**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**جامعة يحي فارس – المدية –**

**كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية**

**قسم علوم الإعلام و الاتصال**

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص : سمعي بصري

# دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب

## – فايسبوك أنموذجا –

## دراسة ميدانية لطلبة جامعة الدكتور يحى فارس بالمدية

**من إعداد الطالب:**

– دحماني شعيب

**إشراف الأستاذ د :**

– رابح بلقاسمي

**السنة الجامعية: 2021-2022**


بسم الله الرحمن الرحيم

# شـــكر وعرفـــان



**" قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم"**

"قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

بداية أحمد الله سبحانه وتعالى على منه وكرمه ونعمته وفضله علي ، وأشكره على إمداده لي بالقوة و الصحة والصبر، وإكرامه لي بفضله وعطائه لإتمام هذا العمل، كما أخصص شكري إلى أستاذي ومشرفي الدكتور رابح بلقاسمي على تعبه وحرصة الدائم والوقوف معي لإنجاز هذا البحث و إن كان لي أي نجاح فبسبيله هو وبفضله علي بعد الله سبحانه وتعالى ، أشكر كل اساتذة كلية الإعلام والإتصال الاستاذ العزيز فزاني و الاستاذ حراث سمير و كل الاساتذة دون نسيان أحد فلهم الفضل في تكملة مشواري و الوصول الى ما أنا عليه اليوم ، أشكر و أحيي زملائي من طلبة وطالبات دفعة 2022/2021 وتمنياتي لهم بالتوفيق.

# إهـــــداء

أهدي نجاحي شاكرا كل قريب وبعيد كان له سبب في نجاحي خاصة عائلتي الكريمة الى أمي الحبيبة الغالية الصبورة الحليمة الى من وهبتني الحياة واعطتني الامل أمي كلثوم وابي العزيز الخلوق الصديق أحمد ، والى زوجتي و رفيقة دربي سلمى وكل عائلة قاسمية إلى إبنتاي قرتا عيني هيام و روان اللتان كانتا محفزا لي في صبري على مشقة الحياة وعناء التعلم ، الى عائلتي دحماني وجميع إخوتي و أخواتي محمد و يوسف ، وعبد الحفيظ و الى كتكوتتي نعيمة و حنان وحسينة وحفيظة إلى زملائي في العمل و أصدقائي المقربين وكل من كان له الدعم ولو بدعاء وكلمة وتحفيز ، كما لا أنسى الفضل حيث أتقدم بالشكر وخالص الامتنان والتقدير لأستاذي المشرف "رابح بلقاسمي" على رحابة صدره وسعة أفاقه ، وصبره معي طيلة إنجاز هذه الدراسة ، كما أتوجه بالشكر إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والإتصال ، الذين بعثوا فينا روح التفاؤل ، والإصرار للوصول إلى النجاح وإلى كل من ساعدني في إتمام هذا العمل المتواضع.

## فهرس المحتويات:

## Table des matières


مقدمة ..... د

الفصل الأول : الإطار المنهجي ..... **Erreur ! Signet non défini.**

1- الدراسات السابقة : ..... 6

2- الإشكالية: ..... 11

3- أسباب اختيار الموضوع : ..... 14

4- أهمية الدراسة : ..... 15

5- تحديد المصطلحات : ..... 15

6- المقاربة النظرية : ..... 17

7-نوع الدراسة ومنهجها: ..... 21

8- مجتمع البحث وعينة الدراسة: ..... 22

9-أدوات جمع البيانات : ..... 23

الفصل الثاني : علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل الوعي السياسي ..... **Erreur ! Signet non défini.**

تمهيد ..... 26

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي..... 27

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ..... 27

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها..... 29

المطلب الثالث: مدخل نظري لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ..... 31

المطلب الرابع: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ..... 32

المطلب الخامس: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي..... 42

المطلب السادس : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ..... 45

المطلب السابع: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي ..... 47

المطلب الثامن: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي..... 50

المبحث الثاني: ماهية الوعي السياسي ..... 53

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي..... 53

المطلب الثاني : المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي..... 54

المطلب الثالث : أهمية الوعي السياسي..... 56

المطلب الرابع : أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي ..... 58

المطلب الخامس : العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي..... 60

المطلب السادس : أدوات تكوين الوعي السياسي ..... 63

المبحث الثالث: مواقع التوصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي..... 64

المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية .....64
المطلب الثاني : العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي.....65
المطلب الثالث: أراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية السياسية .....66
خلاصة الفصل.....68
الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيلها للوعي السياسي ..... **Erreur ! Signet non défini.**
تمهيد .....70
المبحث الأول : تحليل الجداول ..... **Erreur ! Signet non défini.**
المحور الأول: بيانات شخصية..... **Erreur ! Signet non défini.**
المحور الثاني : النشاطات والهيئات السياسية ..... **Erreur ! Signet non défini.**
المحور الثالث : ..... **Erreur ! Signet non défini.**
خلاصة الفصل..... **Erreur ! Signet non défini.**
نتائج الدراسة:..... **Erreur ! Signet non défini.**
الخاتمة .....108
قائمة المصادر والمراجع.....110

## قائمة الجداول:

- **التحليل حسب متغير الجنس و السن :**


| رقم الجدول | قائمة الجداول | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | الجنس | 73 |
| 02 | السن | 74 |
| 03 | التخصص والمستوى الدراسي | 74 |
| *** | **المحور الاول** | *** |
| 04 | استخدام مواقع التواصل الإجتماعي | 75 |
| 05 | الموقع الأكثر استخداما | 76 |
| 06 | المدة و الوقت الخاص بالاستعمال اليومي للفايسبوك | 77 |
| 07 | التفاعل مع القضايا ذات الشأن العام | 78 |
| 08 | نوع وطبيعة الصفحات التي تلقى متابعة في ما يخص الشأن العام | 79 |
| 09 | المشاركة والتفاعل مع الأصدقاء في صفحة الفايسبوك | 80 |
| *** | **المحور الثاني** | *** |
| 10 | متابعة النشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان و المجالس البلدية والولائية | 91 |
| 11 | الاعتماد على الفايسبوك كمصدر للمعلومات | 92 |
| 12 | الارتياح والثقة في مصادر المعلومات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك | 93 |
| 13 | طبيعة الأخبار و الأحداث التي تلقى تفاعلا واهتماما لدى الطالب | 94 |
| 14 | كيفية التفاعل مع هاته الأخبار من خلال المنشورات | 95 |
| 15 | الاهتمام بمناقشة الوضع السياسي عبر الفايسبوك | 96 |
| *** | **المحور الثالث** | *** |
| 16 | توفر الصفحات الخاصة بالطالب على منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية | 97 |
| 17 | هل لدى الطلبة صديق ذو انتماء سياسي عبر صفحة الفايسبوك | 98 |
| 18 | إذا كان " نعم " فكيف يتفاعل الطالب مع المنشورات الخاصة بالصديق ذو الانتماء السياسي من ناحية الإعجاب أو إعادة النشر | 99 |
| 19 | هل الطالب له مشاركة في نفس التوجه و الآراء السياسية مع صديقه في صفحة الفايسبوك | 100 |
| 20 | كيف يرى الطالب مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك من الجانب السلبي أو الايجابي | 101 |
| 21 | الرأي الخاص بالطالب نحو نشاطات الأحزاب و الجمعيات من خلال المنشورات و التفاعلات و المواضيع المطروحة عبر الفايسبوك | 102 |

- **التحليل حسب متغير المستوى الدراسي:**


| رقم الجدول | قائمة الجداول | الصفحة |
|---|---|---|
| 03 | التخصص والمستوى الدراسي | 105 |
| *** | **المحور الاول** | *** |
| 04 | استخدام مواقع التواصل الإجتماعي | 107 |
| 05 | الموقع الأكثر استخداما | 108 |
| 06 | المدة و الوقت الخاص بالاستعمال اليومي للفايسبوك | 109 |
| 07 | التفاعل مع القضايا ذات الشأن العام | 110 |
| 08 | نوع وطبيعة الصفحات التي تلقى متابعة في ما يخص الشأن العام | 111 |
| 09 | المشاركة والتفاعل مع الأصدقاء في صفحة الفايسبوك | 112 |
| *** | **المحور الثاني** | *** |
| 10 | متابعة النشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان و المجالس البلدية والولائية | 113 |
| 11 | الاعتماد على الفايسبوك كمصدر للمعلومات | 113 |
| 12 | الارتياح والثقة في مصادر المعلومات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك | 114 |
| 13 | طبيعة الأخبار و الأحداث التي تلقى تفاعلا واهتماما لدى الطالب | 115 |
| 14 | كيفية التفاعل مع هاته الأخبار من خلال المنشورات | 115 |
| 15 | الاهتمام بمناقشة الوضع السياسي عبر الفايسبوك | 116 |
| *** | **المحور الثالث** | *** |
| 16 | توفر الصفحات الخاصة بالطالب على منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية | 118 |
| 17 | هل لدى الطلبة صديق ذو انتماء سياسي عبر صفحة الفايسبوك | 119 |
| 18 | إذا كان " نعم " فكيف يتفاعل الطالب مع المنشورات الخاصة بالصديق ذو الانتماء السياسي من ناحية الإعجاب أو إعادة النشر | 120 |
| 19 | هل الطالب له مشاركة في نفس التوجه و الآراء السياسية مع صديقه في صفحة الفايسبوك | 121 |
| 20 | كيف يرى الطالب مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك من الجانب السلبي أو الايجابي | 122 |
| 21 | الرأي الخاص بالطالب نحو نشاطات الأحزاب و الجمعيات من خلال المنشورات و النفاعلات و المواضيع المطروحة عبر الفايسبوك | 123 |


**ملخص الدراسة :**

هدفت الدراسة الى التعرف على مواقع التواصل الإجتماعي ، " الفايسبوك " أنموذجا ، ( نشأته ، أهميته ، أنواعه ...الخ ) ، بالاضافة الى الدور التي تلعبه في تشكيل و تنمية الوعي السياسي لفئة الطلبة الجامعيين وقد وقع الاختيار على طلبة الدكتور يحى فارس بالمدية كعينة مختارة للدراسة .

ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثين ، وتكونت عينة الدراسة من (60 فرد) متكونة من 20 سؤال ، حيث تم تحكيمها من طرف الأستاذ المشرف بقسم علوم الاعلام والاتصال بالمشاركة مع أستاذ التخصص .

و قسمت دراستي إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيقي ، الذي تم فيه التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات ، وقد اعتمدت في هذه الاستمارة كأداة استبيان لجمع البيانات حيث قسمت الى ثلاث محاور ، المحور الأول البيانات الشخصية ، المحور الثاني استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة ، والمحور الثالث الاحزاب السياسية والانتماء لها.

و من أهم النتائج المتوصل إليها وجدت مايلي :

• أغلبية المبحوثين من طلبة الليسانس وذلك لتواجدهم على مقاعد الدراسة خاصة كثرة الاعداد الناجحة في شهادة البكالوريا والتحاقهم بالجامعة على عكس طلبة .

• غالبية أفراد العينة تعتمد على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما .

• غالبية الطلبة ليس لديهم أصدقاء ذو انتماء سياسي في حين أقلية التي وجدناها كانت لديها .

و نتائج أخرى أكثر تعمقا وتفصيلا في آخر المذكرة .

## Study summary:

The study aimed to identify social networking sites, “Facebook” as a model, (its origin, importance, types...etc), in addition to the role it plays in shaping and developing the political awareness of the university students category. The students of Dr. Yahya Fares in Medea were chosen as a sample. selected for study.

To achieve this goal, the survey method was used by distributing a form to collect data from the respondents, and the study sample consisted of (60 individuals) consisting of 20 questions, which were judged by the supervising professor in the Department of Media and Communication Sciences in partnership with the professor of specialization.

And my study was divided into a methodological side, a theoretical second and an applied one, in which the hypotheses were validated or incorrect, and this form was adopted as a questionnaire tool for data collection, where it was divided into three axes, the first axis personal data, the second axis the use of social networking sites by students The third axis is political parties and their affiliation.

**Among the most important results obtained, the following was found:**

• The majority of respondents are bachelor's students, due to their presence on the study bench, especially the large number of successful numbers in the baccalaureate certificate and their enrollment in the university, unlike students.

• The majority of the sample depend on Facebook, which is the most widely used social networking site.

• The majority of students do not have friends with political affiliation, while a minority that we found had.

And other more in-depth and detailed results at the end of the note.

# مقدمة

**مقدمة:**

تعد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، فعلى مدى عصور طويلة مضت كانت وسائل الإعلام التقليدي هي الوسيلة الوحيدة التي يتم الاعتماد عليها للوصول إلى الجماهير، وإيصال الرسائل المختلفة إليهم، لكن مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال، والنمو المتزايد للثورة التكنولوجية الرقمية ، أدى إلى ظهور نمط إعلامي جديد، وذلك بفضل شبكة الأنترنت التي وفرت للجمهور نوعا جديدا من الخدمة الإعلامية بقوالب إلكترونية غير متعارف عليها في الإعلام التقليدي ، وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي أحد مظاهر التطور والتقدم في الوقت الراهن، حيث مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، وأصبح المستخدم يمارس من خلالها كل الأنشطة التفاعلية والتشاركية بكل حرية و بدون قيود، حيث يمكن أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي ونختص بالذكر موقع "الفيس بوك" أحدث طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل تجاوز ذلك بحسب العديد من المختصين ليشكل واحدة من أهم أدوات الإعلام التفاعلي، وأصبح أحد عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك لما يتيحه من إمكانات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، كما أصبح محركا للشعوب من أجل المطالبة بحقوقهم السياسية المشروعة والتعبير عن آرائهم تجاه القضايا السياسية للبلاد، عن طريق التعليق و تبادل الصور ومقاطع الفيديو.

# الفصل الأول



## الإطار المنهجي للدراسة

**1- الدراسات السابقة :**

إن نمو المعرفة وتشبعها يفرض على الباحث الاقتناع بأن عمله هذا هو عبارة عن حلقة متصلة بالمحاولات الكثيرة ، فكل عمل علمي من هذا القبيل لابد وأن تكون له جهود أخرى مسجلة في شكل دراسات سابقة مرتبطة بالبحث و تعود بالفائدة على الباحث فهي بمثابة حجر الأساس الذي ترتكز عليه دراسته وتساعده في صياغة الفروض و الإلمام بجميع جوانب الموضوع وهي أساس التحليل الذي تنتهي به الدراسة في خاتمة المطاف ، فالبحث لا يبدأ من فراغ وهو ليس آخر ما يكتب في البحوث ، فمعرفة الباحث لمجهودات من سبقوه يجعله يبدأ من نقطة النهاية التي وضعوها.

فموضوعي " دور مواقع التوصل الاجتماعي (فايسبوك أنموذجا) في تشكيل الوعي السياسي " قد حظي بالاهتمام من قبل العديد من الباحثين و الدارسين سواء في مجال العلوم السياسية أو الدراسات الإعلامية والاجتماعية ومن أهم هذه الدراسات ذات الصلة بالموضوع نجد :

❖ **الدراسة الأولى :**

وهي دراسة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجيستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب رأفت مهند عبد الرزاق بإشراف الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الديلمي وكانت بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي سنة 2013 أو بالأحرى في الفترة الممتدة من 1-03-2013 إلى غاية 1-06-2013 وهي عبارة عن دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل و الأنبار و تكريت، حيث جاءت الإشكالية كالآتي :

- هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في الفيس بوك، التويتر واليوتيوب على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل و الأنبار و تكريت في طرح

القضايا المعاصرة التي تهمهم و التأثير على السلوكيات السياسية و الفكر السياسي لديهم لا سيما مما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق ؟، وانبثق عن الإشكالية ثلاث تساؤلات وهي :

1. ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل و الأنبار و تكريت لمواقع التواصل الاجتماعي و أثرها في تشكيل الاتجاهات و السلوكيات و الفكر السياسي لديهم ؟

2. كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار و تكريت مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الإعلام الأخرى ؟

3. هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي ( الفيس بوك يوتيوب و تويتر) في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار وتكريت ؟

كما أرفقت التساؤلات بعدة فرضيات:

• تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت.

• لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك يوتيوب تويتر) في تشكيل الإتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار وتكريت.

• توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك يوتيوب و تويترعلى الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية والفئة العمرية ).

• لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك يوتيوب تويتر على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية والفئة العمرية ).

أما فيما يخص المنهج فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل و الأنبار و تكريت و يسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح و يفسر و يقيم نتائج الدراسة.

و بالنسبة لمجتمع الدراسة فتمثل في طلبة جامعات الموصل و الأنبار و تكريت في حين استخدم الباحث العينة العشوائية وقام بتوزيع 430 مفردة على عينة الدراسة وقام باسترداد 400 مفردة من عينة الدراسة والتي تمثل ما نسبته (93%) من مجموع العينة التي تم توزيعها واقتصرت هذه الدراسة على عينة عشوائية من جميع المراحل العمرية، ومن تخصصات علمية و أدبية وكليات مختلفة وهؤلاء الطلبة هم جزء من الجمهور الداخلي لجامعات كل من الموصل و الأنبار و تكريت وبالتالي هم جزء من الجمهور الداخلي الكلي للمجتمع العراقي.

كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج :

• إن مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك يوتيوب تويتر) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل و الأنبار و تكريت.

• لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك يوتيوب و تويتر) على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات النوع، مكان السكن،المرحلة الدراسية، الكلية والفئة العمرية ).

• أظهرت نتائج الدراسة استخدام ثلاث مواقع التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك بنسبة 75,5% وتويتر بنسبة 11,75% و اليوتيوب بنسبة 12,75% .

• أظهرت النتائج بأن ما نسبته 80 % من أفراد ا هم مقتنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كان محرضا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة 20% من أفراد العينة مثلت الرفض .

أما فيما يخص الاستفادة من هذه الدراسة فقد أعطتني نظرة شاملة ومفصلة حول موضوع البحث ومختلف المتغيرات التي قد تتأثر و تأثر فيه كما أنها أنارت لي الطريق في فهم الموضوع و سهلت لي اختيار منهجية تتلاءم مع طبيعة دراستي و الأهداف المسطرة في بداية البحث.

❖ **الدراسة الثانية:**

قدمت هذه الدراسة لنيل درجة الماجيستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب: أشرف عصام فريد صالح بإشراف الدكتور: عزت محمد حجاب والتي كانت بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني سنة 2016. [1]

ساهمت هاته الدراسة في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي بالقضايا السياسية المختلفة في حين كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

• ما طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

• ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟

• ما لدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

[1] رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة البترا الأردنية،2013.

• ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية؟

أما فيما يخص المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، كذلك تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس تحديدا، كما اعتمد الباحث على العينة القصدية العشوائية، حيث تكونت عينة الدراسة من 435 مفردة.[1]

وفي الأخير أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها هو موقع الفيس بوك، كما أظهرت أيضا وجود أثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التوصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية بالإضافة إلى وجود أسباب تدفع بالطلبة إلى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية و الأحداث الجارية بدرجة متوسطة.

فبفضل هاتين الدراستين استطعت تحديد المنهج الملائم لدراستي وكذا اعتمادها كمرجع لتحديد بعض المصطلحات و مساعدتي أيضا في توفير بعض المراجع وأخذ نظرة مبدئية على كيفية إعداد الاستمارة والإطار النظري.

**تعقيب على الدراسات السابقة:**

[1] أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016.

أكدت معظم الدراسات على موضوع تنامي دور الشباب ودور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم خريطة التغيير السياسي ومن ناحية أخرى أصبحت كإعلام بديل باعتباره منبر لمتابعة نشاطات الجهات السياسية والحكومية، ومن طرف آخر وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور حيث حاولت هذه الدراسات التعرف على تأثر الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي وارتفاع حجم المشاركة السياسية في مجالاتها المتنوعة والذي يؤدي بالنهاية إلى بناء جسر بين المسؤولين المواطنين ويكون ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

اقتربت بعض الدراسات من تأكيد وإثبات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي، وهو الهدف الذي يسعى الباحث في التوصل إليه ، من خلال هذه الدراسة استخدمت الدراسات نفس العينة وهي فئة الطلبة الجامعيين كما نلاحظ اختلاف من حيث حجم العينة.

## 2- الإشكالية:

منذ استقلال البلاد وحتى 1990 ، كانت جميع الوسائل الإعلامية المحلية بما في ذلك التلفزيون والصحافة و الراديو مملوكة للدولة ، و خلال هذه الفترة كانت وسائل الإعلام إلى حد كبير تنطق بلسان حال جبهة الحرير الوطني ، التي كانت آنذاك الحزب الوحيد في الحكومة ، وبعد صدور قانون الاعلام عام 1990 ، انهت الحكومة احتكارها على الصحافة المطبوعة و في ضوء ذلك شهدت التسعينات ظهور العديد من الصحف المملوكة للقطاع الخاص بعدها في عام 1993 ونظرا لمواكبة التطور في تكنولوجيات الاعلام والاتصال الرقمي دخلت الانترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية ، وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 256 لعام 1998 الذي بموجبه انهى احتكار خدمة الانترنت من الدولة و سمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة ، بيد أن المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية ان يكونوا جزائريي الجنسية ويتم تقديم الطلبات مباشرة الى وزير الاتصال ، وفي عام 2004 وبعد التطورات في العالم والجزائر خاصة وصل عدد مستخدمي الانترنت الى ما يفوق 4 ملاين مستخدم اي ما يقدر بحوالي 12% من عدد الاجمالي للسكان ، وبعد ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي لقت بعد مرور الوقت رواجا واستخداما كثيفا فقد ظهرت في الجزائر عام 2004 كأول مرة بالجزائر حيث هيمن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة " الفايسبوك" في الحياة والمنظومة الاجتماعية ، الى جانب دوره الكبير في تحريك ونشر الوعي السياسي خاصة فيما يخص في الاحداث التي مرت مؤخرا على البلاد كالحراك الشعبي وغيرها جعل الشباب الجزائري على اطلاع على الاوضاع السياسية خاصة الطلبة الجزائريين.

واستنادا الى هذا المنطق والدراسات السابقة لموضوع تنامي دور الشباب و دور الفايسبوك في رسم تغيير خريطة التغيير السياسي كوسيلة جيدة ضمن قنوات الاتصال الالكتروني باعتباره فضاء لمتابعة العمل الحكومي ، حيث جاءت الدراسة الى اجابة السؤال الرئيسي التالي :

- ماهو دور شبكة التواصل الإجتماعي " الفايسبوك " في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين لجامعة يحي فارس بالمدية ؟

حيث استنبطت ثلاثة فرضيات للإجابة عن الاشكالية المطروحة :

1. ماهي عادات و انماط استخدام الطلبة الجامعيين لجامعة المدية لشبكة الفايسبوك ؟
2. دور الفايسبوك في تداول المعلومات السياسية لدى الطلبة ؟
3. هل يساهم موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة ؟

**3- أسباب اختيار الموضوع :**

إن اختيار أي موضوع بحث في علم من العلوم يتم دوما بأسباب متوفرة لدى الباحث، فمرحلة اختيار موضوع يساهم في إثراء المجال المعرفي يعد من أصعب المراحل ،وعلى هذا الأساس فإن الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع هي كالتالي:

- **أسباب ذاتية :**

إن اختياري لهذا الموضوع كان بدافع اقتناعي الشخصي بالفائدة التي سأستسقيها من خلال دراستي له، كذلك اعتبار الموضوع ضمن حدود إمكاناتي المادية والمعرفية والوقت الممنوح لي لإتمام دراستي و محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد و الرغبة في معرفة سبب نجاح شبكات التواصل في استمالة عدد كبير من المستخدمين ومحاولة مني لكشف أو الوصول إلى نتائج قد تختلف مع الباحثين السابقين .

- **أسباب موضوعية :**

لاعتباره موضوعا حيويا وحديثا، إلى جانب قلة الدراسات حوله خصوصا التي تدرس تأثير ودور مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف فئات المجتمع الجزائري وخصوصا موقع الفيس بوك كون الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك خاصة ضرورة في مختلف جوانب الحياة.

## 4- أهمية الدراسة :

تنبع الأهمية العلمية لهاته الدراسة من كونها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة، حيث استطاع هذا الإعلام البديل تغيير العديد من المفاهيم في المجتمع و أمام الإيجابيات اللافتة التي يقدمها بات موضوع تأثيرها على مختلف مناحي الحياة واضحا لا سيما على مستخدميه بدرجة عالية، بالإضافة إلى طبيعة العينة وهي فئة الطلبة والتي تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها والوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة فيها، كل هذا جعله من المواضيع ذات الأهمية البالغة والتي تحتاج إلى طرح ودراسة.

## 5- تحديد المصطلحات :

- **الدور :**

وهو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوكيات المتوقعة ممن يشغل وظيفة ما أو وضع اجتماعي معين، والدور هو الذي يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما.

**التعريف الإجرائي للدور:**

وهو المعلومات والمضامين والموضوعات السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين بغرض زيادة المعرفة وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة لتكوين اتجاهات وبناء سلوكات سياسية[1].

[1] أشرف عصام فريد صالح: المرجع السابق ، ص 6.

- **مواقع التواصل الاجتماعي:**

يعرفها محمود عواد بأنها تركيبة إلكترونية اجتماعية تتم صناعتها من أفراد وجماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة "node" بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ، أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.

كما تعرف أيضا على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة و البريد الإلكتروني والفيديو والبريد الخطي والصوتي والمرئي، ومشاركتها مع الأخرين.

**التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي :**

هي مواقع إلكترونية تسمح لأي فرد أو شركة بإنشاء حساب فيها ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء أخرين مهما كانت أعمارهم ،أجناسهم وجنسياتهم ، وذلك بهدف مشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات وتبادل الآراء، والتفاعل مع جميع القضايا المطروحة صوتا وصورة.

- **الوعي السياسي:**

وهو أسلوب الرؤية والاهتمام والفعل في العالم، وهو يسير وفق تعهد بحقوق الإنسان والعدالة وتفهم القوى وعدم المساواة في النظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ووفقا للعلاقات والقيم، فهو يتعلق برفض الظلم والأنظمة والبناءات التي تمارس هذا الظلم، لكن ليس رفض الأفراد فهو فن احترام الآخر والعمل

معه والنظر إليه على أنه إنسان تميزه قوى اجتماعية ويرتبط في صراع مستمر، من أجل إحراز مكانة محترمة

**التعريف الإجرائي للوعي السياسي :**

وهو إدراك الفرد الواقع مجتمعه وشؤونه السياسية ومعرفة جل المشاكل والقضايا المطروحة بالإضافة إلى القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار، فبالوعي السياسي يستطيع الفرد معرفة حقوقه وواجباته فيصبح قادر على تحديد مكانته، كما أنه الأساس الوعي السياسي في التطبيق الفعلي للديمقراطية.

**6- المقاربة النظرية :**

**نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :**

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتش" وزملائها سنة 1974، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات "، وطالبوا فيها بالانتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي، يستمد من اعتماد الأخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى .

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام من قبل الباحثين "ديفلور وسندرا بول روكيتش"،بعد أن قاما بملأ الفراغ الذي خلقه نموذج الاستخدامات والاشباعات الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام.[1]

[1] عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، العين – دولة الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 65. 2 المرجع نفسه، ص 7.

فمن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة حيث تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما :

**1- الأهداف** : لكي يحقق الإفراد والجماعات اهدافهم الشخصية والاجتماعية.

**2- المصادر** : يسعى الأفراد والمنظمات الى المصادر التي تحقق اهدافهم.

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

- **جمع المعلومات:** فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها , ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيال تتيح لنا هدف اللعب أو الاسترخاء أو المرح.

- **تنسيق المعلومات:** وتشير الى تنظيم المعلومات التي تم جمعها لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم.

- **نشر المعلومات** : توزيعها إلى جمهور غير محدود .

❖ **أثار الاعتماد على وسائل الإعلام :**

الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الأثار المعرفية , والأثار الوجدانية , والآثار السلوكية ونعرضها فيما يلي:

**أولا : الاثار المعرفية :**

| | |
|---|---|
| **الغموض** | وهو مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو بها صراع وتناقض لان الناس يفتقرون الى معلومات كافية لفهم معنى حدث او معلومات تحدد التفسير الصحيح |
| **تكوين الاتجاه** | من الاثار المعرفية للافراد الذين يعتمدون ويستخدومن معلوماتها في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع مثل : مشكلات البيئة وأزمات الطاقة و الفساد السياسي |
| **ترتيب الاولويات** | تلعب وسائل الاعلام دورا في ترتيب اولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة |
| **اتساع المعتقدات** | تساهم وسائل الاعلام في توسيع معتقدات الجمهور لانهم يتعلمون عن اناس واماكن و اشياء عديدة عن طريق الاعلام ويتم تنظيم المعتقدات في فئات تسمى : الاسرة والدين والسياسة |
| **القيم** | هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها افراد جماعة ما ويرغبون في ترويجها و الحفاظ عليها مثل : الامانة والحرية والمساواة و التسامح |

**ثانيا : الاثار الوجدانية**

| | |
|---|---|
| **الفتور العاطفي** | إن كثرة التعرض للعنف في وسائل الاعلام يؤدي الى الشعور بالتبلد و اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون الى الآخرين |
| **الخوف والقلق** | عندما تعرض وسائل الاعلام أحداث العنف و الرعب و الكوارث فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين و القلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع |
| **الدعم المعنوي والاغتراب** | من بين التأثيرات الوجدانية رفع الروح المعنوية لدى المواطنين او تزايد شعورهم بالإغتراب |

**ثالثا : الآثار السلوكية :**

| | |
|---|---|
| **التنشيط** | و يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الاعلامية مثل : اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها و المساواة |
| **الخمول** | ويعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل وهو من الآثار السلوكية لم يحظ بالدراسات الكافية ويتمثل في : عدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي و العزوف عن المشاركة السياسية |

**ومن أهم فروض النظرية :**

• الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام أي أن هذه النظرية ترتبط بموضوع بحثي ، من خلال محاولة التعرف على كيفية اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ،وتعزيز ثقافتهم السياسية، وتدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل المشاركة في التصويت الانتخابي فمواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تقديم معلومات للطلبة حول مختلف الأخبار والقضايا السياسية الراهنة، ومن هنا يكون هناك إدراك للواقع من حيث الموالات والرضا و المشاركة التي من خلالها يتشكل الوعي السياسي.

## 7-نوع الدراسة ومنهجها:

### • نوع الدراسة:

يرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناءا على الإشكالية التي تم تحديدها و بما أن دراستي هذه التي خصصت لجمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه الأخيرة في تشكيل الوعي السياسي لديه، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وتحليلها تحليلا دقيقا ، و تحديد خصائصها تحديدا كيفيا وكميا ، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل فباختصار فإن الدراسة الوصفية تهتم بماضي الظواهر و حاضرها و مستقبلها[1]

### • المنهج المستخدم:

يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة ومعلومة ، كذلك يعرف أنه مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف معين ، والمنهج الملائم لدراستي هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العلمية المعتمد عليها في مختلف الدراسات ، حيث يعتمد على تحليل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقا من تحديد المكان والمجال و الناس المعنيين بالدراسة[2].

[1] .د.محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ،ط1 ، الدار العالمية للنشر ، الهرم،2003، ص 280

[2] مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن،2000،ص 126.

## 8- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يسعى الباحث دائما في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، والتي غالبا ما تشمل على عناصر تعتبر ركيزة أساسية في بحثه، كما أن اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث، وعليه يجب أن يكون مجتمع البحث متجانس ويخدم أغراض وأهداف الدراسة، كما أن اختيار العينة يحدد من طرف موضوع البحث في حد ذاته، فنجد "**موريس أنجرس**" يعرف العينة على أنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين".[1]

ويقصد أيضا بمجتمع الدراسة جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما [2].

وتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عامة[3].

والعينة الملائمة لهذه الدراسة تمثلت في العينة المتوافرة (المتاحة وتعرف بأنها أكثر أساليب المعاينة الغير احتمالية شيوعا و استخداما في البحوث الإعلامية) ، والعينة المتاحة غالبا ما تتكون من تلك المجموعة من المفردات التي يمكن للباحث الوصول إليها بسهولة، أو التي يتاح للباحث الوصول إليها، فهي يمكن أن تتكون من مجموعة من الدارسين المقيدة أسمائهم في مقدمة قائمة لأحد الدورات الإعلامية ، أو مجموعة من المتسوقين في أحد المراكز التجارية[4].

[1] فايز جمعة النجار وأخرون: أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي، ( د، ط)، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008،ص 18.
[2] محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، (د، ط)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010،ص 93.
[3] .أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفي الأشرف وآخرون، دار القصبة للنشر ،2004،ص98.
[4] موريس أنجرس: المرجع السابق، ص 51.

**9-أدوات جمع البيانات :**

**• الاستمارة (الاستبانة):**

استخدمت الاستمارة كأداة للدراسة ، وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدية بحيث يتم ذلك وفقا لأهداف الدراسة وفرضياتها[1].

واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة ، على أساس أن هذه الأداة توفر قدرا جيدا من الموضوعية العلمية بعيدا عن التحيز ،كما تعد أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ، وقد صممت الاستمارة بالتعاون مع الأستاذ المشرف الدكتور رابح بلقاسمي ، واشتملت على ثلاثة محاور حيث احتوت كل محور على ستة (06) أسئلة وقد وزعت الاستمارة بتاريخ 2022/05/15 واسترجعت في اليوم نفسه دون ضياع أو فقدان أي استمارة[2].

[1] اطلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي،ط1، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (دس)، ص 56.

[2] .يونس. علي عبد الرزاق جبلي وأخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007، ص 244.

وتعرف الاستمارة على أنها :"نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على بيانات تساعد الباحث على اتخاذ فكرة معينة او تكوين معلومات بناءا عليها يتم درايته للنتائج والحصول على خلاصة وتلخيص للدراسة المعنية ، كما تعرف أيضا على أنها : "وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوث الإجابة عنها ، سواء كانت الإجابة بمساعدة الباحث أو بمعرفة المبحوث وحده"[1].

[1] النعيمي وأخرون: دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردنن 2009، ص 79.

# الفصل الثاني



## الإطار النظري للدراسة

### علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل الوعي السياسي

**تمهيد:**

أقصى التقدم الهائل في تكنولوجيات الاتصال نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي، عمل على إحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وسمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي، التي قربت المسافات بين الأفراد وألغت الحدود وزاوجت بين الثقافات ودخلت دار السياسة دون استئذان ، و من أشهر هذه الشبكات شبكة الفايسبوك .

وفي هذا الصدد سأعرض في هذا الفصل ما المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي ؟ نشأتها، أنواعها، خصائصها، وأهم تأثيراتها على الفرد ودوافع استخدامها والنظريات المفسرة لها، بالإضافة إلى ماهية الوعي السياسي ودور هذه المواقع في تكوينه.

## المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر ، يوتيوب وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي ، و تختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « balas » على أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة ".

وكذلك يعرفها "بريس" « preece » و"مالوني كريشمار" « maloney krichmar » على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.[1]

وفي تعريف آخر: باللغة الإنجليزية يطلق عليها « social media » كما نجد مصطلح " social network " أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء،... ) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل

[1] .1 Wasinee kittiwongvivat ;pimonpha rakkanngan.(2010): facebooking your dream ;master thesis ;p20

المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت .[1]

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها : منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء أخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "الويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض .[2]

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: "أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته.[3]

كما تعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو ، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي : "الفيسبوك" تويتر" ، وموقع

[1] علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة تخرج ماجيستير ، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية .

[2] اخالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية،ط1، دار النفائس للنشر، الأردن،2013،ص 24. 2 الهمزاني شائم : علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، دراسة ميدانية (دكتوراه) غير منشورة ،كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة الإمام محمدبن سعود الإسلامية ، الرياض..

[3] ليلى احمد جرار : الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37. 4 عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص 09 .

مقاطع الفيديو "اليوتيوب" فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

## ❖ المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

### المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها الدرجات الست للانفصال ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهرت أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" وموقع "كابوورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى.

### المرحلة الثانية :

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها ...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبايس – وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك[1].

[1] لعبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص 66.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فرندستر friendester" الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع "سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس " الأمريكي الشهير الذي تفوق على "جوجل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيس بوك facebook " والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" ، حتى قام الفيس بوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فيس بوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللذوذ "ماي سبايس " عام 2008، أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "youtube " "twitter"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور[1].

[1]زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص 23.

❖ **المطلب الثالث: مدخل نظري لفهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي**

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية، السياسية والثقافية، سواء كانت محلية ،قومية، إقليمية أو دولية ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي "الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظريا وفكريا لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها بالجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال, وبعضها يعلق على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها, بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد[1].

فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على أهمية مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم بفاعلية ونشاط أكثر في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي" للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل ". "وإن وجود المؤسسات النيابية على المستوى القومي ليس كافية للديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث تنشئة اجتماعية أو "تدريب اجتماعي" على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسني تطوير الاتجاهات والصفات السيكولوجية الضرورية. وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها".

وتطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم new media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي* لا

[1] أولجا جوديس بيلي، وأخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009،ص 24.

* الراديكالية: هي فلسفة سياسية تؤكد الحاجة للبحث عن مظاهر الجور والظلم في المجتمع واجتثاثها. ومصدر كلمة الراديكالية، Radis، وتعني الجذر أو الأصل. فالراديكاليون يبحثون عما يعتبرونه جذور الأخطاء الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في المجتمع ويطالبون بالتغييرات الفورية لإزالتها.

يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل انطلاقا من مخرجات وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي. ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس انطلاقا مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه انطلاقا من مقدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة .

كما أن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائلة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضا لثقافة اتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع ويعد مواقع التواصل الاجتماعي أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة".[1]

## ❖ المطلب الرابع: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح التحقيق أهداف محددة تجارية مثلا" ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى ،

[1].المرجع نفسه، ص 39.

فتاريخيا كان لموقع "سكس ديفريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى وكذلك موقع " أوماي نيوز" وغيرها، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تتصدر القائمة عدد من الشبكات وأهمها : "الفيسبوك" "تويتر" "يوتيوب" وهي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

**الفيسبوك:**

**1. التعريف:**

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، للأشخاص والشركات ليبرزوا أنفسهم ويعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى ، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.[1]

**2. النشأة والتطور:**

أسس هذا الموقع "مارك زاكربيرج" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد – الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم – وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم إنتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز

[1] مهاب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010،ص10.

الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم، وبلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 –800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في سنة 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.[1]

### 3. أهم مميزات الفيسبوك:

- **الملف الشخصي « profile »**: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعها بالتحديد .

[1] المرجع نفسه ، ص 08

- **إضافة صديق** « **add friend** » : وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **إنشاء مجموعة** « **groups** »: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية ...، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
- **لوحة الحائط** « **wall** » : وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم .
- **النكزة** « **pokes** »: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **الصور** « **photos** »: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.[1]

- **الحالة** « **status** »: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.[2]
- **التغذية الإخبارية** « **newsfeed** »: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم

[1] سليمة رابحي: الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة،9/10سبتمبر 2012.

[2] مرجع نفسه ص

- **الهدايا « gifts »:** ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- **السوق « market place » :** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.
- **إنشاء صفحة خاصة على موقع « facebook »:** ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع « facebook adds »، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذاالإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.
- **التعليقات « facebook notes »:** وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.[1]

**التويتر :**

**1. التعريف:**

يرى أحد الباحثين أنه إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين

[1] محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية "العربية نموذجا" رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.

إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا التفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية SMS .

**2. النشأة والتطور:**

وقد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة « obvius » الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، بعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعدها بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أفريل 2007 قامت شركة « obvius » بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم« twitter ».

ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا التصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" وتأثير التويتر القوي فيه.[1]

[1] المرجع نفسه

**3. مميزات التويتر :**

لموقع التويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- **سهل وسريع** : فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة .
- **محمول ومتحرك:** فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تتيح ارسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.
- **مجاني:** فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، وهي خاصية مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.
- **أداة فعالة للتواصل مع العالم** : فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.
- **مناسب للتواصل الشخصي** : فالتويتر يتيح لك أن تكون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا الرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.
- **أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك:** فالتدوين القصير والفوري عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك، كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث

كغوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد ممكن من المهتمين.

- **الفورية:** فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فورا وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.
- **أداة تسويق فعالة** : فاليوم صار "تويتر" يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجانا، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.
- **شعار مميز« unique badge »** : يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة بشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: html أو java، مما يعطي طابعا شخصيا وموثقا مع كل تدوينة.
- **ميزة التتبع« following »** : فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولا بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لكم نفس الاهتمامات ويجمع بينكم هموم مشتركة.[1]

**اليوتيوب « youtube » :**

**1. التعريف:**

[1] حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري ) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول + الثاني، 2008، ص 302.

اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها وبشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

**2. النشأة والتطور:**

وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة "باي بال" « pay pal » وهم "تشاد هيرلي " و "ستيف تشين" و "جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها ويعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان " أنا في حديقة الحيوان" « me at the zoo » أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أفريل 2005 وتبلغ مدته 0:19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت ولتشتريه شركة غوغل عام 2006 وتضمه لها، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، وأغانيهم، ومنتجاتهم

للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات البث برامج النوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.[1]

**3. مميزات اليوتيوب :**

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

- **عام ومجاني** : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.
- **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mp4, wmv) أو الأغاني (mp3 ) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.
- **سهل الاستعمال من قبل العامة** : فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

[1] ليلى احمد جرار : مرجع سابق، ص ص 41-42.

- **سهل المشاهدة:** فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player.
- **سهل البحث:** فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- **الرقابة:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين ، أو للعامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث غوغل.
- **أداة رائعة للترويج:** فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات.
- **ميزة البث المباشر « live streaming »:** لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر.[1]

❖ **المطلب الخامس: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي**

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها :

[1] مرجع نفسه ، ص 89

- **الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية « profile page »**: ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية...الخ بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.
- **المشاركة (participation)**:وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح (openness »**:معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات،بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- **المحادثة « conversation »**:حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.[1]
- **الأصدقاء العلاقات « friends/connections »**: وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى تصديق على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.
- **إرسال الرسائل:** تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

[1] مرجع نفسه ، ص 97

- **ألبومات الصور** « **albums** » : تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها[1].

- **المجتمع** « **community** »: وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا .[2]

- **المجموعات** « **groups** »: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events » ، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.[3]

- **الترابط** « **connecteness** »: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع

[1] خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.
[2] ليلى احمد جرار : مرجع سابق، ص 42.
[3] خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على الفيس بوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.2

- **الصفحات** « **pages** »:ابتدع هذه الفكرة موقع الفيس بوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها الفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم الفيس بوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا إهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.[1]

## ❖ المطلب السادس : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

- **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري. **الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من

[1] ليلى أحمد جرار : مرجع سابق، ص 42.

بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل المليء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.

- **البطالة:** وهي عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وأيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.[1]
- **الفضول** : تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.
- **التعارف وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

[1] الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات.

- **التسويق أو البحث عن وظائف:** في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وإنتشار المعلومة واستثمارها .

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة" لينكدان".

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.

## ❖ المطلب السابع: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

### ✓ التأثيرات الإيجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم هذه الآثار الايجابية :

- نافذة مطلة على العالم، حيث وجد الملايين ممن أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
- أكثر انفتاحا على الآخر : إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.
- منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.[1]
- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية.
- تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.
- أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبني أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء.[2]

---

[1] http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc

[2] جمال معتوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بسكرة ،9/10 ديسمبر 2012.

✓ **التأثيرات السلبية:**

مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها أثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية :

- **يقلل من مهارات التفاعل الشخصي:** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.[1]
- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمشتركين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.
- **الإدمان على مواقع التواصل:** إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله بسبب الفراغ – أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملئ وقت الفراغ الطويل.
- **ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل:** حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

[1] موسى جواد الموسوي وأخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد 2011،ص47.

- **انعدام الخصوصية** : تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.
- **الصداقات قد تكون مبالغا فيها أو طاغية في بعض الأحيان:** فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فورا، ففيه نوع من النفاق.
- **انتحال الشخصيات** : أين يقوم المستخدم بانتحال شخصية واستغلالها لنشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.[1]
- **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية:** أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثة فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان الثقافة الشباب العربي .[2]

## ❖ المطلب الثامن: النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دراسات قد أشارت لضياع مفهوم المجتمع المحلي أو الواقعي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية، وبخاصة الدراسات التي ظهرت على يد كل من ماركس ودوركايم أو غيرهما، وذلك بناءا على تحليلات علم الاجتماع التقليدي classical sociology الأمر الذي تفاقم في مظاهر التحول والانتقال إلى مجتمعات ما بعد الحداثة كما يقول فوستر 1973 إن علم الاجتماع الحديث يشير إلى

[1] اوائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011، ص20.

[2] عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب – عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق ل8محرم 1432 هـ، ص 12. 2 عادل عبد الصادق: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية

ضياع هذا المفهوم خصوصا في المجتمعات الغربية الحديثة والذي عرفه جورج هيلري بعد فحصه لنحو 94 تعريفا سيسيولوجيا وإخضاعها للتحليل الكيفي والكمي واستخلاصه لهذا التعريف على أنه "مجموعة من الناس يشتكون في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في الوقت وفي مساحة ما على الأقل لبعض الوقت.[1]

إذن نجد في هذا التعريف خمس عناصر أساسية لتشكل المجتمع المحلي والمتمثلة في المجتمع التفاعل، الروابط، المكان، الزمان.

وعليه فإن التمثيل الرقمي لحركة شبكات التواصل الاجتماعي على الأنترنت والويب تحديدا أصبح يحوي مختلف الظواهر الاجتماعية بشكل إلكتروني شاملا بذلك التفاعل الاجتماعي برمته على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات وأيضا المنتجات المعرفية والخدمية بأنواعها والاتصال والنماذج البنائية للمجتمعات الافتراضية التي أصبحت جميعها تتمثل بشكل رقمي مجرد على الشبكة.

**1/ النظرية البنائية:**

وهي مقاربة اجتماعية تبحث عن عولمة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي حسب هذا الاتجاه هي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد وتكون ذات نمط خاص ونوعي على سبيل المثال التعاون، النصح، الرقابة بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحليل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصف عولمة البناء العلائقي لهذا المجتمع.

فمواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيرا حاسما على

[1] http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883şeid$501

الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا.

**2/ نظرية الحلقة الاجتماعية:**

هي مقاربة تقوم على وصف وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية داخل الشبكة ، فمواقع التواصل الاجتماعي وفق هذه النظرية هو تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم وفق رموز وشفرات معينة، قواعد توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة.

فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضا اللوائح والقواعد والسياسات المتبعة والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الإفتراضي. حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

أ- التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.

ب- الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.

ج- تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي كما أن الأفراد قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية[1].

**3/ نظرية الشبكة الاجتماعية:**

[1] Alain degenne et michel forse : les reseaux sociaux une analyse structurale en sociologie.Armand colin. Paris. 1994.p 213.

هي نظرية تتناول بالفحص والكشف عن خصائص الروابط الاجتماعية وعلاقاتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية[1].

## المبحث الثاني: ماهية الوعي السياسي

### المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي

**1- تعريف الوعي** : هو إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو اساس كل معرفة، ويمكن إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام: "الإدراك والمعرفة، الوجدان، النزوع والإرادة".

**1.1 تعريف الوعي السياسي** : هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات، وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستترة وراء مواقفها وتحركاتها ومشاريعها.

وبالرغم من بساطة هذا التعريف إلى أن صعوبة تحقيقه تظهر من الشروط المفروضة فيه :

**الإدراك** : ينبغي أن يكون صحيحا، أي ليس نابعا من أوهام أو ألاعيب.

**المعرفة** : ينبغي أن تكون للغايات والأهداف المستترة وليس للظواهر

ويعرف الوعي السياسي أيضا بأنه إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا[2].

[1] اعلي محمد رحومة: مرجع سابق، ص 108.

[2] اعمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي، دار الهدى، بيروت،2005، ص 29-30.

والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة ماله من حقوق وما عليه من واجبات في كل الأنظمة الديموقراطية، فالمجتمعات التي تسعى إلى التحول إلى النظام الديموقراطي بحاجة إلى منظومة من المعارف.

السياسية التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة، يستطيع الفرد من خلالها التعرف على الظروف والمشاكل التي تحيط به محليا ودوليا، والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها.

ومن وجهة نظر أخرى التي ترى بأن المجتمع لا يكون واعيا " وعيا سياسيا مناسبا" لمجرد متابعته للأحداث السياسية وتحديد موقف من زعيم ما أو حزب ما أو اتجاه معين، بل " الوعي المناسب" هو الوعي الجوهري الذي يتحول إلى نمط حياة وعادة وسلوك يمارسه الإنسان تلقائيا بدون تفكير، ويعطي الإنسان الكفاءة للتوصل إلى حلول للمشاكل التي تواجه المجتمع، أو على الأقل القدرة على جعل المجتمع في أفضل حالاته وأقربها إلى الحل !.

## ❖ المطلب الثاني : المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي

### 1- المشاركة السياسية :

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ماهيته والأنشطة السياسية المختلفة التي تنضوي تحته ويقوم بها الأفراد المشاركون .

وقدم علماء السياسة وباحثيها – أجانب وعرب – العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها:

المشاركة السياسية تعرف بأنها الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها ، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو

مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون ".

ويتناول" آلان بيك وسينيمج " Senimgs & Beek" مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفهما لها بأنها العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي ويكون تحديد المشاركة السياسية من خلال متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة في المناقشات السياسية والرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت "

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي :

أ- مرحلة الاهتمام السياسي بأي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

ب- مرحلة المعرفة السياسية : بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أوالقومي

ج- مرحلة التصويت السياسي ويتمثل في المشاركة في الحملات الإنتخابية والمشاركة في التصويت.

د- مرحلة المطالب السياسية وتتمثل في الإتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.[1]

[1] الينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس في العلوم السياسية فلسطين، 2011، ص 16.

**2- التنشئة السياسية :**

يقول «هايمن» في كتابه "التنشئة السياسية بأنها "عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة"، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكتسب الفرد الاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم.2

**3-الثقافة السياسية:**

تعرف الثقافة السياسية Political culture على أنها فرع من فروع الثقافة العامة التي تهتم بطبيعة العلاقة بين الأفراد من ناحية القيم والمعايير السلوكية مع السلطة السياسية في مجتمع ما، كما يمكن تعريف الثقافة السياسية بأنها جملة من المعارف والآراء والاتجاهات الخاصة بمجتمع ما تجاه الشؤون السياسية والسلطة والحكم في المنطقة وتشمل الثقافة السياسية الولاء والانتماء والشرعية والمشاركة والسياسة والحكم والدولة، بذلك يمكن القول إن الثقافة السياسية هي ذلك الفرع المنبثق عن الثقافة العامة ويمتاز باستمرارية تغيره وتطوره، وتبنى هذه الثقافة تبعا لما ينتهجه مجتمع ما من قيم واتجاهات وسلوكيات يتأثر ويؤثر فيها، وتتفاوت الثقافة السياسية بين المجتمعات والأفراد[1].

❖ **المطلب الثالث : أهمية الوعي السياسي**

[1] – د. وديع العزعزي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء ، (دس)، ص 7 د ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية، http://www.djazairess.com/elayem40273/

يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته وكذلك للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية ،فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الاساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية .

يمنح الوعي السياسي الشعوب القدرة على فهم الواقع السياسي وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية ، فالوعي السياسي بقضايا الأمة العربية يمثل اساسا العمل الوحدوي ،فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب المناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية[1] .

وكذلك يرفع الوعي السياسي من قدرة الأفراد على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية ، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية ويساعد على استقرار المجتمع ، فهو من الركائز الأساسية لبناء الأمة والنهوض بها ، ولغياب الوعي السياسي آثار سلبية على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا ، فغيابه ينقد الرؤية الواضحة النضوج المجتمع سياسيا وثقافيا ، ويجعل قيم الحياة تنهار وتفقد توازنها وبريقها من فضاء المجتمع ، وان أي تراجع او ضمور في مسيرة بناء الوعي السياسي يعطل دور المجتمع ، وفي ظل غياب الوعي ولا يمكن لأي شعب او مجتمع التعرف على واقعه ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه ، وبذلك من الصعوبة جدا التكهن بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع ، وذلك بسبب عدم فهم اسلوب اللغة السياسية المثالية التي يستقرئ بها العالم المتحضر لأحداثه السياسية .

ويرى عساف أن غياب الوعي السياسي يؤدي إلى وجود نوع من الفراغ السياسي وانخفاض مستوى المعرفة السياسية ، كما يؤدي إلى عدم الاكتراث بما يجري على ارض الوطن وانحسار الفكر وعدم ادراك

[1] – إيمان الحياري: مفهوم الثقافة السياسية،http://mawdoo3.com

قضايا الوطن وقضايا العالم الادراك الصحيح ، بل ظهور بعض السلوكيات غير المرغوب فيها بالإضافة لوجود بعض مظاهر عدم الانتماء وزيادة الاحساس بالاغتراب .

فالوعي السياسي يخلق ثقافة عالية وإطلاعا واضحا على مجريات الأحداث يستطيع من خلالها الفرد أن يدرك ما يدور حوله من أحداث ومتغيرات ، ويحافظ على انتمائه الوطني والعربي والإسلامي.

❖ **المطلب الرابع : أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي**

**1- طبيعة النظام السياسي :** أن من أهم ميزات الأنظمة الشمولية تحديد قدرة الأفراد على التفكير السياسي وجعل هذا التفكير يدور ضمن خطط محددة تخدم هذه الأنظمة ويصب في استمراريتها مما يؤدي إلى ابتعاد الأفراد بشكل عام عن التعمق بالثقافة السياسية كالدستور والحقوق والواجبات وصلاحيات السلطة وغيرها , لأن هذه كلها تعتبر من المحرمات في مثل هذه الأنظمة مما يسهم في ضعف الوعي السياسي للأفراد وتعميق حالة الإستغفال والتخلف.

عند التغيير لم تحل مشكلة الوعي السياسي لدى الجماهير إذ بدأت القوة السياسية ومن أجل مصالح على تعميق ضيقة تلعب على ضعف الوعي السياسي الذي كان سائدا في المرحلة السابقة وعملت الاختلاف المذهبي والقومي والعشائري خدمة لأهدافها المرحلية.

**2-التخلف الاجتماعي:** إن أهم سمات هذا التخلف الأمية , التعصب والاتكالية, الانغلاق, المزاجية , تراكم الانبهار غير الواعي وتهميش دور المرأة . وهذا بالتأكيد لم يكن وليد هذه المرحلة وإنما هو تخلف عبر عقود من السيطرة الأجنبية وعدم الاستقرار والدكتاتورية.

**3- ضعف العدالة الاقتصادية :** وهذا الأمر أيضا يعود الى المراحل التي عاشها المجتمع والتي عانى خلالها من الاستغلال الأجنبي والمحلي وعدم جدية الحكومات المتعاقبة على حل المشاكل الاقتصادية لاسيما البطالة وتوزيع الثورة والتصنيع وغيرها فضلا عن انعكاس الظروف السياسية على

الواقع الاقتصادي، مما انعكس بالتالي على حالة المجتمع الثقافية بشكل عام والوعي السياسي بشكل خاص إذ أن من أبرز عوامل تراجع الوعي هو الفقر والبحث عن لقمة العيش التي لا تسمح للإنسان بأن يطالب بحقوقه السياسية التي تتيح له المشاركة في النشاطات السياسية بمختلف أوجهها. ونرى أن سياسية التجويع هي إحدى وسائل الأنظمة لإضعاف الوعي وإحباط المجتمع ومنعه من محاسبتها، الأمر الذي قد يدفع إلى ما يطلق عليه بالثورة الشعبية وهي في الواقع اندفاع غير واعي للجماهير المقهورة طلبا للخلاص مما ينتج عنه انهيارا شاملا لمرتكزات المجتمع وبروز حالة جديدة لا تعرف نتائجها.

كذلك نجد ملامح ضعف الوعي السياسي أبرزها :

**1- أزمة الهوية :** وتتعلق بعدم معرفة أفراد المجتمع السياسي لهوية نظامهم السياسي وطبيعته فهل هو نظام قبلي أم ديني أم علماني أم غير ذلك ، الأمر الذي يجعل الصورة غير واضحة ومشوشه لدى الأفراد، مما يجعلهم غير قادرين على تحديد حقوقهم وكيفية التعامل مع المواقف والاختلافات السياسية.

**2- أزمة الاندماج الاجتماعي :** نتيجة التخلف الذي يعاني منه المجتمع لاسيما على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي، وهي أثار متراكمة كما ذكرنا عبر عقود طويلة من القهر والحرمان، جعلت الأفراد يلتفون حول تقسيماتهم الطائفية والعشائرية أو القومية الأمر الذي ساعد على عكس هذه التقسيمات على الواقع السياسي، وبالتالي أصبح الوعي السياسي بالمفهوم الذي أوردناه يغيب عن المجتمع ويحل محله التعصب والانحياز غير الواعي.

**3- أزمة المشاركة :** نتيجة لشعور أفراد المجتمع بأن الواقع السياسي الجديد لم يحل مشاكلهم الاجتماعية والاقتصادية وأن النخب السياسية منشغلة في الصراع على السلطة ومكاسبها والتي هي بالتأكيد بعيدة عن هموم الناس وأهدافهم كل ذلك يجعل الفرد يعزف عن المشاركة السياسية وبذلك تصبح العملية الديمقراطية شكلية وغير ناضجة.

❖ **المطلب الخامس : العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي**

في البدء يجب أن نؤكد على ضرورة التوازن بين الواقع الذي عليه المجتمع وبين ما نصبوا إليه بعيدا عن الوهمية والطوباوية . إذ أن التحول السياسي الذي ينقل المجتمع من حالة النظام الشمولي المنغلق إلى حالة النظام الديمقراطي المفتوح دون المرور بحالة الاستعداد النفسي والفكري قد يحدث حالة من فقدان التوازن الاجتماعي وهذا ما لاحظناه مع بداية التغيير، الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة إلى إعادة التوازن للمجتمع قبل كل شيء من بإشاعة الأمن والانضباط من ثم البدء بعملية تعميق الوعي السياسي وذلك من خلال:

• انبثاق الأطر السياسية الفاعلة التي تشكل النظام السياسي بكافة مستوياتها انطلاقا من أطر فكرية وإيديولوجية وطنية، تهدف بشكل حقيقي بالفعل والقول لبناء نظام ديمقراطي سليم بعيدا عن المصالح الضيقة والأهداف الآنية، الأمر الذي يعزز ثقة المواطن بتلك القوى وبالتالي تسهل عملية التأثير الإيجابي بينها وبين المواطن.

• التدرج في توعية المجتمع وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وترسيخ مفهوم المواطنة بشكله الحقيقي بعيدا عن التعصب المذهبي أو القبلي أو القومي وبعيدا عن ربط المواطنة بأشخاص أو أحزاب وجعلها وفق المفهوم الحقيقي المتمثل بالالتصاق بالوطن تاريخا وأرضا وشعبا وقيما.

• تنظيم علاقة المواطن بالدولة من خلال إيجاد قوانين عادلة تحقق المصلحة المشتركة للدولة والفرد.

• تعميق مبدأ الحوار في حل الخلافات السياسية بعيدا عن التطرف ، كون أن التطرف هو من سمات المجتمع البدائي وهذا من صلب واجب القوى السياسية المتواجدة على الساحة ، والتي يجب أن تعطي نموذجا صالحا للأفراد وهنا نستذكر قولا للإمام الشافعي **(رأينا صواب قابل للخطأ ورأي غيرنا خطأ قابل للصواب )**.

• إشاعة مفهوم الأغلبية والأقلية بشكله السليم ، إذ أن ما روج له بعد التغيير أن الأغلبية والأقلية إنما هي إما مذهبية أو قومية وبالتالي تصبح أغلبية دائميه وأقلية دائميه، وهذا خطأ جسيم في تطبيق مفهوم الديمقراطية، لأن مفهوم الأغلبية والأقلية هو مفهوم سياسي بحت يتبع المنهج الذي تتبناه مجموعة سياسية الإدارة الدولة ، وهو ليس عقيدة دينية أو مذهبية أو عرقية لأن هذه المفاهيم مفاهيم اجتماعية ولذلك فإن الأغلبية هي مؤقتة ويمكن أن تكون أقلية في دورة انتخابية أخرى وبالعكس وذلك انطلاقا من طبيعة برامجها السياسية وقناعة المجتمع بها .

• إشاعة الثقافة والذوق العام وإبراز مفهوم الجمال بكل جوانبه الروحية والأخلاقية والمظهرية في المجتمع، ويكون ذلك بواسطة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لاسيما المؤسسات التعليمية منها بدءا من المراحل الدراسية الأولى صعودا، وذلك من أجل بناء جيل يمتلك الثقافة والوعي ليسهم في تعميق التجربة الديمقراطية ،حتى تصبح مع مرور الزمن تجربة ناضجة تحاكي التجارب الديمقراطية العريقة.

• إشاعة مبدا العدالة الاقتصادية من خلال حل المشاكل المعيشية للمجتمع كالبطالة والفقر والعدالة في توزيع الثروة، إذ أن تلك المشاكل هي من أبرز معوقات الوعي بشكل عام والسياسي بشكل خاص. إن الفصل الثاني: علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل الوعي السياسي الدولة الديمقراطية وهي دولة مؤسسات تتطلب قبل كل شيء الاستقرار السياسي وهذا يتحقق عبر تعميق الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وشعورهم بأن مؤسسات الدولة هي المعبرة عن إرادتهم ورغباتهم وتستوعب نشاطاتهم وأنهم جزء منها ، وكلما كان الوعي السياسي حاضرا ومتأصلا أو متجذرا لدى أغلبية أفراد المجتمع نرى أن القوة السياسية الفاعلة تجد نفسها مضطرة لإتباع مناهج عقلانية في مشاريعها السياسية وذلك في محاولة لإقناع الأفراد بتلك المشاريع وبالتالي يكون من الصعب بمكان استغفال الجماهير والعزف على المشاعر البدائية كالتحفيز الديني أو الطائفي أو القومي أو المناطقي.

إنه من الواضح أن الانتقال من حالة الأنظمة الشمولية إلى الحالة الديمقراطية لا تكون بشكل آلي وسريع ، لأن التجارب الديمقراطية تحتاج فسحة من الزمن تطول أو تقصر حسب طبيعة المجتمع ونظامه، فبريطانيا التي تمثل أعرق الديموقراطيات الحديثة احتاجت إلى أكثر من ستة قرون حتى تنضج العملية الديموقراطية فيها ويتعمق الوعي السياسي لدى أبناء المجتمع البريطاني، وتخلل هذه القرون الطويلة إرهاصات وأحداث عنيفة أدت في النهاية إلى استقرار المجتمع سياسيا واجتماعيا واقتصاديا .فمنذ عام1215م عندما وقع الملك الإنجليزي ما أطلق عليه بالعهد الأعظم (الما كناكارتا ) والذي فيه إقرار التقليد سلطة الملك لصالح ممثلي الشعب، بدأ المجتمع الانكليزي رحلة البناء الديموقراطي التي اتخذت اتجاهين الأول سياسي تمثل بالمكاسب التي حصل عليها البرلمان على حساب سلطات الملك والاتجاه الثاني فكري تمثل بظهور عدد من المفكرين الذين عملوا على إنضاج الفكر الديموقراطي ومن أبرزهم "جون لوك" الذي وضع الأسس الفكرية لما أطلق عليه بالثورة الجليلة عام 1688 م والتي صدرت خلالها لائحة الحقوق وفيها تحديد واضح لصلاحيات السلطات التنفيذية والتشريعية .

وأشار" لوك" إلى المبادئ الأساسية لحقوق الأفراد الطبيعية وإن وجود الحكومة هو لحماية هذه الحقوق وليس التعدي عليها . لقد تمكن الشعب البريطاني من استيعاب وهضم الأفكار الديمقراطية التي أصبحت جزءا من تكوينه النفسي والفكري ساعده على ذلك وجود سلطات احترمت الأعراف والقواعد الديمقراطية الأمر الذي جعل المجتمع البريطاني لا يتأثر بالهزات التي تعرضت لها المجتمعات الأوروبية كما حصل في إيطاليا وألمانيا إذ أن بريطانية لم يظهر فيها قادة أمثال "هتلر" أو " موسوليني" أو " ستالين" لان المناخ الشعبي والواعي والمدرك لا يسمح بظهور مثل هؤلاء القادة الذين يعملون على التلاعب بالمجتمع من خلال الشعارات القومية أو الإيديولوجية. إن تعمق الوعي السياسي لدى أفراد

المجتمع هو أحد عوامل الاستقرار الاجتماعي والسياسي الذي سينعكس حتما على تطور العمراني والسياسي[1].

❖ **المطلب السادس : أدوات تكوين الوعي السياسي**

تتعدد الأدوات التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، والتي يمكن للفرد أن يكتسب من خلالها معلومات وحقائقه وقيمه ومثله السياسية، ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارساته اليومية، ويتكون عندما يشعر الفرد أنه مواطن في بلده وله حقوق وعليه واجبات، ومن هذه الأدوات نجد:

**1- الأسرة :** تعتبر الأسرة النواة الأساسية لبناء المجتمعات، وهي أول مؤسسة ينشأ فيها الطفل ويتم تلقينه المبادئ التي تمكنه من التكيف مع مجتمعه، فبداخل الأسرة يبدأ الفرد باكتساب اتجاهات وأفكار جديدة، فهي المصدر الأول للمعلومات والقيم والمعتقدات السياسية، حيث يتجلى دور الأسرة في نقل معاني وطنية وما يدخل في نطاق ذلك من مفاهيم الوطن والهوية والأرض.

**2- الأصدقاء:** هم بناء اجتماعي غير رسمي يضم عدد من الأفراد، ولهم دور أساسي في تكوين وعي الفرد وتوجهاته السياسية وآرائه وقيمه.

**3- المؤسسات التعليمية:** تعتبر المؤسسات التعليمية بكل عناصرها إحدى أدوات تكوين الوعي السياسي لدى الأفراد، فهي تقوم بأهم دور من خلال التعليم وغرس القيم والفضائل في نفوس الأفراد مثل حب الوطن والانتماء، وكذلك تنمية مهارات المشاركة السياسية، ويكون تأثيرها من عدة جوانب هي: التثقيف السياسي من خلال الأنشطة المدرسية، والتثقيف من خلال تدريس مواد لها علاقة بالسياسة، وكذلك دور المعلم وثقافته ووعيه السياسي.

[1] أ.د. موسى محمد أل طويرش: الوعي السياسي كعنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي , الجامعة المستنصرية ,بغداد 2512

**4- الأحزاب السياسية:** تقوم الأحزاب السياسية بدور فعال في تكوين الوعي السياسي، حيث تعمل على تبسيط العملية السياسية وتكوين الإحساس السياسي للمواطنين، وتقوم بتزويد أعضائها بالمعارف السياسية وإعداد الكوادر السياسية، وتسعى الأحزاب السياسية إلى التأثير على الأفراد من غير أعضائها بهدف الارتقاء ببرامجها وانضمام أفراد جدد لها، فهي بحاجة إلى جماهير تؤيدها.

**5- وسائل الإعلام:** تعتبر وسائل الإعلام أحد العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي، فهي تلعب دورا مهما في ترسيخ القيم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها للأفراد، والتي تسهم في تكوين قيم واتجاهات سياسية ، ولها دور في عملية التنشئة السياسية وحث الأفراد على المشاركة السياسية.[1]

## المبحث الثالث: مواقع التوصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي

### ❖ المطلب الأول: شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديموقراطية وتعزيز المشاركة السياسية وهو المطلب المطروح حاليا على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديموقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة مثل: الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري والتي تؤثر بدورها بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دورا فاعلا في العملية السياسية بوجه عام .

[1] – شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، (دس) ، ص ص35،36

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تدعيم الممارسة الديموقراطية عبر إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية، بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وتعد أولى خطوات التنمية السياسية[1] .

## ❖ المطلب الثاني : العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك" سماءا مفتوحا يطلعنا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل البيئة الإعلامية الجديدة البديلة ، حيث ساعد الفيس بوك" على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب وأظهر مدى الضعف الذي أصاب المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات وبناء الانتماءات ودفع الحركات السياسية، كما وفر الموقع عالم افتراضي تفاعلي وأتاح الفرصة أمام الأفراد المشتركين فيه لبناء قاعدة أساسية للإنطاق باتجاه أهداف التحقيقها، انطلاقا من الإيمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية وبضرورة الارتقاء بالمجتمع من خلال فتح المجال أمام المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا ، وأصبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في الفيس بوك.

"كما أصبح الفيس بوك أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف المجالات خاصة السياسي منها وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار

[1] أشرف عصام فريد صالح: مرجع سابق، ص 42.

بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الطلبة منهم، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذاالمجال".[1]

فباختصار نقول أن الفيس بوك يساهم بشكل كبير في إمداد الفرد بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولا إلى تشكيل أرائه واتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي" كما يساهم في تزويد الشعب بالخبرات السياسية والتي من خلالها يتشكل الرأي العام كما أنه يلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة".[2]

❖ **المطلب الثالث: أراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية السياسية**

أجمع معظم المختصين سواء على الصعيد الإعلامي أو السياسي بأن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيس بوك بصفة خاصة أضحت العنصر الأصعب في العملية السياسة وذلك لدورها الفعال في تزويد الشباب بالمعلومات والثقافة السياسية وللتوضيح أكثر تأخذ على سبيل المثال ما قاله المدير الإقليمي لميكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية: "نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية ، الاجتماعية والاقتصادية واضحا، فالرئيس الأمريكي "أوباما" نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي " ثم انتقل استخدام هذه المواقع من الغرب إلى الجهة العربية، فنجد أنها لعبت دورا هاما في ثورات الربيع العربي والتي دار حولها جدل كبير من قبل المختصين فمنذ مطلع 2011 نشرت الكثير من المقالات والدراسات، وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية

[1] أشرف عصام فريد صالح: مرجع سابق، ص 42.

[2] رأفت مهند عبد الرزاق: مرجع سابق، ص 48.

شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة، وقد كان للنمو الكبير والسريع الشبكات التواصل الاجتماعي والتحول في أنماط واتجاهات استخدامها دورا هاما في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية، حيث شهدت هذه الفترة تحولا واضحا في استخدام هذه المواقع من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى السياسية"[1].

ويرى أحد المختصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمد محسن اليهري : "بأن الأحداث الأخيرة في كل من كمصر وتونس أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية في الانتخابات الماضية، شهدت رفض الإدارة الأمريكية لقيام مؤسسة توتير بعملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، بغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسية وفي ذات السياق يقول الدكتور فتحي حسن:" يبدو اليوم أن هذا التفاعل والحوار والجدل والنقاش السياسي والفكري والاجتماعي قد أفرز حالة من الوعي المختلف الذي يمكن أن يكون ضمن روافد عديد أحد مفجرات ثورتي تونس ومصر أو على الأقل من بين عوامل تنسيقها وتحركها"، أي أن الشبكات الاجتماعية ليست المتسبب في قيام ثورات الربيع العربي ولكنها جعلت الثورة ممكنة وعجلت بها، كما منحتها القدرة على النمو وأكسبتها مزيدا من التأييد والتعاطف داخليا ودوليا بشكل ما كان له أن يحدث بدونها.

فالشباب المتظاهرين في تونس ومصر وفي أماكن أخرى في المنطقة أصبح بإمكانهم من خلال استخدام أدوات التواصل الاجتماعي بنشر مطالبهم وأن يدعو الأخرين للانضمام إلى المظاهرات، وأن يحضوا بمزيد من الدعم من شرائح أخرى عريضة في المجتمع"، وهذا ما جاء على لسان أحد المتظاهرين

[1] المرجع نفسه ، ص 50.

في القاهرة حيث قال: «نحن نستخدم الفيس بوك لتنظيم المظاهرات ونحدد مواعيدها. ونستخدم تويتر للتنسيق، ونستخدم يوتيوب لنخبر العالم ونجعله يشاهد ما يحدث[1].

**خلاصة الفصل:**

من خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها مواقع التواصل الاجتماعي فقد مكنت الأفراد من التواصل من مختلف أنحاء العالم كما ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع على نجاحها وتوسع انتشارها كشبكة الفيس بوك، حيث أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة ولم يقتصر دورها على المجال الاقتصادي فقط بل انتقل إلى مجالات أخرى على غرار المجال السياسي، وقد رشحت هذه الميزات التي تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط للتنشئة الاجتماعية والسياسية وأصبحت تلعب دورا هام في عملية الإصلاح السياسي والتعبئة الجماهرية بالإضافة إلى تشكيل الوعي، وعليه يجب توجيه مستخدميها نحو الاستخدام الأمثل لها وكيفية تفعيلها والاستفادة منها لأنها سلاح ذو حدين.

[1] يوسف ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الأنترنت.

# الفصل الثالث

## دراسة ميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيلها للوعي السياسي



**تمهيد :**

بعد تعرضي لمختلف الجوانب النظرية في الفصل السابق والتي لها علاقة بموضوع دراستي" دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي " الفايسبوك نموذجا " وسوف أتعرض في هذا الفصل إلى مناقشة وتحليل البيانات التي جمعت من طلبة جامعة يحيى فارس بالمدية حول مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالوعي السياسي ، وكذا علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل ذلك الوعي وهذه المؤشرات شكلت محوري الاستمارة التي طبقت على أفراد العينة من أجل التحقق من صدق الفرضيات .

## المبحث الأول : تحليل الجداول:

### 1- الجدول رقم 01:

*** البيانات الشخصية**

| الإقتراحات | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **ذكر** | 21 | %35 |
| **أنثى** | 39 | %65 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الإناث بلغت 65% وبعدد تكرارات 39 تكرار من العدد الكلي للعينة ، بينما وصلت نسبة الذكور إلى 35% وبعدد تكرارات وصل إلى 21 تكرار من أصل 60 .

- **التحليل الكيفي :**

ويعود ارتفاع نسبة الإناث إلى كون المجتمع الجزائري مجتمع تفوق فيه نسبة الإناث على الذكور، بالإضافة إلى أن الجامعة الجزائرية تستحوذ على نسبة كبيرة من الإناث يرجح السبب الى طبيعة المجتمع إضافة كون الإناث تركز على الدراسة أكثر مما هو في الذكور كونهم يلجئون إلى العمل او حتى الالتحاق بصفوف الجيش او الأعمال اليومية لدى مؤسسة أو حرفة من الحرف عكس الإناث .

### 2- الجدول رقم 02:

*** المستوى التعليمي :**

| الاقتراحات | التكرارات | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **ليسانس** | 39 | %65 |
| **ماستر** | 21 | %35 |
| **دكتوراه** | 00 | 00 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال الجدول نرى أن نسبة طلبة الليسانس وصلت إلى 65% وبتكرار 39 من أصل العدد الكلي للعينة 60 ، يليها طلبة الماستر بنسبة 35% وبتكرار 21 من أصل 60 ، أما طلبة الدكتوراه فكانت النسبة منعدمة.

- **التحليل الكيفي :**

ونقول أن احتلال طلبة الليسانس المرتبة الأولى راجع إلى التعداد الكبير لهم علما أن الليسانس يشمل سنة أولى وثانية وثالثة، في حين نلاحظ قلة طلبة الماستر وهذا راجع غيابهم عن الجامعة بسبب التربص واكتفائهم بدراسة سداسي واحد (ماستر 2) في حين إنعدام طلبة الدكتوراة راجع إلى عدم توفر هاته الفئة ضمن عينة البحث في الجامعة في الفترة الحالية نظرا لطبيعة الدراسة .

**3- الجدول رقم 03:**

*** استخدام مواقع التواصل الإجتماعي :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 60 | %100 |
| **لا** | 00 | 00 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

يتبين من خلال الجدول أن نسبة الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي 100% من أفراد العينة وبعدد تكرارات 60 تكرار.

- **التحليل الكيفي :**

حيث عند البحث عن السبب مع الطلبة إتضح أن استخدام مواقع التواصل الإجتماعي أصبح هوسا لدى الشباب ونختص بالذكر العينة المراد دراستها طلبة جامعة المدية وذلك لمقدرة هاته الشبكات إلغاء الحدود بين الناس في العالم بالإضافة الى سهولة استخدامها كما أصبحت متاحة وفي متناول الجميع بصرف النظر عن الفواصل التعليمية و الاجتماعية ، حيث تسمح لهم بالبقاء متصلين مع اصدقائهم و تبادل الآراء و الهوايات و الصور ومختلف المعلومات كما يعتبر كمنصة ترفيهية يلجأ إليها معظمهم .

حيث تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للشباب إمكانية إنشاء هوايات عبر الإنترنت والتواصل مع الآخرين وإنشاء شبكات اجتماعية،و يمكن أن توفر هذه الشبكات للشباب دعمًا قيمًا، لا سيما مساعدة أولئك الذين يشعرون بالإقصاء أو مصابين بإعاقة أو أمراض مزمنة كما يستخدم المراهقون أيضًا وسائل التواصل الاجتماعي للترفيه والتعبير عن الذات ويمكن للمنصات أن تَعْرِض للمراهقين الأحداث الحالية، وأن تسمح لهم بالتفاعل عبر الحواجز الجغرافية وأن تعلمهم مجموعة متنوعة من الموضوعات، بما في ذلك السلوكيات الصحية حيث تتسم بروح الدعابة أو تُشتت الانتباه أو تُوفر اتصالًا مفيدًا مع الأقران بالإضافة أنها قد تُساعد المراهقين على تجنب الاكتئاب.

**المحور الأول : تحليل الجداول حسب متغير الجنس و السن و المستوى الدراسي :**

**1) تحليل الجداول حسب متغير الجنس و السن :**

**– الجدول رقم 01:**

*** الشبكات الأكثر استخداما :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18–21 | | 21–24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| فايسبوك | 21 | %100 | 30 | %76.92 | 17 | %28.33 | 21 | %35 | 13 | %21.67 | 51 | % 85 |
| انستقرام | 00 | 00 | 09 | %23.08 | 05 | %8.33 | 02 | %3.33 | 02 | %3.33 | 09 | % 15 |
| تويتر | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 22 | %36.67 | 23 | %38.33 | 15 | %25 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك هي 85 % وبتكرار 51 من أصل مجموع العينة الكلية للذكور و الإناث حيث ، منها %100 للذكور وبتكرار21 من أصل 21 و 77 % للإناث بتكرار 30 من أصل 39 يليها الانستقرام بنسبة تقدر ب 15% وبتكرار 09 من أصل 39 مستقرة للإناث فقط أما التويتر فالنسبة منعدمة لعدم استعماله وانتشاره بين الطلبة بنسبة منعدمة .

حيث بلغ متوسط السن للجواب الأكثر إستخداما بين أفراد العينة و الاغلبية كانت من سن 18 سنة الى 24 سنة نظرا الى معدل السن الذي يكون في الجامعة حيث نظرا لنجاح أكبر عدد ممكن في شهادة البكالوريا والتحقاهم بالجامعة في معدل سن بين 18 إلى 21 سنة ، حيث نرى ان نسبة المئوية من العدد الكلي للعينة بالنسبة للفئة الأولى (18الى21) 36.67% جاءت متقاربة لنسبة الفئة الثانية ( 21الى 24) بنسبة 38.33% أما نسبة الفئة الأخيرة (24 فما فوق ) فجاءت أخيرا بنسبة 25%.

**2- التحليل الكيفي :**

بينت الدراسة أن مستخدمي الفايسبوك أكثر من باقي المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي حيث يستغل من طرف فئة الشباب التي يتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة أي فترة المراهقة الى سن الرشد الفترة التي تعتبر أهم فترة لدى الشباب حيث يعتبرونه كوسيلة للترفيه والتسلية وذلك بسبب سهولته وانتشاره الواسع بين مختلف الفئات عكس التويتر الذي يعتبر منصة خاصة برجال الاعمال والشخصيات البارزة وبعض المتعاملين في كل المجالات لتصنيفه في الجانب المهني أكثر منه ترفيه وتسلية وتواصل عكس الفايسبوك .

**- الجدول رقم 02:**

***- عدد الساعات التي تقضيها في التصفح :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18-21 | | 21-24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| ساعة | 01 | %4.76 | 03 | %7.69 | 01 | %1.67 | 02 | %3.33 | 01 | %1.67 | 04 | %6.67 |
| ساعتان | 10 | %47.62 | 09 | %23.08 | 09 | %15 | 05 | %8.33 | 05 | %8.33 | 19 | %31.67 |
| 3 ساعات | 01 | %4.76 | 05 | %12.82 | 04 | %6.67 | 01 | %1.67 | 01 | %1.67 | 06 | %10 |
| 4 ساعات فما فوق | 09 | %42.86 | 22 | %56.41 | 20 | %33.33 | 09 | %15 | 02 | %3.33 | 31 | %51.66 |
| المجموع | 21 | % 35 | 39 | % 65 | 34 | %56.67 | 17 | %28.33 | 09 | %15 | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

أظهرت النتائج المتعلقة بعدد الساعات التي يقضيها الطالب في التصفح في الفيس بوك بأن المشتركين يحرصون على قضاء أوقات مختلفة، حيث جاءت إجابة أكثر من أربع ساعات بالمرتبة الأولى وبنسبة 51.66% وبتكرار 31 من أصل العدد الكلي للإناث والذكور والذي هو 60 فردا من عينة البحث ، حيث توزعت بين الإناث بنسبة 56.41 % بتكرار 22 من أصل 39 و الذكور بنسبة 42.86 % بتكرار 09 من

أصل 21 ، أما نسبة 31.67 % وبتكرار 19 فكانت للأفراد الذين يتصفحون مدة ساعتان فقد كان للذكور منها 47.62 % من أصل 21 فردا للعينة بتكرار 10 والإناث 23.08 % بتكرار09 من أصل 39 . في حين نالت إجابة 3 ساعات 10 % وبتكرار 06 من أصل 60 ، منها 4.76 % للذكور و12.82 % للإناث وكانت مدة الاستخدام لساعة واحدة هي المرتبة الأخيرة في عدد استعمال الطلبة لهاته المدة فقد كانت النسبة الخاصة بها 6.67 % بتكرار 04 من العدد الكلي للعينة ، منها 4.76 % نسبة للذكور بتكرار 1 من أصل 21 و نسبة 7.69 % للإناث بتكرار 03 من أصل 39 تكرار .

حيث بلغ متوسط السن للفئة الاكثر استخداما لمدة أربع ساعات فما فوق بين ( 18 الى 21) بنسبة 56.67% للأكثر استخداما بتكرار 34 من أصل 60 أما الفئة الثانية ( 21 الى 24 سنة ) فبنسبة 28.33% بتكرار 17 من أصل العدد الكلي للعينة و الفئة الأخيرة الثالثة ( 24 فما فوق) فبنسبة 15% بتكرار 09 من أصل العدد الإجمالي للعينة .

- **التحليل الكيفي :**

وهنا يمكن أن أقول أن إرتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل مع الأصدقاء في مختلف الأماكن والتسلية والترفيه ، وتبادل الأفكار والمعلومات كما يمكننا أن نقول أنهم وصلوا إلى حد الإدمان أما فيما يخص إجابة 02 إلى 03 ساعات فهذا راجع إلى إحتياجهم المتواصل واللامتناهي والدور الذي يلعبه الفيس بوك في المجال التعليمي والثقافي، في حين إحتلت أقل من ساعة المرتبة الأخيرة بسبب إنشغال الطلبة بالدراسة أو عدم تحبيذهم لهذا الموقع كثيرا، أو ربما غياب الأنترنت في المنزل .

حيث غلبت فئة سن مابين 18 سنة الى 21 على الاستعمال المتواصل للفايسبوك والذي يعتبر ادمانا ، فهو بمثابة الاحتياجات اليومية للجسم كالأكل والشرب بالنسبة لهم ويرجع السبب الى الحياة اليومية للشباب واحتياجهم الخاص للترفيه والتسلية والتواصل مع اصدقاء جدد وتغيير جو وكسر للروتين .

**- الجدول رقم 03:**

*** التفاعل مع القضايا ذات الشأن العام :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 45 | % 75 |
| **لا** | 15 | % 25 |
| **المجموع** | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

يبين لنا الجدول السابق أن مانسبته 75 % من إجمالي عدد التطرارات للعينة المختارة كانت إجابتهم تشير إلى تفاعلهم و اهتمامهم للقضايا ذات الشأن العام كون الفايسبوك يعد بالنسبة لهم فضاء افتراضيا يسمح بالنفاذ إلى النقاشات العامة كما يضمن بصفة نسبية التداول الحر على الكلمة بين المتحاورين في تفاعلهم مع المضامين الاتصالية من خلال تعليقاتهم و مشاركتهم ، أما الفئة المتبقية والتي قدرت بنسبة 25 % من عدد المشاركين الذين أجابوا ب لا أي ليس لهم تفاعل مع القضايا ذات الشأن العام مكتفين بجعل الفايسبوك كمنصة للترفيه وتبادل المعلومات والتواصل لا غير .

- **التحليل الكيفي :**

نرى أن مانسبته كبيرة من العينة يتفاعل مع القضايا ذات الشان العام نظرا لحبه في المشاركة بكافة أشكالها ومجالاتها حيث يعتبرها حق من الحقوق الأساسية ، حيث يعتبرون المنصة كأداة للتنمية الفعالة وأسلوباً للممارسة السياسية والمسؤولية الاجتماعية والتربوية لأفراد المجتمع، وهي تعطي الحق في اخضاع كافة القضايا التي تؤثر عليه وعلى جماعته، للمناقشة وإبداء الرأي وتنمي الشعور القومي لديهم وحتى

يتسنى للمرء أن يعبر عن قناعاته بوضوح وجرأة من موقع الاختلاف مع القضايا ذات الشأن العام، تحقيقاً لرغباتهم وقناعاتهم وتعبيراً عن الشعور بالانتماء للمجتمع الذي يعيشون فيه.

**- الجدول رقم 04:**

*** نوع الصفحات التي تتابعها فيما يتعلق بالشأن العام :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18-21 | | 21-24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| هيئات رسمية | 05 | %23.81 | 03 | %7.69 | 02 | %3.33 | 02 | %3.33 | 04 | %6.67 | 08 | %13.33 |
| الاصدقاء | 11 | %52.38 | 31 | %79.49 | 15 | %25 | 18 | %30 | 09 | %15 | 42 | %70 |
| الأحزاب | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 01 | %1.67 | 01 | %1.67 |
| الجمعيات | 04 | %19.05 | 05 | %12.82 | 02 | %3.33 | 01 | %1.67 | 06 | %10 | 09 | % 15 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 19 | %31.67 | 21 | %35 | 20 | %33.3 | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال استسقائنا حول طبيعة الصفحات التي يتابعها الطلبة تبين لنا من خلال الجدول أن صفحات الأصدقاء جاءت في المركز الأول من حيث الإهتمامات والمتابعة بنسبة 70 % بتكرار 42 من أصل 60 ، حيث قسمت النسبة بين الذكور والإناث على النحو الآتي 52.38 % للذكور بتكرار 11 من أصل 21 و نسبة 79.49 % إناث بتكرار 31 من أصل 39 في حين جاءت صفحة الجمعيات في المركز الثاني من ناحية اهتمام الطلبة بنسبة أجمالية قدرت ب 15 % بتكرار 09 من أصل 60 حيث بلغت نسبة الذكور 19.05 % بتكرار 04 ، ونسبة الإناث 12.82 % بتكرار 09 واحتلت صفحة الهيئات الرسمية المرتبة الثالثة بنسبة 13.33% بتكرار 08 من أصل 60 مقسمة بين فئتي العينة ،23.81%بتكرار 05 للذكور من أصل 21 و 7.69% بتكرار03 للإناث من المجموع الكلي لهاته الفئة 39 ، أما صفحة الأحزاب السياسية فلم تكن من

ضمن الاهتمامات و المتابعة لدى هاته الفئة من الطلبة وجاءت اخيرا بنسبة 1.67 % بتكرار 01 فقط من أصل 60 .

- **التحليل الكيفي :**

نلاحظ من خلال هاته الإحصاءات أن صفحة الاصدقاء والمتابعة وتبادل الرسائل والتعليقات كانت من الاهتمامات والاولويات لدى الطلبة لأسباب منها الترفيه والمشاركة والاستمتاع بتبادل الرسائل وتمضية الوقت ليس إلا أما صفحة الجمعيات فكانت في المرتبة الثانية نظرا للمواضيع التي فيها والمنشورات التي تخص التعاون وامداد يد المساعدة للفئات المعوزة وفعل الخير التي من شأنها أن تنشر الخير التي لاقت استحسانا من طرف الطلبة ومتابعة وتفاعلا كبيرا في صفحاتهم أما صفحة الاحزاب السياسية فلم يكن لها الصدى الكبير او المتابعة من طرف الطلبة مرجحين سبب ذلك عدم اهتمامهم بالجانب السياسي خاصة بما يتعلق بممثلي الاحزاب الذين فقدوا مصداقيتهم حول قدرتهم على تغيير وتلبية المطالب الخاصة بالجمهور ، حيث نرى أن الوعي السياسي أو الإدراك يكون مصدره من الأصدقاء بالنسبة لافراد العينة حيث يتشكل بنسبة كبيرة محط اهتمام الشباب من طرف الاصدقاء .

**- الجدول رقم 05:**

*** مشاركة المعلومات مع الأصدقاء :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 55 | % 91.67 |
| **لا** | 05 | % 8.33 |
| **المجموع** | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

نلاحظ من خلال الجدول بخصوص ما إذا كان هناك تفاعل من طرف الطلبة في المنشورات ومشاركتها مع الأصدقاء فقد كانت نسبة الاجابة ب نعم 91.67% بتكرار 55 من أصل 60 في حين إكتفى الباقي أي ما نسبته 8.33% بالتصفح دون المشاركة مع الأصدقاء أو التفاعل .

- **التحليل الكيفي :**

لطبيعة الاهتمام من طرف العينة الى التبادل المعرفي والتواصل واتصال بين الاصدقاء في الفايسبوك فإن الاغلبية تلجا لمشاركة المعلومات في إطار الاصدقاء التي نستنتج منه أنه كوسيلة او طريق للتنشئة الاجتماعية او السياسية لدى الطلبة عن طريق الاصدقاء الذي نربطه بمصدر الادراك للطلبة.

- **المحور الثاني : النشاطات والهيئات السياسية :**

**– الجدول رقم 05:**

***متابعة النشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان او المجالس البلدية و الولائية عبر الفايسبوك**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 02 | % 3.33 |
| **لا** | 58 | % 96.67 |
| **المجموع** | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

يوضح لنا الجدول أن ما نسبته 96.67 بالمئة من العينة ممن أجابوا بلا بتكرار 58 من مجمل أفراد العينة (60) ممن يرفضون او لا يتابعون النشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان و المجالس البلدية و الولائية عبر الفايسبوك في حين سجلت نسبة 3.33 % ممن أجابوا بنعم .

- **التحليل الكيفي :**

وذلك راجع لعدة أسباب منها عدم وجود قناعة خاصة لدى الطلبة بأن هاته النشاطات والهيئات الانتخابية لا تمثل وسيلة للتغيير السياسي في الجزائر في ظل وجود فئات داخل الأحزاب ترى في البرلمان فرصة للصعود الاجتماعي، فضلاً عن تحول الانتخابات إلى "بؤر فساد."وقال معظم الطلبة أن هاته البرامج لا تتوافق مع تطلعاتهم وانشغالاتهم، خاصة مع عدم تحقيق الوعود في الانتخابات السابقة، ما أدى إلى انعدام ثقتهم في غالبية الأحزاب الموجودة في الساحة السياسية."

**- الجدول رقم 06:**

*** اعتماد الطلبة على الفايسبوك كمصدر للمعلومات فقط :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 00 | 00 |
| **لا** | 60 | % 100 |
| **المجموع** | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

يبين الجدول التالي الاجابة عن السؤال فيما يخص اعتماد الطلبة كليا على الفايسبوك كمصدر للمعلومات فقط ، فجاءت مانسبته 100% أي كل أفراد العينة ب (لا) ، نافين اعتمادهم على الفايسبوك كمصدر للمعلومات.

- **التحليل الكيفي :**

اتضح بالنسبة لاعتماد الطلبة الفايسبوك كمصدر للمعلومات فقط أن معظم الطلبة بالإجماع من خلال الاستبيان ممن يؤكدون عدم اعتمادهم عللى منصة الفايسبوك كوسيلة او كمصدر للمعلومات مفضلين الوسائل الاعلامية الاخرى كالتلفاز من خلال الاخبار او مختلف البرامج من ناحية دقة المعلومات اومصدر قد يكون موثوق حيث وضحو بأن وسائل التواصل الإجتماعي مقارنة بالوسائل الاعلامية قد لا تتمتع بالدقة والموضوعية والمصداقية لانها لا تعتمد على مصادر حقيقية ودقيقة للمعلومة ، أي أن افراد العينة يعتمدون على الوسائل التي تكون تقليدية كالوسائل المرئية والمسموعة من قنوات فضائية أو راديو أو صحف الكترونية التي قد تكون لها مصداقية اكبر للاعتماد على المعلومات على خلاف الفايسبوك.

**- الجدول رقم 07:**

*** ثقة الطلبة في مصادر المعلومات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18–21 | | 21–24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| صفحة الأصدقاء | 01 | %4.76 | 10 | %25.64 | 6 | %10 | 2 | %3.33 | 3 | %05 | 11 | %18.33 |
| الصفحات الرسمية | 19 | %90.48 | 29 | %74.36 | 20 | %33.33 | 18 | %30 | 10 | %16.67 | 48 | %80 |
| الصفحات الحزبية | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| صفحات الجمعيات | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 01 | %1.67 | 01 | %1.67 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 26 | %43.33 | 20 | %33.33 | 15 | %25 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

أظهرت النتائج المتعلقة بثقة الطلبة في مصادر المعلومات المنشورة عبر الصفحات حيث خلصت النتائج ما تبلغ نسبته 80% للصفحات الرسمية والتي جاءت في المرتبة الأولى من حيث ثقة الطلبة في مصادر المعلومة المنشورة من خلالها حيث بلغ عدد التكرار 48 من أصل 60 وقسمت النسبة للذكور ب 90.48% بتكرار 19 من أصل 21 ، والإناث بنسبة 74.36% بتكرار 29 من أصل 39 تكرار، أما المرتبة الثانية فجواب صفحة الأصدقاء بنسبة 18.33% بتكرار 11 من مجمل عدد العينية 60 ، حيث قسمت النسبة بين الذكور والاناث حيث بلغت عند الذكور 4.76% بتكرار 1 من أصل 21 و بالنسبة للإناث فبلغت 25.64% بتكرار 10 من أصل 39 ، وجاءت صفحة الجمعيات ثالثا بنسبة 1.67% بتكرار 01 من أصل 60 أما صفحة الأحزاب فانعدمت الاجابة حيث جاءت أخيرا بدون أي اختيار، فالبنسبة لمعدل عمر الفئة الأكثر اختيارا للجواب الأول كانت للفئة الأكثر استخداما للفايسبوك في جدولنا السابق في تحديد السن أي ( 18 سنة الى 21 سنة ) وجاءت بنسبة 43.33 % و فئة ( 21 الى 24 سنة ) فبنسبة 33.33 % والفئة الأخير ( 24 سنة فما فوق ) بنسبة 25 %.

- **التحليل الكيفي :**

عند تحليل الجدول نرى ان من ناحية ثقة المعلومات فقد جاءت لصفحة الأصدقاء وذلك لما بها من نواحي نفسية او علاقة صداقة أو الجانب العاطفي والنفسي والتي نرى من خلالها أنها هي المصدر الاول التي يشكل وعي الطلبة في كل الجوانب نختص به الجانب الخاص بموضوع بحثنا وهو الجانب السياسي .

**- الجدول رقم 08:**

*** طبيعة الصفحات و الأخبار التي يتفاعل معها الطلبة مع الأصدقاء :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18−21 | | 21−24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| المحلية | 06 | %28.57 | 16 | %41.03 | 11 | %18.33 | 08 | %13.33 | 03 | %05 | 22 | %36.66 |
| الوطنية | 05 | %23.81 | 14 | %35.90 | 09 | %15 | 06 | %10 | 04 | %6.67 | 19 | %31.67 |
| الدولية | 10 | %47.62 | 09 | %23.08 | 07 | %11.67 | 10 | %16.67 | 02 | %3.33 | 19 | %31.67 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 27 | %45 | 24 | %40 | 09 | %15 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال معرفة طبيعة الأخبار و الأحداث التي يتفاعل معها الطلبة جاءت النتيجة جد متقاربة حيث جاءت مشاركة الصفحات المحلية في المركز الأول بنسبة 36.33% بتكرار 22 من أصل 60 فيما تقاسمت الصفحات المحلية و الدولية نفس المركز ثانيا بنسبة 31.67% بتكرار 19 من أصل 60 لكل إختيار .

- **التحليل الكيفي :**

مما يجعلنا نلاحظ ونستنتج أن افراد العينة تهتم بشكل كبير للجانب المحلي الذي يهمها أكثر وذلك نظرا للتطلعات التي يراها الطلبة والتنشئة السياسية والاجتماعية من حيث الرضا والمشاركة والموالاة في الجانب المحلي من اجل تحسين المستوى المعيشي والثقافي وكسب الثقة بين الهيئات والافراد ، اما بالجانب الدولي فاختصرت في الفئة القليلة وذلك لان الاهتمام بالجانب الدولي يكون كتكملة او بشكل اضافي دون اهمال المحلي .

**- الجدول رقم 09:**

*** الوضع و التفاعل المعتمد بالنسبة للأخبار و الاحداث الخاصة بالنشاطات السياسية :**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18-21 | | 21-24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| إعادة النشر | 03 | %14.29 | 05 | %12.82 | 04 | %6.67 | 02 | %3.33 | 02 | %3.33 | 08 | %13.33 |
| إعجاب | 15 | %71.43 | 20 | %51.28 | 19 | %31.67 | 09 | %15 | 07 | %11.67 | 35 | %58.33 |
| تعليق | 01 | %4.76 | 09 | %23.08 | 02 | %3.33 | 05 | %8.33 | 03 | %05 | 10 | %16.67 |
| تنبيه صديق | 02 | %9.52 | 05 | %12.82 | 03 | %05 | 03 | %05 | 01 | %1.67 | 07 | %11.67 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 28 | %46.67 | 19 | %31.66 | 13 | %21.67 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

جاءت نتائج التفاعل الذي يقوم به الطلبة مقابل منشور او صحة في الفايسبوك حيث خلصت النتائج أن اكتفاء بوضع أعجبني مصنفة في أولى الترتيب بنسبة 58.33% بتكرار 35 من أصل 60 حيث قسمت النسبة بالنسبة للذكور ب 71.43%

بتكرار 15 من أصل 21 ، والإناث ب 51.28% بتكرار 20 من أصل 39 أما ثانيا جاءت التعليق بنسبة 16.67% بتكرار 10 من أصل ، موزعة بنسبة 4.76% للذكور بتكرار 01 من أصل 21 أما الإناث فقدرت النسبة ب 23.08% بتكرار 09 من أصل 39 أما المشاركة أو إعادة النشر فبالمركز الثالث بنسبة 13.33% بتكرار 08 من أصل 60 متقاربة مع تحديد او تنبيه صديق ب 11.67% بتكرار 07 .

- **التحليل الكيفي :**

بينت النتائج أن هناك تفاعل بين الطلبة للمنشورات والصفحات بمختلف الطرق وإن اختلفت من اعجاب وتعليق أو اعادة النشر او تنبيه صديق مما يدل على أنه هناك تأثر واهتمام بالمنصة بالدرجة الأولى .

**- الجدول رقم 10:**

*** مناقشة الوضع السياسي :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 19 | %31.67 |
| **لا** | 41 | %68.33 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

عند سؤالي ووقوفي حول مناقشة القضايا السياسية أو الوضع السياسي عير الفايسبوك جاءت ما نسبته 68.33% من الإجابات بالرفض والامتناع عن مناقشة الوضع السياسي بتكرار 41 من أصل 60 فيما أجاب 19 من أصل 60 بنعم بنسبة 31.67%.

- **التحليل الكيفي :**

مما سبق نلاحظ أن معظم الطلبة تكتفي بأخذ المعلومات فقط وتلقيها دون مناقشة ودون اهتمام حيث أوضحوا انهم لا يهتمون بالوضع السياسي نظرا للخلفية التي أخذها الطالب بصفة عامة حول ممثلي الأحزاب السياسية والشخصيات السياسية وكذا الهيئات المنتخبة .

❖ **المحور الثالث :**

**- الجدول رقم 11:**

*** هل لدى الطلبة منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية ضمن صفحتهم الخاصة في الفايسبوك**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 13 | %21.67 |
| **لا** | 47 | %78.33 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 78.33% من أفراد العينة الإجمالية وبعدد تكرارات 47 ليس لديهم منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية ، في حين مثلت فئة ما نسبته 21.67%من نجد ليهم منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية بتكرار 13 % .

- **التحليل الكيفي :**

ويرجع ارتفاع نسبة الفئة التي لا تحتوي صفحاتها على منشورات خاصة بالقضايا السياسية الى غياب الميول السياسي أو ضعفه ، فيما ترى الفئة التي لديها منشوران أن المواضيع والمنشورات الخاصة بالصفحات السياسية يسهل مهمة الوصول إلى الأهداف الموضوعة بعد التخرج .

**– الجدول رقم 12:**

*** هل لدى الطالب صديق له انتماء سياسي :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 12 | %20 |
| **لا** | 48 | %80 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

نرى من خلال الجدول ان نسبة 80% ممن أجابوا بلا حول ما إذا كان لديهم صديق ذو انتماء سياسي بتكرار 48 من أصل 60 ، أما الذين أجابوا بنعم بسنبة 20% أي بتكرار 12 من أصل 60.

- **التحليل الكيفي :**

مما تبينه نتائج الجدول السابق نرى ان اغلبية افراد العينة ليس لديهم صديق ذو انتماء سياسي وذلك لما اوضحه البعض ان لديهم تقارب في الافكار والانتماءات في شتى الميادين خاصة الترفيهية والاجتماعية اما ففئة قليلة والتي جاءت بنسبة عشرون في المئة والتي تعتبر نسبة جيدة مقارنة بالسنوات الماضية لديهم صديق ذو انتماء سياسي في حين قد بينت الجداول السابقة ان صفحة الاصدقاء تعتبر مصدر للتوعية بما فيها السياسية هنا نقول انا هناك طريق للادراك والوعي السياسي مستقببلا قد يكون من خلال التنشئة و التهيئة الجيدة للجانب السياسي من خلال وسائل اتصال اهمها الفايسبوك .

**- الجدول رقم 13:**

*** كيف يتفاعل الطلبة مع منشورات صديق ذو توجه أو انتماء سياسي :**

| المتغيرات | الجنس | السن | المجموع |
|---|---|---|---|

| الإجابة | ذكر | | أنثى | | 18–21 | | 21–24 | | 24 فما فوق | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| إعادة النشر | 01 | %4.76 | 03 | %7.69 | 02 | %3.33 | 01 | %1.67 | 01 | %1.67 | 04 | %6.67 |
| إعجاب | 15 | %71.43 | 22 | %56.41 | 19 | %31.67 | 15 | %25 | 03 | %05 | 37 | %61.67 |
| تعليق | 04 | %19.05 | 10 | %25.64 | 07 | %11.67 | 04 | %6.67 | 03 | %05 | 14 | %23.33 |
| مشاركة في مجموعات | 01 | %4.76 | 04 | %10.26 | 02 | %3.33 | 03 | %05 | 00 | 00 | 05 | %8.33 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 30 | %50 | 23 | %38.33 | 07 | %11.67 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

لدينا في الجدول التالي الإجابة حول تفاعل الطلبة مع منشورات صديق ذو توجه سياسي حث جاءت الإجابة بمجرد الإعجاب فقط بنسبة 61.67% أولا بتكرار 37 من أصل افراد العينة ، حيث وزعت حسب الذكور والإناث كالآتي 71.43% للذكور بتكرار 15 منأصل 21 ، و نسبة الإناث بلغت 56.41% بتكرار 22 من أصل 39 فيما جاءت الإجابة بتعليق ثانيا بنسبة 23.33% بتكرار 14 من أصل عدد العينة الإجمال 60 ، حيث بلغت نسبة الذكور ب 19.05% بتكرار 04 من أصل 21 و نسبة الإناث 25.64% بتكرار 10 من أصل 39 ، أما الاجابة بالكمشاركة ضمن مجموعات مغلقة فجاءت ثالثا بنسبة 8.33% بتكرار 5 من أصل العينة الإجمالية 60 ، حيث تقاسمت نسبة بالذكور ب 4.76% بتكرار 01 من أصل 21 و الاناث بنسبة 10.26% بتكرار 10 من أصل 39 فيما جاءت أخيرا إعادة النشر بنسبة 6.67% بتكرار 04 من أصل 60 ، وبلغت نسبة متوسط العمر بالنسبة للفئة الأول من 18 الى 21 سنة ب 50% بتكرار 30 من محموع العينة الكلي 60 ، و فئة سن مابين 21 الى 24 سنة نسبة 38.33% بتكرار 23 من أصل 60 أما الفئة الأخيرة لسن فوق 24 سنة فبلغت 11.67% وبتكرار 07 من أصل 60.

- **التحليل الكيفي :**

نلاحظ من نتائج الجدول السابق ان هناك تفاعل متفاوت للمنشورات التي هي لصديق ذو انتماء او توجه سياسي إما بالاعجاب او المشاركة او التعليق السؤال المطروح هنا هل هو نتيجة لوعي او كبر الادراك نوح الجانب السياسي والمعرفة بهذا المجتمع السياسي أم هو مجرد تفاعل من أجل الصديق والعلاقة التي تربطهم به إما صداقة حقيقية او عن طريق الفايسبوك فقط وفي كاتا الحالتين فإن استنتاجي هنا ان هناك وعي ولو قليل بالنسبة للجانب السياسي وقد يكون مستقبلا بشكل كبيريترجم في أرض الواقع عن طريق المشاركة والولاء والانتماء الحزبي ( مستقبلا ) .

**- الجدول رقم 14:**

*** هل يتشارك الطلبة مع الاصدقاء نفس الاراء و التوجهات السياسية عبر الفايسبوك :**

| الاقتراحات | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---|---|
| **نعم** | 05 | %8.33 |
| **لا** | 55 | %91.67 |
| **المجموع** | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

جاءت نتيجة الجدول التالي حول مشاركة افراد العينة مع الأصدقاء نفس الآراء والتوجهات السياسية عبر الفايسبوك بنسبة 91.67% للإجابة (لا) بتكرار 55 من أصل 60 ، فيما الاجابة ب(نعم) 8.33% بتكرار 5 من أصل 60.

- **التحليل الكيفي :**

نرى أن معظم الاجابة للعينة جاءت بعدم المشاركة بالضرورة مع الاصدقاء لنفس التوجهات السياسية عبر الفايسبوك وذلك لعدة اعتبارات منها ان هاته المنصة يتشاركونها بالدرجة الاولى كوسيلة للتواصل والتعارف والترفيه وتبادل الآراء انما ليس ضرورة انهم يتشاركون نفس التوجه فقد يكون هناك اختلاف في المبدا والمذهب وحتى اللغة والوطن في نفس الصفحة أما من كانت لهم نفس التوجهات انما لوعيهم

الكبير المتنامي بالجانب السياسي وحبا لهذا التوجه والاتفادة من الخبرات عبر الاصدقاء نظرا للظروف التي تمر بها البلاد من كل الجوانب التي تتمنى هاته الفئة تحقيق ولو القليل من التغيير الذي يسير بهم الى بر الراحة والاكتفاء .

**- الجدول رقم 15:**

*** رأي الطلبة في مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك**

| المتغيرات / الإجابة | الجنس | | | | السن | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ذكر | | أنثى | | 18-21 | | 21-24 | | 24 فما فوق | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| إيجابي | 04 | %19.05 | 03 | %7.69 | 03 | %05 | 02 | %3.33 | 02 | %3.33 | 07 | %11.67 |
| سلبي | 17 | %80.95 | 36 | %92.31 | 26 | %43.33 | 20 | %33.33 | 07 | %11.67 | 53 | %88.33 |
| المجموع | 21 | %35 | 39 | %65 | 29 | %49.33 | 22 | %36.66 | 09 | %15 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

في هذا الجدول عبر هاته النتائج الخاصة برأي أفراد العينة في مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك جاءت في المرتبة الأولى الإجابة ب ( سلبية) بنسبة 88.33% بتكرار 57 من أصل 60 والفئة العمرية من 18 الى 21 سنة بنسبة 43.33% حيث قسمت هاته النسبة بين الذكور بنسبة 80.95% بتكرار 17 من أصل 21 و الإناث فبلغت نسبتهم 92.31% بتكرار 36 من أصل 39 أما الذين ينظرون اليه بأنه ( ايجابي) بنسبة 11.67% بتكرار 07 من المجموع الكلي للعينة ، حيث جاءت نسبة فئة العمر التي بين 21 الى 24 سنة بنسبة 36.66% بتكرار 22 من أصل 60 واخيرا الفئة فوق 24 سنة بنسبة 15% بتكرار 09 من أصل 60.

- **التحليل الكيفي :**

حسب نتائج الجدول السابق فإن معظم أفراد العينة اجابو بان مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك لها جانب سلبي في نظرهم أكثر منه إيجابي حيث بينت وجهت نظرهم أن الموضوعات المطروحة لا تثير اهتمامهم كما ان هناك ثقة مهزوزة بين ممثلي الاحزاب والهيئات السياسية نظرا للواقع المعاش او التجارب السابقة فيما اوضح البعض ان تلك الهيئات والمواضيع المناقشة ليس لها أي مصلحة للبلاد او الفرد انما هي تابعة لمصالح شخصية فقط ، هنا نستنتج ان التواصل يمكن ان يلعب دور مهم في تنمية الوعي واعادة الثقة تدريجيا من خلال التنشئة السياسية والمواضيع التي تستثمر في ارض الواقع مع تحفيز المشاركة لفئة الشباب من أجل تحسين الواقع مستقبلا والنظرة بصفة عامة وبالتالي كشب وزن جماهيري واعي منه التوجه الى التغيير .

**02- تحليل الجداول حسب متغير المستوى الدراسي :**

**- الجدول رقم 01:**

*** الشبكات الأكثر استخداما :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| **فايسبوك** | 30 | %50 | 20 | %33.33 | 00 | 00 | 50 | %83.33 |
| **انستقرام** | 09 | %15 | 01 | %1.67 | 00 | 00 | 10 | %16.67 |
| **تويتر** | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| **المجموع** | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك من طلبة اليسانس هي الأولى 50% وبتكرار 30 من أصل 60 ، و بالنسبة لطلبة الماستر فبلغت النسبة 33.33% بتكرار 20 من أصل 60 ، أما استخدام الانستقرام فبلغت لطلبة الليسانس 15% بتكرار 06 من المجموع الكلي ، وبالنسبة لطلبة الماستر فبنسبة 1.67% بتكرار 01 من أصل 60 اما بالنسبة لطلبة الدكتوراه فالاجابة منعدمة لجميع الاختيارات .

- **التحليل الكيفي :**

بينت الدراسة أن مستخدمي الفايسبوك أكثر من باقي المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي بسبب سهولته وانتشاره الواسع بين مختلف الفئات خاصة لطلبة الليسانس التي هي الفئة الأكثر في العينة مقارنة بالماستر والدكتوراه .

**- الجدول رقم 02:**

*** عدد الساعات التي تقضيها في التصفح :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| ساعة | 03 | %7.69 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 04 | %6.67 |
| ساعتان | 09 | %23.08 | 10 | %47.62 | 00 | 00 | 19 | %31.67 |
| 3 ساعات | 05 | %12.82 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 06 | %10 |
| 4 ساعات فما فوق | 22 | %56.41 | 09 | %42.86 | 00 | 00 | 31 | %51.67 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

أظهرت النتائج المتعلقة بعدد الساعات التي يقضيها الطالب في التصفح في الفيس بوك بأن طلبة الليسانس بالمرتبة الأولى وبنسبة 65%وبتكرار 39 من أصل العدد الكلي للعينة حيث قسمت الإجابات في فئتهم كالتالي اربع ساعات بنسبة 56.41% بتكرار 22 ، ساعتان بنسبة 23.08% بتكرار 09 ، ثلاث ساعات بنسبة 12.82% بتكرار 05أما الاجابة ساعة واحدة فجاءت اخيرا بنسبة 7.69% بتكرار 03 من أصل 60 فقط ، أما فئة طلبة الماستر جاءت ثانيا بنسبة كلية بلغت 35% بتكرار 21 من أصل 60 حيث جاءت الاجابة عن ساعتان اولا بنسبة 47.62% بتكرار 10 ، اربع ساعات بنسبة 42.86% بتكرار 09 ، وتقاسمت الاجابة ثلاث ساعات و ساعة واحدة المركزنفسه بتكرار واحد لكل منهما بنسبة 4.76% .

- **التحليل الكيفي :**

وهنا يمكن أن أقول أن إرتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم لكن في الفئة التي تدرس لليسان عكس طلبة الماستر التي جاءت اجابتهم لمدة ساعتان فقط الاول وهنا ناخذ بعين الاعتبار الفارق في السن و والوعي حيث يبلغ معدل او متوسط سن طلبة الليسانس من السنة الاولى الى الثالثة وقت تحصلهم على ليسانس بين 18 حتى 21 عكس طلبة الماستر الذين يفوقونهم سنا .

**- الجدول رقم 03:**

*** نوع الصفحات التي تتابعها فيما يتعلق بالشأن العام :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| هيئات رسمية | 03 | %7.69 | 05 | %23.81 | 00 | 00 | 08 | %13.33 |
| الاصدقاء | 31 | %79.49 | 11 | %52.38 | 00 | 00 | 42 | %70 |
| الأحزاب | 00 | 00 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 01 | %1.67 |
| الجمعيات | 05 | %12.82 | 04 | %19.05 | 00 | 00 | 09 | % 15 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | % 100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال استسقائنا حول طبيعة الصفحات التي يتابعها الطلبة تبين لنا من خلال الجدول أن نسبة المشاركة في الاستبيان لفئة طلبة الليسانس جاءت بنسبة 65 % من حيث الإهتمامات والمتابعة بتكرار 39 من أصل 60 ، و طلبة الماستر 35% بتكرار 21 من المجموع الكلي للعينة والذي هو 60.

- **التحليل الكيفي :**

نلاحظ من خلال هاته الإحصاءات أن نسبة مشاركة الطلبة الذين يدرسون ضمن تخصص الليسانس كانت اعلى منها من طلبة الماستر ضمن نفس الاسباب والتحاليل في الجداول السابقة .

**- الجدول رقم 04:**

*** ثقة الطلبة في مصادر المعلومات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| صفحة الأصدقاء | 10 | %25.64 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 11 | %18.33 |
| الصفحات الرسمية | 29 | %74.36 | 19 | %90.48 | 00 | 00 | 48 | %80 |
| الصفحات الحزبية | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 | 00 |
| صفحات الجمعيات | 00 | 00 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 01 | %1.67 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

أظهرت النتائج المتعلقة بثقة الطلبة في مصادر المعلومات المنشورة عبر نسبة فئة الليسانس 65% بتكرار 39 من أصل 60 و نسبة الفئة الخاصة بطلبة الماستر 35% بتكرار 21 من أصل 60 حيث التقت اجوبتهم فيما يخص الصفحة الرسمية اولا بنسبة 74.36% لفئة الليسانيس و 90.48% لفئة الماستر.

**- الجدول رقم 06:**

*** طبيعة الصفحات و الأخبار التي يتفاعل معها الطلبة مع الأصدقاء :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| المحلية | 16 | %41.03 | 06 | %28.57 | 00 | 00 | 22 | %36.67 |
| الوطنية | 14 | %35.90 | 05 | %23.81 | 00 | 00 | 19 | %31.67 |
| الدولية | 09 | %23.08 | 10 | %47.62 | 00 | 00 | 19 | %31.67 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال معرفة طبيعة الأخبار و الأحداث التي يتفاعل معها الطلبة جاءت النتيجة لمشاركة طلبة الليسانس في هذا الاستبيان أولا بنسبة 65% و الماستر بنسبة 35% .

**– الجدول رقم 07:**

*** الوضع و التفاعل المعتمد بالنسبة للأخبار و الاحداث الخاصة بالنشاطات السياسية :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| إعادة النشر | 05 | %12.82 | 03 | %14.29 | 00 | 00 | 08 | %13.33 |
| إعجاب | 20 | %51.28 | 15 | %71.43 | 00 | 00 | 35 | %58.33 |
| تعليق | 09 | %23.08 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 10 | %16.67 |
| تنبيه وتحديد صديق | 05 | %12.82 | 02 | %9.52 | 00 | 00 | 07 | %11.67 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال معرفة طبيعة الوضع والتفاعل المعتمد بالنسبة للاخبار والاحداث الخاصة بالنشاطات السياسية جاءت نتيجة مشاركة طلبة الليسانس في هذا الاستبيان أولا بنسبة 65% و الماستر بنسبة 35% .

- **2- التحليل الكيفي :**

بينت النتائج أن هناك تفاعل بين الطلبة للمنشورات والصفحات لفئة طلبة الليسانس الذين يعتبرون الفئة الأكثر من حيث العدد لأطراف العينة مع طلبة الماستر الذين يقل عددهم مقارنة بالليسانس فقط في حين انعدمت فئة طلبة الدكتوراه حيث يعبرون عن تفاعلهم بمختلف الطرق وإن اختلفت من اعجاب وتعليق أو اعادة النشر او تنبيه صديق مما يدل على أنه هناك تأثر واهتمام بالمنصة بالدرجة الأولى .

**- الجدول رقم 08:**

*** كيف يتفاعل الطلبة مع منشورات صديق ذو توجه أو انتماء سياسي :**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ليسانس | | ماستر | | دكتوراه | | | |
| | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة | العدد | النسبة |
| إعادة النشر | 03 | %7.69 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 04 | %6.67 |
| إعجاب | 22 | %56.41 | 15 | %71.43 | 00 | 00 | 37 | %61.67 |
| تعليق | 10 | %25.64 | 04 | %19.05 | 00 | 00 | 14 | %23.33 |
| مشاركة في مجموعات | 04 | %10.26 | 01 | %4.76 | 00 | 00 | 05 | %8.33 |
| المجموع | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال معرفة طبيعة التنفاعل مع منشور صديق ذو توجه سياسي جاءت فئة طلبة الليسانس في هذا الاستبيان أولا بنسبة 65% و الماستر بنسبة 35% ونسبة مشاركة طلبة الدكتوراه فهي صفر منعدمة لعدم وجود أي طالب اثناء توزيع الاستبيان الخاصة بالعينة .

**- الجدول رقم 09:**

*** رأي الطلبة في مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك**

| المتغيرات / الإجابة | المستوى الدراسي | | | | | | المجموع | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **ليسانس** | | **ماستر** | | **دكتوراه** | | | |
| | **العدد** | **النسبة** | **العدد** | **النسبة** | **العدد** | **النسبة** | **العدد** | **النسبة** |
| **إيجابي** | 03 | %7.69 | 04 | %19.05 | 00 | 00 | 07 | %11.67 |
| **سلبي** | 36 | %92.31 | 17 | %80.95 | 00 | 00 | 53 | %88.33 |
| **المجموع** | 39 | %65 | 21 | %35 | 00 | 00 | 60 | %100 |

- **التحليل الكمي :**

من خلال راي الطلبة حول مناقشة المواضيع السياسية عبر الفايسبوك اما بشكل ايجابي او سلبي لفئتي الليسانس والماستر فقد كانت نسبة مسشاركة طلبة اليسانس الاكثر بنسبة 65% و الماستر بنسبة 35% ونسبة مشاركة طلبة الدكتوراه فهي صفر منعدمة لعدم وجود أي طالب اثناء توزيع الاستبيان الخاصة بالعينة .

**ثم أختصر السوال الأخير عبر الاستمارة الخاصة بالاستبيان حول رأي الطلبة في نشاطات الاحزاب و الجمعيات من خلال المنشورات و التفاعلات و المواضيع المطروحة عبر الفايسبوك :**

حيث جاءت الإجابة أن الأحزاب السياسية لجأت إلى منصة الفايسبوك لما لديها من انتشار وشعبية واسعة وسط الشباب خاصة الطلبة لتبيين مشاريع أو برامج خاصة بالاحزاب لكسب شعبية او موالاة من طرف هاته الفئة التي ترى ان معظم ممثلي الاحزاب غير مهتمين بالتغيير او بايصال مطالب وتأملات المواطن في التغيير الجذري للأحسن ، كيث أصبحت الاحزاب السياسية والجمعيات تهتم بالفايسبوك لعدة اسباب حيث أضحى فضاءا لتحرير رسائل و معلومات الهدف منها تكوين قاعدة شعبية واستمالة المجتمع المستهدف ، لكن معظمهم أكد أن وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الاعلامية لا تتمتع بالمصداقية و الدقة والموضوعية لأنها لا تعتمد على المصادر الحقيقة للمعلومة .

*** خلاصة الفصل:**

لقد حاولت من خلال هذا الفصل اسقاط المعلومات التي تم جمعها من المبحوثين من أجل بناء هذا العمل والتي كانت في نفس الوقت بمثابة الجسر الذي مكنني من المرور الى المراحل الأخيرة المتمثلة في النتائج العامة وبالإضافة الى اثبات صحة الفرضيتين الموضوعتين للدراسة.

*** نتائج الدراسة:**

تعد النتائج المتوصل إليها من خلال البحث الهدف الأسمى الذي يسعى إليه الباحث فعلى ضوء المعطيات النظرية التي جمعناها، سنحاول الربط بينها وبين النتائج الميدانية التي قمن بتحليلها وذلك حتى نتمكن في النهاية من إثبات أو نفي الفرضيات التي وضعناها كإجابة مؤقتة لإشكالية الدراسة.

- ✓ **الفرضية الأولى:**

*** عادات و انماط استخدام الطلبة الجامعيين لجامعة المدية لشبكة الفايسبوك ؟**

فمن خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول (03) استطعت إثبات ، أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بشكل يومي ولمدة تصل الى اكثر من 4 ساعات حتى صار إدمانا بالنسبة لهم وذلك توفره على مختلف الفرص للتواصل وتقريب المسافات والتعرف على أصدقاء جدد وتبادل المعلومات والآراء كما أضحى وسيلة للترفيه والترويج على النفس لذا فالفرضية تثبت أن هناك استخدام واسع للشبكة حيث تعتبر هاته المدة التي يقضيها الطلبة في استخدام الموقع كبيرة مقارنة بالاحتياجات والممارسات اليومية نظرا لما يقدمه الموثع من تنوع في الخدمات تجعل الطالب يقضي معظم وقته بالتصفح.

- ✓ **الفرضية الثانية:**

*** دور الفايسبوك في تداول المعلومات السياسية لدى الطلبة :**

يرى معظم أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك" واستخدامها أصبحت المصدر الأول الذي يعتمد عليه الطلبة في استسقاء المعلومات خاصة السياسية منها، وهذا ما يتضح لنا من خلال نتائج الجداول السابقة وهذا راجع لما يتميز به سرعة ومرونة حيث يعتبر كمصدر مهم لمتابعة الأخبار و المواضيع المختلفة السياسية وغيرها على الصعيد المحلي و الدولي فيما حضي اهتمام المناقشات السياسية بقدر بسيط غير أن معظمهم اعتبروه موقع للدردشة وتبادل الرسائل والمحادثات .

✓ **الفرضية الثالثة :**

*** مساهمة موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة**

من خلال بحثي حول مدى تأثير موقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي اخلصت النتائج إلى أن معظم الطلبة والمبحوثين لديهم وعي وثقافة سياسية الا أنهم لا يحبذون الاهتمام والتطرق الى المواضيع السياسية لما لديهم من إدراك حول القضايا المستجدة ونتائجها و التي أدت إلى تجنبهم هذا الجانب بصفة كبيرة لما شهدته الاحداث السياسية السابقة خاصة ومع عدم مصداقية ممثلين الهيئات السياسية لديهم أو الأحزاب التي أوضح الطلبة أن ما يهمهم هو الجانب المادي والمصالح الشخصية على حساب الجمهور مع ، ترجيح غمكانية التأثير في الفايسبوك في الجانب النقاشي حيث أصبح وسيلة لهم لطرح انشغالاتهم مع اصدقائهم والاطلاع على مختلف المعلومات والقضايا السياسية التي من شأنها بناء وعي سياسي بجانبي معارض أو موالي إنما هناك إدراك للواقع الحالي .

**نتائج الدراسة**

1. **النتائج العامة :**

* **النتائج المتعلقة بالمحور الأول:**

من هذا المحور استخلصنا ما يلي:

• أغلبية المبحوثين من طلبة الليسانس وذلك لتواجدهم على مقاعد الدراسة خاصة كثرة الاعداد الناجحة في شهادة البكالوريا والتحاقهم بالجامعة على عكس طلبة الماستر سواءا السنة الأولى أو الثانية لا سيما أنه بالنسبة للسنة الثانية فمعظمهم يخصصون جل وقتهم في التحضير للمذكرة دون اجبارية الالتحاق بالدروس التي تقتصر على السداسي الأول فقط .

• غالبية الطلبة ليس لديهم أصدقاء ذو انتماء سياسي في حين أقلية التي وجدناها كانت لديها .

* **النتائج المتعلقة بالمحور الثاني:**

• وجدنا في هذا المحور أن غالبية أفراد العينة تعتمد على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما نظرا لعدة اعتبارات منها وسيلة للتواصل وكسب الاصدقاء الجدد وتوسيع دائرة المعارف ناهيك عن الترفيه والتسلية .

• أظهرت البيانات الإحصائية أن معظم أفراد العينة تقضي أكثر من أربع ساعات في تصفح الموقع والتي إن لخصناها تعتبر إدمانا لدرجة كبيرة خاصة فئة العمرية من 18 سنة حتى 24 سنة .

• بينت النتائج أن أكثر أفراد العينة لا يعتمدون على الفايسبوك كوسيلة أو كمصدر للمعلومات فقط ناهيك عن الوسائل الاعلامية الاخرى سواءا الحديثة او التقليدية كالتلفاز والمذياع وكذا البرامج الخاصة بالنشرات التي تعتبر كمصر بديل او على الاقل موثوق بالنسبة لهم .

• أظهرت الإحصائيات أن غالبية الطلبة لا يتابعون وليس لهم اهتمام بالنشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان او المجالس البلدية و الولائية وذلك لنقص الثقة لديهم حول البرامج التي تناقلها السياسيون

وممثلي الاحزاب والبرلمانيون دون تشكيل أي فارق يذكر في السنوات القليلة الماضية لكن ينبغي ان نراعي التنشئة السياسية وطرق التواصل التي من شأنها خلق وعي سياسي كبير مستقبلا.

• غالبية الطلبة لا يثقون في مصادر المعلومات من خلال الصفحات إلا الصفحات الرسمية فقط وذلك لأن الصفحات الرسمية تكون لديها رقابة أكبر منها من صفحات أخرى التي قد لا تظهر الحقائق وتغطي الاحداث بشكل مبهم وغامض مما يجعلها غير محط ثقة بالدرجة الأولى لأن معظم الصفحات لا تعطينا الجانب المخفي او المسيرين لها تبقى مجهولة خاصة من ناحية الرقابة .

• غالبية الطلبة يتابعون الأحداث المحلية و الوطنية وحتى الدولية ككل من خلال الصفحات الإخبارية أو ذات الشأن العام .

• أظهرت النتائج كذلك ان الطلبة تكتفي بالإعجاب على الأخبار و الأحداث من خلال المنشورات كتفاعل أكثر من إعادة النشر أو التعليق .

• معظم الطلبة لا يهتمون بمناقشة الوضع السياسي عبر منصة الفايسبوك ، نظرا لعدم ميولهم السياسي أو لجانب شخصي أو لخلفيات مكتسبة .

* **<u>النتائج المتعلقة بالمحور الثالث:</u>**

• أجمع أغلبية الطلبة على أن صفحتهم الخاصة لا تحتوي على منشورات خاصة بالأحزاب السياسية .

• أظهرت النتائج حول ما هنالك أصدقاء للطلبة ممن لديهم إنتماء سياسي فقد جاءت متقاربة بين من لديهم ومن ليس لديهم والذي من شأنه أن يبن لنا أن هناك وعي قد بدأ ينشئ تدريجيا من طرف مصدر الذي هو صفحة الأصدقاء.

• أظهرت الإحصائيات أن غالبية الطلبة يتفاعلون بضغط أعجبني على المنشورات الخاصة بالأصدقاء الذين لديهم إنتماء سياسي دون المشاركة أو التعليق من أجل مناقشة الموضوع الخاص بالمنشور .

• معظم الطلبة لا يتشاركون بالضرورة نفس التوجهات والآراء السياسية مع أصدقائهم ضمن منصة الفايسبوك.

• أرجح المبحوثين أن مانسبته كبيرة ممن يرون أن مناقشة القضايا السياسية أو البرامج والمنشورات عبر صفحات الفايسبوك لديها جانب سلبي أكثر من الإيجابي ، وأرجح الطلبة أن ممثلي الهيئات السياسية باختلافها تلجأ للفايسبوك لما فيه حرية واقتصاد من الجانب المادي وكذا ابتعاده عن القيود وكذا لجس نبض الشارع من خلال الرأي العام ليس إلا .

# خاتمة



**الخاتمة :**

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، وقد غيرت كثيرا من ملامح العالم حيث جعلته قرية صغيرة، فعلى الرغم من أنها أنشئت للتواصل الاجتماعي وتبادل الرسائل والمحادثات بين الأفراد، إلا أنها تعدت لإحداث التغيير في البنية الاجتماعية والاقتصادية و امتدت أيضا لتشمل النشاط السياسي، من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث والقضايا السياسية فقد حاولت من خلال دراستي استطلاع الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تشكيل وتكوين الوعي السياسي للطلبة، باعتبارهم أكثر عرضة لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات، ومن بين النتائج المتوصل إليها وجدت أن طلبة جامعة المدية يتعرضون لهذه المواقع "الفيس بوك" بشكل متزايد، كما أنها رفعت ولو بنسبة قليلة مستوى الإدراك السياسي لديهم وفي الأخير يمكن أن أقول أن مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" أتاحت الفرصة للطلبة ومنحهم مساحات أوسع خالية من القيود للتعبير عن آرائهم وتطلعاتهم السياسية بالنسبة للإحتمالين السلبي وبالتالي المعارضة و إما الايجابي بالنسبة لهم وبالتالي الموالات ..

# قائمة المصادر والمراجع



## قائمة المصادر والمراجع

**• الكتب :**

**1.** أحمد تهامي عبد الحي: خريطة الحركات الشبانية الثورية في مصر، مركز الجزيرة للدراسات ، 10 فبراير 2011 .

**2.** أشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعيي الأردني ، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير ، جامعة الشرق الأوسط 2016.

**3.** أنجرس موريس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفي الأشرف وآخرون ،دار القصبة للنشر،2004 4. أولجا جوديس بيلي ، وآخرون : فهم الإعلام البديل ، ترجمة : علا أحمد صلاح ، مجموعة النيل العربية ،القاهرة ، 2009.

**5.** خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر ، الأردن ، 2013 ،ص 24.

**6.** د. وديع العزعزي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني ، صنعاء ،(دس) .

**7.** د:محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1،الدار العالمية للنشر،الهرم ،2003،ص 280 .

**8.** رأفت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير ، جامعة البتراء الأردنية، 2013 .

**9.** زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، ع 15 ، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، 2003 .

**10.** شدان يعقوب خليل ابو يعقوب : اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ، جامعة النجاح ، 2015 نقلا عن محمود عساف : الدور التربوي لمجالس طلبة الجامعات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي وسبل تفعيله ، مجلة الجامعة الاسلامية للدراسات التربوية والنفسية ، جامعة الازهر ، غزة ، ج 21، جانفي 2013 11.

**11.** طلعت إبراهيم : أساليب وأدوات البحث الاجتماعي ، ط 1، دار الغربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، (دس).

**12.** عادل عبد الصادق : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن و الحرية 13. عامر وفتحي حسين : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك ، العربي للنشر والتوزيع،ا لقاهرة2011

**13.** عباس مصحفى صادق : الإعلام الجديد ، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال ، 2011 ، ص 09 .

**15.** عبد الأمير الفيصل : دراسات في الإعلام الإلكتروني ، دار الكتاب الجامعي ، العين دولة الإمارات العربية المتحدة ، 2014.

**14.**علي عبد الرزاق جبلي وآخرون : مناهج البحث الاجتماعي ، ط 1، دار المعرفة الجامعية ، مصر ،2007.

**15.** علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمية، مذكرة تخرج ماجيستير، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية.

**16.** علي محمد رحومة : علم الاجتماع الآلي ، (د–ط)، عالم المعرفة ، الكويت ،2008. 19. عليا شكري وآخرون قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي ، دار الكتاب والنشر والتوزيع ، القاهرة 1975 .

**17.**عمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي ، دار الهدى ، بيروت ، 2005

**18.**فايز جمعة النجار و آخرون : أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي ، ( د،ط) ،دار حامد للنشر والتوزيع ، الأردن، 2008.

**19.** ليلى احمد جرار : الفيسبوك و الشباب العربي ، مكتبة الفلاح ، عمان ، 2012 ، ص 37.

**20.** لينا العلمي : العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس في العلوم السياسية ،فلسطين ، 2011

**21.** مجلة جامعة الأبحاث ، العلوم الإنسانية ، مجلد 6 ،2012.

**22.**محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية "العربية نموذجا " رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.

**23.**محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، (د، ط)، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية، 2010

**24.** محمود القاضي : الوعي هو السلاح في عصر المعلومات الشبكات الاجتماعية ، الفرص المحفوفة بالمخاطر.

**25.**مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط 1، مؤسسة الوراق، الأردن،2000.

**26.** مشري مرسي : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 395 ، لبنان ، يناير2012 30. موسى جواد الموسوي و آخرون : الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، ط 1، مكتبة الإعلام و المجتمع ، بغداد 2011.

**27.** نادية بن ورقلة :دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة ، الجزائر ، دس ، دص

**28.**النعيمي وآخرون : دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية ، رسالة ماجستير ، الأردن، 2009

**29.** الهمزاني شائم : علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا ، دراسة ميدانية (دكتوراه) غيرمنشورة ، كلية العلوم الاجتماعية جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض.

**30.** الوافي الطيب و بهلول لطيفة : البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات. 35. وائل مبارك خضر فضل الله : اثر الفيسبوك على المجتمع، ط 1، المكتبة الوطنية للنشر ، الخرطوم ،2011

**31.** يوسف ورداني : ثقافة الشباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة،موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الانترنت .

- **مجلات والجرائد :**

**1.** حلمي خضر ساري : تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري ) مجلة الجامعة ، دمشق ، المجلد 24، العدد الأول + الثاني، 2008، ص 302.

**2.** د. محمد عجم : الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب – عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط ، العدد 11704 ، 10 ديسمبر 2010 الموافق ل 8 محرم 1432 هـ .

**3.** مهاب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية ، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع أفقا ؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010

**4.** جمال معتوق وشريهان كريم : دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغير الاجتماعي .

**5.** سليمة رابحي : الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي.

- **مواقع الكترونية :**

**1.** ناجي الغزي : مفهوم التنشئة السياسية، http://www.djazairess.com/elayem/40273

**2.** إيمان الحياري : مفهوم الثقافة السياسية ،http://mawdoo3.com

**3.** http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883şeid$501

**4.** http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/do

**5.** http://www.luxorlink.com/bank39html

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور يحى فارس بالمدية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

**استمارة بحث حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري ( فايسبوك أنموذجا) عينة لطلبة جامعة الدكتور يحى فارس بالمدية – مذكرة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري**


إعداد الطالب :

دحماني شعيب

اشراف الاستاذ :

رابح بلقاسمي


**ملاحظة : بيانات هذه الاستمارة سرية للغاية و لا تستخدم الا لغرض البحث العلمي ، ضع علامة (X) أمام الإجابة الصحيحة المراد إختيارها .**

* البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر ☐ انثى ☐

السن :

18 الى 21 ☐ 21 الى 24 ☐ 24 فما فوق ☐

المستوى الدراسي :

ليسانس ☐ ماستر ☐ دكتوراه ☐

* المحور الأول :

1- هل تستخدم مواقع التواصل الإجتماعي ؟ :

نعم ☐ لا ☐

2- ما هو الموقع الأكثر استخداما لديك ؟ :

فايسبوك ☐ انستقرام ☐ تويتر ☐

3- ما هي المدة أو الوقت الخاص بك في استخدامك للفايسبوك يوميا ؟:

ساعة ☐ ساعتان ☐ 3 ساعات ☐ 4 ساعات فما فوق ☐

4- هل تتفاعل مع القضايا ذات الشأن العام ؟ :

نعم ☐ لا ☐

5- ما نوع الصفحات التي تتابعها فيما يتعلق بالشأن العام ؟ :

صفحات هيئات رسمية ☐ صفحات الأصدقاء ☐ الأحزاب ☐ الجمعيات ☐

6- هل تشارك المعلومات مع الأصدقاء ؟ :

نعم ☐ لا ☐

* المحور الثاني :

1- هل تتابع النشاطات المتعلقة بجلسات البرلمان أو المجالس البلدية و الولائية عبر الفايسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

2- هل تعتمد على الفايسبوك كمصدر لمعلوماتك فقط ؟ :

نعم ☐ لا ☐

3- هل تثق في مصادر المعلومات المنشورة عبر صفحات الفايسبوك ؟:

صفحات الأصدقاء ☐ الصفحات الرسمية ☐ صفحة الأحزاب ☐ الجمعيات ☐

4- ماهي الأخبار أو الأحداث التي تتفاعل معها وتتشارك بها مع الأصدقاء ؟:

الصفحات المحلية ☐ الصفحات الوطنية ☐ الصفحات الدولية ☐

5- ما هو الوضع او التفاعل الذي تعتمده بالنسبة للاخبار و الأحداث الخاصة بالنشاطات السياسية ؟:

إعادة النشر ☐ إعجاب ☐ تعليق ☐ تحديد وتنبيه صديق (tagge ) ☐

6- هل تهتم بمناقشة الوضع السياسي في الفايسبوك ؟:

نعم ☐ لا ☐

* المحور الثالث :

1- هل لديك في صفحتك منشورات خاصة بصفحات أحزاب سياسية ؟:

نعم ☐ لا ☐

2- هل لديك من الاصدقاء في صفحته من له انتماء سياسي ؟:

نعم ☐ لا ☐

3- كيف تتفاعل مع منشورات اصدقاء ذو انتماء أو توجه سياسي ؟:

إعادة النش ☐ إعجاب ☐ تعليق ☐ المشاركة في مجموعات ☐

4- هل تشارك اصدقائك نفس الآراء و التوجهات السياسية عبر الفايسبوك ؟:

نعم ☐ لا ☐

5- كيف ترى مناقشة القضايا السياسية عبر الفايسبوك ؟:

ايجابي ☐ سلبي ☐