

دور وسائل التواصل الاجتماعي فى الثقافة السياسية لطلاب الجامعة دراسة ميدانية بجامعة العريش

د. نشوى مختار حسين(*)

• ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تناول دور وسائل التواصل الاجتماعي فى الثقافة السياسية لطلاب الجامعة، باعتبارها جملة المعتقدات والقيم والمشاعر والتوجهات وأنماط السلوك المتعلقة بالنظام السياسي فى المجتمع. وتختص الدراسة بتناول الثقافة السياسية فى بعدها الإدراكي أو المعرفي، ويقصد به مدى ما لدى الفرد من معلومات عن المفردات السياسية، سواء على النظام السياسي ككل أو مدخلاته ومخرجاته...الخ. وترتبط على ما سبق تم دراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي فى الثقافة السياسية لطلاب جامعة العريش بشمال سيناء بجمهورية مصر العربية، وذلك باستخدام اسلوب المسح الميداني لعينة من طلاب جامعة العريش. وخلصت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي قد باتت تشكل ركنا مهما ويكاد يكون وحيدا فى تشكيل الثقافة السياسية لطلاب الجامعة، ومع هذا فلا يزال البعد المعرفي للثقافة السياسية للطلاب متواضعا.

الكلمات المفتاحية: الثقافة السياسية، وسائل التواصل الاجتماعي، طلاب الجامعة، المشاركة السياسية، المنصات الرقمية

(*) مدرس بقسم العلوم السياسية، كلية التجارة - جامعة العريش

The Role of Social Media in the Political Culture of University Students: Field Study at Al-Arish University

Dr.Nashwa Mokhtar Hussein

• Abstract

This paper aims to address the role of social media in the formation of political culture of university students. Political culture is defined as the beliefs, values, feelings, attitudes and behaviors related to the political system of society. The paper is devoted to the study of political culture in its cognitive dimension which refers to the individual's political knowledge regarding the political units, whether on the political system as a whole, its inputs, outputs, etc. The paper investigates the role of social media in the political culture of students of Al-Arish University in North Sinai in the Arab Republic of Egypt. The paper is based on a field survey of a sample of students of Al-Arish University. The study concluded that while social media has become an important and almost sole pillar in shaping the political culture of university students, the cognitive dimension of students' political culture remains modest.

Keywords: Political Culture, Social Media, University Students, Political participation, Digital Platforms



● مقدمة:

تلعب الأدوات الإعلامية دوراً مهماً في تحديد قيم وتصورات واتجاهات الأفراد، وتكتسب هذه الأدوات أهمية خاصة لما تتسم به من قدرة على نقل الرسالة السياسية إلى أعداد ضخمة من المواطنين، وتقديم المعلومات عن الأحداث والشخصيات، بما يهيئ المواطن تدريجياً تكوين صورة محددة عن العالم السياسي.

وقد شهد العصر الحديث تطورات متسارعة ومتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛ وذلك بظهور مواقع التواصل الاجتماعي تزامناً مع ظهور Web2.0 والتي وضعت الأساس للتواصل الاجتماعي عن طريق المواقع؛ وباتت بديلاً مقبولاً للأفراد عن وسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون أو الصحف... الخ.

ومع مرور الوقت، أضحت وسائل التواصل الاجتماعي رافداً مهماً في نشر مختلف المعلومات والقضايا في مختلف المجالات من بينها المجال السياسي الذي يستقطب مختلف الفئات العمرية في المجتمع. هذا وقد وجد الشباب في جميع أنحاء العالم ضالتهم في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، وبخاصة مع هواتفهم الذكية، وذلك بقضاء أغلب أوقاتهم عليها وعلى تواصل شبه دائم مع العالم وأقرانهم.

وقد كشفت إحدى الدراسات بأن الشباب، الذين تتراوح أعمارهم بين ستة عشر و خمس وعشرون عاماً، يعتمدون بشكل أكبر على المنصات الرقمية أو خدمات المراسلة، مثل الفيسبوك أو توك أو يوتيوب أو تويتر أو انستجرام أو واتساب... الخ، للحصول على الأخبار عن الجيل الأكبر سناً الذي لا زال يفضل مصادر الأخبار التقليدية. وبالرغم من ذلك تشير بعض الدراسات إلى أن الشباب، هم الأقل اهتماماً بالسياسة.¹

ثمة اتجاه في الأدبيات يرى أن أهم سميتين مميزتين لوسائل التواصل الاجتماعي الجديدة هما حرية الدخول، وكذلك الاعتماد على المحتوى الذي ينشئه المستخدم، حيث

(1) Jörg Matthes, "Social Media and the Political Engagement of Young Adults: Between Mobilization and Distraction", **Online Media Glob. Commun.**, 1(1), 2022, pp7-8.

أن انخفاض حواجز الدخول قد دفع إلى انخفاض القيود على انتشار المعلومات السياسية، مما يسمح للأفراد الذين تم تهميشهم من قبل المؤسسة السياسية بالظهور. ويتأتى ذلك من خلال توفير نافذة جيدة للمعارضة، مما يجعل من الصعوبة بمكان إخفاء المعلومات من قبل الجهات السياسية والتجارية، وهو ما يجعل الأنظمة السياسية أكثر عرضة للمساءلة. كما يمكن للمحتوى الذي ينشئه المستخدم والتواصل الواقع في وسائل التواصل الاجتماعي أيضاً تغيير الطريقة التي يتفاعل بها السياسيون والمواطنون؛ حيث تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للسياسيين بتلقي ردود فعل فورية من المواطنين، ومناقشة المقترحات المختلفة، بل وقياس السخط السياسي أيضاً. ويمكن استخدام هذه المدخلات لإدخال تحسينات على السياسات. ومع هذا يشير بعض الباحثين أن التكلفة المنخفضة لإنشاء حسابات على الإنترنت، وكذلك القدرة على نشر المحتوى باستخدام حسابات مجهولة المصدر، قد تؤدي إلى التلاعب بالمحتوى عبر الإنترنت.¹

ويعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي له آثار ذات صلة في الثقافة السياسية. ويذهب البعض بالقول أن جذب انتباه الجمهور من خلال الشبكات الاجتماعية أصبح في الوقت الحاضر مؤهلاً أساسياً للمتظاهرين لتنظيم الحركات الاجتماعية، وبهذا فإن وسائل التواصل الاجتماعي قد أظهرت إعادة الاستيلاء على المجال العام التقليدي. ومع هذا فإن وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجالا عاما مثاليا بسبب السمة الانتقائية والتحيز في عرض المعلومات في بعض الأحيان كما أشار البعض.

بوجه عام يمكن القول أن الفائدة السياسية التي تجلبها وسائل التواصل الاجتماعي إلى المجال العام تتمثل في قدرتها على تحسين قدرة المواطنين على الوصول اليومي إلى وسائل الإعلام واتخاذ قراراتهم السياسية، وتشجيع المشاركة المدنية، وهو ما له صلة وثيقة بالثقافة السياسية.²

(¹) Ekaterina Zhuravskaya and Others, "Political Effects of the Internet and Social Media", **Annual Review of Economics**, 2020, pp 417-418.

(²) Peiren Shao, Yun Wang, "How does social media change Chinese political culture? The formation of fragmentized public sphere", **Telematics and Informatics**, Elsevier, May 2016, p 695.



واستنادا إلى ما تقدم، تستهدف الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيسي مفاده: إلى أى مدى نجحت وسائل التواصل الاجتماعى فى تزويد طلاب الجامعة بالأخبار والمعلومات و المعارف السياسية؟ وهل تعتبر وسيلة جاذبة لهم ويمكن اعتبارها بديلا مقبولا عن وسائل الإعلام التقليدية أم أن سماتها المميزة والمتمثلة فى سرعة وحرية الوصول للمعلومات لم تضيف الكثير فيما يتعلق بتشكيل وإثراء الجانب المعرفى لهم؟ وفى هذا الإطار، تركز الدراسة على معرفة أهم وسائل التواصل الاجتماعى التى يستخدمها الشباب، وكذلك أولوياتهم واهتماماتهم عند متابعة هذه الوسائل، علاوة على معرفة مدى المام الطلاب ببعض المعارف والمعلومات السياسية التى اكتسبها الطلاب وبخاصة من وسائل التواصل الاجتماعى.

وقد اعتمدت الدراسة على مصادر أولية للبيانات تمثلت فى تصميم استمارة الاستبيان، والتى اشتملت على العديد من الأسئلة التى تناولت عددا من المحاور المرتبطة بأهداف الدراسة. هذا بالإضافة إلى إجراء عدد من المقابلات الشخصية مع عدد من الطلاب بالجامعة¹. أما عن المصادر الثانوية فتمثلت فى الأداة المكتبية من خلال الاطلاع على الأدبيات المنشورة ذات الصلة بالظاهرة محل الدراسة.

وتنقسم الدراسة إلى ثلاثة مطالب رئيسية، يتناول الأول التعرض لمفاهيم كلا من الثقافة السياسية ووسائل التواصل الاجتماعى، أما المطلب الثانى يتناول العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعى والثقافة السياسية، أما المطلب الأخير فقد تناول دور وسائل التواصل الاجتماعى فى الثقافة السياسية لطلاب جامعة العريش (دراسة ميدانية) حيث تعرض للإجراءات المنهجية والتحليل الإحصائى للبيانات، ثم قراءة وتحليل أهم النتائج التى توصلت إليها الاستبانة مع عرض لبعض التوصيات.

(1) سيتم الإشارة إلى منهجية الدراسة تفصيلا فى المطلب الثالث من الدراسة.

المطلب الاول: مفهوم الثقافة السياسية ووسائل التواصل الاجتماعي أولاً: مفهوم الثقافة السياسية:

في كتابهما المعنون "الثقافة المدنية" وضع كل من جابرييل الموند وسيدنى فيربا، تعريفاً اجرائياً للثقافة السياسية باعتبار أن الثقافة السياسية للأمة هي توجهات أبناء الأمة نحو المفردات السياسية. وتتضمن تلك التوجهات تلك الخاصة بالتوجه المعرفي (Cognitive Orientation) الذي يكمن في معرفة النظام السياسي وأدواره وشاغلي هذه الأدوار ومدخلاته ومخرجاته. وهناك التوجه العاطفي (Affective Orientation) أو المشاعر حول النظام السياسي، وأدائه وأدواره، وهناك التوجه التقييمي (Evaluational Orientation) ويشمل الحكم والآراء حول المفردات السياسية. وعند تصنيف مفردات التوجه السياسي، يتم البدء بالنظام السياسي العام. وتكمن المشاعر على سبيل المثال في حب الوطن أو الاغتراب وكذلك تقييم الأمة هل هي كبيرة أو صغيرة، قوية أو ضعيفة. من ناحية أخرى، تم تمييز التوجهات نحو الذات كجهات فاعلة سياسية من حيث مضمون وجودة الالتزام السياسي الشخصي، ومضمون وجودة الإحساس بالتنافس الشخصي في مقابل النظام السياسي.¹

هذا، وقد ظهرت دراسات الثقافة السياسية منذ الحرب العالمية الثانية، وتم مناقشة هذا المفهوم من قبل العديد من الباحثين بسبب طبيعته التي قد تندرج تحت تخصصات عديدة، حيث يمكن التعامل معه من منظور الدراسات الثقافية والعلوم السياسية والفلسفة السياسية وعلم الاجتماع السياسي والأنثروبولوجيا السياسية. وفي هذا الإطار يرى Nguyen Minh Giang أن جميع النظريات والمناهج تكاد تتفق في مدلول الثقافة السياسية الذي يشمل كافة القيم والمعتقدات والمواقف والسلوكيات الخاصة بالأفراد على جميع المستويات (الفرد والمؤسسات والدولة القومية) والتي تتجلى في الأنشطة السياسية.²

(1) Almond, Verba, **The Civic Culture**, SAGA, 1989, p15.

(2) Nguyen Minh Giang, "Political Culture: A Literature Review", **Thu Dau Mot University Journal of Science**, Volume 6, Issue 2, June 2024, P168,178.



وفى ذات السياق يصعب القول بوجود ثقافة سياسية على المستوى الوطنى ككل بل أن هناك ثقافات فرعية محددة جديرة بالدراسة. على سبيل المثال، يمكن تحليل نظام فرعي إقليمي أو ثقافي أو هيكلي للثقافة السياسية. وفى رأى البعض فإن دراسة ثقافات فرعية محددة قد تتميز عن التحليلات الإجمالية بأنها أقرب إلى الواقع الاجتماعي.¹ وعليه، فإن أية ثقافة سياسية تشتمل على عدد من الثقافات الفرعية، وذلك بفعل تباين الانتماءات اللغوية أو الدينية أو الطبقية أو المهنية.. الخ، على سبيل المثال، قد تظهر فجوة ثقافية بين جيل الكبار الذى يظل محافظا على القيم القديمة، وجيل الشباب الذى يجد نفسه واقعا تحت تأثير عوامل اجتماعية جديدة تدفعه الى مقاومة القيم التقليدية والجنوح إلى قبول القيم الحديثة.²

ويرى Alan R. Ball أن الثقافات السياسية تختلف باختلاف درجة مشاركة مواطني النظام السياسي في العملية السياسية. ففي بعض الأنظمة، يقوم الأفراد بدور أكثر نشاطاً في العملية السياسية، ويمتلكون قدراً كبيراً من المعلومات السياسية، ويتوقع أن يكون لهم تأثير على القرارات التي تتخذها الحكومات مثل الولايات المتحدة الأمريكية. وبهذا يمكن القول بوجود مكونين مهمين للثقافة السياسية، وهما: المواقف تجاه المؤسسات السياسية للدولة، ومدى شعور المواطنين بأنهم قادرون على التأثير والمشاركة في عملية صنع القرار.

وفى واقع الأمر فإن الثقافة السياسية ليست ثابتة ولكنها تستجيب للأفكار الجديدة المتولدة من داخل النظام السياسي أو المستوردة أو المفروضة من الخارج.³ فهي لا تظل ثابتة على الدوام، بل أن الثقافة السياسية تشهد تغيرا عبر الزمن حتى وإن تم بصورة جزئية أو محدودة. وقد يحدث التغير الثقافي بصورة غير مخططة وذلك نتيجة

(1) Barbara Pfetsch, **From Political Culture to Political Communication Culture**, Cambridge University Press, 2009, P348.

(2) د. كمال المنوفى، مفهوم الثقافة السياسية: دراسة نظرية تأسيسية، سلسلة مفاهيم، المركز الدولى للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، اكتوبر 2008، ص ص 16-17.

(3) Alan R. Ball, **Modern Politics and Government**, Macmillan Education Ltd, Fourth Edition, 1988, pp 52-62.

لتحول البنية الاقتصادية- الاجتماعية، أو تبدل النظام السياسي أو حدوث تعبئة اجتماعية أو التعرض لثورة أو الدخول في حرب... الخ، كما قد يكون التغيير مخططا عندما تبدل النخبة الحاكمة جهودا تربوية منظمة وذلك بهدف استبدال نظام ثقافي جديد بالنظام الثقافي السائد.¹

وفي هذا الإطار، يرى بعض الباحثين أن هناك ثقافة سياسية جديدة New Political Culture (NPC) قد بدأت في العديد من الدول في السبعينيات، وقد أصبحت مهيمنة في بعض المواقع. وباتت تحدد قواعد جديدة للعبة السياسية، ومن بين المدافعين عن الثقافة السياسية الجديدة بيل كلينتون وتوني بلير وفرانسوا ميتران، والذين أحدثوا ثورة في سياسات بلدانهم من خلال تبني قضايا جديدة تشمل ديمقراطية المواطن، والبيئة، وحقوق المثليين، وقضايا الاستهلاك وأسلوب الحياة بوجه عام، مع تركيز أقل على مكان العمل والوظائف التي كانت تحتل مكانا أكبر في الماضي. ولم تعد أنماط القيادة تقتصر على الأحزاب والنقابات والجماعات العرقية عوضا عن ذلك، بدأت القيادة تتحول من قضية إلى أخرى: فالقادة المعنيون بالإجهاض مختلفون عن القادة في القضايا البيئية، وهكذا. وبذلك يكون القادة المعنيون بقضية محددة أكثر نشاطا، وكذلك المواطنون ووسائل الإعلام. وتظهر الثقافة السياسية الجديدة بشكل واضح في المدن والدول ذات المواطنين الأكثر تعليماً، والدخل المرتفع، ومهن خدمات التكنولوجيا العالية.²

ثانيا: وسائل التواصل الاجتماعي:

لا يوجد تعريف محدد لكلمة Social Media أو التواصل الاجتماعي، حيث بدأ استخدام هذا المصطلح ليعبر عن نوع جديد من التواصل. ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالمياً، وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين

(¹) د. كمال المنوفى، مرجع سبق ذكره، ص ص 37-38.

(²) Terry Nichols Clark, Vincent Hoffmann Martinot (eds), **The New Political Culture, Urban Policy Challenges**, Routledge, 2018, P3.



للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تُستخدم للدخول لتلك المواقع. وتختلف تلك المواقع عن تلك الأنواع التقليدية من وسائل الإعلام، مثل الجرائد في سرعة نشر المعلومة وسهولة الوصول إليها، وبناء على التعريف السابق فإن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي تتكون من الأجهزة والمواقع، فهي تشمل كل شيء من اليوتيوب وتويتر وأجهزة الجوال الحديثة... الخ.¹

ويعرف البعض خدمات شبكات التواصل الاجتماعي بأنها «خدمة قائمة على شبكة الإنترنت تتيح للأفراد والمنظمات إنشاء ملفات تعريف خاصة بهم، وإقامة اتصالات مع مستخدمين آخرين، والاطلاع على الروابط التي يقيمونها». وتسهل منصات التواصل الاجتماعي، مثل الفيسبوك وتويتر، مشاركة المعلومات، كما أن وسائط التواصل الاجتماعي هي بمثابة أدوات رقمية جديدة تتسم بالمرونة وسرعة الحركة من حيث أنها تمثل ضرورة أساسية للتواصل مع أصحاب المصلحة أو التعاون مع العملاء أو تطوير منتجات جديدة.²

وفي ذات السياق يمكن تعريف المنصة الرقمية (Digital Platform) بأنها نماذج أعمال تقوم باستخدام البنية التحتية الإلكترونية لتسهيل التفاعل بين المجموعات. ومن الأمثلة على ذلك: قنوات التواصل الاجتماعي، والأسواق عبر الإنترنت، ومواقع الويب والتطبيقات الجماعية.

ويرى البعض ان هناك عدة مميزات تتمتع بها المنصات الرقمية والتي تعمل على تعزيز وظائفها وجاذبيتها. منها على سبيل المثال أن بإمكان تلك المنصات النمو واستيعاب المعاملات دون زيادات كبيرة في التكاليف، وهو ما يمثل ضرورة لتوسيع نطاق وصولها إلى السوق مع الحد الأدنى من البنية التحتية للأعمال. كما أن

(¹) Hugh Brooks, Ravi Gupta ، عاصم سيد عبد الفتاح (ترجمة)، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017)، ص 55.

(²) Jeoung Yul Lee and Others, "The Impact of Social Media and Digital Platforms Experience on SME International Orientation: The Moderating Role of COVID-19 Pandemic", **Journal of International Management**, Elsevier, (28), 2022, P3.

المنصات الرقمية تعمل باستمرار، ويمكن الوصول إليها بغض النظر عن المنطقة الزمنية أو الموقع الجغرافي. وهذا يعزز من تفاعل المستخدمين من خلال إجراء التفاعلات والمعاملات الفورية. كما أن المنصات الرقمية تعمل أيضاً على تبسيط العمليات التجارية، مما يقلل الحاجة إلى العمل اليدوي المكثف، ويقلل من تكاليف التشغيل، ويحسن إدارة الموارد¹.

وقد تطورت وسائل التواصل الاجتماعي من تبادل المعلومات الإلكترونية المباشرة، إلى مكان تجمع افتراضي، إلى منصة للبيع بالتجزئة، إلى أداة تسويق حيوية في القرن الحادي والعشرين.

ففي الثمانينيات والتسعينيات مكّن نمو الإنترنت من طرح خدمات اتصال عبر الإنترنت مثل "كومبيو سيرف" و"أمريكا أونلاين" و"بروديجي". وقد عرّفت هذه الخدمات المستخدمين على التواصل الرقمي عبر البريد الإلكتروني، ورسائل لوحات الإعلانات، والدرشة الفورية عبر الإنترنت².

وقد تم استخدام مصطلح "وسائل التواصل الاجتماعي لأول مرة عام ١٩٩٤ وفي تلك الفترة المبكرة من عصر الإنترنت التجاري، طُوّرت وأُطلقت أولى منصات وسائل التواصل الاجتماعي. ومع مرور الوقت، ازداد عدد منصات وسائل التواصل الاجتماعي وعدد مستخدميها النشطين بشكل ملحوظ، مما جعلها من أهم تطبيقات الإنترنت³. على سبيل المثال فقد ظهر الفيسبوك عام 2004، وأصبح له أربعة مستخدمين من كل خمسة أفراد عالمياً¹.

(1) Kate Gibson, **Digital Platforms: What They Are & How They Create Value**, Harvard Business School Online, at: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-a-digital-platform>

(2) The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next?, Maryville University, at: <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/>

(3) Thomas Aichner, "Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019",



ويمكن القول اجمالاً أن شبكة الإنترنت والتي مثلت رؤية جديدة لحرية الفكر والرأي، والتعبير وحرية المعلومات، وما منحتها وسائل التواصل الاجتماعي للأفراد والمجموعات الأصغر بأن تصبح مرئية ومسموعة. وأن يصبح للمواطن البسيط صوت عالٍ، على حد تعبير البعض. فلم تزل هذه الفرصة تمثل نعمة ومخاطرة في آن واحد، وهى أن يتمكن الجميع من التحدث وتبادل المعلومات والأفكار بحرية.²

المطلب الثانى: العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب

عند الحديث عن العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية وبخاصة للشباب، برز اتجاهان رئيسيان فى هذا الإطار أحدهما تناول دور وسائل التواصل الاجتماعي فى توفير المعلومات والمعارف السياسية لمستخدميها. واتجاه آخر ركز على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تحقيق المشاركة السياسية للشباب. وسيتم تناول كلا الاتجاهين على التوالى.

الاتجاه الاول: وسائل التواصل الاجتماعي وتوفير المعلومات السياسية:

يرى Andreu Casero-Ripollés أن وسائل الاعلام التقليدية (الصحافة والراديو والتلفزيون) قد فقدت مكانها الأول الذي كان موجوداً قبل دفع المنصات الرقمية، والتي أصبحت مصادر أساسية للمعلومات والأخبار. فى عام 2018، استخدم 36% من مستخدمي الأخبار فى 37 دولة الفيسبوك بشكل اساسي ووصل إلى 48% فى حالة إسبانيا³، وقد يُعزى هذا فى رأى البعض إلى العادات المتغيرة للشباب. أو لعدم ثقة

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking , Volume 24, Number 4, 2021.

(¹) Hugh Brooks, Ravi Gupta ، مرجع سبق ذكره، ص ص 57-58.

(²) Ulrike Reisach, "The responsibility of social media in times of societal and political manipulation", **European Journal of Operational Research**, Elsevier, September 2020, P 907.

(³) Andreu Casero-Ripollés, "Research on political information and social media: key points and challenges for the future", **profesional de la información**, septiembre-octubre, v. 27, n. 5. , 2018, p 965.

البعض في وسائل الإعلام التقليدية التي يُنظر إليها بموالاتها للأحزاب الحاكمة، مما جعل الأفراد قد تلجأ لمصادر أخرى على الإنترنت للبحث عن أخبار أكثر «حيادية» فيما يتعلق بالتنمية وقضايا الدولة.

من بين منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، لا يزال الفيسبوك هو المنصة الأكثر شعبية لاكتساب المعلومات السياسية بين الشباب للمعلومات السياسية ومع ذلك أكدت إحدى الدراسات أن بعض الشباب ممن تقل أعمارهم عن عشرين عاماً يفضلون منصات التواصل الاجتماعي الأخرى، على وجه الخصوص، تويتر وانستجرام.

ويمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أصبحت أحد الركائز الأساسية لنشر المعلومات السياسية وتداولها.¹ حيث أنها قد ساعدت على تعدد وتنوع الجهات الفاعلة التي تتفاعل وتتفاوض في مجال الاتصال السياسي. حيث الانتقال من علاقات يقتصر طرفاها على الصحفيين والسياسيين فحسب، إلى علاقات أكثر انفتاحاً ولا مركزية يشارك فيها عدد أكبر من الجهات الفاعلة التي باتت تساهم في تحديد المجال العام، وهو ما أثر بدوره على إنتاج المعلومات السياسية، حيث أصبح لأي مستخدم إمكانية تطوير محتوى على الإنترنت بشكل مستقل. وبعد أن كانت المعلومات تنسم بالندرة أضحت الآن تنسم بالوفرة وأحياناً الوفرة المفرطة.

وعلى الرغم من أن تلك السمة قد تسهل على المواطنين الحصول على معلومات حول القضايا السياسية، بل وتتيح أيضاً الشفافية والمساءلة، بيد أنها قد تساهم أيضاً في عدم الاستقرار والصراعات بل والتناقضات في السيناريو السياسي؛ حيث أن اللامركزية القوية في إنتاج وتوزيع المعلومات التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، إلى جانب إخفاء الهوية أي صعوبة معرفة من يقف وراء المحتوى، هي عوامل تسهم في مجملها إلى ظهور أخبار كاذبة، مما يسهم في ظهور تلك المشكلات.²

(¹) Tan, J. J., "Socio-Political Characteristics of the Malaysian Net Generation, Who Use Social Media for Political Information: An Exploratory Analysis", **International Journal of Politics, Public Policy and Social Works**, 4 (11), 2022, P 15,26,28.

(²) Andreu Casero-Ripollés, **op, cit.**, p 965, 967.



وعلى الرغم مما سبق ففي دراسة Thomas J. Johnson ثبت أن الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وماى سبيس الأمريكية وغيرها من وسائل التواصل التي اعتمدتها الدراسة هو أقوى مؤشر على مصداقيتها. حيث اعتمدت هذه النتيجة على اعتبار أن الاعتماد على تلك الوسائل يمثل مؤشراً قوياً على مصداقيتها، حيث أن المستخدمين الأكثر تردداً واعتماداً على تلك المواقع هم الأكثر خبرة وأكثر مهارة في تصفية المعلومات والمصادر الجديرة بالثقة من تلك الأقل تصديقاً وكذلك معرفة أماكن البحث للحصول على المعلومات التي يرون أنها ذات مصداقية.¹

وفي ذات الإطار فقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي وبخاصة الفيسبوك هي البديل للشباب للتعبير عن ذواتهم، حيث تطرح وتناقش مختلف القضايا السياسية بحرية وبدون قيود، واعتبرت فضاءاً عاماً حقيقياً يتم فيه التحوار والمناقشة وتبادل الآراء حول قضايا الشأن العام ومساائل المواطنين الاجتماعية والسياسية هذا بالإضافة إلى كشف العديد من الحقائق السياسية التي لا يطرحها الإعلام التقليدي.²

وعلى الرغم من أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تعزز من مستوى الوعي السياسي لدى الشباب، غير أنها قد لا تزيد من معارفهم السياسية، وهو ما أثبتته دراسة قام بها Muhammad Muzaffar وآخرون حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي بين شباب باكستان، والتي أظهرت أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حيوياً في تنشئة الشباب الباكستاني سياسياً، بيد أن مستوى المعرفة السياسية كان ضعيفاً. و أن الأفراد كانوا أقل دراية وليسوا مؤهلين حتى المستوى الأمثل كما كان يُفترض على الرغم من تواصلهم اجتماعياً.³

(1) Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, "Credibility of Social Network Sites for Political Information among Politically Interested Internet Users", **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 19, Issue 4, 1 July 2014, p 969.

(2) بن فطة مختار، جيلاني كوبيبي معاشو، "دور الميديا الاجتماعية في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب"، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية، مجلد 8، عدد 1، يونيو 2017، ص 327.

(3) Dr. Muhammad Muzaffar and Others, "Social Media and Political Awareness in Pakistan: A Case Study of Youth", **Pakistan Social Sciences Review**, Vol. 3, No.2, December 2019, P11.

الاتجاه الثاني: وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب:

يمكن القول ابتداءً بوجود العديد من صور وأشكال المشاركة السياسية، منها على سبيل المثال: الإدلاء بالصوت أو التأثير على الناخبين الآخرين، والحق في الترشيح، وحضور الندوات والمؤتمرات العامة، ومتابعة الأمور السياسية، وكذلك المشاركة في الحملات الانتخابية بالمال أو الدعاية، والانضمام إلى جماعة المصالح، والترشح للمناصب العامة ونقلد المناصب السياسية، والانخراط في عضوية الأحزاب، وغيرها.¹

ففيما يتعلق بتنظيم الحملات الانتخابية، يرى Oluyinka أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في ذلك الشأن، وذلك في ضوء أن معظم الأفراد في الوقت الحالي يتمتعون بإمكانية الوصول إلى الإنترنت بسهولة. وما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي للناخبين من التواصل مع صانعي السياسات، وإبلاغ آرائهم خلال فترة الحملات الانتخابية. وهو ما يشير إليه البعض باعتبار أن وسائل التواصل الاجتماعي هي أفضل طريقة لإشراك الشباب سياسياً وبالتالي، فإن دمج وسائل التواصل الاجتماعي في حملة سياسية أو استراتيجية اتصال سياسي، وبخاصة للوصول إلى الشباب، هو أمر على قدر كبير من الأهمية.²

وفي دراسة أجراها Muhammad Raza Majid وآخرون في باكستان، تستخدم الأحزاب السياسية الرئيسية الفيسبوك في حملتها الانتخابية لتعبئة ناخبها، مما أتاح فرصة جديدة لاستكشاف العلاقة بين الفيسبوك والمشاركة السياسية للشباب. حيث اعتمد أغلب الشباب على الفيسبوك فيما يتعلق بالمحتويات السياسية. وكذلك فقد استخدم السياسيون هذه الوسيلة لإشراك اهتمام الناخبين ومشاركتهم بنشاط في المواقب والمسيرات وغيرها من الأحداث، ووجد الجميع أن الشبكات الاجتماعية لديها القدرة على

(1) حجاج العجمي، "المشاركة السياسية لطلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت دراسة ميدانية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد ١٦٨، الجزء الأول، أبريل ٢٠١٦.

(2) Oluyinka Osunkunle, Yolisa Mhlomi, "Social Media And Youth Political Participation In South Africa's 2014 General Election", COMMUNITAS, vol 22, 2017, p 156.



تنشيط الشباب في المشاركة السياسية. تعزز نتائج هذه الدراسة فكرة أن الفيسبوك هو منصة قيمة في المشاركة السياسية ولا تزال الوسيلة الأكثر شعبية بين المراهقين.¹

وفي دراسة Bahtiar Mohamad أظهرت أن المشاركة السياسية للشباب مثل الأنشطة عبر الإنترنت في اتجاه متزايد. هذا بالإضافة إلى ما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي من أنشطة أخرى مثل المظاهرات والاحتجاجات والتي باتت واضحة بين الشباب. وأن هناك علاقة واضحة بين المشاركة السياسية غير المتصلة بالإنترنت بين الشباب وتلك المتصلة بالإنترنت وبخاصة الفيسبوك. حيث أن العديد من الشباب أصبح لديهم اعتماد قوي عليه في الحصول على المعلومات السياسية التي يحتاجونها لاتخاذ قرار سياسي واع. بوجه عام أصبح من الواضح أن وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على تقليل الحواجز وتوسيع نطاق الأنشطة السياسية غير الرسمية.²

ومن ناحية أخرى يرى البعض أن وسائل التواصل الاجتماعي قد أضحت أداة قوية للمعلومات السياسية، وبخاصة بين الشباب، من حيث كونها أكثر جاذبية وتفاعلية وسهولة من مصادر الأخبار التقليدية، وهو ما عزز بشكل كبير من المشاركة والمعرفة السياسية لجيل الشباب، مما مكنهم من التعرف على العمليات السياسية والمشاركة فيها. وبهذا المعنى فقد غيرت وسائل التواصل الاجتماعي القنوات التقليدية للمشاركة السياسية من خلال توفير فرص فريدة للاتصال الحالى Real Time Contact والوصول إلى مجموعة متنوعة من وجهات النظر.

بالنسبة لغالبية جيل الشباب، أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في الوقت الحالى المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات السياسية. وتعزيز المشاركة السياسية للشباب من خلال تسهيل الوصول المباشر إلى المحتوى السياسي، وتسهيل التواصل المباشر مع

(1) Muhammad Raza Majid and Others, "Emerging Trends in Politics: Social Media and Political Participation of Youth", **Journal of ISOSS**, Vol. 7(2), 2021, pp253-254.

(2) Bahtiar Mohamad, "Youth Offline Political Participation: Trends and Role of Social Media", **Journal of Communication**, Jilid 34(3) 2018, p195, 202-203.

الشخصيات العامة، ودعم التعبئة من خلال أدوات مثل البث المباشر وعلامات التصنيف. ومع ذلك، فإن مشاكل مثل المعلومات المضللة وغيرها تعتبر من أهم العيوب.¹

المطلب الثالث: دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثقافة السياسية لطلاب جامعة العريش (دراسة ميدانية)

في سياق الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها تم إجراء دراسة تطبيقية على عينة من الطلاب الدارسين بجامعة العريش بمحافظة شمال سيناء، وذلك في محاولة للتعرف على الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الثقافة السياسية للطلاب في شقها المعرفي، ومعرفة مدى المام الطلاب ببعض المعلومات والشخصيات والاحداث وكذلك وعيهم ببعض الحقوق والاستراتيجيات الحكومية.

وجدير بالذكر في هذا المقام أن جامعة العريش هي إحدى الجامعات المصرية الحكومية، تقع في مدينة العريش بمحافظة شمال سيناء، والتي تم انشاؤها في عام 2016، وتضم إحدى عشرة كلية، و قرابة 9000 طالب.²

وعليه سيتم تناول الإجراءات المنهجية والتحليل الإحصائي في البداية ثم تحليل البيانات وأهم النتائج والتوصيات فيما بعد.

أولاً- منهج البحث وأدواته:

تم وضع صحيفة استبيان لخدمة أهداف الدراسة، وذلك لملائمة تلك الأداة لموضوع البحث، حيث إن دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثقافة السياسية للشباب يتطلب وضع مجموعة من الأسئلة في شكل صحيفة الاستبيان للوقوف تحديدا على هذا الدور.

(¹) Nor Hafizah Abdullah and Others, "Shaping the Future: Social Media's Role in Youth Political Information and Engagement - A Review of Literature", **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences** ,Vol. 14, No. 12, 2024, p319.

(²) انظر الموقع الرسمي لجامعة العريش: www.aru.edu.eg



تم التركيز على بعض المؤشرات التى تقيس مستوى المعارف السياسية التى يحوزها الطلاب، منها على سبيل المثال:

- مستوى المعرفة ببعض الحقوق مثل حق الانتخاب.
- مستوى المعرفة بتاريخ الأحداث الوطنية (مثل ثورة 30 يونيو).
- مستوى المعرفة بأسماء شخصيات سياسية معينة.
- مستوى المعرفة بالمؤسسات السياسية مثل الاحزاب.
- مستوى المعرفة بالاستراتيجيات والمبادرات الوطنية.

وقد كانت الأسئلة فى أغلبها مغلقة، وتضمنت العديد من الخيارات، وقد اشتملت صحيفة الاستبيان على 20 سؤالاً تغطى المحاور الرئيسية للدراسة بأبعادها المختلفة، وهذه الأسئلة يمكن تقسيمها إلى أربعة محاور رئيسية كالتالى:

المحور الأول: خاص بالبيانات الرئيسية المتعلقة بالمفردات عينة الدراسة، من حيث السن، والكلية، والفرقة الدراسية.

المحور الثانى: خاص بوسائل التواصل الاجتماعى المستخدمة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية، والوقت الذى يقضيه الطالب أمام هذه الوسائل، وكذلك الاهتمامات والأولويات عند متابعة وسائل التواصل الاجتماعى، وما هو المصدر الأساسى الذى يعتمد عليه الطالب فى تحصيل المعارف والمعلومات السياسية، وما هى أهم المعارف التى اكتسبها الطالب سواء من وسائل التواصل الاجتماعى أو وسائل الإعلام التقليدية.

المحور الثالث: خاص بمدى الإلمام بالمؤسسات الموجودة ومتابعة صفحاتها على الانترنت مثل الأحزاب أو المؤسسات الحكومية أو منظمات المجتمع المدنى.

المحور الرابع: ويهدف إلى التعرف على مدى الإلمام بالشخصيات السياسية سواء على المستوى المحلى أو الخارجى، وكذلك أهم الأحداث والاستراتيجيات الحكومية والوعى بالحقوق السياسية مثل حق الانتخاب.

ثانيا - عينة الدراسة:

- تم الاعتماد على مجموعة من المعايير في اختيار الطلاب وهذه المعايير هي:
- 1- أن يكونوا مصريين الجنسية وملتحقين بإحدى كليات جامعة العريش.
 - 2- أن يكونوا من الملتحقين بالفرق المختلفة بكليات الجامعة.
 - 3- أن يكون لهم استخدام دائم ومستمر لوسائل التواصل الاجتماعي ووصول كاف للإنترنت.

وفي هذا الإطار، تم تطبيق الاستبيان على 450 طالب وطالبة من أربع كليات مختلفة بالجامعة وهي كليات التجارة، العلوم، التربية، الآداب، خلال العام الدراسي 2024-2025، وهو ما يمثل نسبة 5% تقريبا من إجمالي عدد الطلاب الملتحقين بجامعة العريش والبالغ عددهم وفقا للموقع الرسمي للجامعة حوالي 9000 طالب.

هذا وقد تم تصميم استمارة أولية للتطبيق على عينة استطلاعية من الطلاب، وقد اشتملت هذه الاستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة التي استهدفت التعرف على توجهات الطلاب بشكل عام، وبناء عليها تم تصميم صحيفة الاستبيان النهائية.

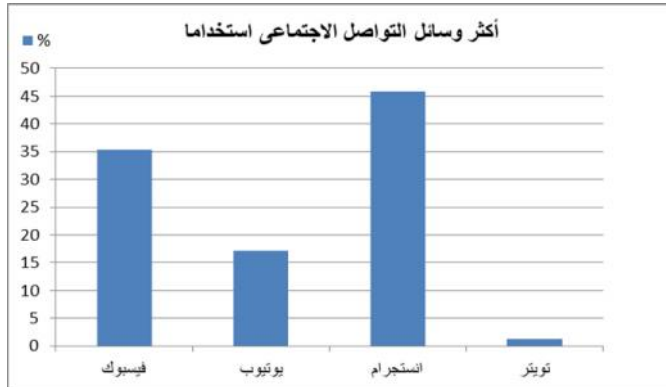
ثانيا - التحليل الإحصائي

يعرض هذا القسم أهم المحاور التي تضمنتها استمارة الاستبيان وبيانها كالتالي:

يتضح من شكل (1) أكثر وسائل التواصل الاجتماعي استخداما بين الطلاب، حيث جاء "انستجرام" في المرتبة الأولى بنسبة 45.8%، يليه "فيسبوك" بنسبة 35.4%، يليه "يوتيوب" بنسبة 17.1% وأخيرا "تويتر" بنسبة لا تتجاوز 3%.

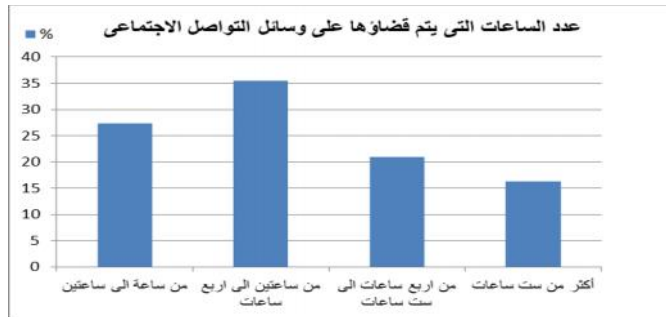


شكل (1)



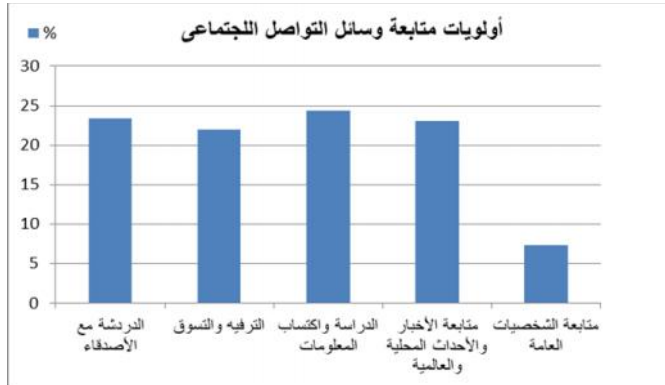
أما عن متوسط عدد الساعات التى يقضيها الطالب يوميا على وسائل التواصل الاجتماعى كما يتضح من شكل (2) بلغت نسبة الطلاب ممن يقضون من ساعتين إلى أربع ساعات نسبة 35.4%، بينما نسبة من يقضون عدد ساعات يتراوح من ساعة إلى ساعتين 27.3%، ومن أربع إلى ست ساعات 21%، أما النسبة الأقل وبلغت 16.3% جاءت للطلاب الذين يقضون أكثر من 6 ساعات يوميا على وسائل التواصل الاجتماعى.

شكل (2)



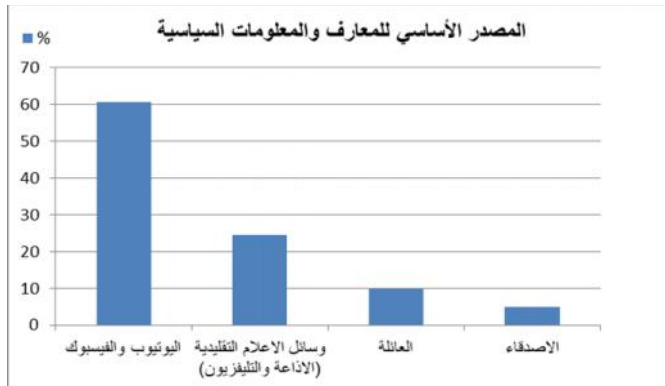
ويوضح شكل (3) اهتمامات الطلاب وأولوياتهم عند متابعة وسائل التواصل الاجتماعى، والتي تكاد تتقارب النسب بين الاهتمامات المختلفة، حيث جاء فى المرتبة الأولى تلك الاهتمامات المتعلقة بأغراض الدراسة واكتساب المعلومات بنسبة 24.4%، يليها الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 23.4%، يكاد يتساوى معها متابعة الأخبار والأحداث المحلية والعالمية بنسبة 23%، يليها الترفيه والتسوق بنسبة 22%، وأخيرا متابعة الشخصيات العامة بنسبة 7.3%.

شكل (3)



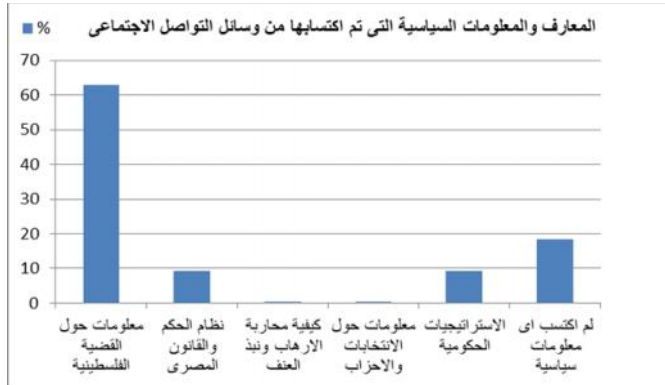
أما بالنسبة للمصدر الأساسي للمعارف والمعلومات السياسية، كما هو واضح في شكل (4)، احتل الفيسبوك واليوتيوب النسبة الأكبر التي بلغت 60.6%، يليه وسائل الإعلام التقليدية مثل الاذاعة والتلفزيون بنسبة 24.6%، ثم العائلة كمصدر للمعلومات السياسية بنسبة 9.9%، ثم الأصدقاء بنسبة تقل عن 5%.

شكل (4)



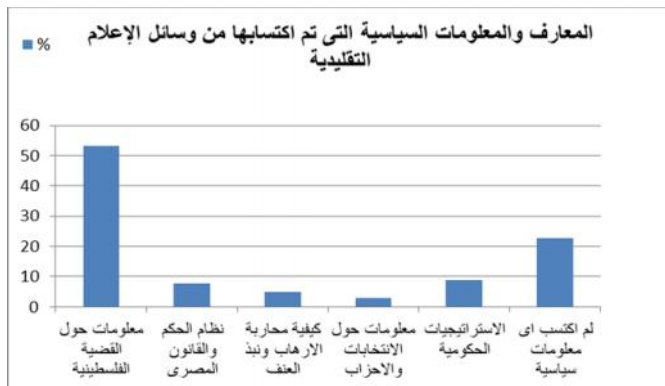
يوضح شكل (5) أهم المعارف والمعلومات السياسية التي اكتسبها الطلاب من وسائل التواصل الاجتماعي، احتلت في المرتبة الأولى المعلومات حول القضية الفلسطينية بنسبة 63%، وسجلت نسبة 18.4% من الطلاب أنهم لم يكتسبوا أية معلومات سياسية، بينما سجلت تلك المعلومات الخاصة بالاستراتيجيات الحكومية مثل رؤية مصر 2030، نسبة 9.3%، وتوزعت النسبة الباقية أقل من 10% حول المعلومات الخاصة بنظام الحكم والقانون المصري، وكيفية محاربة الارهاب ونبذ العنف، والمعلومات الخاصة بالانتخابات والأحزاب السياسية على التوالي.

شكل (5)



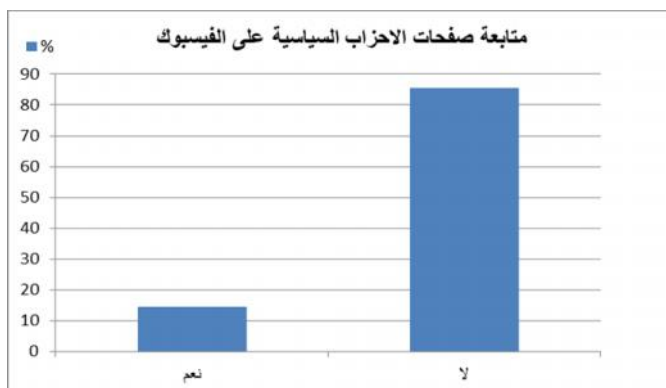
وعند تكرار نفس السؤال السابق للطلاب حول أهم المعارف والمعلومات السياسية التى تم اكتسابها من وسائل الإعلام التقليدية مثل الاذاعة والتلفزيون والصحف كما هو واضح فى شكل (6)، جاءت النسبة الأعلى والتى بلغت 53.3% للمعلومات حول القضية الفلسطينية، غير أن نسبة من الطلاب بلغت 22.6% لم تكتسب أية معلومات سياسية من وسائل الإعلام التقليدية، وبلغت نسبة الطلاب الذين اكتسبوا معلومات حول الاستراتيجيات الحكومية مثل رؤية مصر 2030، 9%، وسجلت نسبة 7.6% منهم اكتساب معلومات حول نظام الحكم والقانون المصرى، وتوزعت النسبة الباقية التى لم تتجاوز 10% على تلك المعلومات التى تم اكتسابها حول الانتخابات والأحزاب السياسية، وكيفية محاربة الإرهاب ونبذ العنف على التوالى.

شكل (6)



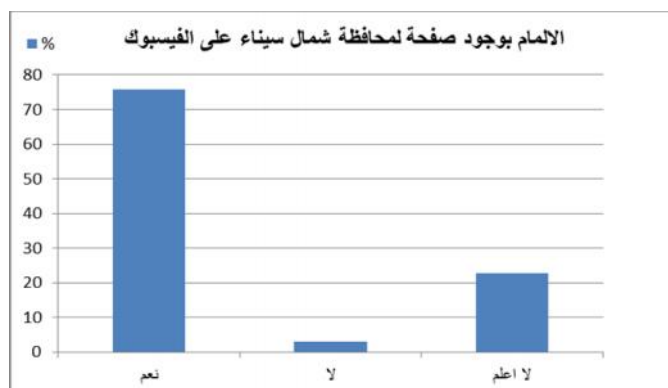
ويوضح شكل (7) نسبة المتابعين لصفحات الفيسبوك للأحزاب السياسية المختلفة، حيث بلغت نسبة المتابعين 14.4% فقط بينما النسبة الأكبر 85.6% لم تتابع تلك الصفحات.

شكل (7)



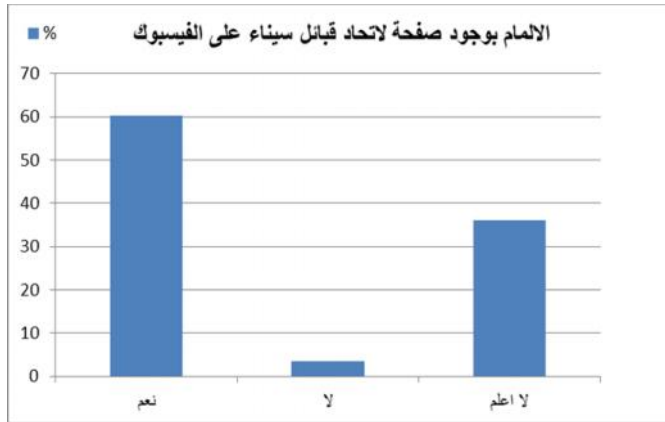
ويوضح شكل (8) مدى الإلمام بوجود صفحة لمحافظة شمال سيناء على الفيسبوك، حيث أشار نحو 75.9% من الطلاب بالإيجاب، بينما بلغت نسبة الطلاب ممن لا يعلمون بوجود الصفحة 22.7%، وذهبت النسبة المتبقية التي لم تتجاوز نسبة 3% إلى هؤلاء الطلاب الذين اجابوا بالنفي.

شكل (8)



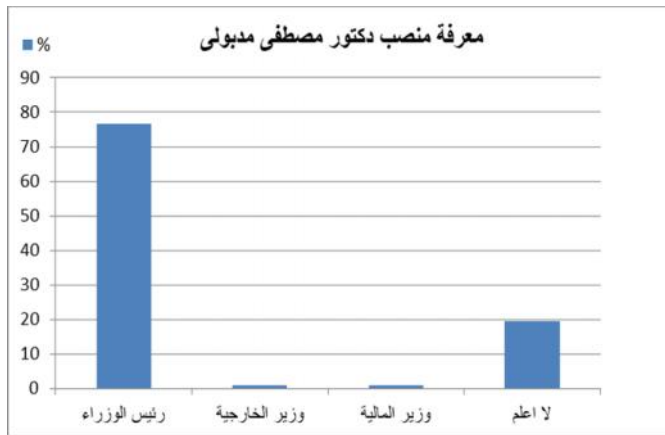
يوضح شكل (9) مدى معرفة وجود صفحة لاتحاد قبائل سيناء على الفيسبوك، حيث سجلت نسبة 60.3% بالإيجاب، ونسبة 36.2% بـ لا أعلم، والنسبة المتبقية التي لا تتجاوز 4% بالنفي.

شكل (9)



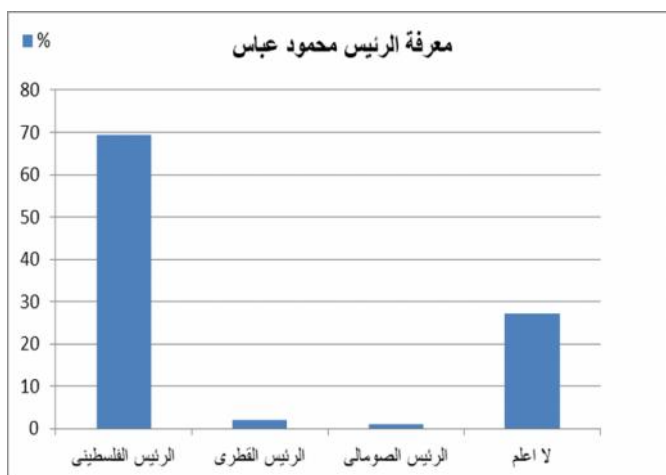
أما عن معرفة بعض الشخصيات الوطنية والدولية، وعند سؤال الطلاب عن الدكتور مصطفى مدبولى، يوضح شكل (10) نسبة 76.6% ممن أجابوا بأنه رئيس الوزراء، بينما أشار نسبة 19.4% بعدم علمهم من الأساس، وذهبت النسبة المتبقية 2% للاختيار الخاص بوزير الخارجية أو وزير المالية.

شكل (10)



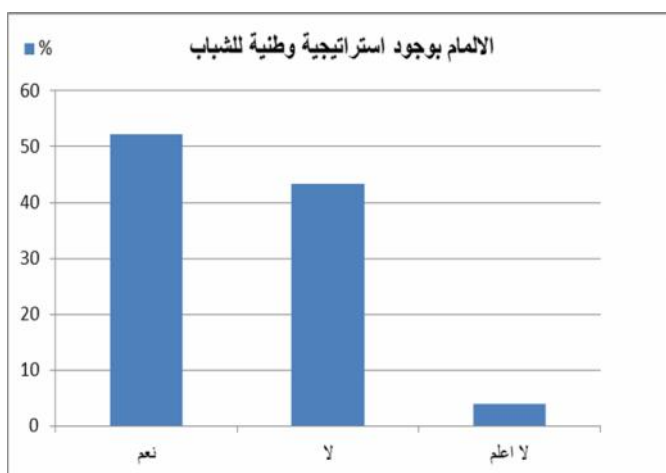
وعند سؤال الطلاب عن مدى معرفتهم بالرئيس محمود عباس (ابو مازن)، يوضح شكل (11) نسبة من أجاب بأنه الرئيس الفلسطينى، والتي بلغت 69.3%، وبلغت نسبة لا أعلم 27.2%، وتراوحت الإجابات ما بين الرئيس القطرى والرئيس الصومالى فيما لا يتجاوز نسبة 3%.

شكل (11)



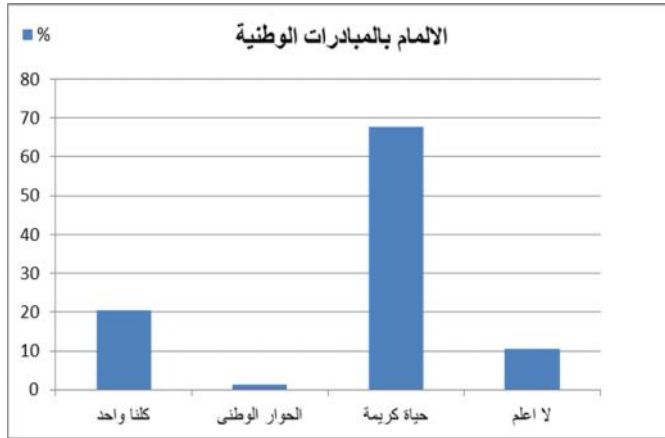
يوضح شكل (12) مدى الالمام بوجود استراتيجية قومية للشباب فى مصر، وقد تعادلت النسبة تقريبا بين المؤيدين والرافضين، حيث سجل 52.2% بوجود الاستراتيجية، و 43.4% بعدم وجودها ونسبة لا تتجاوز 5% بعدم العلم.

شكل (12)



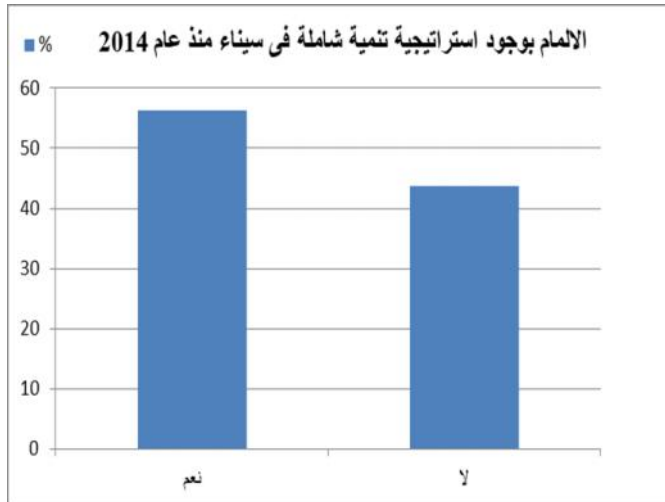
يوضح شكل (13) مدى الالمام بأبرز المبادرات الرئاسية التى يعلمها الطلاب، وسجلت نسبة 67.7% معرفتها بمبادرة "حياة كريمة"، و 20.4% لمبادرة "كلنا واحد"، و 10.4% لفئة لا اعلم، وأقل من 3% لمبادرة الحوار الوطنى.

شكل (13)



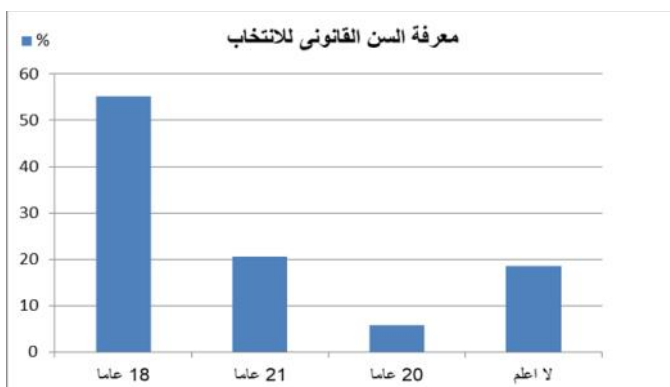
يوضح شكل (14) مدى الالمام بوجود استراتيجية تنمية شاملة لسيناء منذ عام 2014، وسجلت نسبة 56.3% بوجود هذه الاستراتيجية ونفت النسبة المتبقية بالعلم بها والتي بلغت 43.7%.

شكل (14)



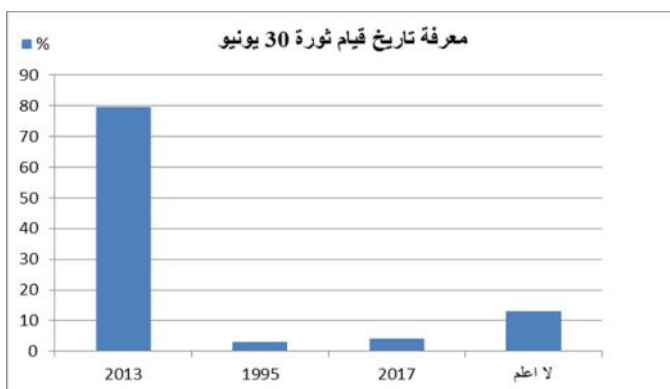
أما بالنسبة للسؤال حول السن القانونى لمن يتمتع بحق الانتخاب فى مصر، يوضح شكل (15) نسبة الطلاب ممن أجاب بأنه 18 عاما والتي بلغت 55.1%، ونسبة 20.6% 21 عاما، و 18.5% لا تعلم، و 5.8% 20 عاما.

شكل (15)



وعند سؤالهم عن العام الذي اندلعت فيه ثورة 30 يونيو، أجاب الطلاب بنسبة 79.8% بأنه عام 2013، بينما 13% لفئة لا أعلم، وتوزعت النسبة المتبقية على أعوام 1995، و2017 على التوالي بنسبة 3.5% تقريبا، كما هو واضح في شكل (16).

شكل (16)



• النتائج والتوصيات

من خلال نتائج التحليل الكمي للبيانات السابقة تم التوصل إلى عدد من النتائج تتلخص فيما يلي:

فيما يتعلق بالمحور الأول الخاص بالبيانات الرئيسية المتعلقة بالمفردات عينة الدراسة من حيث السن والكلية والفرقة الدراسية، تبين أن أعمار الطلاب تراوحت بين

ثمان عشر وخمس وعشرون عاما، وعند سؤالهم عن أولوياتهم واهتماماتهم عند متابعة وسائل الإعلام، سجلت الفئة العمرية تسعة عشر عاما الفئة الأكثر اهتماما بمتابعة الأخبار المحلية والدولية. كما أن اهتمامات الطلاب بالشأن السياسي لم تختلف بطبيعة الكلية سواء كانت كلية عملية أو أدبية. وهو ما يؤكد على أن الاهتمام بالشئون السياسية لا يتركز فقط فى الفئات الأكبر سنا، كما أنه لا يعتمد بالضرورة على طبيعة التخصص العلمى للطالب.

أما بالنسبة للمحور الثانى والخاص بوسائل التواصل الاجتماعى المستخدمة وعدد الساعات التى يقضيها الطالب، واهتماماته عند متابعتها، جاءت أكثر وسائل التواصل الاجتماعى استخداما من قبل الطلاب، الانستجرام يليه الفيسبوك، ويمكن أن يعزى ذلك لتلك المميزات التى يتيحها كلا منهما للمستخدمين، حيث يتميز فيسبوك بتنوع ديموجرافى أكبر، وهو فى ذلك يجذب المستخدمين من مختلف الفئات العمرية، ويُنظر إليه عادة كمنصة للتواصل مع العائلة والأصدقاء. بينما تميل قاعدة مستخدمي إنستجرام إلى الأجيال الأصغر سناً، حيث يسمح للمستخدمين بمشاركة الصور ومقاطع الفيديو دون جهد كبير، وبحسب عدد من المقابلات التى تم إجراؤها مع الطلاب فإن انستجرام يتمتع بمميزات أكثر تتمثل فى سهولة الوصول، وتحقيق قدر أكبر من الخصوصية، كما أن أغلب صانعى المحتوى يمتلكون ملفات خاصة بهم عليه.

وعن المدة التى يستغرقها الطلاب على وسائل التواصل الاجتماعى يمكن القول بأنها تكاد تلتهم نسبة كبيرة من أوقاتهم، حيث يستغرق الطالب يوميا ما يتراوح من ساعتين إلى أربع ساعات، وذهب البعض بالقول إلى قضاء أكثر من ست ساعات، وهو ما يعطى مؤشرا حول مدى خطورة تلك الوسيلة الحديثة التى باتت تشغل أذهان الشباب وتلتهم أوقاتهم وإن لم يتم استخدامها واستغلالها بشكل سليم فقد تتحول إلى أداة خبيثة.

واتضح من نتائج الاستبيان أن متابعة الاخبار والأحداث المحلية والعالمية لم تحتل أولوية وأهمية للطالب عند متابعته لوسائل التواصل الاجتماعى، فقد وصلت نسبتها

بالكاد نحو 23%، وهو ما يعطى مؤشرا لحالة تسود بين الشباب والتي تتمثل في حالة اللامبالاة وعدم الاهتمام بالشأن السياسي المحلي أو الدولي، وأن جل اهتمامهم يتركز بشكل أكبر على الدراسة والترفيه والدرشة مع الاصدقاء، وهو ما يمكن عزوه بشكل كبير إلى التنشئة السياسية المتواضعة لهؤلاء الشباب سواء في مرحلة الدراسة قبل الجامعية، أو في المحيط العائلي، أو قد يكون السبب وراء ذلك اهتمام الطلاب بأمور أخرى تفرضها طبيعة المرحلة العمرية سواء في الدراسة أو الترفيه كما أوضحت نتائج المقابلات مع بعض الطلاب.

ومع هذا فقد اتضح أن وسائل التواصل الاجتماعي وبخاصة الفيس بوك واليوتيوب تلعبان دورا كبيرا كمصدر للمعارف السياسية بالنسبة للطلاب مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والأخبار والتي جاءت نسبتها تعادل ضعف النسبة التي حصلت عليها وسائل الإعلام التقليدية.

وتعتبر المعلومات التي اكتسبها الطلاب حول القضية الفلسطينية هي من أهم المعارف والمعلومات ذات الطبيعة السياسية، وقد يعود ذلك بشكل رئيسي إلى طبيعة منطقة شمال سيناء والتي اضفت خصوصيتها على اهتمامات الطلاب، وبخاصة بعد اندلاع أحداث السابع من أكتوبر 2023 أو ما يطلق عليه "طوفان الأقصى"، -وهي العملية العسكرية التي شنتها المقاومة الفلسطينية ضد العدوان الاسرائيلي-، حيث مثل التقارب الجغرافي بين محافظة شمال سيناء وقطاع غزة، دورا كبيرا في الاهتمام بمسار القضية الفلسطينية.

أما عن المحور الثالث والخاص بمدى الإلمام بالمؤسسات الموجودة ومتابعة صفحاتها على الانترنت مثل الأحزاب أو المؤسسات الحكومية أو منظمات المجتمع المدني، فقد سجل الاستبيان معرفة ضعيفة جدا بوجود صفحات للأحزاب السياسية على الفيسبوك مما يعكس قدرا من عدم الاهتمام والاكتراث بهذه المؤسسات السياسية، على الرغم من أهميتها باعتبارها من أهم آليات التحديث الثقافي لما تبثه في نفوس الأفراد من قيم جديدة أو ما تكسبه لهم من معارف سياسية.



غير انه عند السؤال حول وجود صفحة لمحافظة شمال سيناء على الفيسبوك فقد جاءت نسبة 76% تقريبا على دراية بها، ويمكن عزو ذلك ما تعرضه هذه الصفحة من خدمات تمس المواطنين. وكذلك وجود صفحة لاتحاد قبائل سيناء والتي كان لها دور كبير فى محاربة الإرهاب فى المحافظة بنسبة 60%، مما يعطى مؤشرا حول الاهتمام بالمؤسسات القائمة والمجتمع المدنى وعدم الاكتراث بالاحزاب والتي يمكن ان تدل على عدم قدرة هذه الاحزاب للوصول للشباب او عدم اقتناع الشباب بجدواها.

وفيما يتعلق بالمحور الرابع والأخير والذي هدف الى التعرف على مدى الإلمام بالشخصيات السياسية سواءا على المستوى المحلى أو الدولى، وكذلك أهم الاحداث والاستراتيجيات الحكومية ودرجة الوعى بالحقوق السياسية مثل حق الانتخاب، فقد أبدت نسبة كبيرة من الطلاب معرفتها بشخصيات سياسية سواءا محلية أو دولية، سواءا رئيس الوزراء المصرى الدكتور مصطفى مدبولى، أو الرئيس الفلسطينى محمود عباس، وقد يعود ذلك بشكل رئيسي إلى ظهور تلك الشخصيات فى الإعلام بشكل مستمر.

وكذلك فقد بلغت نصف العينة تقريبا معرفة السن القانونى للانتخاب، وهى نسبة ضعيفة إلى حد ما، مما يسجل ضعف المستوى المعرفى المرتبط بمحتوى الدستور المصرى، ومع هذا فإن للأحداث والسنوات الرمزية دور بارز فى بناء الرصيد المعرفى السياسى للأفراد، والتي بدا رسوخها فى الأذهان، وذلك عند السؤال عن تاريخ ثورة 30 يونيو فقد بلغت النسبة 80% تقريبا وهو يشير إلى نسبة وعى كبيرة تجاه تواريخ الاحداث والوقائع السياسية المهمة.

وعن الإلمام بالاستراتيجيات الوطنية، فعند الحديث عن استراتيجية التنمية الشاملة لسيناء والتي انطلقت منذ عام 2014، لم تحط نسبة كبيرة بها، وكذلك الاستراتيجية الوطنية للشباب والتي لا زالت قيد الاعداد فقد أعربت نسبة يعتد بها على وجودها وهذا يدل على عدم الإلمام بأى من الاستراتيجيات السابقة وأن الاجابات مظنها التخمين.

أما عن المبادرات الوطنية فقد استحوذت مبادرة حياة كريمة على علم نسبة كبيرة من الشباب وذلك لانتشارها على ارض الواقع ووصولها تقريبا لكل بيت فى محافظات

الجمهورية، فهي لم تحتاج لوسائل تواصل اجتماعي لكي يعلمها الطلاب، اما عن باقي المبادرات فقد سجلت نسبة متوسطة او منخفضة.

وتوصى الدراسة وتؤكد على اهمية تضمين المناهج والمقررات الدراسية سواء في المرحلة الجامعية او ما قبلها، بالشرح الكاف للمعلومات المهمة عن الدولة وسياساتها ومؤسساتها ورموزها ودستورها، مع إيلاء أهمية خاصة بتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي لعرض تلك المعارف والحقائق السياسية بشكل مثير للاهتمام بما يحقق هدف تعزيز الوعي السياسي للطلاب وتقديم الحقائق بشكل موضوعي بعيدا عن التحيز والاذهار المضللة، والتي كشفت الدراسة أنها أحد أهم عيوب وسائل التواصل الاجتماعي والتي قد تكون سببا في عدم الاهتمام بتلقى المعلومات والمعارف السياسية من خلالها كما اتضح من نتائج المقابلات التي تم إجراؤها مع الطلاب.

لا يزال للجامعة والأحزاب السياسية في المحيط المحلي دور كبير في عقد ندوات تثقيفية للطلاب لتعريفهم بحقوقهم والاستراتيجيات الوطنية الموجهة لهم، وبرامج الأحزاب السياسية وأنشطتها المختلفة وإحياء المناسبات الوطنية لترسيخها في الأذهان، حيث أن المعرفة الحقيقة هي مطلب مسبق للوعي والانتماء.

• الخاتمة:

يمكن القول أن وسائل التواصل الاجتماعي قد اكتسبت قاعدة جماهيرية كبيرة لدى مختلف الفئات العمرية وبخاصة الشباب، والتي باتت تستحوذ على اهتمامهم ووقاتهم، نظرا لخصوصية هذه الوسيلة الاعلامية المتمثلة في التفاعلية والسرعة في نشر المعلومة وعدم وجود حواجز أو قيود بين الافراد، وهي في هذا تغلبت على الوسائل التقليدية، بيد أن دورها في الثقافة السياسية للطلاب في بعدها المعرفي-وهو ما ركزت عليه الدراسة- لا يزال متواضعا. وهو ما اتضح بجلاء من النسبة المنخفضة التي احتلتها على جدول اهتماماتهم عند متابعة وسائل التواصل الاجتماعي والتي لم تتجاوز نسبة 25%، او لاستجاباتهم المختلفة على اسئلة الاستبيان والتي بدت تخمينية.



ومن هنا يمكن القول بأن الثقافة السياسية لطلاب جامعة العريش فى بعدها المعرفى، والتي كان مصدرها الأساسى وسائل التواصل الاجتماعى تتراوح بين المتوسطة والمتدنية. وقد يعود ذلك بشكل أساسى إلى الطبيعة العمرية للشباب الذى يركز جل اهتمامه فى الدراسة أو فى قضاء أوقات للاستمتاع وعدم مبالاته بالسياسة وشئونها، وهو ما يتطلب جهودا متواصلة للتنشئة السياسية الواعية للطلاب بداية من المرحلة قبل الجامعية، واستمرارا مع الطلاب فى المرحلة الجامعية.

• مراجع الداسة

(أ) المراجع باللغة العربية:

أولاً - الكتب:

1- Hugh Brooks, Ravi Gupta ، عاصم سيد عبد الفتاح (ترجمة)، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2017).

ثانياً - المقالات:

2- بن فطة مختار، جيلاني كويبي معاشو، "دور الميديا الاجتماعية في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب"، مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية، مجلد 8، عدد 1، يونيو 2017.

3- حجاج العجمي، " المشاركة السياسية لطلبة كلية التربية الأساسية بدولة الكويت دراسة ميدانية"، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد ١٦٨، الجزء الأول، أبريل ٢٠١٦.

ثالثاً - بحوث منشورة:

4- د. كمال المنوفى، مفهوم الثقافة السياسية: دراسة نظرية تأصيلية، سلسلة مفاهيم، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، أكتوبر 2008.

(ب) المراجع باللغة الإنجليزية:

A- Books:

- 1- Alan R. Ball, **Modern Politics and Government**, Macmillan Education Ltd, Fourth Edition, 1988.
- 2- Almond, Verba, **The Civic Culture**, SAGA, 1989.
- 3- Barbara Pfetsch, **From Political Culture to Political Communication Culture**, Cambridge University Press, 2009.
- 4- Terry Nichols Clark, Vincent Hoffmann Martinot (eds), **The New Political Culture, Urban Policy Challenges**, Routledge, 2018.

B- Articles:

- 1- Andreu Casero-Ripollés, "Research on political information and social media: key points and challenges for the future", **profesional de la información**, septiembre-octubre, v. 27, n. 5, 2018.



- 2- Bahtiar Mohamad, "Youth Offline Political Participation: Trends and Role of Social Media", **Journal of Communication**, Jilid 34(3) 2018.
- 3- Ekaterina Zhuravskaya and Others, "Political Effects of the Internet and Social Media", **Annual Review of Economics**, 2020.
- 4- Jeoung Yul Lee and Others, "The Impact of Social Media and Digital Platforms Experience on SME International Orientation: The Moderating Role of COVID-19 Pandemic", **Journal of International Management**, Elsevier, (28), 2022.
- 5- Jörg Matthes, "Social Media and the Political Engagement of Young Adults: Between Mobilization and Distraction", **Online Media Glob. Commun.**, 1(1), 2022.
- 6- Dr. Muhammad Muzaffar and Others, "Social Media and Political Awareness in Pakistan: A Case Study of Youth", **Pakistan Social Sciences Review**, Vol. 3, No.2, December 2019.
- 7- Muhammad Raza Majid and Others, "Emerging Trends in Politics: Social Media and Political Participation of Youth", **Journal of ISOSS**, Vol. 7(2), 2021.
- 8- Nguyen Minh Giang, "Political Culture: A Literature Review", **Thu Dau Mot University Journal of Science**, Volume 6, Issue 2, June 2024.
- 9- Nor Hafizah Abdullah and Others, "Shaping the Future: Social Media's Role in Youth Political Information and Engagement - A Review of Literature", **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, Vol. 14, No. 12, 2024.
- 10- Oluyinka Osunkunle, Yolisa Mhlomi, "Social Media And Youth Political Participation In South Africa's 2014 General Election", **COMMUNITAS**, vol 22, 2017.
- 11- Peiren Shao, Yun Wang, "How does social media change Chinese political culture? The formation of fragmentized public sphere", **Telematics and Informatics**, Elsevier, May 2016.
- 12- Tan, J. J., "Socio-Political Characteristics of the Malaysian Net Generation, Who Use Social Media for Political Information: An Exploratory Analysis", **International Journal of Politics, Public Policy and Social Works**, 4 (11), 2022.

- 13- Thomas Aichner , "Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019", **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking** , Volume 24, Number 4, 2021.
- 14- Thomas J. Johnson, Barbara K. Kaye, "Credibility of Social Network Sites for Political Information among Politically Interested Internet Users", **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 19, Issue 4, 1 July 2014.
- 15- Ulrike Reisach, "The responsibility of social media in times of societal and political manipulation", **European Journal of Operational Research**, Elsevier, September 2020.

C- Others:

- 1- Kate Gibson, **Digital Platforms: What They Are & How They Create Value**, Harvard Business School Online, at: <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-a-digital-platform>
- 2- The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next?, Maryville University, at: <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/>

