الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليـم العالـي و البحـث العلمـي
جامعة عبدالحميد ابن باديس – مستغانم-
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الاعلام و الاتصال

مذكـرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبـة علـوم الإعلام و الاتصال
تخصص : اتصال و علاقات عامة

دور مواقـع التواصل الاجتماعي في تشكيـل الوعـي السياسي لدى المستخدم الجزائري - الفيسبوك نموذج -
دراسة ميدانية بجامعة عبدالحميد ابن باديس - خروبة - مستغانم .

- إعـــداد الطالبين :
- بلعيدي كمـــال .
- بلقاسمي مسعود.

اشراف الأستاذ :
أ - بعلي سعيد

السنة الجامعية : 2021-2020

بسم الله الرحمن الرحيم:

الحمد لله و كفى و الصلاة و السلام على الحبيب المصطفى و على أهله و من وفى و من تبعهم بإحسان إلى الدين أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد و النجاح بفضله تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين ، إلى كل العائلـــة الكبيرة و الصغيرة ، إلى كل من علمنا حرفا في هذه الدنيا الفانية ، إلـــى جميع أساتذة قسم الإعلام و الاتصال بخروبة.

-إلى كل هؤلاء و هؤلاء نهدي هذا العمل المتواضع.

الشكر و التقدير

يا رب لك

الحمد كما ينبغي لجلال وجهك و عظيم سلطانك تباركت يا رب و تعاليت " سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا ، انك أنت العليم الحكيم ". و نصلي و نسلم على خير نبي ارسل للعالمين سيدنا محمد عليه أزكى الصلاة و أفضل التسليم و على أله و صحبه الطاهرين.

- نتقدم بأسمى عبارات الشكر و العرفان لأستاذنا المشرف "بعلي سعيد" على رحابة صدره و سعة أفاقه و صبره طيلة انجاز هذه المذكرة ، كما نتوجه بالشكر إلى جميع أساتذة قسم الإعلام و الاتصال .

- كما لا ننسى الشكر الجزيل لجميع زملاء المهنة الذين كانوا سندا لنا طيلة مشوارنا الدراسي .

- كما لا ننسى في الأخير أن نتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدنا بمعلومة، نصيحة أو توجيه.

الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي عبر موقع الفايسبوك والتي تسعى إلى اهتمام الطالب الجامعي بمختلف القضايا السياسية وكذلك التعرف على أهمية موقع الفايسبوك في الحصول على المعرفة السياسية التي تؤدي إلى تكوين رأي سياسي مما يساهم في تشكيل الوعي السياسي وقد تمت الدراسة على طلبة العلوم السياسية كمجتمع بحث ، وتعتبر هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية و اعتمدنا في دراستنا هذه على بالمنهج المسحي (العيني) بدارسة 32/ من مفردات مجتمع البحث ،معتمدين على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المكونة من أربع أجزاء :من بيانات شخصية ثم درجة اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية ،تليها استخدام الطالب الجامعي لموقع الفايسبوك في تحصيل المعرفة السياسية وموقع الفيسبوك كمجال لتكوين الرأي السياسي ،وأخيرا الجانب التطبيقي للدراسة بداية من عرض الجداول وتحليلها وتفسيرها وصولا الى نتائج الدراسة و خاتمة .

الكلمة الافتتاحية: الفيسبوك، الوعي السياسي، الطالب الجامعي.

Abstract

This study amis to recognition the formation of the politicalsense by face book site with the collegestudent and whichisseeking to discover the attention ofthe collegestudent on differentpolitical case, also to know the importance of the face book in getting the political science which leads to conformation the political opinion and this last contributes the politicalsense. thisstudywasdone on student of political science as a communitysearch and thisstudyconsiderwith the descriptive searches and weaccredit in ourstudy on theconcert protocolwithstudy 32% from the vocabulaire of the search societyaccredited to the form of the questionnaire as a means to collect the liststhoseare formative from 4 parts ;

1- Personalliststhen the attention of the universalstudentwith the politicalcases .
2- Employment of the collegestudents face book site in collecting the poltical science.
3- Using face book as a range to conformation the political opinion.
4- Lastly the parcticalside of the studystartingfromshowing the rosters, analyzethem and explainthemuntilaccess to results for the study and a final.

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
الإهداء	/
شكر وتقدير	/
ملخص الدراسة	/
مقدمة	أ
الباب الأول: الإطار المنهجي	
تحديد الإشكالية	01
تساؤلات الدراسية	01
أهداف الدراسية	02
أهمية الدراسة	02
أسباب اختبار الموضوع	02
مفاهيم و مصطلحات الدراسة	05-02
منهج الدارسة	06
أدوات جمع البيانات.....	07
مجتمع البحث و حدود الدراسة	08
عينة الدراسة	09
الدراسات السابقة	12-09
الباب الثاني الاطار النظري	
الفصل الاول : مواقع التواصل الأجتماعي	/
مواقع التواصل الأجتماعي	14
نشأة مواقع التواصل الإجتماعي	14
مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي	15
دور مواقع التواصل الأجتماعي	17-16
انواع و اشكال مواقع التواصل الإجتماعي	22-18
خصائص مواقع التواصل الإجتماعي	23
مزايا و سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي	23
مزايا مواقع التواصل الإجتماعي	23
السلبيات مواقع التواصل الإجتماعي	25-24
الفصل الثاني : الوعي السياسي	
الوعي السياسي	26
مفهوم الوعي السياسي	29-26

انماط الوعي السياسي	29
وسائل تكوين الوعي السياسي	34-29
العلاقة بين الوعي السياسي و مواقع التواصل الاجتماعي	35-34
الباب الثالث : الإطار التطبيقي	
عرض و تحليل الدراسة الميدانية	61-37
استنتاجات الدراسة	63-62
الخاتمة	65
قائمة المراجع	68-67
الملاحق	73-70

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يبين توزيع العينة على أساس الجنس	12
02	جدول يبين توزيع العينة على أساس السن	13
03	جدول يبين توزيع العينة على أساس المستوى الجامعي	14
04	جدول يبين أهم المواضيع التي يهتم بها الطالب الجامعي	15
05	جدول يبين اهتمام الطالب الجمعي بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية	16
06	جدول يبين أكثر القضايا السياسية التي يهتم بها الطالب الجامعي	17
07	جدول يبين أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة للطالب الجامعي	18
08	جدول يبين الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الطالب الجامعي الفايسبوك	19
09	جدول يبين عدد الساعات التي يقضيها الطالب الجامعي في استخدامه للفيسبوك	20
10	جدول يبين المواضيع السياسية التي يتابعها الطالب الجامعي في موقع الفيسبوك	21
11	جدول يبين ما ينشره الطالب الجامعي في صفحة على موقع الفيسبوك	22
12	جدول يبين الإضافات التي يقدمها الفيسبوك للطالب الجامعي من الناحية السياسية	23
13	جدول يبين إسهام الفيسبوك في تبدل الأفكار السياسية للطالب الجامعي	24
14	جدول يبين إتاحة الفايسبوك مساحة من الحرية في معالجة المواضيع السياسية	25
15	جدول يبينالفيسبوك المكان الأنسب لطرح القضايا الراهنة للطالب الجامعي	26
16	جدول يبين مشاركة الطالب الجامعي في نشاط أو حدث سياسي من الفيسبوك	27

17	جدول يبين الفيسبوك في التحفيز المشاركة في الانتخابات للطالب الجامعي	28
18	جدول يبين مفهوم الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي	29
19	جدول يبين تقييم المبحوثينالفايسبوك في نشر الوعي السياسي للطالب الجامعي	30
20	جدول يبين مفهوم الوعي السياسي حسب متغير الجنس والمستوى	31
21	جدول يبين الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الطالب الفيسبوك حسب متغير الجنس	32
22	جدول يبين المواضيع السياسية المتابعة لدى المبحوثين عبر الفيسبوك بشكل كبير حسب متغير الجنس والمستوى	34
23	جدول يبين ماينشر المبحوثين على موقع الفيسبوك حسب متغير الجنس	36
24	جدول يبين ما يحفزه موقع الفايسبوك في الانتخابات حسب متغير الجنس	37

مـقـدمـة

مقدمة:

إن ما يشهده العالم اليوم من تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ،هذا ما فتح أفاقا وتغييرات عميقة في مختلف جوانب الحياة كما اثر بشكل كبير في كافة أنماط الاتصال وجعل العالم قرية كونية صغيرة تنتقل فيه المعلومات إلى أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثير مباشر على الأفراد والمجتمعات ، كما أدت هذه التطورات إلى ظهور أنواع جديدة التي تطورت وازدهرت في الآونة الأخيرة وأصبحت البديل بالدردشة والتحدث عبر الانترانت فمن خلال هذه المواقع أصبح المستخدم بإمكانه تبدل مختلف المعلومات وكذا مناقشة شتى المواضيع حيث تعد مواقع التواصل الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الصحافة التي نشأت وتبلورت في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة ،حيث باتت تلعب دورا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين وكذا تزويد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة ذات مصداقية ،وهو ما يؤكد على أن دور مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر على بث وتداول المعلومات ولربط صداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك بل تعددت مجالاتها واتسعت نطاقاتها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل تفعيل المشاركة السياسية وتنمية الوعي السياسي وأخرى اقتصادية واجتماعية وغيرها من الجوانب المهمة في المجتمع ، وعلى ضوء هذه الخدمات التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك خاص كونه الموقع الأكثر شعبية استخداما بين فئات المجتمع فإننا سنحاول من خلال دراستنا تسليط الضوء على استخدام هذا الموقع (الفيسبوك)في المجال السياسي وتحديدا في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالبة قسم الإعلام و اتصال جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم وللتفصيل في هذه الدراسة قمنا بتجزئة دراستنا إلى قسمين إطار منهجي وإطار تطبيقي حيث يتضمن الفاصل الأول الذي يحمل عنوان الإطار المنهجي للدراسة على :إشكالية الدراسة ،تساؤلات الدراسة ، أسباب اختبار الموضوع ، أهداف الدراسة ، أهمية الدراسة ،منهج الدراسة ،مجتمع وعينة الدراسة ،أدوات جمع البيانات ،مفاهيم الدراسة و الدراسات السابقة .

أما الفصل الثاني: يحتوي على الدراسة المدنية التي تم فيها عرض وتحليل الدراسة المدنية، نتائج الدراسة الميدانية التي تواصلنا إليها، وفي الأخير تطرقنا إلى الخاتمة التي ننهي بها دراسة.

الباب الأول :

الإطار المنـهجي

تحديد الإشكالية:

تعتبر الانترنت من بين المظاهر التكنولوجية التي أفرزتها التكنولوجيا الحديثة للاتصال حيث لم تعد تؤدي دور نقل المعلومات وإرسالها فقط ،وغنما أصبح لها العديد من الانعكاسات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية ،فثورة الجيل الثاني من الانترنت بمختلف وسائلها التي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك وتويتر أصبحت ظاهرة عالمية واسعة الانتشار إذا استطاعت أن تجعل الفرد يتعلق بها بشكل كبير نظر للخدمات التي تتيحها والتي تتعلق بدرجة أولى بالاهتمامات وتطلعات ،حيث تكتسي مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في عالمنا اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من المجتمع وتشير الدراسات ان هناك حوالي 30 مليون مستخدم عربي لموقع الفيسبوك وتنقسم الشبكات الاجتماعية إلى أنواع حسب الأغراض التي أنشئت من اجلها ومن أشهر المواقع الموجودة حاليا الفيسبوك ومايسبيس وتويتر وعالمنا المعاصر يعيش مرحلة تحول كبرى اختزل من خلالها الزمان والمكان فأصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل لأنشطة الماضي كما أن هذه الشبكات الاجتماعية يقضي فيها الشباب وفئة الطلبة الجامعيين بالخصوص وقتا طويلا في التفاعل مع بعضهم البعض مما أدى إلى ثورة حقيقية وتغيرات مست جميع مجلات الحياة بحيث أتاحت الفرصة لجميع فئات المجتمع شباب وطلبة وسياسيين وباحثين لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية والاجتماعية متجاوزين بذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات جديدة .

ومن بين تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي عامة وموقع الفيسبوك خاصة نجد تأثيرها البارز في مجال السياسة ودراستنا هذه نحاول فيها تسليط الضوء على مواقع الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى فئة الطلبة الجامعيين وعلي نطرح الإشكالية التالية:

- كيف تساهم الشبكة الاجتماعية الفيسبوك في تشيل الوعي السياسي لدى طلبة قسم الاعلام و الاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم؟

التساؤلات الدراسية:

- هل يستخدم طلبة الاعلام والاتصال موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك في تحصيل المعرفة السياسية؟

- ما هي درجة اهتمام طلبة قسم الاعلام والاتصال بالقضايا السياسية عبر موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك ؟

- هل يعتبر طلبة الاعلام والاتصال موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك مجال للنقاش والحوار السياسي؟

أهداف الدراسة:

- التعرف على اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية عبر موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك.
- الكشف على أهمية موقع الفيسبوك في الحصول على المعرفة السياسية للطالب الجامعي.
- التعرف على حقيقة مدى اعتاد الطالب الجامعي على موقع الفيسبوك مجال للنقاش والحوار السياسي.
- معرفة دور موقع الفايسبوك في تكوين ودعم الوعي السياسي للطالب الجامعي بشكل وواقعي وملموس من خلال دراستنا على التطبيقية على طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوع من المواضيع الحية والمشوقة إذ تقوم دراستنا على تسليط الضوء على المجال السياسي وخاصة تشكيل الوعي السياسي لطلبة الاعلام والاتصال وأهمية الفيسبوك في تشكيل هذا الوعي الذي يساهم في توجيه طلبة الاعلام والاتصال وتكوين لديهم وأراء سياسية على الصعيد الداخلي والخارجي.

أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيارنا لموضوع تشكيل الوعي السياسي عبر الفيسبوك من باب الصدفة وإنما تم اختياره لعدة أسباب كونت حافز لاختبار هذا الموضوع ومنها:

01 – أسباب ذاتية:

- رغبة بحثية في الاطلاع واكتساب المعلومات.

-الرغبة في التعريف بشكل عميق على مواقع الفيسبوك في المجال السياسي وتحديدا في تشكيل الوعي السياسي للطالب الجامعي.

- الرغبة في معرفة رأي طلبة الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم حول تأثير موقع الفيسبوك خاصة في مجال السياسي.
- جاذبية الموضوع وحيويته.
- جعل الدراسة كمادة علمية يستفيد منها طلبة علوم الإعلام والاتصال.
- هذا الموضوع يدخل في إطار تخصصنا تكنولوجيا الاتصال الجديدة وموقع الفيسبوك إحدى المواقع الموجودة على الانترنت وهذه الأخيرة لا تتجزأ من التكنولوجيات الجديدة للاتصال.

02- أسباب موضوعية:

- يعتبر الموضوع حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات في هذه المواضيع.
- محاولة معرفة دور موقع الفيسبوك في تكوين معرفة سياسية لدى الطالب الجامعي.
- إثراء المكتبة الجامعية

تعريف الدراسة:

- تعد المفاهيم أهم الرموز في العلم، فالعلم يبدأ بتشكيل المفاهيم بوصف العالم التجريبي ويقدم باتجاه ربط هذه المفاهيم في أنظمة نظرية، إذ تمكن المفاهيم من التواصل الفعال وتعرض في الوقت ذاته وجهات نظر معينة فهي وسيلة للتصنيف والتعميم وتعلم كوحدات بنائية للقضايا والنظرات والفرض[1].

- **تعريف الفيسبوك :**

- هو موقع تواصل اجتماعي تابع لشركة (فيسبوك)، يستطيع أي شخص الوصول له عبر الانترنت وتسجيل به مجان، أو يقوم بالاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم، أما كلمة بوك فأتت من أوروبا وتعني دفتر ورق حمل صورة ومعلومات لإفراد جامعة معنية، من اجل تعريف الطلبة المنتسبون على الطلاب المتواجدون في نفس الكلية وانتشار هذه الشبكة التي أنشأها مارك زكربيرج في العام 2004 بعدما كانت محدودة لطلاب جامعة هارفارد ومن ثم للجامعات ومن ثم للمدارس الثانوية والى باقي العالم[2].
- هو موقع إلكتروني للشبكة الاجتماعية يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلتهم وأصدقاء العمل بفعالية أكثر عبر الانترنت، ينشئ المستخدمون ملف (Profile)لهم يتضمن غالبا صورة واهتمامات شخصية ويتبادلون رسائل خاصة وعامة وتكوين مجموعات من الأصدقاء، ويمكن أي شخص الدخول إلى موقع الفيسبوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفهم ويثق بهم أو التعرف إلى أشخاص جدد يستطيع بموافقتهم التعرف على ما يسمحون له من معلومات تتعلق بهم وبأصدقائهم[3].

---

[1] - شافا فرانكفورت ناشيماز ، دافيد ناشيما ترجمة ليل الطويل ، طرائق البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،ط1 ،بترا للنشر والتوزيع ،2004 ،ص60

2 ماهر عرفات ،**الأثر الاجتماعي والتعليمي من استخدام الشبكات الاجتماعية، الفايسبوك على طلب كلية تكنولوجيا المعلومات في جامعة** النجاح الوطنية ،2001 ص5

[3] ماهر عرفات ،دور المواقع الاجتماعي في توجيه الرأى العام الفلسطيني واثرها على المشاركة السياسية (دراسة ميدانية) قدمت هذه الأطروحة استكمالا لمتطلبات على درجة الماجستار في العلوم السسياسية ، 2012.

تعريف الوعي السياسي:

لغة (وعي): حفظ القلب الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه، حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وافهم، و (السياسة): القيام على الشيء بما يصلحه.

والسياسة: فعلا لسائس، يقال هو يسوس الدواب إذا قام عليه وراضها، والوالي يسوس رعيته.

أبو زيد: سوس فلان لفلان أمرا فركبه كما يقول سول له وزين له. وقال غيره: سوس له أمرا أي روضه وذلل.

اصطلاحا: يعتبر الوعي السياسي من أكثر أنواع الوعي الاجتماعي أهمية وتأثيرا في الفرد والجماعة، والوعي السياسي هو خبرة يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شئون المجتمع المحلي، ولكي يتم ذلك الوعي يجب أن تتوفر الدراية والعلم عن ذواتنا وذوات الاخرين وقد تكونت جذور الوعي السياسي مند وجدت الدراية بذات الفرد وذات الجماعة في القبيلة والمجتمع [1] .

ويعرف كمال المنوفي الوعي السياسي بأنها ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والقومي والدولي[2].

ويرى كل من هدى عبد العال وعلي محلرم أن الوعي السياسي يشير إلى مستوى إدراك الشباب للمواقع السياسية والتاريخي لمجتمعهم ودورهم في السياسة بما تتضمنه اتجاهاتهم السياسية وإنتماءاتهم الحزبية وسلوكهم الانتخابي [3] .

---

[1]طه عبد المعطي نجم ،**علم اجتماع المعرفة** ، دراسة في مقولة الوعي والايدولوجيا ،ط 2 ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ،2004 ،ص 154 .

[2]كمال النفوفي ،**الثقافة السياسية المتغيرة في القرية المصرية**، مجلة السياسة الدولية ، العدد 234 ،مركز الأهرام للدراسة والإستراتجية ،القاهرة ،1979 ،ص 79 .

[3]حنان العلوي ،**دور المدرسة في تنمية الوعي السياسي لطلب التعليم الثانوي العام بمحافظة غزة (دراسة ميدانية) رسالة ماجستير** ، برنامج الدراسات العليا المشترك في جامعة عين الشمس ،كلية التربية ، جمهورية مصر العربية وجامعة الأقصى ،كلية العلوم التربوية فلسطين ،غزة ،2005 ص 27 .

التعريف الإجرائي للوعي السياسي:

نقصد في دراستنا بالوعي السياسي هو مجموعة المعارف والمفاهيم والأفكار التي يستطيع من خلالها الطلبة رؤية وإدراك الواقع السياسي بحيث يتمكن الطلبة من تفسير وتحليل التصورات المحلية والعالمية والتعبير عنها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أنموذجا .

الطالب الجامعي: هو ذالك الشخص الذي سمحت له كفاءاته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني إلى الجامعية تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذالك ويعتبر أحد العناصر الفعالة في العملية التربوية طبلة التكوين الجامعي[1].

كما عرف علي سعد الطلبة في بحثه على أساس أنهم شباب وان الشباب فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء وهم ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته[2].

[1] فضيل دليو وآخرون ، الجامعة تنظيمها وهيكلتها ،مجلة الباحث الاجتماعي ،جامعة قسنطينة ، العدد الأول 1995 ،266 .

[2] سيعد إسماعيل علي ، أصداء العولة في سفينة نوح (عليه السلام) مجلة العربي (شهرية) مطابع الشروق ،القاهرة ،العدد 510 ،ماي 2001،

منهج الدراسة:

المنهج كما عرفه موريس أنجرس: هو مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة أما الباحث محمد زيان عمر فيعرف المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة غما من اجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من اجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرين[1].

ويعرف أيضا انه مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة للمشكلة من اجل اكتشاف الحقيقة[2].

إذا كان المنهج طريقة بحث فإنه دوما خصائص الموضوع المدروس، وكذا الأهداف المرجوة من الدراسة، وانطلاقا من هذه الفكرة فإنه الدراسة الحالية تندرج ضمن الدراسي الوصفية فهي تسعى لمعرفة تشكيل الوعي السياسي عبر موقع الفيسبوك لدى أفراد عينة الدراسة وبالتالي فإنه المنهج الأكثر ملائمة هو منهج مسح بالعينة وذلك حتى يتجنب الباحث مشكلة المسح الشامل الذي يتطلب وقتا وجهدا مضاعفا، بحيث يكتفي بعدد محدد من المفردات.

تعريف المنهج المسح بالعينة:

ويعرف منهج المسح بالعينة بأنه يتم فيه دراسة الظاهرة بشكل عام ويحيط بكافة عواملها وأسبابها مهما كان عدد هذه العوامل والأسباب فيختبر عدد كبير من الحالات وتؤخذ البيانات من كل حالة ويراعي في طريقة المسح أن تكون العينات التي ستدرس ممثلة للمجتمع لتكون النتائج ممثلة للمجتمع[3] .

[1] زيان عمر محمد ، البحث العلمى منهاجه وتقنياته ، ط4 دار الشروق ،جدة ،1983 .
[2] صلاح الدين شاروخ ، منهجية العلوم الاجتماعية ،دار العلوم (عنابة –الجزائر) ،2003 ،ص 92 .
[3] محمد الصاوي محمد مبارك ، البحث العلمي أسسه وطريقته كتابته ط 1، المكتبة الأكاديمية ،القاهرة ،1992 .

أدوات جمع البيانات:

إن أدوات جمع البيانات تعتبر نقطة تلاقي بين البناء المفهومي لمشكلة البحث من جهة والواقع المراد دراسته من جهة أخرى فتستمد وجودها من كونها تسمح للباحث بتوجه نحو الواقع لجمع المعلومات الضرورية للإجابة على مشكلة البحث[1].

استمارة الاستبيان:

تعتبر من الأدوات التي اعتمدنا عليها لأنها تمكن من الحصول على المعلومات مباشرة من المبحوث دون وساطة، فان الاستمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية ودقيقة أكثر من المقابلة وهذا نظرا لكون الاستمارة توفر للمبحوث الحرية في الإجابة دون إحراج حيث يعرف الاستبيان بأنه وسيلة من وسائل جمع البيانات ويعتمد أساسا على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختبارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيه[2].

كما يعرف أيضا بأنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويستخدم لجمع المعلومات بشأن معتقدات ورغبات المستجيبين ولجمع حقائق هم على علم بها ولهذا يستخدم لجمع الدراسات التي تهدف إلى استكشاف الحقائق عن الممارسات الخالية واستطلاعات الرأي العام وميول الأفراد وإذا كان الأفراد الذين يرغب الباحث في الحصول على بيانات بشأنهم في أماكن متباعدة فإن أداة الاستبيان تمكنه من الوصول إليهم جميعا بوقت محدد وبتكليف معقول[3].

---

[1] موريس أنجرس ،ترجمة بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف وسعيد سبعو ،؟ **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ،دار القصبة للنشر الجزائر ،2006 ص 82 .

[2] د عبد الله محمد الشريف مناهج البحث العلمي، مكتبة الإشعاع للنشر والتوزيع، جامعة الفاتح ليبيا، 1996، ط1، ص 123.

[3] عبد الرحمان بن عبد الله الواصل **البحث العلمي**، السعودي، 1999 ،ص 62 .

ويعرف أيضا على أنه أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين ويقدم الاستبيان في شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها قبل الأفراد المعنيين بالموضوع[1].

حيث اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من طرف المبحوثين باعتبارها أداة أكثر دقة في جميع المعلومات .

المحور الأول: يضم بيانات حول استخدام الطالب الجامعي الشبكة الاجتماعية الفيسبوك تحصيل المعرفة السياسية .
المحور الثاني : يحتوي بيانات حول درجة اهتمام الطلبة الجامعي بالقضايا السياسية عبر الشبكة الاجتماعية الفيسبوك .
المحور الثالث : يحتوي بيانات حول موقع الشبكة الاجتماعية الفيسبوك كمجال للنقاش والحوار السياسي .

حدود الدراسة :

-الحدود المكانية للدراسة :أجرت هذه الدراسة بقسم الإعلام و الاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم

الحدود المكانية الزمنية للدراسة : أجريت هذه الدراسة في سنة 2021/2020 من شهر أفريل غاية شهر ماي أي خلال شهرين.

[1] محمد عبيدات و آخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2 ، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن 1999 ، ص 63

مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديت مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية والتي تتطلب من الباحث دقة بالغة حيث يتوقف عليه إجراء البحث وتصميمه ويواجه الباحث عند شروعه مشكلة تحديد مجتمع البحث والعينة التي سيجري عليا دراسة 1.

إن نجاح دراسة أي بحث عالمي يتوقف على مدى دقة اختبار الباحث لعينة الدراسة التي تنثل مجتمع البحث وعليه يمكن القول بان مجتمع دارسة يتكون من طلبة جامعيين بقسم الاعلام و الاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم .

عينة الدراسة:

يعرفها عبد الحميد على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع 2.

ونظرا لصعوبة الدراسة على مجتمع البحث فقد اخترنا نوع العينة الحصصية التي ترتكز على تقسيم المجتمع الأصلي إلى شرائح وفئات إلا انه يحدد حجم العينة على أساس متساوي من كل شريحة من المجتمع لكنها تكون أكثر تحديدا في إن يتناسب حجم عدد أفراد العينة المختارة مع التعداد

الأصلي وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 60 مفردة من العدد الإجمالي لطلبة الاعلام والاتصال؛وقد تم توزيع الاستمارة على الطلبة من كل الجنسيين الذكور والإناث من كل المستويات الستة الذين يمثلون مجتمع البحث في قسم الاعلام والاتصال بين ليسانس وماستر والدكتوراه وتم استرجاع الاستمارات كاملة.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ومن إعداد الطالب: عبد الله ممدوح مبارك الرعود،من إشراف أ.د حامي ساري عام 2012/2011 ونوقشت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على

درجة الماجستير في الإعلام بكلية الإعلام – جامعة الشرق الأوسط حيث كانت إشكالية الدراسة على النحو التالي :

ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ؟

حيث تمكن أهمية هذا الموضوع في رصد التطورات الجديدة في مجال الإعلام والشبكات التواصل الاجتماعي وتوصلت هذي الدراسة إلى النتائج التالية:

•التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي.

•التأثير على وسائل الإعلام التقليدية.

•مقاومة الرقابة والداعية في الإعلام الرسمي.

•التهيئة والتحريض على الاحتجاج.

•أشار التحليل العالمي إلى إن هذه المجالات ساهمت في تفسير التغير السياسي في مصر وتونس

الدراسة الثانية:

دور موقع التوصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي من إعداد الطالب رأفت محمد عبد الرزاق باء أشراف الأستاذة لدكتور عبد الرزاق الدليمي 2013 -1434ه قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإعلام كلية الآداب والعلوم (قسم الصحافة والإعلام) جامعة البتر الأردنية كانت تحت الإشكالية التالية:

هل هناك تاثير لموقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك ،تويتر ،يوتوب) على تشكيل اتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والانابر وتكريت.

حيث كانت اهمية هذه الموضوع كونها تصدت لموضوع مهما إلا وهو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك ،تويتر ، يوتوب) على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الجامعات العراقية ثم تناول البحث تحليل تأثير على تغيير الاتجاهات الشبابية من الناحية السياسية وانعكاسها على الشارع وعلى التغيرات التي تحدث نتيجة التواصل عبر التواصل الاجتماعي ..

المقاربة النظرية:

تعنى نظرية الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله وفي معنى ذالك إن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الأعلام ، بل يمتلك غاية واحدة من عرضه يسعى إلى تحقيقها فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر أشاعا لهم وكلما كان مضمون معين قادر على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختياره له 1.

وقد تطورت هذه النظرية في التسعينات لتغطية ثلاثة مجالات أساسية هي :

- دورة البحث عن الاشباعات في التعرض لوسائل الاتصال .
- العلاقة بين الاشباعات و الإطار التفسير التي تدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال
- العلاقة بين مضمون وسائل الاتصال الجماهيري الشباعات 1 .

يرى كانز وزملائه ان منظور الاستخدامات والاشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية وتتضمن كما يلي :

- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية ، وعوامل التفاعل ، وتتنوع الحاجات باختلاف الافراد .
- التأكيد على أن الجمهور الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالافراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال ،وليست وسائل الاتصال هي التي تشبع تلك الحاجات .
- يستطيع افراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم ، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل2.
- اعتمدنا في دراستنا هذه على نظرية الاستخدامات و الإشاعات باعتبارها تركز على دور الوسائل و أهميتها لدى الفرد في استقاء المعلومات ، و تأثير على الأفراد بحيث يعتمدونها مصدرا للمعلومة السياسية .
- وتسمى بنظرية المنفعة ،وتعني تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معنية استجابة لحاجيات الفرد ، ويعتبر الجمهور في هذه النظرية نشطا باعتباره يحدد الاشباعات التي يريد الحصول عليا .

1

1 بسيوني ابراهيم حمادة ، دراسات الأعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام ،ط1 ،عالم الكتب ، القاهرة ، 2008 .

2 محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، مصر ،ط 1 ، 2010 ، ص 299.

الباب الثاني

الإطار النظري

مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت فكرة إنشاء شبكة اتصالات تربط مجموعة من الحواسيب المتباعدة جغرافياً في ستينيات القرن الماضي، حيث كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين للقيام بذلك خوفاً من فقدان الاتصالات والمعلومات والبيانات في حال نشبت حرب بينها وبين الاتحاد السوفييتي آنذاك، وفي العام(1969) تم إنشاء أول شبكة اتصالات تخدم وزارة الدفاع الأمريكية بحيث تستخدم بالشؤون العسكرية، وهي شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتقدم (ARAPANET) والتي ربطت بين أربعة معامل بحثية متباعدة جغرافياً، واتسعت قاعدة استعمالها بعد عام (1972) لتستخدم إضافة للشؤون والغايات العسكرية في أمور تتعلق بالبحث العلمي من قبل مراكز بحثية متخصصة، ثم أصبحت تستخدم من قبل بعض الجامعات، إضافة إلى أنه تم اختراع البريد الإلكتروني في نفس العام، والذي بدوره أتاح الفرصة لتبادل الرسائل بين الأطراف المتباعدة.

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور في أواخر تسعينيات القرن الماضي، حيث بدأ ظهور أولها موقع (Classmates.Com) في العام 1995، حيث كان يهدف إلى الربط بين زملاء الدراسة والأصدقاء، التي أسسها (رانوي كونرادز)، وبلغ عدد مستخدمين هذه الشبكة نحو50 مليون فرداً في أمريكا وكندا، كانوا ينتمون إلى مائتي ألف مؤسسة تعليمية في مختلف المراحل الدراسية.[1]

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي التي لم يكتب لها النجاح والاستمرار وذلك في الأعوام 1999، 2000، 2001 وفي العام 2002 ظهر محرك البحث[2].

الشهير(Google.com)، ثم ظهر في العام الذي يليه أول موقع تواصل اجتماعي متخصص في إضافة الأصدقاء وهو تبادل الصور والأصدقاء (My Space)، وكذلك

[1] محمود حسن اسماعيل : التنشئة السياسية ، دراسة في دور أخبار التلفزيون دار النشر في الجامعات

[2] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص 2005

إطالاق موقع (LinkedIn) في نفس العام، وفي عام 2005 تم إطلاق موقع يوتيوب لتحميل وتنزيل الأفلام القصيرة وبعدها تم تأسيس موقع فيس بوك في نفس العام، ومن ثم ظهر موقع تويتر في العام الذي يليه.[1]

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي، يطلق على مجموعة من المواقع على الشبكة العنكبوتية، قد ظهرت مع الجيل الثاني للويب، حيث تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة اجتماعية افتراضية، يجمعهم بحسب مجموعات الاهتمام أو الانتماء مثل (مدينة، جامعة، مدرسة، مؤسسة...)، وذلك يتم عبر خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو اَلطالع على الملفات الشخصية للآخرين، والتعرف على أخبارهم وبياناتهم التي تعرض على الشبكة، وتصنف شبكات التواصل الاجتماعي ضمن مواقع الويب، وذلك بسبب أنها في الدرجة الأولى تعتمد في تشغيلها وتغذية مضامينها على مستخدميها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فالبعض منها يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، والآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين.[2]

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي؛ "على أنها منصة يعمل بها العضو ويطورها ويسعى لمشاركة جميع األصدقاء في هذا التطور، وتقوم على التفاعل والتشارك بين الأعضاء، حيث تتميز في العديد من التطبيقات التي تدفع العضو لاستعمالها ويدعو أصدقاؤه لذلك، ولا يحتاج العضو إلى مهارة عالية ومعرفة بلغات البرمجة لاستخدامها، بل يحتاج إلى أبسط المعرفة في استخدام الحاسوب والإنترنت كي يستفيد من خدماتها".

وأطلق على مواقع التواصل الاجتماعي العديد من التسميات، لعل أبرزها مواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي، أو الشبكات الاجتماعية، أو مواقع الإعالم الاجتماعي، أو مواقع التفاعل الاجتماعي، أو مواقع التواصل الافتراضي، حيث أن كل هذه التسميات تصب في

[1] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

اتجاه مفهوم التواصل الذي يكون بين الأفراد ببعضهم، وبين الفرد مع مجموعات افتراضية، وبين مجموعات ومجموعات أخرى من خلال هذه المواقع الإلكترونية التي نشأت عبر الشبكة العنكبوتية.[1]

شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية :

أصبح تحقيق الإصالح السياسي من خلال التحول نحو الديموقراطية وتعزيز المشاركة حالياً مختلف البلدان النامية، حيث السياسية هو المطلب المطروح على الساحة السياسية في يتطلب التحول نحو الديموقراطية توفر ثقافة سياسية وادراك 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 بدورها تؤثر 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 فاعلاً في العملية السياسية بوجهً عام.

وتعمل وسائل وأدوات الإعالم الجديد وخاصة الإنترنت على تدعيم الممارسة الديموقراطية عبر "إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات"، ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد، وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها وسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد، وتعد أولى خطوات التنمية السياسية.[2]

أدوار مواقع التواصل الاجتماعي:[3]

لاشك بأن وجود مواقع (شبكات) التواصل الاجتماعي قد حققت مجموعة من المهام والأدوار التي استفاد منها الأفراد والمجتمعات، ومنها:

[1] عامر مصباح : معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، المكتبة الجزائرية ، بودواو ، الجزائر 2005، ص44
[2] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008
[3] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

1. سهولة التعارف والتواصل بين الأفراد.[1]
2. إمكانية التعبير عن الآراء والتوجهات وطرح الأفكار المختلفة ومناقشتها
3. وفرت مواقع التواصل الاجتماعي فرصة للعديد من الأفراد والمجتمعات وخاصة الأقليات لشرح مطالبهم ومشاكلهم التي يعانون منها، والحصول على تعاطف المجتمع الدولي تجاههم.
4. نشر الوعي و سرعة تداول المعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث السياسية وتداعياتها.
5. التواصل مع الآخرين عبر اتجاهات (من ينشر المعلومة ومن يستفيد منها) مع تبادل الأدوار
6. التواصل مع ثقافات جديدة لصقل المعرفة وزيادة الثقافة
7. التسلية والترفيه لما تحتويه مواقع التواصل الاجتماعي من فيديوهات وموسيقى وأفلام وغيرها.
8. التجارة والتسويق الإلكتروني، حيث تقوم العديد من الشركات بعرض منتجاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
9. التعبير عن الذات، حيث تعكس مواقع التواصل الاجتماعي رؤية صاحبها وشخصيته وأفكاره واهتماماته وطموحاته بوجه عام.
10. كسر احتكار الدولة للوسائل الإعالمية، حيث استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي كسر القيود التي تفرضها تلك الدول على وسائل الإعالم بغرض بث المحتوى الذي ترغب في أن يتلقاه الرأي العام[2] .

ومن جهة أخرى، فقد أعطى المجتمع الافتراضي المنبثق عن مواقع التواصل الاجتماعي للفرد حرية التحدث ومشاركة الرأي، حيث أصبح "الإعالم الجديد" بشكل تدريجي منبرًا سياسياً ومعرفياً مهماً، يعتمد عليه العديد من الأفراد وتستعمله الكثير من التوجهات التي تعنى بالتغيير وحتميته، ولعل الأحداث التي اندلعت في العديد من الدول العربية التي

[1] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161
[2] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص 2005

عرفت بـ "أحداث الربيع العربي" في السنوات الأخيرة، دليلاً واضحاً على دور وسائل الإعالم ومواقع التواصل الاجتماعي في إذكاء هذه الأحداث وتنسيقها وتعبئتها.[1]

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي - بما تمتلكه من أدوات تفاعلية - أصبح للمستقبل أو المتلقي القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الاتصالية بصورة عامة، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات والأخبار واختيار المناسب منها، بالإضافة إلى تبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلقي للمعلومات والبيانات، وهناك صعباً في حاَلت العديد من الباحثين الذين يذهبون إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح متعددة في ظل استخدام هذه المواقع، و التي بدورها قد هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات والأخبار، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثالثة جوانب، وهي:

1. إن الطريق السريع إلى المعلومات مدت المجال الاتصالي بوسائل إعلام جديدة والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة أمام المتلقين.[2]
2. إن (الإعلام الجديد) يتميز بأنه تفاعلي، إذ يتيح لمستخدميه مزيداً من التحكم في المعلومات والبيانات والأخبار وتبادله
3. أو جد الطريق السريع للمعلومات؛ وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية والمجتمعية، كل من مكانه.

انواع و اشكال مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعاً خلال السنوات الأخيرة الماضية، حيث تعددت وتنوعت هذه المواقع لتقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف إشباعات المستخدمين، ومنها :

أولا: الفيسبوك (Facebook)

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص 2005
[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

جاءت تسمية الفيس بوك بهذا ألاسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتاب الوجوه"، والذي كان يطبع و يوزع على طلبة الجامعات، وذلك بغرض التواصل والتعارف فيما بينهم خاصة بعد التخرج من الجامعة، حيث يذهب الطلبة بعد تخرجهم إلى أماكن مختلفة ومتفرقة، ليكون "كتاب الوجوه" هو طريقة التواصل فيما بينهم، وكانت شروط التسجيل في "الفيسبوك" آنذاك تتحدد بامتلاك الشخص بريدا الكترونياً صادر عن طريق المؤسسة التعليمية (جامعة، كلية، مدرسة)، وفي العام 2006 م أصبح بإمكان أي شخص امتلاك بريد إلكتروني، وبالتالي يصبح عضوا في الفيسبوك شريطة أن يتجاوز عمره 13 عاماً.

ويقدر عدد مستخدمي الفيسبوك حسب الإحصاءات الأخيرة للعام 2016 أكثر من 1.6 مليار مستخدم عالمياً (نشط شهرياً)، في حين يقدر عدد المستخدمين في الوطن العربي نحو 113 مليون مستخدم، أما في الأردن فقد تجاوز عدد مستخدمي الفيسبوك الـ 4.5 مليون مستخدم.[1]

مهام الفيسبوك:

يسعى هذا الموقع إلى تحقيق مجموعة من المهام (اجتماعي، مهني)، وذلك على النحو التالي:

1. النشاطات الاجتماعية :

بالنظر إلى بداية الفيسبوك كموقع لطالب وطالبات الجامعة، فإن ذلك دعا العديد من الأفراد إلى الانضمام إليه، حيث تبلورت مختلف التفاعلات الاجتماعية عليه حول البحث عن الاصدقاء من خلال المعلومات الموجودة في ملفاتهم، إضافة إلى مصادقة أشخاص جدد حيث من السهولة التعرف على الاهتمامات المشتركة فيما بينهم والتحاور معهم، مع إمكانية التعبير عن الآراء بكل حرية عبر خاصية كتابة الملاحظات على صفحة

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص

المستخدم، وبالإضافة إلى تفاعلات أخرى مثل متابعة آخر الألعاب وخدمات البيع والشراء التي يتيحها الفيسبوك.[1]

2. النشاطات المهنية

أصبحت العديد من الشركات والمؤسسات المهنية تعتمد على الفيسبوك في الإعلان والتسويق عن منتجاتها وخدماتها، والبحث عن الموظفين المطلوبين، وتعزيز العمل الجماعي لدى الأفراد، بالإضافة إلى إمكانية الإطلاع المستمر على سير مشاريع المؤسسة، وتبادل الأفكار والصور المتعلقة بالأعمال بوجه عام.

ثانياً: التويتر (Twitter):

ظهر هذا الموقع في بدايات العام 2006 م، ويوفر ما يعرف بخدمة "التدوين المصغر"، حيث يسمح لمستخدميه بإرسال التغريدات "Tweets" من معلومات وأخبار وأحداث دورية وغيرها بحد أقصى من الأحرف " 140 حرف" للتدوينة الواحدة، و يتم ذلك إما عبر إرسال رسالة نصية أو عبر برامج للمحادثات الفورية، ويعد موقع التويتر من أهم منافسي موقع التواصل الاجتماعي الشهير "الفيسبوك" الذي بدوره بدء باستقطاب الجماهير يوماً تلو الآخر. وتواصل النمو السريع لتويتر خلال السنوات التي تلت ظهوره ليتحول بعدها إلى وسيلة تدوين مصغر فائقة القوة ومتعددة الاستخدامات من التسويق إلى الإعجاب بالمشاهير ومتابعتهم، إضافة إلى نشر وتوزيع الأخبار والمعلومات والبيانات المختلفة.

يشار بأن مستخدمو التويتر يتفاعلون في فضاء عام، حيث يمكن من خلاله رؤية المضامين التي يقدمها الآخرين واستخدام محركات البحث للحصول على التعليقات ذات الصلة بمختلف الموضوعات المطروحة على الموقع، ويعد تويتر من أشهر تطبيقات التواصل الاجتماعي في المجلاّت السياسية وخاصة في السنوات الأخيرة، فضلاً عن

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص

استخدامه من قبل أغلب المؤسسات والشركات كمزيج من خدمة التدوين المصغرة ومن الوسائل الأساسية والهامة من وسائل التواصل الاجتماعي بوجه عام.[1]

ويقدر عدد مستخدمي التويتر حسب الإحصاءات الأخيرة للعام 2016 أكثر من 320 مليون مستخدماً عالمياً نشط شهرياً، ويشير القائمون على الموقع بأنهم بصدد اتخاذ خطوات إضافية لتحسين مستوى الخدمات التي يقدمها الموقع وزيادة عدد مستخدميه

(www.aitnews.com)

ثالثاً: اليوتيوب (YouTube):

جاءت فكرة هذا الموقع لإتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي يقوم بتحميلها المستخدمين، سواء كانت هذه الفيديوهات إعلامية أو للتسلية والترفيه أو شخصية، حيث يستطيع أي شخص أن يقوم بنشر وتحميل ما يريد في نطاق ما هو مسموح به على الموقع، إضافة إلى إمكانية إعادة نشر ما ينشره الأصدقاء المستخدمين والبحث عن المحتوى بحسب الكلمة أو الفئة أو الشخص، ويرتبط اليوتيوب الذي تجاوز عدد مستخدميه "مليار مستخدم" بعدة شبكات تطبيقات للتدوين، ليكون بذلك من أهم وأقوى مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت. [2]

وبالنظر لحجم الحضور الكبير الذي يتمتع به اليوتيوب حول العالم، فقد تم استخدامه في العديد المجلات ولاسيما السياسية منها، حيث سمح اليوتيوب للكثير من الشركات والمؤسسات والمنظمات الكبيرة والشخصيات المشهورة والفنانين والإعلانات عن السلع والخدمات، و العديد من الفرق الرياضية بالتعريف عن أنفسهم عبر هذه الوسيلة الإعلامية التي شكلت جزءا هاماً من عمليات النشر والتواصل و عرض البرامج والأفكار على

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص
[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

الجماهير لتجاوز الجهد والوقت والتكلفة نحو الشهرة والتسويق و تحسين الصورة بوجه عام.[1]

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع في الإنترنت بعدة خصائص، من أهمها:

1. خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي و تقني يجمع العديد من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة في مكان واحد، تختلف أفكارهم ووجهات نظرهم ومستوياتهم التعليمية وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.
2. وحدة الهدف سواء كانت للتعارف أو التعاون أو لمجرد الترفيه والتسلية، إضافة إلى تكوين صداقات وعالقات جديدة مع الآخرين.
3. الهروب من الواقع إلى واقع افتراضي يعيشه الفرد كيفما يريد، كما يستطيع التعبير عن اتجاهات مختلفة عن المعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع.
4. تبني آراء وأفكار لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام وسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون، الصحافة، الإذاعة، ...)، أو لم تتم تغطيتها بشكل منظم و موضوعي، وبالتالي التصدي لهيمنة هذه الوسائل التقليدية
5. شعور الفرد بالانتماء تجاه تلك الجماعات في مواقع التواصل الاجتماعي، وشعوره بأنه مرغوب ومؤثر وقادر على تنمية ذاته وتدعيم هويته[2] .

وعلاوة على ذلك، يمكن اختصار خصائص مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً بالعالمية والتفاعلية والتنوع، إضافة إلى سهولة الاستخدام وما توفره هذه المواقع من الوقت والجهد والتكلفة وسرعة الاتصال، كما تمتاز بكونها شبابية ومتعددة اللغات وحاضرة بشكل دائم

[1] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

[2] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

في جميع الأوقات والظروف، بالإضافة إلى قدرتها على التعبئة وتوقعها المسبق ألي حركة خارج إطار السلطة الأمنية أو السياسية.[1]

ومن هنا، فإن كل هذه الخصائص وغيرها صنعت من مواقع التواصل الاجتماعي أدوات أساسية في تحقيق الهدف والنجاح في التغيير والتنمية والمعرفة، حيث يكمن الهدف الأساسي من هذه المواقع صنع هوية ووجود من جهة، وتعزيز طاقات المجتمع (المستخدمين) في هذا المجال من جهة أخرى، كما أن هذه القنوات الاتصالية أضحت مثالية للاستخدام في الوصول إلى مختلف الجماهير على اختلاف أفكارهم وأعمارهم ومواقعهم، الأمر الذي يشير إلى الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي من حيث جذب الأعداد الكبيرة من الأفراد لتوصيل رسائل معينة ومحددة، وذلك لإحداث تغييرات على مختلف الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية.

مزايا مواقع التواصل الاجتماعي :

ويمكن من خلال ما تقدم تلخيص المزايا والإيجابيات التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي، من أهمها:

1. تعتبر سهلة الاستخدام؛ لكونها تحتوي على مختلف التقنيات والبرمجيات المتطورة، التي تجتمع بساطة التصميم والألوان، وتستخدم أيقونات وأدوات واضحة، كما توفر صورا وأشكالاً مع تتزامن مع الوقت للتحديثات، وإشعارات محددة تثير انتباه المستخدم .
2. أتاحت هذه المواقع للمستخدمين التواصل مع الآخرين والتعبير عن الذات عبر قنوات "اتصال جاذبة" لا تعتمد على نشر مضامين محددة، ما جعلها تصبح حاجة يلجأ العديد من الأفراد إلى إشباعها.[2]

[1] محمود حسن اسماعيل : التنشئة السياسية ، دراسة في دور أخبار التلفزيون دار النشر في الجامعات
[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

3. توفر مواقع التواصل إمكانية استخراج البيانات المتاحة من خلال استعراض شبكة المستخدم الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس أو الأصدقاء، كما توفر بعض المواقع أدوات تسمح للمستخدمين وصف العلاقة بينهم وبين المستخدمين الآخرين.
4. ترتبط قوة مواقع التواصل مع المشاركة أو التبادل العاطفي القائم على الشعور الإنساني، ويتضح ذلك من خلال "الوعي الاجتماعي" الذي يسمح للمستخدم بالتفكير في كيفية المشاركة الوجدانية والعاطفية، وبطبيعة الحال الأفراد مجبرون على مشاركة عواطفهم ومشاعرهم في مختلف الفترات الزمنية في هذه المواقع[1] .

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

تتجلى الجوانب السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الجوانب التي تتمحور في ابتعادها عن "القيمة" وذلك من خلال عملية تحييد القيم وتجاوزها وتغييبها، حيث لا تتقيد المحتويات والمضامين المتوفرة على هذه المواقع بالقيم والمعتقدات بل تركز على ما يطلبه الجمهور، الأمر الذي أدى إلى انتشار محتويات سلبية قد لا تخدم الصالح العام، كما تقوم مواقع التواصل الاجتماعي على صهر عادات المجتمعات المختلفة ببعضها البعض بشكل غير مباشرة، الأمر الذي يضعف من الروابط الثقافية "الإيجابية" بين المستخدمين، ويعمق الفجوة الاجتماعية بينهم.

كما يمكن حصر سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي في:

1. انعدام الخصوصية وضعف الأمان: حيث بإمكان مواقع التواصل الاجتماعي بيع معلومات وبيانات المستخدمين لأي جهة، ما يهدد الملكية الفكرية. وبالتالي فإنه يسهل على قراصنة الإنترنت اختراق هذه المواقع وسرقتها

[1] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

2. انعدام الهوية الحقيقية للمستخدمين: من الصعب التعرف على سلوكيات المستخدمين وصفاتهم الشخصية بصورة كاملة وحقيقية من خلال عملية التفاعل والواصل الإلكتروني.[1]
3. تزييف المحتوى وضعف مصداقية المعلومات المتداولة أو تقييمها لتعدد مصادرها.
4. رقابة الحكومات على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتهم.

ومن هنا، لا يختلف أحد على أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أحدثت العديد من التأثيرات على مستوى الإشباعات التي تحققها للفرد، كما أتاحت له سهولة التواصل مع الآخرين، إذا ما تم الأخذ باعتبارها مكملة لدور الاتصال الشخصي، ومن جهة أخرى فإنه لا يمكن الحكم على تأثيرات هذه المواقع إيجاباً أو سلباً دون الاعتماد على متغيرات أخرى لها علاقة بشخصية الفرد المستخدم، مثل (المستوى التعليمي، دوافع اَلستخدام، البيئة المحيطة،...) وغيرها من العوامل التي قد تحدد استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي يمكن الاستفادة من مزايا هذه المواقع واستغلالها إلى جانب التقدم التكنولوجي الرقمي الذي نعيش لمواكبة كل ما يستجد ويلبي مطالب الأفراد في هذا العصر الرقمي، و الذي أصبحت مواقع التواصل فيه جزءا لا يتجزأ من حياتهم.[2]

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص2005 ص29

[2] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

الوعي والمعرفة السياسية

تؤدي المعرفة السياسية وظيفة مهمة ونشطة في المجتمعات الإنسانية بصفة عامة، حيث تمثل واحدة من أهم المواضيع الرئيسية في علم اَلاجتماع، كما يعد الوعي السياسي المنبثق عن المعرفة السياسية في الفترة الراهنة ضرورة إنسانية في ظل واقع صعب تمر به المنطقة العربية من مقارنةً أحداث ومشاهد مختلفة، فما زالت نسبة المعرفة السياسية في هذه المجتمعات متدنية بالمجتمعات المتقدمة، وتكمن أهمية المعرفة السياسية – من وجهة نظر الباحث – من خلال الحاجة إليها؛ كونه ترتبط بواقع الإنسان وهمومه ومشاكله والأحداث التي يعيشها[1].

وتعتبر المعرفة السياسية أحد أهم مخرجات التنشئة السياسية بوجه عام، لما لها من دور في الحياة السياسية للمجتمع والأفراد، كما يتشكل الوعي السياسي من خلال إدراك الفرد لذاته ولذوات الآخرين، وللأوضاع والبيئة المحيطة من حوله، ويعني هذا أن الفرد كجزء من المجتمع يمتلك عبر هذا النوع من الوعي رؤية عقلانية عن أهداف المجتمع وأحواله، وهذه الرؤية عنصر أساسي للمشاركة السياسية، والمعرفة السياسية للفرد.

مفهوم الوعي والمعرفة السياسية :

عرف الوعي السياسي بأنه " مدى معرفة وإدارك واهتمام الناس بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على مختلف المستويات، المحلية والقومية والدولية".[2]

و ير ى آخرون بأنه " معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وقدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به ليعايش خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي"

ويذهب بعض الباحثين إلى تعريف الوعي السياسي بأنه " العملية التي يستطيع الإنسان عن طريقها معرفة العالم وتغيراته، ودوره في العملية السياسية، ومشاركته في التصويت

[1] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

[2] عامر مصباح : معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، المكتبة الجزائرية ، بودواو ، الجزائر 2005، ص44

في اَلانتخابات واتجاهاته السياسية، وانتماؤه للأحزاب، وكيفية اَلاعتماد على كل هذه المتغيرات في تقويم الواقع السياسي لمجتمعه، والتعرف على ما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع" [1]

ويرى الباحث من خلال التعريفات السابقة أن الوعي السياسي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعرفة؛ كمعرفة الفرد لذاته، ومعرفته للبيئة المحيطة به، ومعرفته للنظم السياسية، ومدى اعتماده على هذه المعرفة في تقييم واقعه وتحديد اتجاهاته وسلوكياته بوجه عام .

وتعرف المعرفة السياسية على أنها "ما يوجد لدى الفرد من آراء ومعارف ومعلومات سياسية حول القضايا والمؤسسات والمنظمات والقيادات السياسية، حيث يشكلها الفرد بحكم التجربة الشخصية أو التنشئة اَلجتماعية أو المؤسسات التعليمية التي تلقى علومه فيها أو غير ذلك من مصادر"

ومن هنا، يرى الباحث بأن المعرفة السياسية والوعي السياسي وجهان لعملة واحدة تنبثق من الثقافة السياسية بوجه عام، وهذا ما تجلى عبر مطالعة الباحث للأدب النظري والدراسات والأبحاث المتعلقة بموضوع الدراسة ومتغيراتها، الأمر الذي يؤكد ارتباط هذين المفهومين ببعضهما، وانعكاس ذلك على الفرد في اعتماده عليهم في التعرف على مختلف القضايا السياسية والأحداث الجارية وتحديد موقفه منها.

وبالرغم من اختلاف وجهات النظر حول تعريف مفهوم المعرفة السياسية، إَل أنها التقت عند نقطة ارتكاز أَل وهي أن للمعرفة السياسية خصائص و ميزات يمكن إجمالها بالمحاور الآتية:

- المعرفة السياسية هي إدراك قائم على الإحساس بالمجتمع والبيئة المحيطة، حيث تهتم بمعرفة المشكلات وأسبابها والآثار المترتبة على وقوعها.
- تتكون المعرفة السياسية وتتبلور في جميع م ارحل نمو الفرد، ليشكل محصلة المؤثرات الثقافية والمعرفية واَلاجتماعية التي يتعرض لها[1]

[1] عامر مصباح : معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، المكتبة الجزائرية ، بودواو ، الجزائر 2005، ص44

- تعتبر المعرفة السياسية خطوة مهمة و أساسية في تكوين اَلاتجاهات السياسية للأفراد، وتتوقف هذه المعرفة على وعيهم وثقافتهم السياسية
- تعتمد المعرفة السياسية على الإدراك والفهم بصفة عامة، كما تشترط وجود المكون المعرفي و المكون الوجداني في الوعي والمعرفة السياسية

وتجدر الإشارة إلى أهمية العالقة السياسية بين الفرد والمجتمع، ألن المعرفة السياسية للفرد تتشكل من خلال محيطه ألاجتماعي، لما فيه من متغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية، وبما أن الإنسان نتاج المجتمع الذي ينمو فيه، فهو يتأثر بعملية التنشئة اَلاجتماعية لذلك المجتمع، حيث تعمل التنشئة اَلاجتماعية على تعريف الفرد بثقافة المجتمع وتهيئته للاندماج فيها، وهذا يعني أن السلوك السياسي للفرد هو جزءا من سلوكه اَلاجتماعي الذي يشكل في مجمله عوامل مؤثرة في وعيه السياسي ومن ثَّم في معرفته السياسية.

وبناء على ما تقدم فان "الوعي" ينقسم إلى قسمين رئيسيين:

الوعي المعرفي: هو الوعي الذي يؤسس على المعرفة (اكتساب المعلومات Knowledge) وإدراك معناها واكتساب اتجاه نحوها سواء أكان ايجابيا أو سلبيا، وهذا يعني أن الوعي (كل وعي) يتكون من توفر المعلومات عن ظاهرة أو موضوع أو قضية معينة، وله مستويات تبدأ بالمعرفة التي تكتسب بالإطلاع على العناصر البسيطة، إلى المعرفة المنظمة المتطورة حول الموضوع.

الوعي الوجداني : وهو الذي يتمثل في تكوين الميول واَلاتجاهات نحو الموضوع أو القضية فيؤدي بالفرد إلى التصدي بالقول، أو المشاركة بالرأي، أو المعارضة نتيجة ذلك الوعي، فإذا اكتملت جوانب الوعي المعرفية والوجدانية لدى الفرد وصف بأنه شخص لديه وعي متكامل فهو يعرف ويفكر ويتخذ موقفا وينفذ

[1] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

والوعي بشكل عام له عدة مستويات، يبدأ بمستوى اَلاستقبال (Receiving) وهو مستوى اَلانتباه إلى الشيء أو الموضوع، ثم مستوى إعطاء قيمة للشيء أو الموضوع (Valuing)، بمعنى إن الفرد يحكم على أن الموضوع أو الظاهرة بأنها ذات قيمة أو عديمة القيمة، ويتصف هذا الحكم بالثبات واَلاستقرار ليصل إلى مستوى اَلاتجاه (Attitud) أي اتخاذ الموقف.

أنماط الوعي والمعرفة السياسية

1. **الوعي الفردي (المعرفة الشخصية):** هو العالم الروحي للفرد، يتحدد بالخصائص الفردية في وعي الإنسان مثل المشاعر، والعواطف، والمعارف، والأفكار والعادات الشخصية. ويتكون الوعي الفردي أساساً تحت تأثير الوعي الجماعي. فالعناصر المكونة للوعي الجماعي هي التي توجه سلوك الفرد، وعن طريق استمرار احتكاك الأفراد بعضهم ببعض تتشكل فيما بينهم الروابط والمشاعر والمعارف والآراء [1]
2. **الوعي الجماهيري (المعرفة الجماعية):** هو الوعي الذي يعبر عن فكر الجماهير بصورة عامة ويتشكل في إطار الممارسة العملية، ويرتبط بالواقع القائم، فهو يوجد في أذهانهم على شكل أفكار وتوجهات ومشاعر ورغبات معينة، تتميز بها مجموعة من الناس، ويعبر عن المصلحة المشتركة لها مثل جماعات الضغط وجماعات المصلحة، لذا يختلف الوعي الفردي عن الوعي الجماهيري، ألن الوعي الفردي محدد بالشروط الشخصية للفرد وَل يستطيع الإحاطة بوعي الوجود اَلاجتماعي الكامل، بينما الطبقة أو الجماعة تستطيع ذلك بوجه عام.[2]
3. **الوعي االعتيادي (المعرفة اليومية):** هو أحد أنماط الوعي السياسي الذي يولد لدى الناس من خلال ممارساتهم لأنشطتهم العملية اليومية المعتادة، ويشتمل هذا الوعي على المعايير والتصورات التي تكونت لدى الناس في حياتهم اليومية وعن

[1] محمود حسن اسماعيل : التنشئة السياسية ، دراسة في دور أخبار التلفزيون دار النشر في الجامعات

[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم، سواء كانت تصورات واقعية أو ساذجة بسيطة، وهناك تصورات غير واقعية انبثقت عن الظروف المباشرة لحياة الناس وأخرى واقعية عن الواقع المحيط بهم.[1]

4. **الوعي النظري المجرد (المعرفة النظرية):** هو الغوص في أعماق الواقع لاكتشاف جذور الظواهر والقوانين التي تحكم وجودها وحركاتها وتفسيرها بهدف الحفاظ على العالقات القائمة أو تغييرها وتطويرها، ويأخذ العلماء والأيدلوجيين على عاتقهم صياغة هذا النمط من الوعي والمعرفة السياسية، ليبدو في شكل منظومة أيدلوجية أو نظرية ومعارف علمية متراكمة بوجه عام.

وَلا يعني وجود هذه الأنماط من المعارف السياسية اَلانفصال فيما بينها، فالحد القائم بينها في الحياة الواقعية هو حد نسبي وغير ثابت، وقد يجتمع نمطين أو أكثر فيما بينهم، فقد تنطلق المعرفة الفردية من المعرفة الجماعية، وفي المقابل قد ينطلق العلماء والأيدلوجيين والباحثين من الوعي اَلاعتيادي إلى الوعي النظري لتفسيره ودراسته. وبعد التطرق لأنماط الوعي والمعرفة

السياسية وعرضها فيما سبق، لابد من الانتقال إلى وسائل أو أدوات تكوين المعرفة السياسية، وما دور هذه الوسائل في تنشئة الوعي السياسي للفرد وتنميته (سلباً أو إيجاباً)[2]

وسائل تكوين المعرفة السياسية :تتعدد الأدوات التي تساعد على تحقيق الوعي والمعرفة السياسية، فالإنسان منذ وَلدته يعايش مؤسسات عديدة بدءا من الأسرة، مرورا بالمدرسة وجماعات الرفاق أو الأصدقاء، ووسائل الإعالم. وهذه المعايشة تؤدي بالضرورة إلى إكسابه الكثير من المعلومات والمعارف والقيم والمعايير والاتجاهات التي تؤثر على سلوكه السياسي (إيجاباً وسلباً)، وعلى نحو مباشر أو غير مباشر، وفيما يلي أهم الأدوات:

[1] عمار حمادة : الوعي و التحليل السياسي : دار الهدى للطباعة و النشر ، بيروت ص2005 ص29

[2] محمود حسن اسماعيل : التنشئة السياسية ، دراسة في دور أخبار التلفزيون دار النشر في الجامعات

1. **العائلة (الأسرة):** تعد النواة الأولى في تلقي البيئة السياسية، كما تعتبر الأسرة أول مؤسسة يتعامل معها الطفل، ويبقى تأثيرها مستمراً على الطفل لفترة طويلة، فالأسرة هي المنبع الأول الذي يستقي منها الأفراد المعارف والمعلومات والقيم السياسية التي تؤثر في وعيهم وتساهم في تشكيل سلوكهم السياسي.[1]
2. **المدرسة:** تعد المدرسة عاملا آخر من عوامل ووسائل تكوين الوعي السياسي والمعرفة السياسية بوجه عام، لدورها الكبير والمهم في تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد الأسرة، حيث يتمثل دور المدرسة في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها التربوية والتعليمية المختلفة.

كما يمكن أن تقوم المدرسة بتنمية المعرفة السياسية للطلبة من خلال جوانب عدة مثل، نقل المعرفة السياسية (التعريف بالمواطنة، القوانين والأنظمة، الحكومات المتعاقبة، السلطات...) وغرس وتنمية القيم السياسية(الولاء، اَلانتماء، الهوية الوطنية) بالإضافة إلى جوانب عديدة أخرى التي تعمل على تكوين الوعي السياسي للطلبة، تتخللها المناهج والمقررات الدراسية.[2]

3. **الجامعة:** تعتبر الجامعة من أهم المؤسسات في المجتمع التي تعمل على إنتاج الأفكار والكوادر وتطويرها، نظر ا للدور البارز والحيوي الذي تتمتع به في حياة المجتمعات البشرية، وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة ما كانت الجامعات بمثابة قوة ضغط على الحكومات من خلال تقييد بعض ممارساتها السياسية، كما تمارس الجامعة دورها اَلايجابي من خلال الربط بين المعرفة والإنتاج، أي: ربط الجامعة بقضايا ومشاكل المجتمع

[1] محمود حسن اسماعيل : التنشئة السياسية ، دراسة في دور أخبار التلفزيون دار النشر في الجامعات

[2] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

والعمل على توعية وتثقيف الأفراد، ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة المعرفة السياسية ونشرها بين الطلبة والمجتمع.[1]

ويرى الباحث أنه من الممكن أن تلعب الجامعة دو ا رً مهماً في إكساب الوعي والمعرفة السياسية للطلبة، وذلك يتمثَّل من خلال اهتمامات الجامعة بالأحداث والظروف السياسية التي تمر بها الدولة والمجتمع، ومناقشتها ضمن أنشطة ومؤتمرات ولقاءات وندوات تنظمها الجامعة عبر الاتحادات والأندية الطلابية فيها.

4. **الأحزاب السياسية :** تؤدي الأحزاب السياسية وظيفة أساسية في تنمية الوعي السياسي للأفراد خاصةً في الدول ذات الأنظمة الديمقراطية، ولَشك في أن للأحزاب السياسية دو ا رً مهماً في تشكيل وتنمية الاتجاهات والمعارف السياسية لدى الأفراد، وبطبيعة الحال فان دور الأحزاب مثل دور المؤسسات الأخرى(كالجماعات الضاغطة، ووسائل الأعلام،)...يختلف باختلاف المجتمعات؛ ففي المجتمعات النامية ترتبط حياة الأفراد الحزبية إلى حد الاعتماد الكامل، وهذا ما لَ يوجد في المجتمعات الأخرى، ففي المجتمع الأمريكي- على سبيل المثال - ترى الولاء الحزبي مرناً، وذلك وفقاً لمستوى المعرفة السياسية لدى الفرد الأمريكي.[2]

وهناك العديد من الوظائف التي يمكن أن تؤديها الأحزاب منها؛ تزويد الناخبين ببدائل برامجية لسياسات الدولة أو الحكومة في الانتخابات بوجهٍ عام، وتنظيم المناقشات والمناظرات والندوات السياسية، ومناقشة قرارات الحكومة والقوانين، بالإضافة إلى اعتبارها أجهزة رقابية في حال كانت في موقف المعارضة.

[1] فضيل دليو و آخرون : الاتصال السياسيفي الجزائر ، مخبر علم الاجتماع و التنمية ، قسنطينة 2010، ص 161

[2] عامر مصباح : معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، المكتبة الجزائرية ، بودواو ، الجزائر 2005، ص44

5. **وسائل الإعلام :**لم يعد وعي الفرد ومعرفته تقتصر على خبراته الشخصية بل أصبح أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث تقوم الوسائل بدور حيوي وفعال في تنمية المعرفة السياسية للأفراد بصفة عامّة وطلبة الجامعات بصفة خاصة، من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار ومعارف، وذلك لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم بما يدور من حولهم.

كما أن وسائل الاتصال في عصر الفضائيات وشبكات المعلوماتية قد غزت العالم ببرامجها وعروضها حتى تحول العالم إلى قرية كونية، ما أدى إلى تداخل ثقافي بين شعوب المعمورة، وهذا ما يساعد على الاطلاع الواسع والسريع على الأحداث السياسية والظروف الدولية، وتكوّن من خلال ذلك نوعاً من المعرفة السياسية للأحداث المثيرة على الساحة الدولية، فضلاً عن الوعي السياسي لكل شعب من شعوب المنطقة بالأحداث والأمور الداخلية المتعلقة بسياسات حكوماتهم [1]

وترجع أهمية وسائل الإعلام في التوعية والمعرفة السياسية لكونها تؤثر في عالم الكبار والصغار، إذ تصاحب الفرد من بداية السنة الثالثة في عمره تقريب اً وحتى نهاية حياته، وذلك بعكس وسائل وأدوات تكوين الوعي والمعارف السياسية الأخرى التي تمارس دورها في مرحلة معينة فقط، كما تأتي أهمية وسائل الإعلام ولاسيما مواقع التواصل الاجتماعي من خلال قدرتها على تقديم خبرات متنوعة وثرية وتمتلك جاذبية للفرد في جميع المراحل العمرية [2]

ويلاحظ مما سبق أن عملية المعرفة السياسية تعد عملية "مركبة وتطويرية"، فهي ليست شيئاً بسيطاً يمكن تعيينه ووصفه بدقة بقدر ما هي جملة من العمليات المتداخلة، أهمها جمع المعلومات وتشكيل الأفكار على نحو يجعل الأشخاص أكثر تفاعلا مع بيئتهم وما يحيط بهم من أحداث وهذه هي أهم وظائف الوعي السياسي .حيث تسهم المعرفة السياسية في بلورة رؤية أفراد المجتمع للنظام السياسي والعمليات السياسية بصورة عامة، كما

[1] جاسم سلطان : قواعد في الممارسة السياسية ، أم القرى للترجمة و التوزيع المنصورة ، 2008

[2] عامر مصباح : معجم مفاهيم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، المكتبة الجزائرية ، بودواو ، الجزائر 2005، ص44

يحدد مواقفهم منها، ومدى، مشاركتهم في نشاطاتها وصنع القرارات السياسية وتوجيهها داخل المجتمع.

العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمعرفة السياسية

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي سماء مفتوحة تطلعنا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل بيئة إعلامية جديدة بديلة، وصناعة لها دورها الكبير في المعادلة الحياتية داخل عالم افتراضي تحكمه التقنية بوسائطها المتعددة، حيث ساعدت على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب، وأظهرت مدى الضعف الذي أصاب المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات وبناء الانتماءات ودفع الحراكات السياسية.

وساعدت هذه المواقع على توفير أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين، حيث تحولت إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف العالقات الاجتماعية والاقتصادية والإنسانية وصوَلاً إلى المجال السياسي، وذلك من خلال قدرتها نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة، وزيادة مستوى الوعي ورفع مستوى المعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذا المجال، لتدشين علاقة متبادلة بين الإنسان والتكنولوجيا والمؤسسات السياسية والتغير الاجتماعي، فسياسات التعتيم وإخفاء الحقائق لم تعد ممكنة في زمن مواقع التواصل والتفاعل والصورة الرقمية الفورية والجمهور "الصحفي" وصحافة المواطن، و بذلك أضافت مواقع التواصل آليات جديدة حول ممارسة الديمقراطية فأصبحت تستخدم كوسيلة فعالة لتنشيط جوهر الديمقراطية المتمثل في الشفافية والنزاهة بالإجراءات والمشاركة في عملية صنع القرار السياسي بوجه عام.

وأضافت التقنية الرقمية شريحة جديدة إلى المثقفين، و تسمية المثقف هنا لم تعد تنحصر بالكاتب أو المفكر أو الأكاديمي أو الفنان فحسب، بل باتت هناك شريحة جديدة تضم التقني لمهارات الكمبيوتر ومعطيات الثورة التكنولوجية الرقمية، وكذلك المستخدم النشط بوعي لمواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الشبكات على اختلاف عمره وتخصصه، ما أدى

إلى بروز هذه المواقع كعامل مؤثر ومحفز للحركات الاحتجاجية العالمية ولاسيما العربية منها، كما سمحت للكثيرين بنقل كم هائل من المعلومات والأخبار والصور و مقاطع الفيديو إلى كافة بقاع العالم، الأمر الذي أسهم في إقناع العديد من المجتمعات بالتحرك من الواقع الافتراضي إلى الشارع، للمطالبة بالتغيير والإصلاح.

ومن هنا فإن تقنية الاتصال الجديدة والمتمثلة بمواقع التواصل الاجتماعي شكلت بمجملها البنية التحتية الأساسية لصياغة ونشر "معرفة سياسية" تفرض قيمها ومبادئها لضبط السلوك الإنساني بما يتلاءم مع مستجدات الأوضاع الإقليمية والدولية بوجه عام .

الباب الثالث

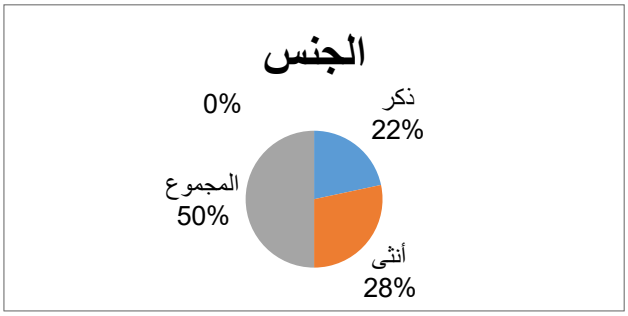
الإطار التطبيقي

عرض وتحليل الدراسة الميدانية :

المحور الأول :يبين البيانات الشخصية للمبحوثين

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	26	%43.4
أنثى	34	%56.6
المجموع	60	%100

جدول رقم 01: يبينتوزيع أفرادالعينة حسب الجنس

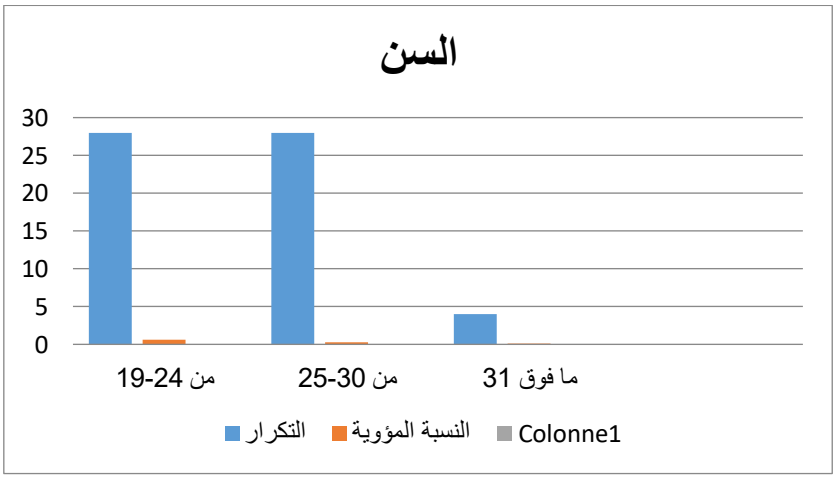


دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

من خلال الجدول المبين أعلاه والرسم البياني نلاحظ ان توزيع افرد العينة حسب الجنس يوضح لنا إن نسبة الإناث تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 56.6 أي ما يعادل 34 طالبا ثم تأتي بعد ذلك نسبة الذكور 43.4أي ما يعادل 26 طالبا وان دراستنا شملت عدد الإناث أكبر من الذكور.

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد حسب متغير السن

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 19-24	28	%60
من 25-30	28	%30
مافوق 31	4	%10
المجموع	60	100%

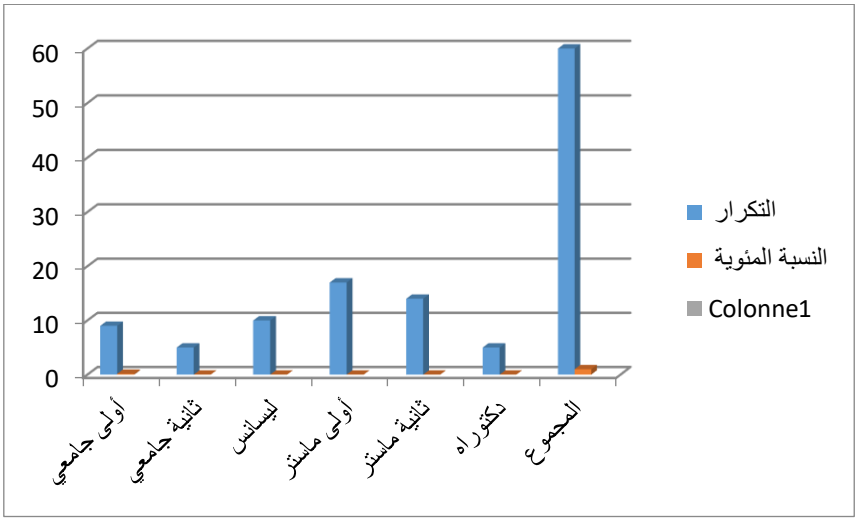


أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

من خلال الجدول المبين أعلاه والرسم البياني نلاحظ أن نسبة60 %أي ما يعادل 28 طالبا من أفراد الهينة تتراوح أعمارهم ما بين 19 إلى 24 سنة ثم تلبها بعد ذلك نسبة 30% أي ما يعادل 28 طالبا من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 30 سنة أما النسبة المتبقية والمتمثلة في 10% أي ما يعادل 4 طلبة من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين فوق 31 سنة .

جدول رقم03:يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

المستوى الجامعي	التكرار	النسبة المئوية
أولى جامعي	09	%15
ثانية جامعي	05	%8.3
ليسانس	10	%16.6
أولى ماستر	17	%28.4
ثانية ماستر	14	%23.4
دكتوراه	05	%8.3
المجموع	60	%100

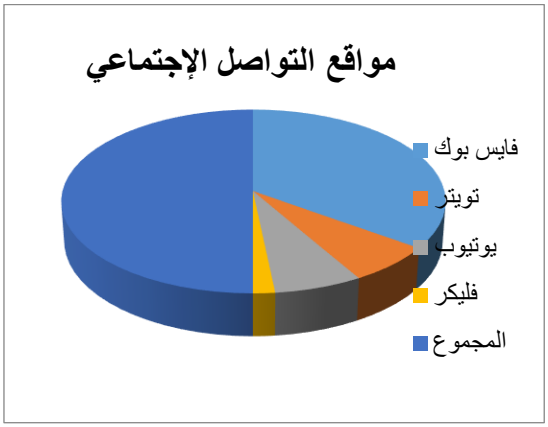


- **أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي**
- من خلال الجدول المبين أعلاه والرسم البياني نلاحظ أن توزيع أفراد العينة حسب المستوى الجامعي حيث بلغت أعلى نسبة من مستوى أولى ماستر بنسبة 28.4 % أي ما يعادل 14 طالب من مجموع أفراد العينة ثم تأتي بعد ذلك مستوى ليسانس بالنسبة 16.6 من مجموع 10 مفردة وبالمقابل كانت ثانية جامعي 8.3 % وطلبة.

- **المحور الثاني : يبين استخدام الطالب الجامعي للشبكة الاجتماعية الفايسبوك في تحصيل المعرفة السياسية .**

جدول رقم 04: يبين أكثر مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى الطالب الجامعي .

مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
فايس بوك	42	% 70
تويتر	8	%13.3
يوتيوب	8	%13.3
فليكر	2	%3.4
المجموع	60	%100

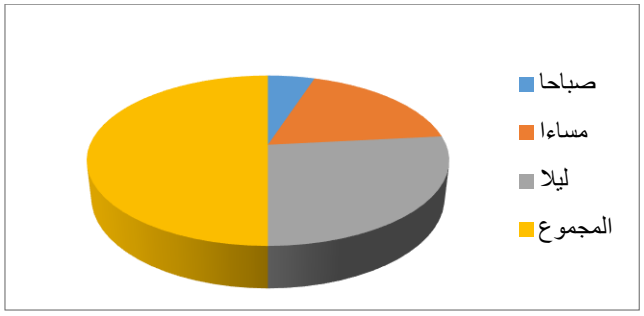


دائرة نسبية تمثل توزيع افراد العينة حسب مواقع التواصل الاجتماعي:

من خلال الجدول المبين اعلاه يتبين لنا اكثر مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين تتركز في الفيسبوك بنسبة70% من مجموع 42 مفردة باعتباره الموقع الاكثر انتشارا واستخداما بين المبحوثين ثم ياتي موقع يوتيوب بنسبة 13.3 % من مجموع 8 مفردة في جحين بمثل موقع تويتر بنسبة 13.3 % من مجموع 8 مفردة وفي الاخير ياتي موقع فيلكر كأضعف نسبة ب 3.4 % من مجموع 2 مفردة وفي الاخير نستنتج ان موقع الفيسبوك يعد الموقع الاكثر تفضيلا لدى المبحوثين.

جدول رقم 05 : يبين الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الطالب الجامعي موقع الفايسبوك

الفترة الزمنية	التكرار	النسبة المؤوية
صباحا	06	%10
مساءا	22	%36.7
ليلا	32	%53.3
المجموع	60	%100



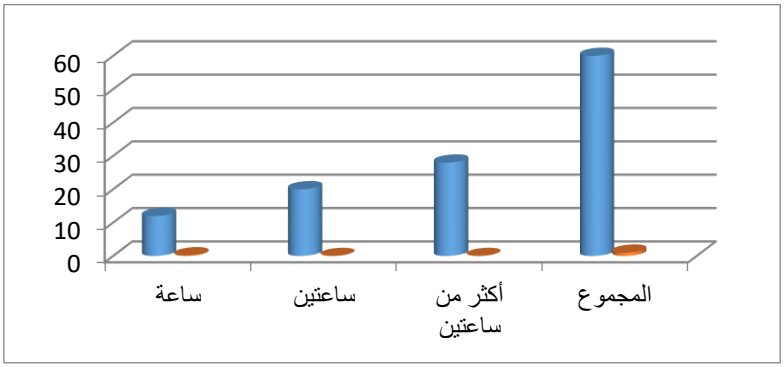
دائرة تمثل الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الطالب موقع الفايسبوك:

من خلال الجدول المبين اعلاه يتبين لنا إجابة المبحوثين على سؤال الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الطالب الجامعي الفايسبوك يبرز انا ، ان الفترة الاكثر استخداما هي الفترة الليلية بنسبة 56.7 % من مجموع 34 مفردة ثم تاتي بعد الفترة المسائية بنسبة 33.3 % من مجموع 20 مفردة وفي الاخير نلرى ان نسبة 10 من المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك في الفترة الصباحية وهي نسبة ضعيفة من مجموع 06 مفردة.

ومن خلال هذه المعطيات المبنية يتضح لنا ان الفترة الليلية والمسائية هي الاكثر استخداما للفيسبوك كونها فترات للراحة مقارنة بالفترة الصباحية التي فيها دراسة ، وهو نفس ما أشارت اليه دراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتاثير على العلاقات الاجتماعية التي ترى ان اغلب الطلبة يستخدمون الفايسبوك في الفترة الليلية ب 20.2 % والمسائية 14.4 % في حين كانت الفترة الصباحية ضعيفة جدا1 .

جدول رقم06:يبين عدد الساعات التي يقضيها الطالب في استخدامه لهذا الموقع في كل جلسة

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	12	20%
ساعتين	20	33.3%
أكثر من ساعتين	28	46.7%
المجموع	60	100%

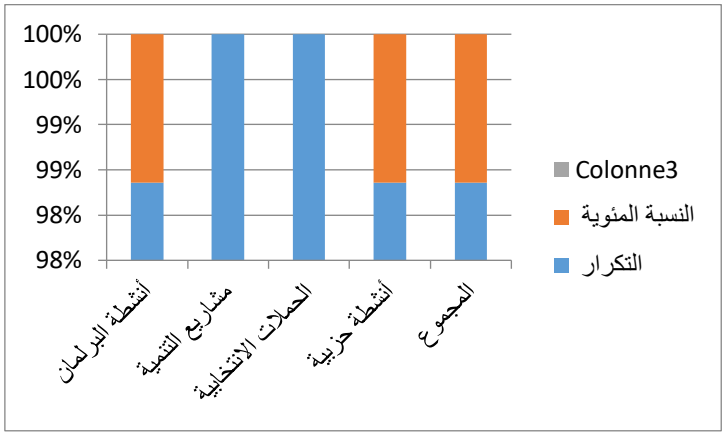


أعمدة تمثل توزيع العينة حسب المواضيع السياسية:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول استخدام الطالب لموقع الشبكة الاجتماعية الفايسبوك في كل جلسة حيث بلغ عدد الأفراد المستخدمين للموقع في كل جلسة أكثر من ساعتين بنسبة 46.7 % بمجموع 28 مفردة ثم تليها الأفراد الذين يستخذون الموقع في ساعتين في كل جلسة بنسبة 33.3% أي مجموع 20 مفردة وفي الأخير تأتي نسبة 20 % من مجموع 12 مفردة من الذين يستخذون الموقع في ساعة ومن خلال هذه المعطيات يتضح لنا الاستخدام الواسع والحجم الساعي الكبير الذي يقضيه المبحوثين في استخدام لهذا الموقع.

جدول رقم 07: يبين المواضيع السياسية التي يتبعها الطالب في موقع الفايسبوك بشكل كبير

المواضيع السياسية	التكرار	النسبة المئوية
أنشطة البرلمان	03	%05
مشاريع التنمية	35	%58.4
الحملات الانتخابية	13	%21.6
أنشطة حزبية	09	%15
المجموع	60	%100



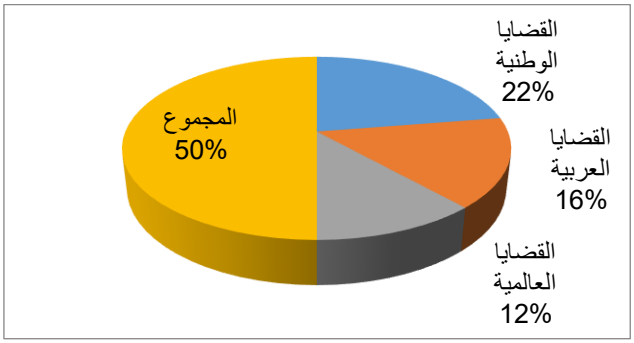
أعمدة تمثيل توزيع أفراد العينة حسب المواضيع السياسية:

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن اغلب المبحوثين يهتمون بالمتابعة المواضيع السياسية المتعلقة بمشاركة التنمية بنسبة 58.4 % بمجموع 35 مفردة في حين تأتي الحملات الانتخابية بنسبة 21.6 % بمجموع 13 ثم تليها أنشطة الحزبية بنسبة 15 % من مجموع 09 في الأخير كأضعف نسبة تأتي أنشطة البرلمان 05 % بمجموع 03 مفردة.

من خلال هذه المعطيات المبينة يفسر لنا اهتمام الطلبة الاعلام والاتصال بمشاريع التنمية الوطنية في ضل الأزمة المالية وانهيار أسعار البترول للنهوض بقطاع بديل، لتليها بعد ذلك الحملات الانتخابية وذلك من خلال التطلعات التي يقوم بها الطلبة أثناء الفترة الانتخابية لمعرفة من هو المرشح الذي يقود البلاد ومن هو لديه قدرة على التغيير لتأتي بعد ذلك الأنشطة الحزبية وذلك لمعرفة توجه كل حزب وما يرمي إليه إصلاحات داخل البلاد اما فيما يخص أنشطة البرلمان فهي نسبة ضعيفة لم تولي اهتمام بين الطلبة.

جدول رقم 08: يبين ما ينشره الطلب في صفحة على موقع الفايسبوك

ما ينشر عبر موقع الفايسبوك	التكرار	النسبة المئوية
القضايا الوطنية	27	%45
القضايا العربية	19	%31.6
القضايا العالمية	14	%23.4
المجموع	60	%100



دائرة نسبية تمثل ما ينشر الطالب على صفة الفايسبوك

من خلال الجدول المبين أعلاه حول ما ينشره المبحوثين في صفحتهم عبر موقع الفايسبوك ، حيث بينت لنا جملة من المعطيات أن القضايا الوطنية هي أكثر ما ينشره الطلبة الاعلام و الاتصال بنسبة 45 % من مجموع 27 مفردة لتليها بعد ذلك القضية العربية بنسبة 31.6 % وفي الأخير تأتي القضايا العالمية بنسبة 23.4 % من مجموع 14 مفردة.

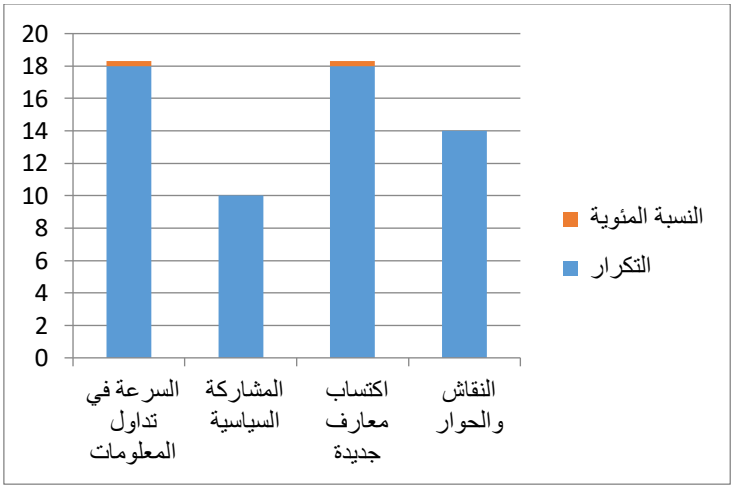
ومن خلال هذه المعطيات المبينة يبرز لنا اهتمام الطلبة بنشر في صفحتهم على موقع الفايسبوك بكل يدور داخل البلاد من تطورات على الصعيد السياسي وهذا مما يؤدي إلى تشكل معرفة ووعي سياسي للطالب الجامعي بقسم الاعلام و الاتصال بكل ما يحدث من تطور لمختلف القضايا السياسية الوطنية.

لتليها بعد ذالك القضايا السياسية العربية وذلك لمعرفة التقلبات التي تحدث في الساحة العربية وخاصة القضية الفلسطينية التي تبقى في أذهان الطلب الجامعي وفي الأخير تأتي القضايا العالمية لمعرفة ماهر جديد ما يدور حول العالم من تطورات على الصعيد السياسي.

نستنتج من خلال هذا أيضا اهتمام الطالب الجامعي بنشر على صفحة مختلف القضايا السياسية مما يساهم في تشكيل وعيه السياسة وتنمية المعرف السياسية لديه.

جدول رقم 09: يبين الإضافات التي يقدمها موقع الفايسبوك للطلب من الناحية السياسية.

الإضافات التي يقدمها الفايسبوك	التكرار	النسبة المئوية
السرعة في تداول المعلومات	18	%30
المشاركة السياسية	10	%16.6
اكتساب معارف جديدة	18	%30
النقاش والحوار	14	%23.4
المجموع	60	%100



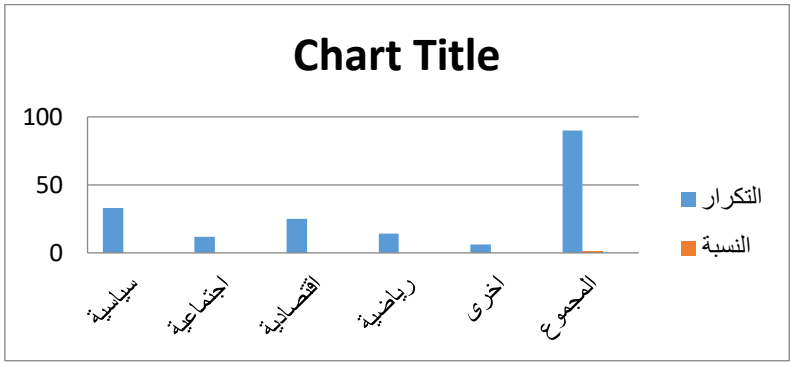
أعمدة بيانية تمثل الإضافات التي يقدمها الفايسبوك للطلاب الجامعي من الناحية السياسية:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول إجابة المبحوثين حول سؤال الإضافات التي يقدمها الفايسبوك للطلبة الاعلام والاتصال من الناحية السياسية حيث أوجدت لنا جملة من المعطيات وهي كالتالي السرعة في تداول المعلومات واكتساب معارف جديدة بنسبة 30% ليتها النقاش والحوار في المواضيع السياسية بنسبة 23.4% في الأخير المشاركة السياسية بنسبة 6.16 % ومن خلال هذه المعطيات تبرز لنا تعدد وجهات النظر بين الطلبة العلوم السياسية حول الإضافات التي يقدمها الفايسبوك من الناحية السياسية وهذا مما يساهم في خلق وعي سياسي للطلب الجامعي عن طريق إمداده بمجموعة من المعارف والمعلومات السياسية التي كونها تطرح مجموعة من الآراء والنقاش التي يشارك فيها الطالب الجامعي كطرف إبداء آراءه وهذا ما يؤذي بطالب الجامعي بقسم العلوم السياسية من تحديد نشاطه السياسي بما فيها المشاركة السياسية باعتبارها أهم الأنشطة.

المحور الثالث: درجة اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية عبر موقع الشبكة الاجتماعية الفايسبوك.

جدول رقم 10: يبين أهم المواضيع التي يهتم بها الطالب الجامعي.

أهم المواضيع	التكرار	النسبة
سياسية	33	%36.7
اجتماعية	12	%13.3
اقتصادية	25	%27.8
رياضية	14	%15.5
اخرى	6	%6.7
المجموع	90	%100

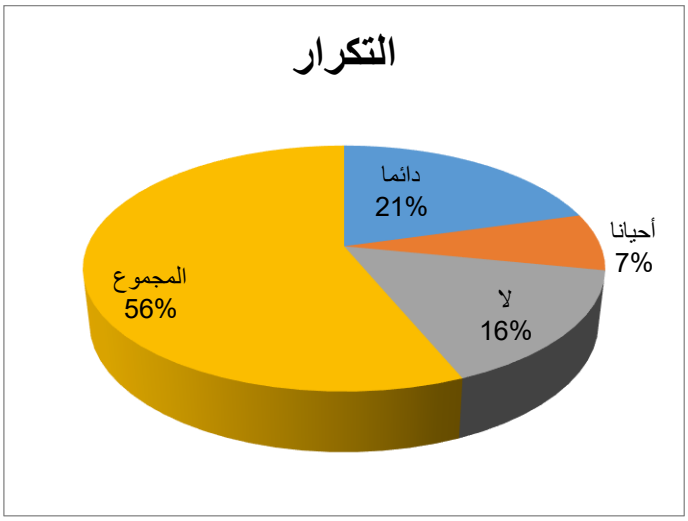


أعمدة بيانية تمثل أهم المواضع التي يهتم بها الطالب الجامعي:

من خلال الجدول المبين والرسم البياني أعلاه نلاحظ أن المواضيع السياسية تأتي في المرتبة الأولى بنسبة 36.7% ثم تليها بعد ذلك المواضيع الاقتصادية بنسبة 27.8 % لتليها بعد ذلك المواضيع الرياضية بنسبة 15.5% ثم تأتي بعد ذلك المواضيع الاجتماعية بنسبة 13.3 % في الأخير تأتي المواضيع الأخرى والمتمثلة في المواضيع الثقافية والفنية بنسبة 7.6 % يتضح لنا من هذه النسب أن أفراد العينة تركز اهتمامهم بالمواضيع السياسية.

جدول رقم 11: يبين اهتمام الطالب الجامعي بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية

اهتمام الطالب الجامعي بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية	التكرار	النسبة المئوية
دائمًا	33	% 36.7
أحيانًا	12	% 13.3
لا	25	% 27.8
المجموع	90	% 100



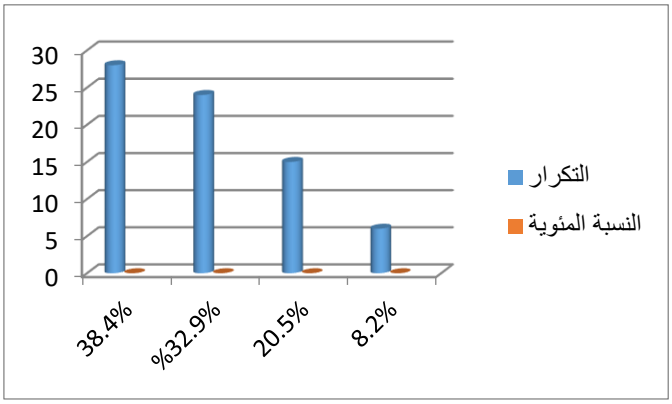
دائرة نسبية تمثل اهتمام المبحوثين بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية:

من خلال الجدول المبين أعلاه والرسم البياني نلاحظ أن نسبة 66.7% أي ما يعادل 40 طالبا من أفراد العينة يهتمون بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية ثم تليها بعد ذلك 25 % أي ما يعادل 15 طالب الذين يهتمون أحيانا بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية في حين أجاب 05 طالبة بنسبة 8.3% لا يهتمون بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية ومن خلال ما طرحه يتبين لنا أن أفراد العينة يهتمون بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية وكل ما هو جديد في ساحة السياسة ليتشكل عندهم معرفة سياسية ووعي سياسي حول الأحداث الحاصلة.

.

جدول رقم 12: يبين أكثر القضايا السياسية التي يهتم بها الطالب الجامعي

القضايا السياسية	التكرار	النسبة المئوية
قضايا وطنية	28	%38.4
قضايا عربية	24	%32.9%
قضايا عالمية	15	%20.5
قضايا إقليمية	06	%8.2
المجموع	73	%100



أعمدة بيانيا أكثر القضايا السياسية التي تهتم بها المبحوثين:

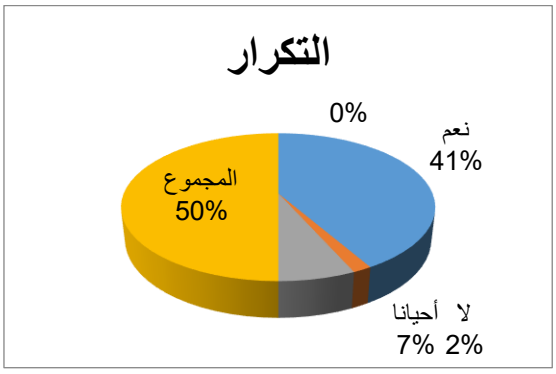
من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن نسبة 38.4% لتليها بعد ذلك القضايا الوطنية لتليها بعد ذلك الذين يهتمون بالقضايا العربية بنسبة 32.9 % لتليها بعد ذلك القضايا العالمية بنسبة 20.5 % في الخير تأتي القضايا الإقليمية بنسبة 8.2%.

ومن خلال هذه النسب المبينة يمكن القول اغلب أفراد العينة يهتمون أكثر بالقضايا الوطنية والعربية وهذا مما يساهم في خلق وعي سياسي لأفراد العينة بالقضايا الوطنية والعربية بالإضافة لتكوين رصيد معلوماتي حول كل القضايا السياسية التي تدور في ساحة الوطنية والعربية.

المحور الرابع: الفايسبوك كمجال للنقاش والحوار السياسي لدى الطالب الجامعي

جدول رقم 13: يبين إسهام الفايسبوك في تبادل الأفكار السياسية للطالب الجامعي مع الآخرين

إسهام الفايسبوك في تبادل الأفكار السياسية	التكرار	النسبة المؤية
نعم	50	%83.3
لا	2	%3.3
أحيانا	8	%13.4
المجموع	60	%100

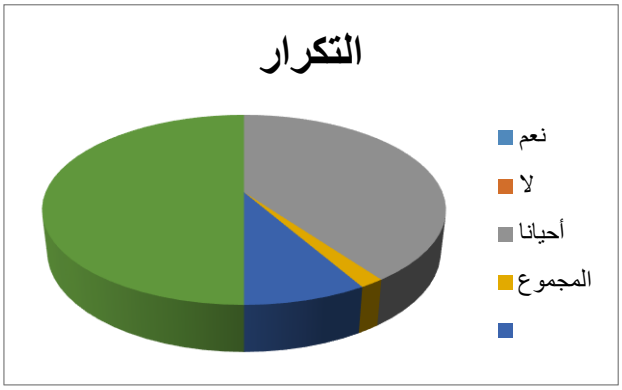


من خلال الجدول المبين أعلاه حول مساهمة الفايسبوك في تبادل الأفكار السياسية مع الآخرين حيث نرى من خلال النتائج ان جل المبحوثين ساهم الفايسبوك في تبادل الأفكار بينهم وذلك بنسبة 83.3% بمجموع 50 مفردة وبالمقابل كانت النسبة أحيانا ب 13.4% بمجموع 8 مفردة في الأخير تأتي نسبة لا ب 3.3 % إي بمجموع 2 مفردة والتي كانت ضعيفة جدا.

من خلال هذه المعطيات المتوصل إليها نستنتج أن موقع الفايسبوك أصبح منبرا لاستبقاء الأخبار وتبادل الأفكار السياسية بين الطلبة كما يساهم في تكوين وتدعيم الثقافات السياسية من خلال تبادل الأفكار السياسية التي تتيح نوعا من التفاعلية فالفرد فيها كما انه مستقبل وقارئ فهو مرسل و كاتب ومشارك والتي تعطيه حيزا للمشاركة الفاعلة، التي تساهم في وزيادة وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة.

جدول رقم 14: يبين إتاحة الفايسبوك مساحة من الحرية في معالجة المواضيع السياسية للطالب الجامعي

الفايسبوك في معالجة المواضيع السياسية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	48	%80
لا	2	%3.4
أحيانا	10	%16.6
المجموع	60	%100

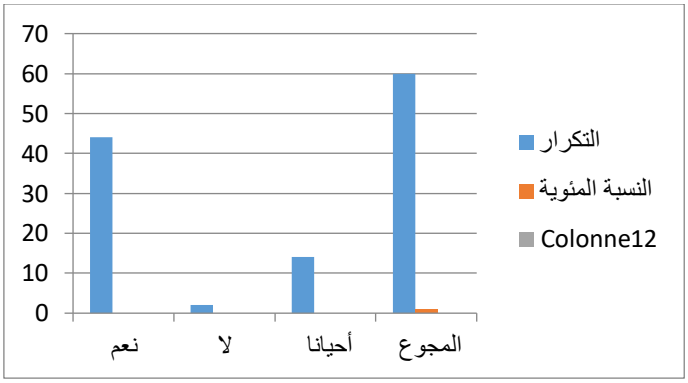


دائرة نسبية تمثل أفراد العينة حول الفايسبوك في معالجة المواضيع السياسية:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول إتاحة موقع الفيسبوك مساحة من الحرية في معالجة المواضيع السياسية للطالب الجامعي نلاحظ ان غالبية المبحوثين كانت إجابتهم ب نعم بنسبة 80 % بتكرار 48 مفردة وهذا ما يفسر لنا المساحة الواسعة التي يمنحها الفاسيبوك في معالجة مختلف المواضيع السياسية التي يقوم فيها المستخدم بالمشاركة السياسية عن طري مختلف إبداء أرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات السياسية كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر المواقع[1] التي تساهم بدورها في زيارة المعرفة السياسية للمبحوثين في حين كانت الإجابة ب لا بنسبة 3.4 % بمجموع 02 مفردات وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالإجابة الأولى.

جدول الرقم 15: يبين الفايسبوك المكان الأنسب لطرح القضايا الراهنة:

الفيسبوك المكان الأنسب لطرح القضايا الراهنة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	%73.3
لا	02	%3.3
أحيانا	14	%23.4
المجوع	60	%100

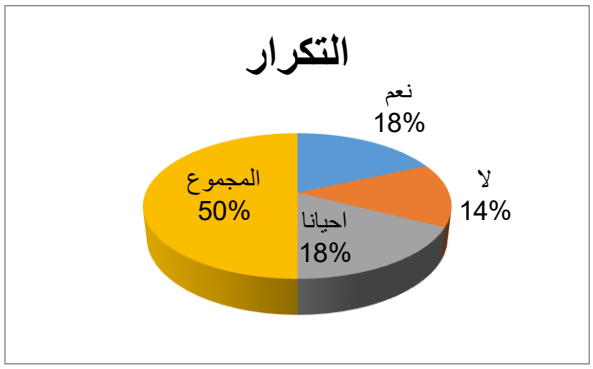


دائرة نسيبة تمثل أسهم الفايسبوك في تبادل الأفكار السياسية لدى المبحوثين:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول إجابة المبحوثين على سؤال أن الفايسبوك المكان المناسب لطرح القضايا الراهنة كانت جل إجابات المبحوثين ب نعم بنسبة 73.3% من مجموع 44 مفردة وهذا ما يفسر أن موقع الفايسبوك المكان الأنسب لطرح مختلف القضايا الراهنة المتعلقة بالرأي العام في حين كانت الإجابة ب أحيانا بنسبة 23.4 % من مجموع 14 مفردة وهذا ما يدلنا إن موقع الفايسبوك لا يعد دائما الموقع الأنسب لطرح القضايا الراهنة في حين كانت الإجابة ب لا بنسبة 3.3 % بمجموع 02 مفردة وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة بالأولى والثانية.

جدول رقم 16: يبين مشاركة الطالب في نشاط او حدث سياسي من الفايسبوك

مشاركة الطالب في نشاط او حدث سياسية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	%36.6
لا	17	28.4%
احيانا	21	%35
المجموع	60	%100



دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد حول مشاركة الطالب في حدث او نشاط سياسي:

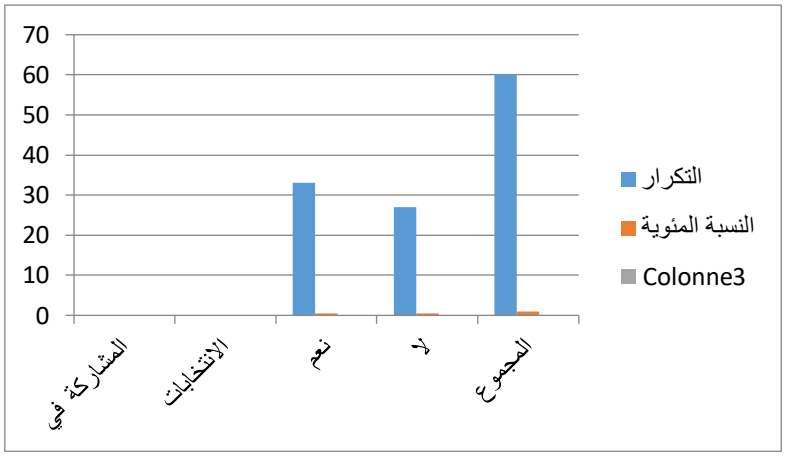
من خلال الجدول المبين أعلاه حول الإجابة على السؤال هل شاركت في نشاط او حدث سياسي من موقع الفايسبوك نلاحظ أن المبحوثين الذين أجابوا ب نعم بنسبة 36.6 % من مجموع 22 مفردة ثم بعد ذلك المبحوثين الذين أجابوا ب أحيانا بنسبة 35% بمجموع 21 مفردة وفي الأخير كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا لا 28.4 % بمجموع 17 مفردة.

من خلال هذه النسب الموضحة نستنتج أن أفراد العينة الذين كانت إجابتهم بنعم على أنهم يهتمون بالأنشطة والأحداث السياسية التي يدعو إليها موقع الفايسبوك وهذا مما يساهم في خلق تصور ووعي حول ما يدور من أحداث سياسية لدى الطلبة.

في حين كانت الإجابة أحيانا وذلك حسب قناعات وتوجهات التي تتناسب مع المبحوثين، وإذ يعتبر الفايسبوك منبرا فتراضي للتعبير وفي الأخير كانت الإجابة ب لا يبرز لنا أن بعض المبحوثين لا يهتمون بالأنشطة أو الأحداث السياسية التي يدعو إليها الموقع.

جدول رقم 17: يبين ما يقدمه الفايسبوك التحفيز في المشاركة في الانتخابات

ما يقدمه الفايسبوكالتحفيز في المشاركة في الانتخابات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	%55
لا	27	%45
المجموع	60	%100



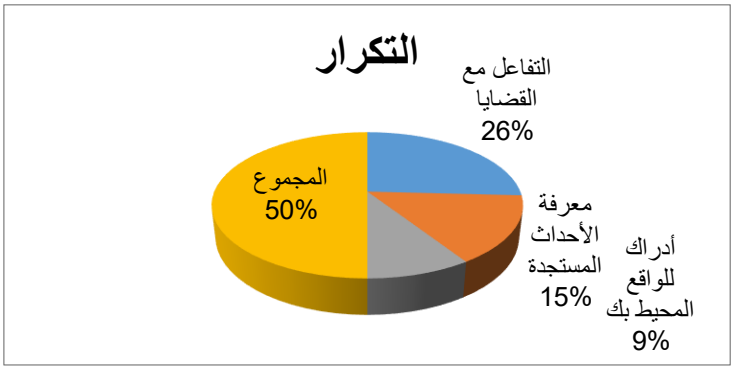
أعمدة بيانية تمثل ما يقدمه الفايسبوك التحفيز في المشاركة في الانتخابات لدى المبحوثين:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول إجابة المبحوثين عن السؤال ما يقدمه الفايسبوك تحفيز في المشاركة في الانتخابات كانت الإجابة ب نعم بنسبة 55 % بمجموع 33 مفردة وهذا دليل على ما يقدمه الفايسبوك من مجريات وأحداث سياسية يشجع أفراد عينة الدراسة على المشاركة في الانتخابات وإبداء رأيهم وصوتهم باعتبار ان موقع الفاسبوك يعطيهم قدرا كافيا من المعلومات السياسية حيث يعد موقع الفاسبوك من أشهر وسائل التفاعل الالكتروني وأكثر إذا شكل هذا الموقع الافتراضي مخرجا تقنيا لعدد كبير من الإشكاليات السياسية 1. وبهذا نستنتج ان موقع الفايسبوك له تأثير كبير في المحافل الانتخابية وفي مقابل ذلك كانت الإجابة ب لا بنسبة 45% بمجموع 27 مفردة وهذا يقودنا أيضا إلى عدم قناعة المبحوثين من تحفيز حول المشاركة في الانتخابات وهذا مما يؤيدي عزوفهم عن الانتخابات.

.

جدول رقم 18: يبين مفهوم الوعي السياسي لدى الطلب الجامعي

مفهوم الوعي السياسي	التكرار	النسبة المئوية
التفاعل مع القضايا	31	51.6%
معرفة الأحداث المستجدة	18	%30
أدراك للواقع المحيط بك	11	%18.4
المجموع	60	%100

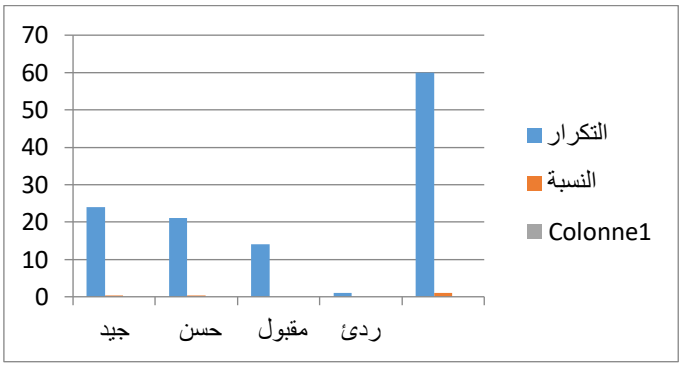


دائرة تمثل مفهوم الوعي السياسي لدى المبحوثين:

من خلال الجدول المبين أعلاه حول مفهومك للوعي السياسي حيث كانت الإجابة التفاعل مع القضايا السياسة بنسبة 51.6% بمجموع 31 مفردة ثم تليها بعد ذلك معرفة الأحداث المستجدة بنسبة 30% من مجموع 18 مفردة ثم بعد ذلك إدراك للواقع المحيط بك بنسبة 18.4 % من مجموع 11 مفردة من خلال المعطيات البارزة في الجدول نرى تعدد النظر للمبحوثين للوعي السياسي الذي يقصده إدراك الفرد للواقع مجتمع ومحيطه الإقليمي والدولي ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به ومعرفة مشكلات العصر المختلفة وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار عالميا ودوليا[1] وان الطلبة يتشكل لديهم الوعي السياسي من خلال التفاعل مع القضايا السياسية.

جدول رقم 19: يمثل تقييم دور موقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي

تقييم دور موقع الفايسبوك	التكرار	النسبة
جيد	24	%40
حسن	21	%35
مقبول	14	%23.3
ردئ	1	%1.7
المجموع	60	100%



أعمدة بيانية تمثل تقييم دور موقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي لدى المبحوثين:

يمثل الجدول تقييم المبحوثين لموقع الفايسبوك حيث تظهر معطيات الجدول نوعا من التباين في أراء المبحوثين حيث ترى نسبة 40% من أفراد العينة أن موقع الفايسبوك هو موقع جيد، في حين يرى مبحوثين آخرين بأنه موقع حسن وذلك بنسبة 35%، وقد جاءت نسبة تعبير المبحوثين عن عبارة مقبول بنسبة 23.3% وبالمقابل نرى نسبة ضعيفة جدا من المبحوثين بأنه موقع رديء بنسبة 1.7 % وعلى العموم فان تقييم المبحوثين لموقع الفايسبوك كان إجابيا الى حد كبير وهو ما أكدته النسب الإحصائية.

جدول رقم 20: يوضح مفهوم الوعي السياسي حسب متغير المستوى والجنس

	الذكور		الإناث		المجموع		أولى جامعي		ثانية جامعي		ليسانس		أولى ماستر		ثانية ماستر		دكتورا		المجموع	
	تكرار		%نسبة		تكرار		%نسبة		تكرار		%نسبة		تكرار		%نسبة		تكرار		%نسبة	
التفاعل مع القضايا السياسية	11	18.3	20	33.3	31	51.6	3	5	4	6.6	3	5	7	11.6	10	16.7	4	6.6	31	51.6
معرفة الأحداث المستجدة	08	13.4	9	15	18	30	5	8.4	4	6.6	3	5	4	6.7	2	3.3	0	0	18	30
إدراك للواقع المحيط بك	7	11.6	5	8.4	11	18.4	0	0	1	1.6	1	1.7	5	8.4	3	5	1	1.7	11	18.4
المجموع	26	43.3	34	56.7	60	100	8	13.4	5	14.8	7	11.7	16	26.8	15	25	5	8.3	15	100

من خلال الجدول المبين نرى أن اغلب أفراد العينة يتبلور عندهم مفهوم الوعي السياسي في التفاعل مع القضايا السياسية وذالك بنسبة 51.6 % منهم 33.3 % إناث و18.3 % ذكور لتليها معرفة الأحداث المستجدة بنسبة 30% منهم 15% إناث و13.4 % ذكور وفي الأخير تأتي إدراك للواقع المحيط بك بنسبة 18.4% منهم 11.6% ذكور و8.4 % إناث أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فنرى أعلى نسبة من طلبة أولى ماستر وثانية ماستر 29.3% يتشكل عندهم مفهوم الوعي السياسي في بالتفاعل مع القضايا السياسية لتليها بعد نسبة 16.6% ليسانس من مستوياته الثلاثة ثم تأتي بعد ذلك نسبة 6.6 % من جميع مستويات طلبة الدكتوراه أما فيما يخص معرفة الأحداث المستجدة فكانت أولى نسبة من طلبة ليسانس من مستوياته الثلاثة ب 20 % لتليها بعد ذلك طلبة المستار (أولى وثانية ماستر) ب 10% إما بالنسبة لطلبة الدكتوراه كانت لا إجابة.

أما فيما يخص إدراك للواقع المحيط بك كانت أول نسبة من طلبة الماستر (أولى وثانية ماستر) بنسبة 13.4% لتليها بعد ذلك طلبة ليسانس بمستوياته الثلاثة 3.3 % وفي الأخير تأتي نسبة طلبة الدكتوراه ب 1.7.%

من خلال هذه المعطيات يتبين لنا أن أغلبية الطلبة يتشكل لديهم مفهوم الوعي السياسي أكثر من خلال التفاعل مع القضايا السياسية كونها تطرح مجموعة كبيرة من الآراء السياسية مما يؤثرا بالغافي ممارسة حرية الرأي وحرية التعبير وتحقيق وظيفة التعبير عن المصالح . التي يتفاعل معها الطالب الجامعي مما يخلق لديه وعي سياسي.

جدول رقم 21: يوضح الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الفايسبوك حسب متغير الجنس

	ماهي الفترة الزمنية التي يستخدم فيها الفيسبوك				المجموع	
	ذكور		إناث			
	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة	تكرار	النسبة
صباحا	3	%05	3	05%	06	10%
مساء	7	10%	17	30%	22	36.7%
ليلا	16	28.4%	13	21.6%	32	53.3%
المجموع	26	43.4%	34	56.6%	60	100%

يوضح الجدول رقم 21 المبين أعلاه الفترة الزمنية المفضلة لدى المبحوثين حسب متغير الجنس إذ نلاحظ فئة الذكور متصدرة على الإناث في الفترة الليلية بنسبة 28.4% بتكرار 16 مفردة في حين نسبة الإناث 21.6% بتكرار 13 مفردة من النسبة الكلية 53.3% أما فيما يخص الفترة المسائية فنلاحظ تصدر الإناث بنسبة 30% بتكرار 17 مفردة على الذكور بنسبة 10% بتكرار 07 مفردة في المقابل تساوي كلا الجنسين في الفترة الصباحية الذكور بنسبة 05 والإناث بنسبة 05% بتكرار 03 مفردة وهي نسبة ضعيفة جدا.

جدول رقم 22: المواضيع السياسية المتابعة لدى المبحوثين عبر موقع الفايسبوك بشكل كبير حسب متغير الجنس والمستوى الجامعي.

	الجنس						المستوى التعليمي									
	الذكور		الإناث		المجموع		والي جامعي		ثانية جامعي		ليسانس	أولى	ثانية	دكتورا	المجموع	
	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%	تكرار	نسبة%
مشاريع التنمية	19	31.6%	35	58.4%	04	6.6%	07	6.7%	09	11.7%	10	%16.7	01	1.7%	35	58.4%
أنشطة البرلمان	01	%1.6	03	05%	0	0%	0	0%	0	0%	01	1.7%	02	3.3%	3	5%
الحملات الانتخابية	03	5	13	21.6	2	3.3	2	1.7	01	3.3	2	33.	01	1.7	13	21.6
أنشطة حزبية	3	%05	09	%15	3	%05	01	%0	03	%1.7	01	%1.7	01	1.6%	09	%15
المجموع	26	43.2%	60	%56.5	09	%14.9	09	8.4%	17	16.7%	14	23.4%	05	%8.3	60	100%

من خلال الجدول المبين أعلاه حول المواضيع السياسية المتابعة عبر موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس حيث تأتي في المرتبة الأولى مشاريع التنمية والتي يتصدر فيها الذكور بنسبة 31.6% بتكرار 19 مفردة مقابل الإناث بنسبة 23.6 % بتكرار 16 مفردة لتليها بعد ذالك الحملات الانتخابية الإناث في المرتبة الأولى بنسبة 16.6 % بتكرار مفردة والذكور بنسبة 05% بتكرار 03 مفردة وفي الأخير تأتي أنشطة البرلمان وهي نسبة ضعيفة من كلا الجنسيين الإناث بنسبة 3.3% بتكرار 02 مفردة مقابل الذكور بنسبة 1.6% بتكرار 01 مفردة.

أما بالنسبة لمتغير المستوى الجامعي فنرى أن أعلى نسبة من طلبة الثانية الماستر بنسبة 16.7% لتليها طلبة أولى ماستر بنسبة 15% بالمقابل طلبة ليسانس 11.7% وبنسب متقاربة بين طلبة ثانية جامعي وأولى ماستر بنسبة 15% بالمقابل طلبة ثانية جامعي و أولى جامعي بنسبة 6.7 % و6.6% وفي الأخير تأتي نسبة طالبة الدكتوراه من جميع مستوياتها ب 1.7 % هذا فيها يخص مواضيع مشاريع التنمية أما لموضوع الحملات الانتخابية فقد بلغت أعلى نسبة لدى طلبة أولى ماستر وتقدر ثم تأتي بعد ذلك مشاريع التنمية حيث تساوي كل من طلبة أولى ماستر وأولى جامعي بنسبة 05% بالمقابل أيضا تساوي كل من طلبة الدكتوراه وثانية ماستر وليسانس بنسبة

1.7% وفي الأخير كانت لا إجابة بالنسبة لطلبة ثانية جامعي بنسبة 0% في الأخير تأتي أنشطة الحكومة والتي يتصدر فيها طلبة الدكتوراه بنسبة 3. % 3 وطلبة ثانية ماستر 1.7% وبالنسبة للمستويات الأخرى لا إجابة 0%.

يمكن تفسير هذه النتائج باهتمام الذكور على الإناث بمشاريع التنمية في حين يهتم الإناث على الذكور في الحملات الانتخابية والأنشطة الحزبية وهذا مما يؤدي إلى العزوف الانتخابي لذكور أكثر من الإناث نتيجة لقلة اهتمام الذكور بمتابع الحملات الانتخابية والأنشطة الحزبية مقارنة بالإناث في حين أنشطة البرلمان فهي ضعيفة المتابعة من كلا الجنسين.

ويدل كذلك على تنوع المواضيع السياسية التي ينشرها موقع الفايسبوك بين الطلبة فيها يخص بلادهم.

وهذا مما يؤدي الى تحصيل معرفة سياسية لدى الطلبة.

جدول رقم 23: يبين ما ينشره المبحوثين على موقع الفايسبوك في صفحتهم حسب متغير الجنس

	ماينشرالمبحوثين على مواقع الفايسبوك في صفحتهم						**المجموع**	
	قضايا وطنية		**قضايا عربية**		**قضايا عالميا**			
	ت	**%**	**ت**	**%**	**ت**	**%**	**ت**	**%**
ذكر	**16**	**26.6**	**5**	**8.3**	**5**	**8.3**	**26**	**%42.2**
انثى	**11**	**18.4**	**16**	**23.3**	**0**	**11.6**	**34**	**%56.8**
المجموع	**27**	**45**	**21**	**31.6**	**12**	**23.4**	**60**	**%100**

من خلال الجدول المبين أعلاه حول ما ينشره المبحوثين على موقع الفايسبوك في صفحتهم حسب متغير الجنس نرى تصدر فئة الذكور بنسبة 26.6% مقارنة بالإناث بنسبة 18.4% وهذا راجع لكون فئة الذكور أكثر انجذابا للشأن المحلي سواء على الصعيد الاقتصادي آو الأمني ، فالأحداث الاقتصادية يمكن أن يكون لها تأثير أجابي أو سلب ساو الجبهة الاجتماعية وبالتالي فان جنس الذكور يهتموا بمتابعة كل مستجدات الساحة الوطنية نظرا لكونه المتأثر الأول بما يحدث أما فيها يخص القضايا العربية فإن هذه الأخيرة لقد اهتمام الإناث بنسبة 23.3% أكثر من الذكور بنسبة 8.3% وهذا يفسر لنا انجذاب الإناث نحو القضايا العربية خاصة منها الأزمة السورية (قضية الطفل ايلان) الذي عرفت تعاطف الإناث مع هذه القضية عبر موقع الفايسبوك وفي الأخير تأتي القضايا العالمية الإناث بنسبة 11.6% و الذكور بنسبة 8.3 % . نستنتج من

خلال هذه النتائج المتواصل إليها على تنوع توجهات فكرية السياسية للطلبة حسب اهتماماتهم السياسية وهذا مما يؤدي إلى تكوين وعي سياسي لدى الطلبة على الصعيد المحلي والعربي والعالمي وبمختلف القضايا السياسية.

جدول رقم 24: يبين ما يحفزه موقع الفايسبوك المشاركة في الانتخابات حسب متغير الجنس

	هل يحفزك موقع الفايسبوك المشاركة الانتخابات؟					
	نعم		لا			
	ت	%	ت	%	ت	%
ذكر	08	13.3	18	30	26	43.3
انثى	25	41.6	09	15	34	56.9
المجموع	33	55	27	45	60	100

من خلال الجدول المبين اعلاه ما يحفزه موقع الفايسبوك المشاركة في الانتخابات حسب متغير الجنس نلاحظ ان فئة الإناث أكثر تحفيز المشاركة في الانتخبات بنسبة 46.6% في المقابل نجد فئة الذكور بنسبة 13.3% وهذا راجع الى الاهتمام الشديد من فئة الإناث بكل المجريات والاحداث التي ينشرها موقع الفايسبوك حول الانتخابات مما يؤدي بهم الى تكوين وعي سياسي لهم وهذا مما يؤول لنا الى العزوف الانتخابي لدى فئة الذكور أكثر من فئة الإناث من خلال نسبة الإجابة ب لا الذكور بنسبة 30% والإناث بنسبة 15%.

استنتاجات الدراسة:

- بينت الدراسة أن نسبة 60% بلغت أعمارهم من 19-24 عاما، ونسبة 30% بلغت أعمارهم من 25-30 عاما أما أكثر من 31 عاما فهي 10% نستدل من هذه النتائج ان اغلب الطلبة يهتمون بمواكبة التطورات الحاصلة على الساحة السياسية والإعلامية ولديها نشاط حيوي تجاه العمل السياسي.
- شملت الدراسة أن اغلب مستويات الدراسة في قسم الاعلام والاتصال طلبة ليسانس بمستوياته الثلاثة بنسبة 39.9% وطلبة الماستر بنسبة 51.8% وطلبة الدكتوراه بجميع مستوياته بنسبة 8.3% وهذا يفسر لنا أعطاء تصور واضح حول تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الاعلام و الاتصال من جميع مستوياتها.
- كشفت الدراسة ن اغلب الطلبة يهتمون بالمواضيع السياسية بالدرجة الاولى وذلك بنسبة 36.7% وهذا مما يفسر إلى تشكيل وعي سياسي من خلال هذا الاهتمام لتليها بعد ذلك المواضيع الاقتصادية بنسبة 27.8 %دليل على وجود علاقة بين المواضيع السياسية والاقتصادية لتليها بعد ذلك المواضيع الرياضية بنسبة 15.5% والاجتماعية بنسبة 13.3% وأخرى المتمثلة في المواضيع الفنية بنسبة 6.7%.
- أظهرت نتائج الدراسة أن اغلب أفراد العينة يهتمون بالتطورات الحاصلة في الساحة السياسية وذلك بنسبة 66.7% بالمقابل كانت الإجابة باحيانا بنسبة 25% نستبدل من خلال هذه النتائج على اهتمام الطلبة بمتابعة التطورات الحاصلة مما يهمهم الفرد في اكتساب معلومات في ميدان السياسي ما يسمح له بتشكيل كم معرفي ثقافي سياسة.
- كشفت الدراسة أن أكثر القضايا متابعة لدى طلبة قسم الاعلام و الاتصال هي قضايا الوطنية بنسبة 38.4% بالمقابل القضايا العربية بنسبة 32.9% والعالمية بنسبة 20.5% وأخير الإقليمية بنسبة 8.2%.
- نستبدل من هذه النتائج تعدد وتنوع اهتمام الطلبة بمتابعة مختلف القضايا السياسية على الصعيد الداخلي والخارجي مما يؤد الى تشكيل وعي سياسي حول هذه القضايا.
- توصلت نتائج الدراسة الى ان أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلا بين الطلبة هو موقع الفايسبوك بنسبة 70% وهذا مما يؤكد لنا الانتشار الواسع لهذا الموقع والخصائص التي يتمتع بالإضافة الى سهولة الاستخدام بين الطلبية وما يحققه من تفاعلية ومشاركة فعالة بين المستخدمين على غرار المواقع الاخرى وبالمقابل كانت النسبة لموقع تويترويوتوب 13.3% وموقع فيلكر بنسبة 3.4%.
- اظهرت الدراسة أن اغلب الطلبة يستخدمون موقع الفايسبوك في الفترة الليلية بنسبة 3.53% والفترة المسائية بنسبة 36.7% في حين كانت الفترة الصباحية ضعيفة بنسبة 10% نستدل من هذه النتائج ان الفترة الليلية والمسائية هي فترة راحة حيث يستخدم فيها الطلبة الفايسبوك أكثر من الفترة الصباحية التي فيها دراسة كما نستدل تصدر الإناث في الفترة المسائية والذكور في الفترة الليلية في حين تساوي كلا الجنسين في الفترة الصباحية.
- بينت الدراسة أن اغلب الطلبة يقضون حجم ساعي كبير في استخدامهم لهذا الموقع في كل جلسة وذلك بنسبة أكثر من ساعتين ب بنسبة 46.7% وساعتين بنسبة 33.3% وساعة بنسبة 20 وهذا مما يعطيهم قادر كافيا من المعلومات السياسية.

- كشفت الدراسة إلى أن المواضيع أكثر متابعة في الجزائر عبر موقع الفايسبوك لدى الطلبة هي مشاريع التنمية بنسبة 58.4% والحملات الانتخابية بنسبة 21.6% والأنشطة الحزبية 15% وأخير أنشطة البرلمان بنسبة 05% كما نستدل على تصدر الذكور على الإناث في مشاريع التنمية وتصدر طلبة الماستر على المستويات الأخرى.
- بينت الدراسة إنما ينشره الطلبة في صفحتهم يعود الى قضايا الوطنية بنسبة 45% والعربية ب 31.6% والعالمية ب 23.4% نستنتج من خلال هذا النتائج اهتمام الطالب الجامعي بنشر على صفحته مختلف القضايا السياسية مما يساهم في تشكيل وعيه السياسي وتنمية المعارف السياسي لديه.
- أظهرت الدراسة على تنوع الإضافات التي يقدمها الفايسبوك للطلبة من الناحية السياسية، السرعة في تداول المعلومات السياسية واكتساب معارف جديدة ب 30%، والنقاش والحوار ب 23.4% والمشاركة السياسية ب 16.6%.
- كشفت الدراسة أن موقع الفايسبوك ساهم في تبدل الأفكار بين الطلبة من خلال معالجة المواضيع السياسية وذلك بنسبة 83.3% نستنتج من خلال هذا ان موقع الفايسبوك أصبح منبرا لاستبقاء الأخبار وتبادل الأفكار السياسية بين الطلبة كما ساهم في تكوين وتدعيم وتغير الثقافات السياسية من خلال تبادل الأفكار السياسية التي تتيح نوعا من التفاعلية لطلب الجامعي.
- أظهرت النتائج أن الفايسبوك له تأثير بين أوساط الطلبة في المحافل الانتخابية وذلك من خلال التحفيز في المشاركة في الانتخابات والتي قدرة بنسبة 55% وهذا مما يخلق لديهم تشكيل رأي سياسي.
- بينت الدراسة مشاركة الطلبة في نشاط وحدث سياسي من قبل الفايسبوك وذلك بنسبة ب 6.36%.
- كشفت نتائج الدراسة تعدد وجهات النظر حول مفهوم الوعي السياسي لدى الطلبة، تفاعل مع القضايا السياسية ب 51.6% ومعرفة الأحداث المستجدة ب 30% إدراك للواقع السياسي ب 18.4%.
- أظهرت نتائج الدراسة تقييم الطلبة لموقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي كان إيجابيا الى حد كبير وهو ما أكدته النسب الإحصائية.

خـــاتـــمـــة

خـــــــاتمة

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي غير من معطيات الاتصال كليا وأصبح المتلقي فاعلا في جل مجالات الحياة مع إمكانية إنتاج الرسائل الإعلامية وبثها وتوزيعها وإشراك الآخرين في التعليق عليها وإضافة ما هو مناسب حيث تعددت خدمات هذه المواقع في المجال الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والسياسي فأصبحت قضايا الأمة تناقش بكل حرية وديمقراطية كما لعبة دورا رئيسيا ومهما في إعطاء المواطن فرصة ليكون فاعلا في إبداء آراءه وتوجهاته في مختلف القضايا وذلك في كون مواقع التواصل الاجتماعي أصبح قوى مؤثرة في توجيه الرأي العام وأصبحت ميدانا يلتقي فيه جمهور واسعا من مختلف شرائح المجتمع ذات تنوع حضاري وثقافي ، ولعل من ابرز هذه المواقع الفايسبوك الذي يتيح مساحة من الحرية في التعبير عن الآراء والتوجهات السياسية التي تسعى في نشر معرفة سياسية مما يساهم في زيادة درجة الوعي السياسي لدى الشباب ، ولقد سعينا من خلال دراستنا هذه التي تناولنا فيها موضوع تشكيل الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك بين أوساط الطلبة الجامعيين وهذا من خلال التعرف على درجة اهتمام الطلبة بجامعة مستغانم على القضايا السياسية ، وهذا سيقودنا بالضرورة الى الكشف عن أهمية موقع الفايسبوك في الحصول عن المعرفة السياسية ، وبالتالي الوقوف عن كثب حول مدى اعتماد الطالب الجامعي على مواقع الفيسبوك كمصدر لتكوين الرأي السياسي ،وعلى ضوء ما تقدم من معطيات تحليل الجدول فإن الطالب الجامعي تثيره جملة من الاهتمامات التعدد والمتنوعة في متابع المواضيع السياسية على الصعيدين الداخلي والخارجي ، مما أدى إلى تشكيل وعي سياسي حول هذه القضايا أضف إلى ذالك فإن أهمية موقع الفايسبوك تظهر جليا في الحصول على المعارف السياسية التي ساهمت في تكوين راي سياسي من خلال تبادل هذه الأفكار السياسية التي تتيح نوع من التفاعلية للطلب الجامعي ، فمواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع الفايسبوك أصبحت ذات بعد سياسي تمكن الطالب الجامعي من تكوين وعي معرفي يمكنه من مجارات كل ما يستجد على الساحة السياسية ، وعليها فان موقع الفيسبوك يبقى من بين وسائل الإعلام الجديد التي تلعب دورا محوريا في وقتنا الحاضر في تشكيل الوعي السياسي.

قائمةالمراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1- ماهر عرفات، الاثر الاجتماعي والتعليمي من استخدام الشبكات الاجتماعية، الفيسبوك على طلاب كلية تكنولوجيا المعلومات في جامعة النجاح الوطني ،2001.

2- شافا فرانكفورت ناشيما، دافيد ناشيماز ترجمة ليلي الطويل، طرائف البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، بترا للنشر والتوزيع ،2004.

3- طه عبد المعطي نجم، علم اجتماع المعرفة، دراسة في مقولة الوعي والا يدولوجيا، ط2 دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2004.

4- زيان عمر محمد، البحث العالمي مناهجه وتقنياته، ط 4، دار الشروق، جدة، 1983.

5- صلاح الدين شاروخ، منهجية العلوم الاجتماعية، دار العلوم (عنابة –الجزائر) ،2003.

6- محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي اسسه وطريقة كتابة، ط1، المكتبة الاكاديمية القاهرة، 1992.

7- موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعو، منهجية البحث العالمي في العلوم الإنسانية دار القصبة للنشر، الجزائر ،2006.

8- عبد الله محمد الشريف، مناهج البحث العالمي، مكتبة الإشعار للنشر والتوزيع، جامعة الفاتح ليبيا، 1996، ط1.

9- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل لطباعة والنشر، الأردن، 1999.

10- محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية

11- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتاب، القاهرة، 1993.

12- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2010.

13- كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، التطور –الخصائص – النظريات، دار الميسرة للنشر، عمان، الأردن ط145، 2011.

14- بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتب، القاهرة ،2008.

15- الالعسا صالح محمد، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، العيكان ،1995.

16- عبيدات ذوقان عدس عبد الرحمان وعبد الخالق كايد، البحث العلمي، مفهومه، أدواته، أساليبه، عمان، دار الفكر، 2001.

17- فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفايسبوك، دار العربي، القاهرة، 2011.

18- عباس مصطفى الصادق، الإعلام الجديد، دراسة في مداخه النظرية وخصائصه العامة، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال ،2011.

19- طار حسن ابو زيد دور المواقع الاجتماعية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية دراسة ميدانية، قدمت هذه الأطروحة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، سبتمبر2012.

20- حنان العلوي، دور المدرسة في تنمية الوعي الأساسي لطلب التعليم الثانوي العام بمحافظة غزة، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، برامج الدراسات العليا المشاركة لجامعة عين الشمس، كلية التربية، جمهورية مصر العربية وجامعة الأقصى، كلية العلوم التربوية، فلسطين غزة ،2005

المجلات والدوريات:

21- مريم نريمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية دراسة على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر 2011-2012.

22- ابتسام زوبيري ومارية الاعوار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أنموذجا دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال مذكرة تخرج لنيل شهادة ال ماستر2014.2015 .

23- كييحل فتيحة، الأعلام الجديد في نشر الوعي البيئي، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفايسبوك أنمونجا ،2012،2011.

24- كمال المنوفي، الثقافة السياسية المتغيرة في القرية المصرية، مجلة السياسية الدولية، العدد 234، مركز الأهرام للدراسة السياسية والإستراتجية، القاهرة، 1979.

25- راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، جامعة عمان الأهلية، عمان 2003.

26- فضيل دليو واخرون، الجامعة تنظيمها وهيكلتها، مجلة الباحث الاجتماعي، جامعة قسنطينة، العدد الأول، 1995.

27- سعيد إسماعيل علي، أصداء العولمة سفينة نوح (عليه السلام) مجلة العربي (شهرية) مطابع الشروق، القاهرة، العدد 510، ماي، 2001.

28- قندوز عبد القادر، مداخلة حول دور الأعلام الجديد في ترسيخ الديمقراطية، ورقة مقدمة في الملتقى الوطني الأول الأعلام والديمقراطية بقيم العلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقة، 12-13 ديسمبر 2012.

29- نادية بن ورقلة محاضرات حول دور شبكات التواصل الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر.

الملاحق

1- الجنس: ذكر انثى

2- السن: 19-24 25-30 سنة 30 سنة فما فوق

3- المستوى الجامعي: ليسانس ماستر دكتورا

المحور الثاني: استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في تحصيل المعرفة السياسية؟

4- ما مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لديك؟

فايسبوك تويتر يوتيوب فليكر

5- ما هي الفترة الزمنية التي تستخدم فيها الفايسبوك؟

صباحا مساءا ليلا

6- كم عدد الساعات التي تقضيها في استخدامك لهذه المواقع في كل جلسة؟

ساعة ساعتين أكثر من ساعتين

7- ما هي المواضيع السياسية التي تتابعها في موقع الفايسبوك بشكل كبير؟

أنشطة البرلمان

مشاريع التنمية

الحملات الانتخابية

أنشطة حزبية

8- هل ما تنشره في صفحة على مواقع الفايسبوك يعود إلى:

القضايا الوطنية

القضايا العربية ☐

القضية العالمية ☐

أخرى اذكرها.....

9- ما هي الإضافات التي قدمها لك موقع الفايسبوك من الناحية السياسية؟

السرعة في تداول المعلومات ☐

المشاركة السياسية ☐

اكتساب معارف جديدة ☐

النقاش والحوار ☐

المحور الثالث: درجة اهتمام الطالب الجامعي بالقضايا السياسية عبر موقع الشبكة الاجتماعية الفايسبوك

4-ماهي تهتم اهم المواضيع التي تهتم بها؟

سياسية ☐ اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ ثقافية ☐ رياضية ☐

أخرى.....

5-هل تهتم بالتطورات الحاصلة في الأحداث السياسية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ لا ☐

6-ما أكثر القضايا السياسية التي تهتم بها؟

☐ ☐ ☐ ☐

قضايا وطنية قضايا عربية قضايا عالمية قضايا إقليمي

المحور الرابع: موقع الفايسبوك مجال لتكوين الرأي السياسي

7-في وجهة نظرك هل ساهم موقع الفايسبوك في تبادل الأفكار السياسية لديك مع الآخرين؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

8- هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي البديل لنقد سياسية الحكومة ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

9- هل ترى ان موقع الفيسبوك المكان الانسب لطرح القضايا الراهنة ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

10- هل شاركت في نشاط او حدث سياسي دعيت إليه من قبل الفايسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

11- هل يحفزك ما قدمه لك هذا الموقع في المشاركة في الانتخابات (التصويت) ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

12-ما مفهوم الوعي السياسي لديك ؟

التفاعل مع القضايا السياسية ☐

معرفة الأحداث المستجدة ☐

إدراك للواقع المحيط بك ☐

13- ما هو تقييمك لموقع الفايسبوك ؟

☐

جيد

حسن ☐

مقبول ☐

ردئ ☐