

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

The use of social networks and their impact on the values of citizenship among young Algerians Field study on a sample of social networking users

د. حنون نزهة، جامعة أم البواقي، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2017/07/14)، تاريخ القبول: (2017/11/22)

Abstract :

The purpose of this study is to determine the extent of the influence resulting from the use of social networks on citizenship values among Algerian youth, by determining the extent of their attendance and their contribution to spread values of citizenship, as well as the positive and negative consequences that impact these values among young people, using the sampling method on a sample of young people attending social networks, composed of 354 individuals selected according to the convenience sampling technique. Then, an e-questionnaire was prepared to collect the facts and informations for processing.

The study concludes to several results, including the fact that Algerian youth constantly use social networks, which positively impacted the values of citizenship by even participating in the formation of a modern state and the sense of identity, but also negatively by strengthening negative citizenship and material citizenship.

.Key words: Social networks, values of citizenship, Algerian youth.

ملخص :

هدفت الدراسة للتعرف على مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، من خلال التعرف على مدى استخدامها، ومدى مساهمتها في نشر قيم المواطنة لديهم، وانعكاساتها الايجابية والسلبية على قيم المواطنة لديهم، معتمدين في ذلك على منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على عينة من الشباب المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، بلغ عددها 354 مفردة تم اختيارهم بطريقة العينة المتاحة، وصممت استمارة استبنايه الكترونية لجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها.

وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن الشباب الجزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي دائما، وانعكس هذا الاستخدام إيجابا على قيم المواطنة بالمشاركة في تشكيل الدولة الحديثة، والإحساس بالهوية، وسلبا بتكريس المواطنة السلبية والمواطنة المادية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، قيم المواطنة، الشباب الجزائري

مقدمة:

شهد العالم تطورا تكنولوجيا كبيرا نتج عنه ظهور وسائل وتطبيقات اتصالية جديدة أدت إلى ظهور الإعلام الجديد الذي أضاف للإعلام القديم العديد من الخصائص التي ميزته، والذي شمل عدة أشكال تمثلت في المواقع الالكترونية، والمدونات الالكترونية، المنتديات والبوابات وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر... تلقى رواجاً واستعمالاً من طرف متصفح الانترنت لما تتيح من إمكانية التواصل وتكوين جماعات الأصدقاء قصد تبادل الآراء والأفكار، والتعرف على عادات وثقافات جديدة وكذا الحوار والنقاش في القضايا ذات الاهتمام المشترك، كما أعطى لمستخدميه فرص أكثر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود أو رقابة.

ومن المواضيع المتداولة بكثرة موضوع المواطنة الذي أصبح يشغل بال المجتمعات، حيث يعتبرونها مصدر الرقي والحضارة والتقدم، لذا كانت محل نقاش بين الباحثين.

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة:

الإشكالية:

تعد المواطنة صلة اجتماعية وسياسية وقانونية، فهي تبنى على القيم والمبادئ الحاكمة لعلاقات الفرد اتجاه وطنه واتجاه مجتمعه بالانخراط في مجتمعه، والتفاعل معه ايجابياً، والمشاركة في تدبير شؤونه، وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في ترسيخ هذه القيم والمبادئ لدى الشباب من خلال تنمية وتطوير العلاقات الاجتماعية وتعزيز بعض المفاهيم والقيم لديهم كقيم المواطنة التي يعبرون عنها بحب الوطن، الشعور بالانتماء له، تدعيم القيم الإسلامية، المشاركة الاجتماعية والسياسية وغيرها، كما أنها تبنى على القيم والمبادئ الإنسانية لدى الفرد اتجاه وطنه ومجتمعه.

ومن هنا حاولنا التعرف على مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري بطرح التساؤل الرئيسي الآتي:

ما مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟ .

اندرجت تحته التساؤلات الفرعية:

- ما مدى استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

- ماهي دوافع إقبال الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي

- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟

- ماهي الانعكاسات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب

الجزائري؟

1. أسباب اختيار الموضوع: تتمثل أهم الأسباب التي دفعت الباحثة إلى دراسة هذا الموضوع في: -تزايد الاهتمام بموضوع المواطنة لا سيما مع ظهور الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة، مما أدى بنا إلى التساؤل عن انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري.

-إسهام الخصائص التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة خاصة قيم المشاركة المجتمعية، والممارسة الديمقراطية.

2. أهداف الدراسة: يهدف من خلال هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، وذلك من خلال:

-معرفة مدى استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

-الكشف عن دوافع إقبال الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي.

-معرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري

-التعرف على الانعكاسات الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب

الجزائري

-التعرف على الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب

الجزائري/

ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

1. مواقع التواصل الاجتماعي:

هي تلك المواقع التي تتيح للمستخدم بأن ينشئ لنفسه حسابا أو ملف شخصيا على شكل بطاقة تعريف أو سيرة ذاتية، تمكنه من عمل علاقات (صداقات) مع المشتركين الآخرين على الشبكة، حيث تمكنه هذه العلاقات من رؤية ما يعرضه الأصدقاء من الروابط أو الصور أو الفيديو أو التعليقات أو الأسئلة أو الإجابات مع إمكانية التعليق عليها جميعا، أو مشاركتها مع الآخرين، كما يمكن للمستخدم نفسه أن يشارك الأصدقاء بما لديه من الروابط أو الصور أو الفيديو أو الأسئلة أو الإجابات (جلسة، 2013، ص2930)

وهي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية

وهي عبارة عن حلقات اجتماعية بين الأهل أو الأصدقاء أو غيرهم عبر الانترنت يتبادلون فيها اهتماماتهم المشتركة، تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وفيديو ودرشات وتعارف (أبو شعبان، 2011، ص29).

وهي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات، أو البحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين (بخوش، ومرزقوني، 2009، ص15) .

تركز شبكات التواصل الاجتماعي على بناء وتفعيل المجتمعات الحية على الانترنت، حيث يتشارك الناس اهتماماتهم وأنشطتهم، وقد ذكرت العديد من التعاريف للشبكات لها انطلاقا من النظرة إليها كجزء من البرمجيات التي تحقق صفة الاجتماعية: هي البرمجيات التي تحقق اتصالات تفاعلية باتجاهين (المرسل والمستقبل)، وتزداد قيمة الشبكات بحجم ما يزداد عدد الأعضاء فيها.

وتعرف موسوعة ويكيبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية. مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش الحي، غرف الدردشة وغيرها من المواقع الاجتماعية الحية (www.en.wikipedia.org)

نشأة وتاريخ شبكات التواصل الاجتماعي:

يرجع ظهور مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي إلى الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن "جون بارنز" سنة 1954، حيث ظهرت في السبعينيات من القرن الماضي بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية، وكانت فوائد البريد الإلكتروني من أولى التقنيات التي سهلت التفاعل الاجتماعي حيث أتاح هذا التفاعل للأفراد إمكانية تطوير علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين غالبا ما كانت بأسماء مستعارة، وفي منتصف التسعينيات بدأت شبكات التواصل الاجتماعي تظهر بشكلها الجديد مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل. (عبد الرعود، 2011، ص65)، وكان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الانترنت في شكل تجمعات ممثلة في موقع Theglobe.com عام 1994، تلاه موقع Geocities في العام نفسه، وتلاهما موقع Tripod عام 1995، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر صفحات الانترنت.

أما عن البدايات الأولى لظهور هذه المواقع فقد كان في أواخر السبعينيات مثل: Clasmates.com عام 1995، كان هدفه الربط بين الزملاء في الدراسة، ثم Sixdegress.com عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص (محمود، 2001، ص90)

وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 بظهور Friendster، ومع بداية

2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيس بوك" والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير (زودة، 2001، ص114).

خصائص شبكات التواصل الاجتماعية: يلخص مصعب حسين الدين قتلوني (قتلوني، 2014، ص97) خصائص الشبكات الاجتماعية في الآتي:

- **المشاركة:** فوسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

- **الانفتاح:** فمعظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء أو التعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- **المحادثة:** حيث تتميز وسائل التوصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

- **المجتمع:** وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثمة ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

- **الترابط:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها ببعض، وذلك عبر الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا.

- **الحضور الدائم غير المادي:** توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية، أو صورة أو معلومات.

ويضاف إلى هذه الخصائص والمميزات أن مواقع التواصل الاجتماعي تمكنت من كسر الحواجز والخطوط الحمراء التي كانت تمنع التواصل بين المواطنين العاديين والمسؤولين، كما تحولت إلى سلاح حاد لرصد ومتابعة وكشف قضايا عديدة، كما أتاحت هذه الشبكات حرية التعبير للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا، وبالمقابل استفاد من هذه المواقع أيضا السياسيون الذين رأوا فيها ساحات لا يمكن إغفالها أو تهملها، لكي يوضحوا سياساتهم، أو يدافعوا عن أنفسهم إذا ما تعرضوا للانتقاد، أو ليمارسوا الدعاية الانتخابية للتواصل مع الناخبين وشرائح المجتمع المختلفة.

إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:**• إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:**

- يعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال.
- مشاركة الاهتمامات بين الأفراد
- يساهم في التسلية والترفيه
- ينشط المهارات لدى المستخدم
- يعمق التفكير الإبداعي ويأنمط وطرق مختلفة بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين ومن بيئات مختلفة

- يبقى الفرد على اتصال مع الأصدقاء والزملاء والأسرة.

- يساعد على التعلم عن طريق تبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين.

• سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ظهور لغة جديدة بين الشباب.
 - سرقة الهوية والاحتيال باعتبارها من المخاوف المزعجة التي تسببها مواقع التواصل الاجتماعي والكثير من المعلومات الشخصية بحيث يمكن استخدامها كأدوات أنشطة غير مشروعة.
 - التعرض للجرائم الالكترونية .
 - فتور الحس الأخلاقي نتيجة للكمية الهائلة المشحونة بالعنف بحيث تجعله مألوفا لدى الناس.
 - نشر للأفكار الهابطة مثل العنف والجنس والجريمة.
 - إدمان الجلوس عليها مما يؤدي إلى إهدار الكثير من الوقت ويعطل الكثير من الأعمال.
- 2. القيم:** وهي الدافع الإيديولوجي الذي يؤثر في أفكار الإنسان وسلوكه، أو هي ضوابط سلوكية تتأثر بأفكار ومعتقدات الإنسان، وهذه الضوابط تضع سلوك الإنسان في قالب معين يتماشى مع ما يريده المجتمع ويفضله (الحسن، 1999، ص ص514-515)
- 3. المواطنة:** هي الرابطة الاجتماعية والقانونية بين الأفراد ومجتمعهم السياسي والديمقراطي، وهي المؤسسة الرئيسية التي تربط الأفراد ذوي الحقوق بمؤسسات الحماية للدولة، وعليه فهي عنصر رئيسي للديمقراطية، ومن ثم فهي تستلزم واجبات ومسؤولية مهمة تصبح الديمقراطية عاجزة من دونها، وتتضمن تلك الواجبات دفع الضرائب، والخدمة في القوات المسلحة، وإظهار الولاء للمجتمع والنظام السياسي، والمشاركة في الحياة المدنية والسياسي، كما تتضمن مسؤوليات المواطنة العمل على تضيق الفجوة بين المثالية والواقعية (عامر، 2003، ص9)

وهي صفة المواطن التي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية، ويعرف الفرد حقوقه ويؤدي واجباته عن طريق التربية الوطنية، وتتميز المواطنة بنوع خاص بولاء المواطن لبلاده، وخدمته في السلم، والحرب والتعاون مع المواطنين لتحقيق الأهداف القومية (بوزيان، 2014، ص27)

4. قيم المواطنة إجرانيا: هي مجموعة الأخلاقيات والسلوكيات الوطنية التي يكتسبها الشباب الجزائري من خلال تفاعله مع مواقع التواصل الاجتماعي، ويكون لها تأثير على أفكاره ومعتقداته، ويحدد من خلالها حقوقه وواجباته الوطنية.

5. الشباب: الشباب هم كل من يدخل في فئة السن من (15 إلى 35 سنة) وبينون رأيهم على أساس أن أولئك قد تم نموهم الفسيولوجي أو العضوي، بينما لم يكتمل نموهم النفسي والعقلي اكتمالا تاما بعد، وبالتالي فهم في مرحلة وسط بين الطفولة والرجولة الكاملة (بوجلال وآخرون، دس، ص148).

ثالثا. الإطار التطبيقي للدراسة:

1. مجالات الدراسة: يعتبر تحديد مجال الدراسة من بين أهم الخطوات الأساسية في البناء المنهجي؛ نظرا لأنه يساعد على قياس مدى تطبيق المعارف النظرية في الميدان، ولقد اتفق الكثير من المهتمين بمناهج البحث الاجتماعي على أنه لكل دراسة مجالات ثلاثة رئيسية هي: المجال الجغرافي، والمجال البشري، والمجال الزمني. فالمجال الجغرافي يحدد المنطقة أو المكان الذي تجرى فيه الدراسة، أما المجال البشري فيحدد أفراد المجتمع الذين تشملهم الدراسة، في حين يحدد المجال الزمني الفترة التي تستغرق لإنجاز الدراسة .

ومن هنا تم تحديد مجالات هذه الدراسة في:

- **المجال المكاني:** ونقصد به الحيز الذي تجرى فيه الدراسة، وفي هذه الدراسة يتمثل المجال المكاني في الشبكة العنكبوتية (شبكة الإنترنت)، وهو عبارة عن مجال افتراضي، أو خيالي، ذلك أن الطالبة الباحثة قامت بإجراء الدراسة الميدانية إلكترونيا باستخدام الاستمارة الإلكترونية.

- **المجال الزمني:** ويتمثل في الفترة التي استغرقتها الباحثة لإجراء الدراسة بدءا من الإحساس بالمشكلة، ثم تحديد الإشكالية وإخضاعها للعمل منذ خطواتها الأولى؛ من جمع المراجع والبحث النظري، وتحديد مجالات البحث الميداني، ثم النزول إلى الميدان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، فقد شرعت في هذا العمل في السنة الدراسية 2016-2017.

- **المجال البشري:** وقد تمثل المجال البشري في هذه الدراسة في كل الشباب الجزائري الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف تصنيفاتها.

2. مجتمع الدراسة ونوع العينة: نظرا لطبيعة هذه الدراسة التي تستهدف بالتحديد الشباب الجزائري المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي كمجتمع للدراسة، ونظرا لصعوبة حصر مفردات المجتمع الأصلي، وإعداد قائمة سحب العينة، فقد اختارت الباحثة أسلوب العينة غير الاحتمالية، التي تستخدم في حالات

عدم توافر إطار دقيق وشامل لمجتمع الدراسة، أو حالات تشتت المجتمع إلى الدرجة التي تجعل العينات العنقودية غير كافية (فيراط، الحمامي، 2012، ص40)، ومنه ونظرا لاتساع هذا الجمهور وضخامته وتشتته فقد تم اللجوء إلى العينة المتاحة التي تعتمد على مبدأ ما هو متاح، ومن يمكن الوصول إليهم، أو كما يعرفها "فضيل دليو" هي: نوع من المعاينات غير الاحتمالية التي يكون سحب عينتها من الجزء الأقرب من متناول اليد من مجتمع الدراسة، فتختار هذه العينة؛ لأنها متاحة ومريحة، وقد يكون ذلك من خلال مقابلة الأشخاص مصادفة أو إدراجهم في قائمة العينة بعد الالتقاء بهم ميدانيا أو اختيارهم بعد العثور عليهم من خلال الإنترنت أو عبر الهاتف، وفي هذه الدراسة تم توزيع الاستبيان إلكترونيا، والعينة هنا هي كل شاب جزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، ويصل إليه الاستبيان ويجب عنه، فقد قمت بعرض استمارة الاستبيان على مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي، وقد حصلنا على 354 استمارة في حدود شهر أفريل، وذلك بعد أن استثنينا كل من أجاب على الاستمارة ولا ينتمي إلى فئة الشباب التي حددت بالمرحلة الممتدة بين (15- 35) كما جاء في تعريف الدراسة للشباب.

3. منهج الدراسة:

يعتبر اختيار منهج الدراسة من الخطوات الأساسية في أي دراسة أو بحث اجتماعي، هذا الاختيار الدقيق للمنهج يعطي مصداقية موضوعية للنتائج المتحصل عليها، فهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها، حيث تختلف المناهج في البحوث الاجتماعية باختلاف المواضيع والمشكلات المطروحة.

وبما أن دراستنا تتمحور حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاساتها على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، ونسعى من خلالها إلى معرفة مدى استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافعهم من وراء استخدامها، فإنها تصنف ضمن الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على جمع البيانات وتبويبها، وإنما تمضي إلى أبعد من ذلك، أي إلى تحليل وتفسير هذه البيانات. وقد استخدمنا منهج المسح بالعينة من أجل جمع الحقائق واستخلاص الدلالات.

4. أداة جمع البيانات:

من أجل الإحاطة بالموضوع المدروس ميدانيا، ولكي تتم عملية جمع المادة العلمية من الميدان مجال الدراسة، لا بد من توفر أدوات جمع البيانات، هذه الأخيرة التي يعرفها أحمد بن مرسلّي بأنها: تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر (22)، وتعتبر هذه المرحلة هامة لأن اختيار طريقة جمع البيانات هي التي ستحدد ما يمكن تحليله، وما يراد دراسته، بحيث يتم اختيار هذه الأدوات حسب ما تقتضيه الإشكالية ومنهجية البحث المحددة. (23)، فلكل بحث وسائله التي تخدم أهدافه، ولكل منهج تقنياته التي تحدد

مساره، والتي تحدد درجة فاعلية الدراسة، وتساهم في إعطاء قيمة علمية للنتائج التي يمكن التوصل إليها.

واعتمدنا في دراستنا هذه على استمارة الاستبيان الإلكترونية التي هي تلك الاستبيانات التي يتلقى فيها المبحوث دعوة للمشاركة عن طريق أي وسيلة أخرى مع ضرورة إرسال المعلومات عبر الإنترنت، فمن المهم إذن أن يتم إرسال المعلومات باستخدام شبكة الإنترنت كقناة نقل، وإلا لا يمكن اعتبار الاستبيان استبيانا إلكترونيا (دليو، 2014، ص223-224)، ذلك أن الجمهور المستهدف من هذه الدراسة هو جمهور إلكتروني افتراضي، ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت مقسمة إلى أربعة محاور، وهي كالآتي:

- المحور الأول: وضم أسئلة عن البيانات الديموغرافية للمبحوثين

- المحور الثاني: وضم 06 أسئلة عن مدى استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي.

- المحور الثالث: وضم لأسئلة عن دوافع إقبال الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي

- المحور الرابع: وضم أسئلة عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة

لدى الشباب الجزائري

- المحور الخامس: وضم أسئلة عن الانعكاسات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على

قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري.

رابعا: نتائج الدراسة الميدانية:

من خلال الدراسة الميدانية توصلت الباحثة إلى أهم النتائج الآتية:

أولا: البيانات الديموغرافية:

1- تبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن: أعلى نسبة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

والذين أجابوا على استمارة الاستبيان كانت من فئة الذكور، بنسبة 53,4%، وهو ما يمثل 189 فردا من أفراد العينة التي بلغ مجموعها الكلي 354 مفردة، و165 أنثى؛ أي ما يمثل 46,6%.

2- اتضح لنا من خلال توزيع العينة حسب المستوى التعليمي أن معظم أفراد العينة جامعيون،

بمعدل 211 فردا من أفراد العينة، وذلك بنسبة 59,6%، وقد كانت هذه النتيجة متوقعة كون هذه الفئة

هي الأكثر تفاعلية وتأثراً بهذه المواقع، لكونهم الفئة الأكثر تعلما في المجتمع، تلتها فئة المستوى

التعليمي الثانوي في المرتبة الثانية بنسبة 27,12%، أي بمعدل 96 فردا، في حين لم تتحصل فئة

المستوى التعليمي المتوسط والابتدائي إلا على نسبة 13,28%؛ أي ما يعادل 47 فردا من مجموع أفراد العينة.

ثانيا: مدى استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- توصلت الباحثة إلى أن الشباب الجامعي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

- دائما بنسبة 58,76%.

- أحيانا بنسبة 26,00%.

- نادرا بنسبة 15,30%.

2- كشفت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة بكثرة من طرف الشباب الجزائري كانت ممثلة في:

- موقع الفيسبوك بنسبة 49,30%.

- موقع اليوتيوب بنسبة 32,7%.

- موقع التويتر بنسبة 18,10%.

3- توصلت الباحثة إلى أن جل الشباب الجزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

- منذ أكثر من ثلاث سنوات وذلك بنسبة 30,20%.

- 26,00% يستخدمها منذ من سنتين إلى ثلاث سنوات.

- من سنة إلى سنتين بنسبة 23,40%.

- أقل من سنة بنسبة 20,30%.

4- كشفت الباحثة أن معظم الشباب الجزائري يستغرق عند تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي:

- من ساعة إلى ساعتين بنسبة 61,00%.

- أكثر من ساعتين بنسبة 20,30%.

- أقل من ساعة بنسبة 18,60%.

5- توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجزائري يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي:

- بشكل يومي بنسبة 33,33%.

- حسب الظروف بنسبة 26,30%.

- في نهاية الأسبوع بنسبة 24,60%.

- في بداية الأسبوع بنسبة 15,70%.

6- عن مدى إقبال الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي توصلت الباحثة إلى أن:

- 59,60% من المبحوثين يقبل عليها بشكل كثيف.

- 27,12% من المبحوثين يقبل عليها بشكل متوسط.

- 13,28% من المبحوثين يقبل عليها بشكل ضعيف.

ثالثا: دوافع إقبال الشباب الجزائري على مواقع التواصل الاجتماعي

1- توصلت الدراسة إلى أن دوافع استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي جاءت

ممثلة في الآتي:

- الاتصال بالأهل والأصدقاء بنسبة %53,95.
 - زيادة المعلومات والمعارف بنسبة %15,54.
 - التسلية والترفيه بنسبة %14,41.
 - التعرف على آخر المستجدات الوطنية بنسبة %8,47.
 - تشكيل صداقات جديدة بنسبة %7,63.
- 2- كما توصلت الدراسة إلى أن أسباب استخدام الشباب الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الآتي:

- سهولة استخدامها بنسبة %71,19.
- بسبب تميزها بالتفاعل بسرعة كبيرة مع الأصدقاء بنسبة %23,16.
- شهرتها والإقبال الكبير عليها بنسبة %5,08.
- خاصية مجانيته بنسبة %0,56.

رابعا: مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري

1- وفي سؤالنا عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قيم المواطنة أجاب:

- %55,90 بأنها تساهم أحيانا.
 - %28,80 تساهم دائما .
 - %15,30 أجابوا بأنها لا تساهم أبدا.
- 2- توصلت الباحثة إلى أن قيم المواطنة التي تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشرها لدى الشباب الجزائري تمثلت في:

- قيمة حب الوطن بنسبة %38,7.
 - تعزيز العادات والتقاليد بنسبة %31,4.
 - قيمة الحفاظ على التراث الوطني بنسبة %16,10.
 - قيمة التمسك بالدين الإسلامي بنسبة %13,7.
- 3- كشفت الدراسة أن مشاركة الشباب الجزائري حول قيم المواطنة تكون:

- بالإعجاب بنسبة %36,5.
- يشاركونها بالتعليق عليها بنسبة %27,6.
- يشاركونها مع الآخرين بنسبة %24,20.
- يكتفون بالاطلاع عليها بنسبة %6,90.
- يرسلون هذه القيم إلى الآخرين بنسبة %4,8.

خامسا: الانعكاسات السلبية والايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة

1- كشفت الدراسة أن الشباب الجزائري يرون أن تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة

هو:

- تأثير إيجابي بنسبة % 61,90.

- و % 27,4 يرون أنه تأثير سلبي.

- و ترى نسبة % 10,7 من الشباب بأنه تأثير إيجابي أحيانا وسلبي أحيانا.

2- توصلت الباحثة إلى أن الانعكاسات الايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى

الشباب الجزائري تمثلت في الآتي:

- المشاركة في تشكيل الدولة الحديثة بنسبة % 24,9.

- الإحساس بالهوية بنسبة % 21,7 .

- من خلال تجسيد حب الوطن بنسبة % 18,8 .

- الدفاع عن الوطن بنسبة % 17,7.

- قبول الفرد للقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع بنسبة % 16,8.

3- كشفت الباحثة أن الانعكاسات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب

الجزائري تمثلت في الآتي:

- تكريس المواطنة السلبية بتغليب البعد الحقوقي على البعد الالتزامي بنسبة % 59,8.

- تكريس المواطنة المادية بحيث لا تغدو العلاقة بين المواطن ودولته علاقة روحية بنسبة % 25,6 .

- عدم الولاء والإخلاص للوطن بنسبة % 14,6.

خاتمة:

أصبحت المواطنة من القضايا التي فرضت نفسها بقوة وخاصة في ظل التغيرات التي يشهدها العالم اليوم، فهي أساس الازدهار والتطور والحضارة، وتلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور كبير وفعال في تعزيزها، باعتبارها إعلام بديل يعمل على زرع ونشر قيم المواطنة كتعزيز حب الوطن، وتأكيد الانتماء له.

مقترحات وتوصيات الدراسة:

- ضرورة الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها نافذة لحرية الرأي والتعبير، واستغلالها في

تدعيم وترسيخ مختلف القيم.

- تنمية قيم المواطنة وتعزيزها وترسيخها وحمايتها من الخطر الذي يحدق بها نتيجة لتدفق المعلومات

وتداخل الثقافات.

- تعريف الأفراد بقيم ومبادئ المواطنة الصحيحة من خلال نشرها في مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الإحساس بالهوية، قبول الفرد للقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع، وعي الفرد بحقوقه، وتحقيق واجباته...

قائمة المراجع:

- إحسان محمد الحسن (1999)، موسوعة علم الاجتماع، دط، الدار العربية للموسوعات، لبنان.
- بخوش، ومرزقوني (2009)، الويب2... الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، دط، الجزائر.
- خالد وليد محمود (2001)، مواقع التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، مدارك للنشر والترجمة والتعريب، بيروت، لبنان.
- سارة ناصر أبو شعبان، اتجاهات العاملين في العلاقات العامة نحو استخدام الشبكات الاجتماعية، الجامعة الإسلامية، كلية الآداب، قسم صحافة علاقات عامة وإعلان، غزة.
- عبد الله محمد عبد الرعود (2011)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
- عبد الله بوجلال وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية وميدانية. عين مليلة: دار الهدى، منشورات فرق البحث، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية.
- عثمان بن صالح عامر (2003)، المواطنة في الفكر الغربي المعاصر، دراسة نقدية من منظور إسلامي، مجلة جامعة دمشق، كلية المعلمين، قسم الدراسات الإسلامية، المجلد 19، العدد 1.
- راضية رابع بوزيان (2014)، التربية والمواطنة- الواقع والمشكلات، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان.
- فضيل دليو (2014)، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دط، دار هومة، الجزائر.
- مبارك زودة (2001)، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.
- مصعب حسين الدين قتلوني (2014)، ثورات فيس بوك، ط1، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، بيروت.
- محمد شفيق (1985)، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، الإسكندرية.
- محمد قيراط، الصادق الحمامي (2012)، قياس الجمهور في المؤسسات الإعلامية العربية: غياب الدراسات وتحديات الصناعة الإعلامية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، (73) تونس.

- محمد منتصر شعبان حلاسة (2013)، واقع استخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور، رسالة ماجستير، كلية التجارة، غزة.
تاريخ الاسترجاع 2011/8/14 من www.en.wikipedia.org