لدى الشباب الجزائري، واتضح أيضا أنها تساهم بدرجة متوسطة في تكوين اتجاهاتهم السياسية، وتساهم بدرجة ضعيفة في تفعيل المشاركة السياسية لديهم، ومن خلال هذه نتائج المهمة التي توضح لنا تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تحقيق الثقافة السياسية لدى الشباب، نوصي بضرورة استثمار المؤسسات السياسية الجزائرية في شبكات التواصل الاجتماعي لسعي نحو الإصلاح السياسي والعمل على تامين الدور الذي تقوم به هذه الشبكات في تشكيل الثقافة السياسية لدى مستخدميها من الشباب الجزائري، بالإضافة إلى توعيتهم بمدى أهمية هذه الشبكات في تكوين اتجاهاتهم وسلوكياتهم السياسية، هذا ويستوجب على أصحاب الصفحات والحسابات الكبرى نشر المواد الإعلامية التي تساهم في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الأفراد، كما نوصي الباحثين بإجراء المزيد من الدراسات مماثلة مستقبلا في الجزائر حول هذا الموضوع وذلك للتعلم فيه ودراسته من زوايا وجوانب أخرى،

- الموسى ميمونة عبد الرحمن، و السعدون بتول عبد العزيز. (2019). واقع المناهج في تزويد الطلاب بقيم أخلاقية حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. *المجلة العلمية لكلية التربية* ، 35 (11)، 543-523.
- توفيق محمد سلام. (2012). *التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير*. المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- حسين جمعة الربيعي بيرق. (2014). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للنخب الإعلامية العراقية: الفيسبوك نموذجا. *ملتقى الاتصال الرقمي في زمن المكافحة*. الأردن: جامعة اليرموك الأردن.
- حمدي عبد المجيد عبد الرحمن. (2019). *الأحزاب السياسية ودورها في تعزيز الثقافة السياسية والديمقراطية* (الإصدار ط1). القاهرة، مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع.
- راضي زاهر. (2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. *مجلة التربية* (15)، 23.
- سعد حسين الشهاب. (2016). الثقافة السياسية والانتخابات في الأردن 1989-2013. *مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية* ، 2 (43)، 945.
- كمال الحاج. (2020). *نظريات الإعلام والاتصال*. سورية: الجامعة الافتراضية السورية.
- محمد بوخبرة. (2015-2016). مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: دراسة ميدانية لمستخدميها بمستغانم (اطروحة دكتوراه). 66. مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية تخصص علوم الاعلام والاتصال، الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم.
- محي أحمد خلف صقر. (2019). *العوامل الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على الخطط الإستراتيجية لتشغيل الشباب في بعض دول العالم: دراسة تحليلية وميدانية*. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي. الإسكندرية.
- مريم يوسف عشيرة. (2019). دور الإعلام التفاعلي في التدعيم الثقافي السياسية لدى الطالب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة حسيبة بن بوعلي بشلف. *مجلة الحكمة لدراسات الإعلامية والاتصالية* ، 07 (01)، 96-80.
- مي عبد الله. (2006). *نظريات الاتصال*. بيروت: دار النهضة العربية.
- نبيل حليلو. (2012). التنمية والثقافة السياسية: أية علاقة. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية* ، 04 (08)، 27.
- نور الدين فوزي، و هناء قيصران. (2018). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية: دراسة تطبيقية على عينة من تلاميذ شكري محمد بلدية طولقة. *مجلة المفكر* ، 13 (2)، 368-345.
- نورة إغالون. (2018). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تكوين الثقافة السياسية، فيسبوك، تويتر نموذجا: دراسة تطبيقية على عينة من طلبة كلية العلوم الإعلام والاتصال-جامعة الجزائر 3. *مجلة الدراسات الإعلامية* (4)، 326-307.
- هناء قيصران. (2019). دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية. *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية* ، 16 (04)، 39.
- Danesi, M. (2009). *Dictionnaire of media and communications*. New york: M.E.Sharp.
- Hiram, T., Winnie wong, p. m., Ernest Cyril, D. R., & Sally Lau, Y. C. (2015). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business Innovation and Research* , 2 (2), 17-18.
- hootsuite. (2021, february 11). *digital 2021: algeria*. Consulté le april 25, 2021, sur datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>
- Jeffrey, B. (2012). Facebook, Twitter, and the Uncertain Future of Present Sense Impressions. (F. Publications, Éd.) *University of Pennsylvania Law Review* , 160 (02), 334.
- Torloting, P. (2006). *Enjeux et perspectives des réseaux sociaux*. paris, consultant français cazals, france: institut supérieur de commerce de paris,.