

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عمار ثليجي \_ الأغواط \_

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع والديمغرافيا



الموضوع:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية  
لدى طلبة الجامعة

دراسة ميدانية لعينة من طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة عمار ثليجي بالأغواط - الجزائر -

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص "اتصال"

تحت إشراف الأستاذ :

د/ بداوي عبد القادر

من إعداد الطلبة:

- بلحبيب عبد القادر

- عياط سعد

السنة الجامعية : 2024/2023

# الشكر

نشكر المولى عز وجل الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل وألهمنا القوة  
والعزيمة لمواجهة التحديات وتخطي العقبات .

كما لا يفوتنا أن نتقدم بكل عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف

" الدكتور بداوي عبد القادر "

على الاشراف والتوجيه والنصح طيلة فترة البحث

كما أننا نشكر أساتذتنا الأفاضل الذين درسونا وساعدونا في انجاز البحث

# الإهداء

الحمد لله تعالى وصلى الله وسلم على سيدنا محمد واله وبعد :

اهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى:

من قال فيه الشاعر إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار... الذي لم يتهاون يوما في  
توفير سبيل الخير والسعادة لي..."

"أبي الموقر "

إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ، ووقَّرها في كتابه العزيز..."

"أمي العزيزة "

إلى أسرتي الصغيرة زوجي الغالية شريكة حياتي وأبنائي الأعتزاء "محمد-عبدالرحمان-

نذير" أهدي لهم ثمرة جهدي هذا المتواضع

إلى من أعتمد عليهم في كل كبيرة وصغيرة... "إخواني وأخواتي "

إلى أصدقائي ومعارفي الذين أحبهم جميعا بدون استثناء .

عبد القادر



# إهداء

بدأ بأكثر من يد وقسينا أكثر من هم ها نحن اليوم والحمد لله نطوي سهر ليلي وتعب الأيام  
وخلاصة مشورانا بين دفتي هذا العمل المتواضع إلى منارة العلم والايمان الأمة المصطفى سيدنا

محمد صلى اله عليه وسلم

إلى ينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكمت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى أمي

العزيزة

إلى من سعى وشقى الأنعام بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح

الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي العزيز

أهدي هذا العمل إلى زوجتي العزيزة وإلى ابني "محمد" وبناتي العزيزات " ايمان " هديل "

إلى من حبهما يجري في قلبي ويلهف بذكرهم فؤادي إلى إخواتي وأخواتي

إلى أصدقائي الذين تسكن صوره وأصواتهم أجمل اللحظات والأيام التي عشناها

إلى كل من أنسوني في دراستي وشاركوني همومي إلى من أخذت بيدي ورسمت الأمل في

كل خطوة مشيناها سويا ونحن نشق طريق معا نحو النجاح والابداع

إلى كل الأهل والأقارب

سعد

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعة "طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة عمار تليجي بالأغواط" ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، ولقد تم استعمال الاستبيان الورقي وتم توزيعه على عينة ممثلة لمجتمع البحث قدرت 40 طالب جامعي موزع بين ذكور واناث (25 طالبة و15 طالب) تم تقسيم استبيان إلى ثلاث محاور.

المحور الأول " توجه شبكات التواصل الاجتماعي طلبة نحو المشاركة السياسية" .

المحور الثاني: " هناك دوافع لاستخدام طلبة السنة أولى ماستر لشبكات التواصل الاجتماعي".

المحور الثالث: " لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات على السلوك الانتخابي لدى الطالب".

ومن أهم النتائج المتحصل عليها أن شبكات التواصل الاجتماعي لا تحفز كثيرا الطلبة نحو المشاركة السياسية.

كما أن هناك دوافع لاستخدام طلبة السنة أولى علم ماستر علم الاجتماع.

كما أن لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات على السلوك الانتخابي لدى الطالب

# الفهرس

الصفحة	قائمة المحتويات
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة</b>	
4	أولاً: الاطار المنهجي
4	1-الاشكالية
5	2- فرضيات الدراسة
5	3- أهمية الدراسة وأهدافها
6	4-أسباب اختيار الموضوع
7	5-تحديد المفاهيم الدراسة
10	6-الدراسات السابقة
15	ثانياً: الاجراءات الميدانية
15	1-مجتمع البحث وعينة الدراسة
16	2-منهج الدراسة
17	3-مجالات الدراسة
17	4-أدوات الدراسة
<b>الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
20	تمهيد
21	أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي مفهومها ونشأتها
21	1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
22	2-نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها
24	ثانياً: مكونات شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها
24	1-مكونات شبكات التواصل الاجتماعي
25	2-خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
27	ثالثاً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي
27	1-الفاسبوك

35	2- موقع لينكد إن linkedin:
36	3- تويتر (twiter)
37	4- الانستغرام (INSTAGRAM):
38	5- مايسبيس (Myspace)
40	رابعا: ايجابيات ومخاطر التواصل الاجتماعي
40	1- الايجابيات التواصل الاجتماعي
41	2- مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي
44	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: المشاركة السياسية</b>	
46	تمهيد
47	أولا: المشاركة السياسية
47	1- مفهوم المشاركة السياسية
48	2- أهمية المشاركة السياسية
48	3- أهداف المشاركة السياسية
50	ثانيا: خصائص وخطوات المشاركة السياسية
50	1- خصائص المشاركة السياسية
52	2- خطوات المشاركة السياسية
53	ثالثا: أشكال ومستويات المشاركة السياسية
53	1- أشكال المشاركة السياسية
54	2- مستويات المشاركة السياسية
56	رابعا: آليات ومعوقات المشاركة السياسية
56	1- آليات المشاركة السياسية
58	2- معوقات المشاركة السياسية
60	خلاصة الفصل
<b>الفصل الرابع: الجانب التطبيقي</b>	
62	تمهيد

## الفهرس

63	أولاً: تحليل النتائج
80	ثانياً: أهم النتائج
81	خلاصة الفصل
84	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

# قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع العينة حسب الجنس	63
02	توزيع العينة حسب السن:	63
03	توزيع العينة حسب الانتماء السياسي أو الحزبي من عدمه	64
04	الاهتمام بالقضايا السياسية من طرف العينة حسب الجنس	64
05	أكثر الوسائل المعتمدة في اثناء المعلومات السياسية لعناصر العينة	65
06	توزيع العينة حسب سبب تفضيلها لوسائل التواصل الاجتماعي	66
07	توزيع العينة حسب المدة الزمنية المقضية في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي يوميا	67
08	كيفية الاطلاع على المواضيع السياسية من طرف العينة حسب الانتماء لحزب سياسي من عدمه	68
09	مدى تعويض وسائل التواصل الاجتماعي للإعلام التقليدي في زيادة المعرفة السياسية حسب سبب تفضيلها	69
10	توزيع العينة حسب سبب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي	70
11	مظاهر المشاركة السياسية المستوحاة من شبكات التواصل الاجتماعي من طرف العينة حسب الانتماء لحزب سياسي من عدمه	71
12	مساهمة شبكات التواصل في تنمية الثقافة السياسية حسب مدة استخدامها	72
13	أهم المواضيع السياسية المفضلة حسب سبب تفضيل شبكات التواصل الاجتماعي	73
14	ترتيب المواضيع السياسية على شبكات التواصل حسب اهتمام أفراد العينة	74
15	مدى اعتقاد عناصر العينة بفعالية الشبكات الاجتماعية في حشد وتعبئة الجماهير حسب كيفية اطلاعهم على المواضيع السياسية	75
16	اعتقاد أفراد العينة بأن قنوات التواصل وسيلة قوية لدفع الأفراد لحضور تجمع أو نشاط انتخابي	77
17	مستوى فاعلية الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل حسب سبب مدى مساهمتها في تنمية الثقافة السياسية	78
18	مشاركة عناصر العينة في أنشطة أو أحداث سياسية حسب كيفية اطلاعهم على المواضيع السياسية	79

# مقدمة

## مقدمة:

يعرف العالم ثورة تكنولوجية هائلة شملت جميع مجالات الحياة خاصة في مجال الاعلام والاتصال الذي عرف تطور كبير في الآونة الأخيرة، فانقل الاهتمام من وسائل الاعلام التقليدية كالتلفاز والاذاعة والصحف إلى وسائط التواصل الاجتماعي الحديثة، التي أحدثت ثورة في مجال الاعلام والاتصال من خلال استقطاب عدد كبير من المستخدمين من مختلف دول العالم ومن كافة الفئات العمرية، خاصة الشباب كونهم الفئة الأكثر تأثير وتأثر بكل ما هو جديد، مما أدى إلى الاستثمار الواسع في استخدام هذه الشبكات وتزايد اعتماد الشباب عليها بكثرة في كافة المجالات السياسية الاقتصادية والاجتماعية.

وقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعي، هامش أوسع للحرية أكثر من وسائل الاعلام التقليدية المكفولة بالنظم والقوانين فأصبح الاهتمام أكثر بشبكات التواصل الاجتماعي لما توفره من خدمات كخلق فضاء واسع للنقاش والحوار بين المستخدمين ، بعد ما كانت هذه المواقع وسيلة للتعارف والتواصل بين الأفراد وقد أدرك الشباب خاصة الجامعيين أهميته وحولوه لوسيلة التواصل وأداة سياسية للتغيير ونشر الوعي بين الأفراد.

ومن هنا ارتئينا لدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين عينة لطلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة عمار تليجي بالأغواط.

وقمنا بتقسيم العمل إلى أربعة فصول، فالفصل الأول موضوع الدراسة اجراءاتها المستخدمة حيث حددت فيه أسباب الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها، اشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وكذا فرضيات الدراسة مروراً بتحديد المفاهيم والمصطلحات وأخير بالدراسات السابقة، أما الاجراءات المنهجية فبدأت بمجتمع البحث، ومنهج الدراسة وكذا مجالات الدراسة وأخيراً أدوات جمع البيانات.

أما الفصل الثاني شبكات التواصل الاجتماعي، نشأتها وخصائصها وأنواعها وأشكالها، أما الفصل الثالث تطرقنا فيه إلى مشاركة السياسية ، مفهومها وأهميتها وأهدافها وخصائصها وخطوات المشاركة السياسية وأشكال المشاركة السياسية وكذا مستويات وآليات المشاركة السياسية لنصل بعدها إلى أثر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعمل السياسي.

# الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

## أولاً: الاطار المنهجي

## 1-الإشكالية:

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة أكثر الوسائل الاتصالية شيوعاً في وقتنا الحالي وأكثرها استخداماً من طرف جميع شرائح المجتمع خاصة الشباب منهم، وتعتبر عاملاً أساسياً في أحداث التغيير وتهيئة متطلبات التحول الديمقراطي عن طريق تكوين الوعي والمشاركة السياسية وقد ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي في بداية التسعينيات من القرن الماضي وكانت تقدم خدمة الرسائل القصيرة في بدايتها وتمنح الأفراد المنخرطين ضمن هذه الشبكات الاتصال الذي عزز قيمة التفاعل الذي جاءت به الانترنت، لكن الطفرة النوعية والكبيرة في عالم الشبكات التواصل الاجتماعي كانت بإطلاق الموقع الشهير فيس بوك عام 2004.

فشبكات التواصل الاجتماعي لم تقتصر على طلبة وفئة الشباب بل باتت من أقوى الوسائل التي تعتمد عليها القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني من خلال قضائها على احتكار المعلومات وتوفير وسائل اتصال جديدة، حيث أصبحت الأحداث التي تقع في العالم أو أي مكان فيه تصل خلال دقائق أن لم تكت بضع ثوان.

وقد غدت شبكات التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة مهمة في تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين بين فئات الشباب لا سيما الطلبة الجامعيين الذين أدركوا أن وسائل الاعلام التقليدية لم تعد قادرة على اشباع حاجاتهم المعرفية ورغباتهم، ونظراً لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الكبير في تحريك ونشر وتنمية المشاركة السياسية جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل التالي:

✚ ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

ومن خلال التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات الفرعية:

- كيف توجه شبكات التواصل الاجتماعي الطلبة الجامعيين نحو المشاركة السياسية؟
- ما هي دوافع استخدام طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك الاجتماعي لدى طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع؟

**2- فرضيات الدراسة:**

**1-2 الفرضية الرئيسية:**

- شبكات التواصل الاجتماعي لها دور في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعيين.

**2-2 الفرضيات الفرعية:**

- توجه شبكات التواصل الاجتماعي الطلبة الجامعيين نحو المشاركة السياسية.
- هناك دوافع لاستخدام طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع لشبكات التواصل الاجتماعي.

- لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات على السلوك الانتخابي لدى طلبة أولى السنة ماستر علم الاجتماع.

**3- أهمية الدراسة وأهدافها:**

**1-3 أهمية الدراسة الدراسة:**

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية متغيراتها في كل من شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبح لها دور مهم في حياة الأفراد والمجتمعات لا سيما على الصعيد السياسي هذا

بالإضافة إلى أهمية المشاركة السياسية التي من شأنها أن تلعب دورا حيويا مؤثرا في الحياة السياسية بمختلف أبعادها سواء كانت مؤيدة أو معارضة.

لذا تعتبر دراستنا ذات أهمية متعددة الجوانب لا سيما مع التحولات السياسية التاريخية التي تعرفها الجزائر حاليا، إذ يمكن لهذه الدراسة أن تقدم فهما لواقع المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين ودور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية هذه المشاركة بمختلف أنماطها، وهي أهمية علمية يمكن الاستفادة منها على الصعيد النظري وكذا على الصعيد الواقعي بأخذ نتائجها من طرف بعض الفاعلين السياسيين.

### 3-2 أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بالمشاركة السياسية في الشأن السياسي.
- التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي ومدى مساهمتها في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة عمار ثليجي.

### 4-أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيارنا لهذا الموضوع من باب الصدفة بل هناك عدة أسباب وراء اختيارنا لهذا الموضوع، منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي.

### 4-1 أسباب ذاتية:

- الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع.
- الاهتمام والميول الشخصي في معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
- الاهتمام الشخصي بالبرامج السياسية وشبكات التواصل الاجتماعي.

## 4-2 أسباب موضوعية:

- البحث مهم وحيوي وقابل للبحث والدراسة.
- كثرة اهتمام الطلبة بشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة جامعة عمار ثلجي.
- التعرف على واقع المشاركة لدى الطلبة الجامعيين خاصة لدى المجتمع الأغواطي بشكل خاص.

## 5-تحديد المفاهيم الدراسية:

## 5-1الدور : Rôle

- أ- لغة: يعني دار الشيء دوارا، ويقال دار ويدور واستدر سيستدير: اذا طاق حول الشيء، اذ عاد إلى موضوع الذي ابتداء منه.<sup>1</sup>
- الدور هو وظيفة أو مكانة الانسان أو الفرد في موقف ما، أي أنه الجانب الحركي المركز، أو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يعرضها المركز.<sup>2</sup>
- ب- اصطلاحا: هو رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقترن مع المواقف الاجتماعية، فهو نتاج عن عمليات التفاعل التي يبيلورها الأفراد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد مرتضي النبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، منشورات مكتبة الحياة، بيروت ، 1982، ص315

<sup>2</sup> خبير شعبان، اللسان العربي مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي، عمان، 1422هـ، ص93

<sup>3</sup> معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص362

كما يشير مفهوم الدور إلى معايير السلوك أو القواعد التي تحكم وضعاً معيناً في البناء الاجتماعي أو الوظيفة أو الأداء الذي يقوم به بالنسبة للجمهور في مجالات مختلفة كالتعليم والدروس والاعلام وغيرها.<sup>1</sup>

**ج - التعريف الاجرائي:** نقصد بمفهوم الدور في هذه الدراسة تلك الوظيفة المتوقعة من شبكات التواصل الاجتماعي أن تؤديها في سبيل تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين بما يدفعه إلى القيام بفعل أو سلوك سياسي اتجاه قضية تهمه.

## 5-2 شبكات التواصل الاجتماعي:

**أ- اصطلاحاً:** هي الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسما ع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.<sup>2</sup>

وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة عملاً بين الأجهزة حول العالم لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة وهي التي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة، وتتضمن معلومات دائمة التطور.<sup>3</sup>

كما أن شبكات التواصل الاجتماعي هي صنف من المواقع الخدمات التي تقوم على تكنولوجيات تتيح للأفراد بناء شبكات من العلاقات والاطلاع على شبكة الآخرين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> جيهاد حمد طمعة الفقهاء، دور العلاقات الدولية بمؤسسة الاذاعة والتلفزيون الأردني في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج، رسالة ماجستير في جامعة الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2012، ص08

<sup>2</sup> رضوان بليخيري، مدخل إلى الإعلام الجدي، المفاهيم والرسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص20

<sup>3</sup> وليد رشيد زكي، الشبكات الاجتماعية، مجلة السياسية الدولية، العدد 180، مركز الأهرام، القاهرة، 2010، ص96.

<sup>4</sup> مختار جلولي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة جيل للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 4، 2014، ص166

ب-**التعريف الاجرائي:** شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لهذه الدراسة عبارة عن مواقع الكترونية عبر شبكة الانترنت تمكن مستخدميها من التواصل ومشاركة الأفكار والاهتمامات في مختلف المواضيع والقضايا، وتتمثل على وجه الخصوص في كل من الفاسبوك، يوتيوب، تويتر.

### 5-3 تنمية:

أ-**لغة:** تنمية من الفعل، أي زاد وكثر

ب-**اصطلاحا:** هي تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة عبر فترة زمنية في انتاج الخدمات نتيجة استخدام الجهود العلمية لتنظيم الأنشطة المشتركة الحكومية والشعبية.<sup>1</sup>

### 5-4 المشاركة السياسية

أ-**التعريف الاصطلاحي:** هي درجة اهتمام بأمر سياسية وضع القرار، كلما زادت المشاركة السياسية من جانب المواطنين كلما زادت قوة القرار السياسي، كما أن المشاركة واتساعها تقلل صورة العنف في المجتمعات التي تتوسع فيها المشاركة.<sup>2</sup>

ب-**التعريف الاجرائي:** يقصد بالمشاركة السياسية هي السلوك الانتخابي الذي يقوم به الطلبة الجامعيين بهدف التأثير في القرارات والسياسات العامة في المجتمع، كما يعتبر شكل من أشكال السلوك السلبي والتمثيل الحي للمشاركة السياسية.

<sup>1</sup>فاروق خالد الحسنات، الاعلام والتنمية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017، ص126

<sup>2</sup>النجف الأشرف، مدخل إلى علم السياسة، ط2، دار المعمورة للطباعة والنشر، 2011، ص11.

## 6-الدراسات السابقة:

1-دراسة للباحث " بوبكر جميلي " بعنوان " الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر " دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي بجامعة قسنطينة ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع التنموية، لسنة الجامعية 2009-2010.

تدرج هذه الدراسة ضمن بحوث الاستخدامات والاشباعات وقد صاغ الباحث اشكالية دراسته في السؤال الرئيسي والمتمثل:

-ماهي مظاهر المشاركة السياسية لشباب في الجزائر وما العوامل التي تؤثر على درجتها خلال المرحلة الراهنة؟

وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي بطريقة المسح بالعينة واستعمل أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان والملاحظة وشمل أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة فيما يلي:

-إن واقع الشباب في الجزائر عرف تفاعل مع أحداث كثيرة ساهمت في احداث تغييرات اجتماعية كانت ذات تأثير كبير على المجتمع والدولة.

- إن الشباب يكون أكثر ادراك للمعرفة السياسية البسيطة ذات طابع تنظيمي وحتى القانوني.

-عزوف الشباب على العمل الجزئي لأسباب كضيق الوقت والانشغال بالأمر الأخرى وكذلك لعدم اهتمام الأحزاب بقضايا الشباب.

\*التعقيب على الدراسة:

\*أوجه التشابه:

-تشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث أحد المتغيرين المتمثل في المشاركة السياسية.

- تتشابه كذلك الدراسة في أداة جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان.

### \*أوجه الاختلاف:

تختلف هذه الدراسة على دراستنا في المتغير المستقل حيث سعت دراستنا إلى دراسة دور شبكات التواصل في تنمية المشاركة السياسية في حين ركزت الدراسة السابقة على وصف علاقة الشباب بالمشاركة السياسية.

- كما تختلف الدراستان من حيث المجال الزماني والمكاني حيث هذه الدراسة كانت في مدينة قسنطينة خلال السنة الدراسية 2010/2009 أما دراستنا في مدينة الأغواط خلال السنة الدراسية 2024/2023.

### \*أوجه الشبه:

استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري من خلال معرفة تاريخ المشاركة السياسية في الجزائر وواقع ومستوى المشاركة السياسية لدى الشباب الجزائري من خلال تحديد الخلفية النظرية لدراستنا.

2-دراسة للباحث "رضوان قطبي" بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015.

وهي دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، مختبر التقنين القانوني والدستوري كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، الرباط، المغرب.

جاءت الدراسة ضمن بحوث الاستخدامات والإشاعات وهدفت الدراسة إلى التعرف على استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الجامعية والجهوية التي شهدتها المغرب في سبتمبر 2015.

وتمحورت اشكالية هذه الدراسة حول السؤال التالي: إلى أي مد اسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير في المشاركة السياسية للشباب الجامعي من خلال الانتخابات الجماعية والجهوية التي شهدتها المغرب في 4 سبتمبر 2015؟

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل أهمها فيما يلي:

-إن أبرز استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي تمحور حول المشاركة في أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية بالمغرب 2015.

-أوصت الدراسة جميع هيئات المجتمع المدني ومؤسساته والمؤسسات الحكومية باستثمار شبكات التواصل الاجتماعي لتشجيع على المشاركة السياسية والمجتمعية.

**\*التعقيب على الدراسة:**

**\*أوجه الاختلاف:**

-تتشترك الدراسة إلى حد بعيد في موضوع والمتغيرات الدراسة المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية.

-تتشابهان في نوع الدراسة والمنهج والمتمثل في المنهج الوصفي.

- كما تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في أداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة الاستبيان.

**\*أوجه الاختلاف:**

-تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المجال المكاني والزمني، فهذه الدراسة أجريت في الرباط بالمغرب سنة 2015 ، أما دراستنا فأجريت في ولاية الأغواط الجزائر سنة 2024.

-تختلف الدراستان كذلك من حيث حجم مجتمع البحث.

**\*أوجه الشبه:**

-ساعدتنا هذه الدراسة في الخلفية النظرية لمتغيرات الدراسة.

-كما ساعدتنا في صياغة ورسم خطة للدراس.

3-دراسة للباحثة "حمدان صبيحة" بعنوان " المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجتمع المحلي مدينة وهران نموذجا" وهي أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص علم الاجتماع السياسي جامعة وهران كلية العلوم الاجتماعية قسم علم الاجتماع السنة الجامعية 2015-2016.

هدفت هذه الدراسة الميدانية لمعرفة واقع المشاركة السياسية للمرأة الجزائرية في المجتمع المحلي، وطبقت الدراسة على عينة من النساء الفاعلات في العمل السياسي بمدينة وهران، وجاءت الاشكالية كالتالي:

- ماهي العوامل التي تحد من التمثيل الواسع الفاعل للمرأة الجزائرية في السياسة الوطنية وقرارتها؟

وقد استخدم في هذه الدراسة منهج التحقيقات وأداء جمع البيانات المتمثلة في المقابلة واعتمدت على العينة غير الاحتمالية القصدية.

\*التعقيب على الدراسة:

\*أوجه التشابه:

-التشابه من حيث متغير واحد والمتمثل في المشاركة السياسية

\*أوجه الاختلاف:

-تختلف من حيث العينة فهذه الدراسة استخدمت غير احتمالية قصدية ودراستنا كانت عشوائية .

-تختلف من حيث المنهج حيث استخدمت منهج التحقيقات ، أما دراستنا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي.

-كذلك تختلف من حيث الزمان والمكان اجراء الدراسة فهذه الدراسة أجريت بمدينة وهران أما دراستنا بمدينة الأغواط خلال السنة الدراسية 2024/2023.

**\*أوجه الشبه:**

استفدنا من هذه الدراسة في الجانب النظري من خلال الاستفادة فيما يخص المشاركة السياسية.

## ثانيا: الاجراءات الميدانية

## 1-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

## 1-1 مجتمع البحث:

لكي يكون البحث مقبولا وقابلا للإنجاز، لا بد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد وصفه وتوضيح مقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع، ويعرف مجتمع البحث جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث<sup>1</sup>.

ويعرف أيضا أنه "المجتمع الأكبر ومجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته وأنه المجتمع الذي يشمل جميع عناصر مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة"<sup>2</sup>.

وعليه فإن مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في طلبة سنة أولى ماستر التابعين لكلية العلوم الاسلامية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع بجامعة عمار ثليجي البالغ عدد هم 403 مقسمين على أربع تخصصات وموزعين بين ذكور واناث.

## 1-2 عينة الدراسة:

تعتبر مرحلة عينة الدراسة من أهم المراحل في البحث العلمي، حيث تتطلب دقة بالغة يتوقف عليها، اجراء البحث وتصميمه وصدق نتائجه تعرف العينة بأنها " طريقة جمع

<sup>1</sup> موريس أنجرس، منهجية لبحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة مصطفى وآخرون، ط2، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2006، ص299

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي، في الدراسات الاعلامية، ط1، عالم الكتب ، مصر، 2002، ص30.

البيانات والمعلومات من عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع العناصر".<sup>1</sup>

وتعرف أيضا على أنها " مجموعة جزئية من الأفراد والمشاهدات التي تمثل المجتمع الأصلي".<sup>2</sup>

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة الطبقية مجتمع معام وغير متجانس وقد ارتأينا اختيار نسبة 10% من مجتمع البحث الأصلي البالغ عددهم 403 طالب جامعي يزاولون دراستهم في قسم علم الاجتماع سنة أولى ماستر جميع التخصصات ( تنظيم- تربوي- اتصال- حضري) بجامعة عمار ثليجي مما يؤدي إلى تحديد حجم العينة الطبقية في دارسنا ب 40 طالب.

## 2- منهج الدراسة:

لتحليل وفهم الظاهرة المراد دراستها ينبغي الاستناد إلى مجموعة من الاجراءات المنهجية التي وضعها علماء المنهجية، لهذا فأى بحث علمي يقوم على منهج واضح يساعد الباحث في دراسته مشكلة لمعرفة مختلف جوانبها وتحليل أبعادها وسليباتها يهدف التوصل إلى حلول المشكلة ونتائج محددة شأنها، ويعرف موريس أنجرس المنهج بأنه " مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف معين".<sup>3</sup>

تختلف مناهج البحث العلمي المستخدمة في البحوث العلمية حسب طبيعة الموضوع المدروس، والمنهج الملائم لدراستنا هو المنهج الوصفي لأنه يخدم موضوع دراستنا من خلال تقديم معلومات حول المشاركة السياسية ووصف الظروف المحيطة بها مع تقديم تفسيرات

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق ، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص8

<sup>2</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص40

<sup>3</sup> مرويس أنجرس وآخرون، المرجع السابق، ص98

للدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين قبل الوصول إلى وضع استنتاجات تجيب على التساؤلات المطروحة.

### 3-مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة خطوة أساسية في بناء المنهجي لكل دراسة علمية ذلك أنها تساعد على تحقيق المعارف النظرية في الميدان وتتمثل مجالات دراستنا في ثلاثة حدود أساسية:

أ-المجال المكاني: يقصد بها المكان الذي تجري فيه الدراسة العلمية وتتمثل في جامعة عمار تليجي كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علم الاجتماع.

ب-المجال البشري: يقصد بها مجتمع أو المجال البشري أجريت عليه الدراسة وتتمثل في طلبة سنة أولى ماستر جميع تخصصات بقسم علم الاجتماع بجامعة عمار تليجي.

### ج-المجال الزمني:

امتد المجال الزمني لإنجاز الدراسة من جانفي إلى نهاية شهر ماي 2024.

### 4-أدوات الدراسة:

للقيام أي بحث أو دراسة علمية يوظف الباحث أدوات جمع البيانات للحصول على المعلومات والبيانات الضرورية التي تتيح الاجابة عن تساؤلات الدراسة وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة رئيسية لجمع البيانات تتمثل في الاستبيان.

### \*الاستبيان:

يعرف بأنه " مجموعة من الأسئلة المعدة والمصاغة لمتغيرات الموضوع أو معطيات الحالة وفقا لفروض موضوعية وقد تطرح الأسئلة على المبحوث أثناء اجراء مقابلات مهنية معنية أو توزع مباشرة في استمارة من الباحث على المبحوثين".

وقد اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات باعتبارها الأداة الأكثر موضوعية وكما أن كون المبحوثين من فئة الطلبة الجامعيين فإن ذلك سهل علينا عملية تطبيقه في أرض الميدان كما يتيح لهم الفرصة لتغيير عن مواقفهم وآرائهم لا سيما في الأسئلة المفتوحة.

وقد تضمنت الاستمارة المتعددة في بحثنا مقدمة على أربعة محاور حيث يحتوي كل محور على مجموعة من الأسئلة التي تجيب على مشكلة الدراسة وتساؤلاتها وفقا ما يلي:

- المحور الأول: بيانات الشخصية
- المحور الثاني: توجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو المشاركة السياسية
- المحور الثالث: ماهي دوافع استخدام الطلبة ماستر علم الاجتماع لشبكات التواصل الاجتماعي
- المحور الرابع: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك السياسي لدى الطلبة

# الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

**تمهيد:**

إن التطور الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال غير من حياة الأفراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية، حيث تحول الاتصال من مواجه إلى افتراضي وذلك عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تطورت منذ بداية ظهورها إلى يومنا هذا لتصبح أكثر المواقع استخداما عبر الانترنت، ويعتبر الفاسبوك أهم هذي المواقع انتشارا واستخداما بين الأشخاص والمؤسسات التي اتخذته أداة للربط والتواصل والتقارب بينها وبين جمهورها .

## أولاً: شبكات التواصل الاجتماعي مفهومها ونشأتها

## 1. مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة، وتعددت وتنوعت محاوله تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات ويأتي في مقدمتها موقع الفاسبوك، تويتر،الانستغرام .. وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت من باحث إلى آخر حيث يعرفها يالاس 2006 على أنها "برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن لهم أن يتصلوا ببعضهم البعض العديد من الأسباب المتنوعة"، وبالمثل عرفها بريس وملوني كريشمار على أنها "مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهه من طرف سياسي يتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة".<sup>1</sup>

كما عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بحسب موسوعة encyclopedia بأنها "مواقع على الانترنت توفر لمستخدميها تبادل أنشطتهم مع الأهل والأصدقاء والزملاء أو لتبادل المعلومات والاهتمامات في موضوع معين يحتوي على بيانات السيرة الذاتية وصور وأيه معلومات أخرى يرغبون بنشرها، فضلا عن التواصل مع بعضهم البعض عن طريق البريد الإلكتروني أو الرسائل فورية أول صوت وصورة".<sup>2</sup>

وأیضا يعرف الدكتور راضي زاهر مواقع التواصل الاجتماعي بكونها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها من إنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال

<sup>1</sup> عسان غالب يونس، استخدامات طلبية الإعلام لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المحققة (دراسة حالة جامعة فلسطين)، قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في الإعلام، جامعة فلسطين، 2016 | ص16.

<sup>2</sup> مهند حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي- تكامل أم صراع، ط1، دار أمجد، عمان- الأردن، 2017، ص78.

نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع، ويشترك هؤلاء الأفراد الاهتمامات والهوايات.<sup>1</sup>

## 2. نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها:

يرجع ظهور مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي إلى عالم الاجتماع "جون بارتز" في عام 1954، فالشبكات الاجتماعية بشكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل الاعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الانترنت في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكات التي تسمى شبكة التواصل الاجتماعي عبر الانترنت المبنية على الطبقات التي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين الستر من ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة.

كانت أول شبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت في الولايات المتحدة على شبكه الانترنت في شكل تجمعات هي شبكة (Theyglabe.com) في عام 1994، قاده موقع (crescities) بعام بعد ذلك، ويليهما موقع (Triped) العام نفسه، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة باستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات في حين قامت بعض التجمعات بربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني وأهمها هو (classmates.com) عام 1995، الذي يهتم بربط الاتصال بين زملاء الدراسة السابقين، وموقع (sixdegres.com) عام 1997، الذي يركز على الروابط المباشرة، الملفات

<sup>1</sup> اتحاد اذاعات الدول العربية- عصر الميديا الجديدة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، جامعة الدول العربية، 2016،

الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمه الأصدقاء،<sup>1</sup> لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلا أن تبقى دائمة حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000، ويرى مؤسسو هذا الموقع أنه كان في الصدارة آنذاك خاصة مع بداية ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في العالم .

ومن 1997 إلى سنة 2001 بدأت هذه الأدوات الاجتماعية تتزايد بأشكال متعددة وتركيبات متنوعة فيما يتعلق بالصفحات الشخصية مع التوضيح العلني لقائمة الأصدقاء فظهر AsianAvenue، BlackPlanet، MiGente التي تسمح للمستخدمين بخلق صفحات شخصية ومهنية تحدد هوية الأصدقاء دون البحث عن الموافقة من خلال الاتصالات، ومن خلال LiveJournal استطاع الأشخاص تعيين البعض كأصدقاء لأجل متابعة مجالاتهم وتسير المحيط الخاص، وبعد ذلك ظهر العالم الافتراضي الكوري cyworld عام 1999 وجسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام 2001 حيث تضمن قائمات الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات وغيرها، أما الموجة الثانية فكانت مع إطلاق com.Ryze عام 2001 لأجل مساعدة الأشخاص في زيادة فعالية الشبكات التجارية وتوالت بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور حيث ظهر MySpace، Twitter وFacebook وغيرها من المواقع، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر، (منظور تحليلي)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، 2017، ص 18.

<sup>2</sup> مريم نريمان نومار، استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايبيوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص 50.

## ثانيا: مكونات شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها

## 1. مكونات شبكات التواصل الاجتماعي

مواقع الشبكات الاجتماعية تتكون من عدة تطبيقات أهمها:

## 1- الويكي 'wikis':

وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجانا) أشهرها موقع " ويكيبيديا " وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة ، أو تعريف معين على هذه الموسوعة الالكترونية ذات المصدر المفتوح.<sup>1</sup>

## 2- مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع تسمح بتواصل الأشخاص مع بعضهم البعض أين تتيح لهم إمكانية إنشاء صفحات خاصة بهم ، ومن أشهر هذه المواقع (الفيس بوك ، ماي سبيس ، تويتر ...).

## 3- المايكروبلوجز Micro bloggirz:

هي مواقع تجمع بين مميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين دور شبكات التواصل مميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك ، وهذه التحديثات ' updates " تتم إما عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع تويتر هو خير مثال على ذلك.

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ' ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها)، ط1، دار النفاس

للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2013، ص25

**4-البودكاستس Podcasts:**

هي مواقع تتيح للمستخدمين تحميل وتنزيل الأغاني والأفلام مثل موقع أبل أي تيونز

**المنتديات الإلكترونية Forums:**

هي مواقع تتيح التعبير عن الرأي ونشر الأفكار ، تختص في مجال معين ، مثل منتدى الاقتصاد ، منتدى السياسة... إلخ ، وهي سهلة الاستخدام توفر لروادها إمكانية نشر كتاباتهم.

**6- محتوى المجتمعات "Content Communities":**

يتيح هذا التطبيق على شبكات التواصل الاجتماعي تبادل بعض المحتويات مثل : تبادل الفيديوهات من خلال موقع اليوتيوب ، تبادل الصور فليكر

**2. خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:**

لشبكات التواصل الاجتماعي خصائص وسمات متعددة نذكر منها:

- **التفاعلية والتشاركية:** فالفرد كائن مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السياسة في الإعلام، وتعطي حيز والمشاركة الفاعلة للمشاهد والقارئ.
- **العالمية:** حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد الأوساط التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.<sup>1</sup>
- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.

<sup>1</sup> حويوينيشال، دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك في ترويج الخدمات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية- تخصص تسويق شامل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 08 .

- **الحضور الدائم غير المادي:** تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى أو غيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر الذي يمكن أن يرد علي بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال المباشر وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.<sup>1</sup>
- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء، وكذلك عدم وجود لوائح أو قيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل، فهو يتسم بالتلقائية مع الآخرين.
- **قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني علي الصفحة الرئيسية لشبكة الفاسبوك مكتوب مجاني ويبقى مجاني.
- **دعم التجمعات:** تتوافر في شبكات التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص إنشاء مجموعة تشترك بالاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي مثل الفاسبوك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015، ص 86.

<sup>2</sup> ريمة مرابط - زهرة بخيخ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال- تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017- 2018، ص 36.

## ثالثاً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

## 1. الفاسبوك

## 1.1 مفهوم الفاسبوك:

يعتبر الفاسبوك واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي وإنما أصبح قاعد تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.<sup>1</sup>

وفيس بوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية لملكية خاصة لها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أوجهة لعمل المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، ويشير إسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.<sup>2</sup>

والفيس بوك هو موقع إلكتروني للشبكة الاجتماعية يساعد الناس على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم بفعاليتهم أكثر عبر الأنترنت، ينشئ المستخدمون ملف (profile) يتضمن غالباً صور واهتمامات شخصية.... يمكن لأي شخص الدخول إلى موقع الفيس بوك والتفاعل مع الأشخاص الذين يعرفون أو التعرف إلى أشخاص جدد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 34.

<sup>2</sup> صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط 1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 206.

<sup>3</sup> ليلي حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر)، مذكرة ماستر في علم

الإجتماع، تخصص تربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص 44 .

## 2.1 نظرة تاريخية على الفاسبوك:

تم إنشاء وتصميم برنامج الفاسبوك على يد طالب في جامعة هارفرد الأمريكية يبلغ من العمر 23 عاماً يدعى معارك زكريج (Zuckerberg Mark) كان هدف إنشاء هذا البرنامج من قبل مارك هو في التواصل بين طلاب جامعة هارفرد في البداية، حيث يعد هذا الموقع إحدى المشاريع التي أنشأها خلال دراسته وسرعان ما انتشر بين طلاب الجامعة وأصبح متاحاً للاشتراك فيه في كل أنحاء العالم من تاريخ (2006) لكل من لديه بريد إلكتروني.<sup>1</sup> ولكي يتمكن زوكريج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب بجامعة هارفرد، و قام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي،" إن مبادرة جامعة هارفرد باتحاد إجراء مصاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك انتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان زوكريج في مدونته الشخصية، يستطرد زوكريج قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع، على كل حال إن أي شخص آخر سيقوم بذلك في نهاية الأمر، وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفرد، وقد قامت إدارة الجامعة بإتمام زوكريج بخرق قانون حماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر والأمر كذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه قام زوكريج بتأسيس موقع "الفييس بوك" على النطاق The Face Book.Com وتجديداً في 4 نوفمبر من عام 2003 قد أدلى زوكريج لجريدة هارفرد كريمسون قائلاً: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفرد" "اعتقد أنه من السحق أن تستغرق الجامعة عامين

<sup>1</sup> مضر عبد المنعم أحمد، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الفييسبوك) في التحصيل والتفكير الإبداعي في مادة التاريخ لدى طالب الصف الرابع الأدبي في محافظة صلاح الدين في العراق، مذكرة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط ، 2016 ، ص ص 15 - 16.

للقيام بمثل هذا العمل .يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير و في غضون أسبوع واحد فقط " .

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا من الجامعة بالتسجيل بهذه الخدمة .

بعد فترة وجيزة إنضم كل من إدوارد وسافرين (المدير التنفيذي للشركة ) وداستينم وسكوفيترز (ميرمج) وأندرو ماکولام (رسام جرافيك) وكريس هيوز إلى زوكربيرج لمساعدته في تطوير الموقع في شهر مارس من عام 2004مفتح الفيس بوك أبابه أمام جامعة هارفارد وكولومبيا وييل.

بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليغ، وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا و الولايات المتحدة الأمريكية.<sup>1</sup>

### 3.1 مجالات استخدام الفاسبوك:

بفضل الإنتشار الواسع لهذا الموقع الاجتماعي والخدمات المتنوعة التي يتميز بها فقد أصبح وسيلة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها ويمكن الاستفادة منها بطرق متعددة وفي مجالات مختلفة نذكر منها:

-**المجال الاجتماعي** : يساعد الفيس بوك على التواصل والتفاعل الاجتماعي عبر جميع أنحاء العالم، وذلك من خلال إضافة أصدقاء، مراسلتهم ومعرفة أخبارهم والنقاش معهم، والإطلاع على آرائهم وأفكارهم وتجاربهم، مما يسهل عملية تبادل المعلومات وتكامل الخبرات عن طريق هذا الموقع .

-**المجال العلمي** : لقد أسهمت المجموعات والصفحات المختصة بالجامعات على الفيس بوك في بناء مشاركة علمية فعالة، تمكن الطالب من التواصل المباشر مع الأساتذة، وهذا

<sup>1</sup> مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط 1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان- الأردن،

2015، ص صص 251-252-253.

الأمر أدى إلى التميز في تحديد الأهداف وانتقاء مناهج الأبحاث مما أوجد نوعاً من الانفتاح العلمي والتلقائية في سرعة وسهولة الحصول على كل ما هو جديد.

**-المجال الاقتصادي :** يكون التدخل هنا على مستوى الأعمال والتسويق، فنظراً للطفرة الهائلة التي أحدثها الفيس بوك فقد بات محل إعجاب وجذب شريحة واسعة من رجال الأعمال، ورؤساء الشركات والقائمين على الإدارات في مختلف الميادين حيث ساعدتهم هذا الموقع في نشر وتسويق أعمالهم بشكل بسيط، وذلك بإنشاء صفحة خاصة بهذا النشاط أو العمل، تقوم مقام الموقع الخاص بالشركة أو المؤسسة، بل إن الفيس بوك كوسيلة تسويق سهلة ومجانية أصبح الكثيرون من أصحاب المشاريع الصغيرة يستفيدون من إمكاناته الهائلة وخدماته المتنوعة التي تمكنهم من الانتشار بسهولة، والتواصل المباشر مع عملائهم عبر الموقع .

**-المجال الترفيهي :** لم يهمل الفيس بوك حاجة المجتمع العصري إلى المرح، والاسترخاء بعيداً عن الملل الذي تسببه روتينية العمل اليومي، لذا فهو يحتوي على العديد من الوسائل المسلية والممتعة من مجموعات ترفيهية أو تطبيقات أو ألعاب... .

#### 4.1 خصائص الفاسبوك:

أ- **خاصية Wall** أو **لوحة الحائط** : وهي عبارة عن مساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على الحائط المخصص له .

- ب- **خاصية Notes أو التعليقات** : وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، كما تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات وقد تم تقديم هذه الخاصية في 22 أوت 2006.<sup>1</sup>
- ت- **خاصية النكزة (pokes)**: غمزة تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب.
- ث- **خاصية الصور (photo)**: وهي التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الواقع.
- ج- **خاصية الحالة (statut)**: تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.<sup>2</sup>
- ح- **إضافة صديق (addfriend)**: كما يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن تبحث عن أي فرد موجود على شبكة "الفاسبوك".
- خ- **إنشاء مجموعة (groups)**: تمكن المستخدم من إنشاء مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية وسيصبح عمل هذا الاشتراك بهذه المجموعة حصريا "العائلة" أو الأصدقاء ، أو عاما يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شايبي نرجس - سفياني سهيلة -- مواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري" الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر ، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2016/2015، ص ص35- 36 .

<sup>2</sup> علي بوخاتم، اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفايسبوك كمصدر للخبار" دراسة استطلاعية لطلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2017، ص54.

<sup>3</sup> خالد ميرة، أنساق التواصل اللغوي في الفيسبوك" صفحة بجاية كن المراقب، مذكرة ماستر في اللغة والأدب العربي، تخصص علوم اللسان، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017/2016، ص 10.

د- **التعليقات Comments**: وهي آلية متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.

ذ- **الهيايا Gifts** : وهي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

ر- **الإعجاب Like**: هي خاصية متاحة بنفس آلية التعليقات ومتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، و ذلك أيضا يعتمد على الصلاحيات الممنوحة للمستخدم التي تمكنه من أن يقوم بعمل إعجاب لأي نص أو صورة أو فيديو.

ز- **الإشارة Tags** متاحة في الصورة و الفيديو بحيث يمكن أن تلفت انتباه الأصدقاء عبر الإشارة إليهم في صورة أو في مقطع فيديو ويتم إرسال تنبيه لهم لأي تحديد جديد.<sup>1</sup>

## 5.1 إجابيات وسلييات الفاسبوك:

### 1/ اجابيات:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن هذهاالخدمات:

أ- إتاحة الفرصة للصدائة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع و ذلك عن طريق:

-إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، و متاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه.

<sup>1</sup> صاحبي صبيحة، اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكر ماستر، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017/2018، ص 127.

-إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

-اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا و بالتالي توسيع شبكة الصداقة و التواصل التي يمتلكها.<sup>1</sup>

-إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسماءهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

-إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو العمل أو حسب المهنة.

-إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وابلغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الواقع الافتراضي.

-إتاحة المجال تحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

**ب- خدمة الشركات وأصحاب الأعمال:** إن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتها ولإتمام هذه العملية تم الاعتماد على مواقع الفاسبوك وهذا الأخير يساهم في التسويق والترويج بشكل كبير للمنتجات.<sup>2</sup>

**ت- يتيح الفيس بوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور.**

**ث- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات.<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> علي خليل شقرة، مرجع سبق ذكره، 2014، ص 67.

<sup>2</sup> كاتب فارس- عقون دنيا، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2015، ص 48-49.

<sup>3</sup> ساعد راشدي- هشام قارة، دور الفيس بوك في تداول المعلومات السياسية لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017، ص 22-23.

ج- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى: تفيد العضو في التدريب والتعلم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

ح- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو: فقد يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيس بوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة.<sup>1</sup>

## 2/ سلبيات الفاسبوك:

لمواقع الفاسبوك اثر سلبي على مستخدميه ولذا يمكن إيجازها فيما يلي:

- الانشغال عن العائلة والواجبات: أشارت دراسات عديدة إلى أن استخدام الفيس بوك يؤدي إلى الابتعاد عن الواجبات العائلية في الحالات التي يزيد فيها استخدام الفيس بوك عند الشخص عن حد معين، سواء للتصفح أو التواصل مع الأصدقاء أو الجلوس على ألعاب وتطبيقات الفيس بوك.

- فقدان المهارات الاجتماعية : تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على مدى نجاحنا في المواقف الاجتماعية الحقيقية، ويتضح هذا في الفرق في كيفية تفاعل الجيل الجديد مقارنة بأمهاتهم وآبائهم.

-الإدمان على الموقع: فالفرد بعد استخدام الموقع يجد نفسه مدمنا على استخدامه، فقد أثبتت الإحصائيات أن الموقع يستخدمه ما يزيد عن 500 مليون زائر على مستوى العالم العربي وحده مما يشير إلى حالة الانسحاب الاجتماعي في الدول العربية إلى العالم.

العزلة والانطوائية: فهو يخرج الفرد عن الحيز الاجتماعي الذي ينتمي إليه ويجعله منطو وغير قادر على التفاعل الحي المباشر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>كاتب فارس - عقون دنيا، مرجع سبق ذكره، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2016، ص 49.

<sup>2</sup>تياخولة، واقع استخدام المرأة الجزائرية لمواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/2018، ص 121.

- انعدام المراقبة المنتظمة على الموقع وصفحات بحث يمكن السب والقذف بطريقة علنية.
- ظهور مواقع تتخصص في استغلال الأطفال والمراهقين في أعمال انحرافات وهوايتهم من خلال غرف الدردشة والبريد الإلكتروني وأيضا نشر الفتن بين الأديان والطوائف .
- استغلال صور وبيانات المشتركين وبيعها لشركات تسويق أو جهات مجهولة وتنتج نشاط الأعضاء في المواقع والمدونات, ومحاولة نشر مفاهيم العنصرية والارهاب .
- اختراق الأجهزة عن طريق الهاكر، وبث الفيروسات المخربة , وممارسة وانتهاك وسرقات حقوق الملكية وخاصة الأبحاث العلمية والمقالات، ووضع أسمائهم.<sup>1</sup>

## 2. موقع لينكد إن linkedin:

هو شبكة تواصل اجتماعي صُمِّمَت لمجتمع الأعمال على وجه التَّحْدِيد، والهدف من هذا الموقع هو السَّماح للأعضاء المسجلين بإنشاء وتوثيق شبكات من الأشخاص الذين يَعْرِفُونهم وَيَتَّقُون بهم مهنيا.<sup>2</sup>

وهو موقع على شبكة الأنترنت يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية تأسس في ديسمبر كانون الأول عام 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 ماي 2003 ، يستخدم الموقع أساسا كشبكة تواصل مهنية في يونيو 2012 بلغ عدد المسجلين في الموقع أكثر من 175مليون عضو من أكثر من 200 دولة.<sup>3</sup>

وقد تم إنشاء موقع لينكد إن من قبل "ريد هوفمان" وهو جالس في غرفته في عام 2000 من ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة وقد اشترك في عامه الأول ما يقارب 45000 شخص والذين كان تجمعهم شبكة معارف من المحترفين في مجال الأعمال، وقد تطور الموقع

<sup>1</sup>شيبابي نرجس- سفياني سهيلة- مواس مريم، مرجع سبق ذكره، ص 38.

<sup>2</sup> أحمد قمحية، مرجع سبق ذكره، ص 26.

<sup>3</sup> سلمان بكر بن کران، الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي، ب ط، دار الولاية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2015، ص203.

وإزداد خدماته ليصبح من أوائل موقع لتعارف المحترفين والمتخصصين في مجال الأعمال، ويعد موقع لينكدإن من أهم مواقع التوظيف على شبكة الانترنت، وفي عام 2011 أصبح عدد مشتركى موقع لينكدإن بحوالي 120 مليون شخص عبر 200 دولة حول العالم وليصبح أكبر موقع للتعارف المهني أو الخاصة بالأعمال حول العالم.

ويقدم موقع لينكدإن خدمات ومميزات تختلف عن مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى مثل الفاسبوك، التويتر، ومايسبيس والانستغرام على للعلاقات الشخصية ومنبرا للتعرف على الأصدقاء يقدم موقع لينكدإن خدمة للمهنيين بإنشاء وإقامة العلاقات في المجال العملي فضلا عن تعزيز خدماتهم وتطوير مهاراتهم المهنية، وفي عام 2012 بلغ عدد مستخدمي موقع لينكدإن 136 مليون مستخدم، وتتصدر الولايات المتحدة بعدد المشتركين بواقع 59 مليون مستخدم والمملكة المتحدة 8 ملايين مستخدم.<sup>1</sup>

### 3. تويتر (twitter):

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في الفترة الأخيرة وهي: (فيس بوك-تويتر-يوتيوب)، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم

<sup>1</sup> وسام فاضل راضي - مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي،

دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2017، ص ص 220 - 221 .

صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (sms).<sup>1</sup>

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).

#### 4. الانستغرام (INSTAGRAM):

الانستغرام تطبيق مجاني لتبادل الصور، وشبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر تشرين الأول عام (2010م) ويتيح للمستخدمين التقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكة الاجتماعية.<sup>2</sup>

في البداية كان دعم الانستغرام على الآي فون، والآي باد، والآي بود، وفي أبريل/ نيسان (2012م) أضيف أنستغرام إلى منصة الأندرويد (Android) ثم تطور في يونيو حزيران (2013م) ليوضع في تطبيق تصوير الفيديو بالشكل المتقطع للمستخدمين.

من التطورات المهمة في تطبيق الأنستغرام استحواذ شركة فيسبوك في أبريل / نيسان (2012م) على التطبيق بصفقة بلغت مليار دولار.

<sup>1</sup> جبريل بن حسن العريشي - سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)، ط1، الدار المنهجية للنشر، عمان، 2015، ص43.

<sup>2</sup> محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين - دراسة مقارنة لمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية "نموذجاً"، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية، الدنمارك، 2012، ص91.

وأما عن تطور عدد المتابعين فقد حصل التطبيق في ديسمبر / كانون الأول عام (2010م) على مليون مستخدم، وفي عام (2011م) حصل على زيادة (500%) من المستخدمين، ليصل العدد إلى 5 ملايين مستخدم، ثم تضاعف العدد مع إطلاق التطبيق لمنصة (Android)، ليتخطى عدد المستخدمين (30) مليون مستخدم، ثم في ديسمبر/ كانون الأول (2014م)، أعلنت خدمة أنستقرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة (300) مليون مستخدم في يونيو/ تموز عام (2011)، قام مستخدمو التطبيق برفع (100) مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى (150) مليون صورة، أي بزيادة (50%) خلال شهر واحد، ثم في مايو/ أذار من عام (2012م) تم الإعلان عما يلي:

- في كل ثانية يتم إضافة (58) صورة جديدة.
  - في الثانية الواحدة تحصل الشركة على مستخدم جديد.
  - تخطى التطبيق حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم إنشاؤه.
- ومع نهاية عام (2015م) تجاوز عدد المشتركين في الموقع (400) مليون شخص.<sup>1</sup>

### 5. مايسبيس (Myspace):

هو أكبر موئل في شبكة الانترنت للتشبيك الاجتماعي لأصدقاء وما إليهم وقت كتابة هذا النص، وهو يقدم لهم أركاناً خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم، وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي ماي سبيس على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد الكتروني داخلي، ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد

<sup>1</sup> مركز المحتسب للاستشارات، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب- تويتر نموذجاً، ط1، دار المحتسب للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية - الرياض، 1438هـ، صص 30- 31.

مواعيد للالتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الاهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب.<sup>1</sup>

ويعتبر مايسبيس سادس أكبر موقع على الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان موقع مايسبيس أقوى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي قد حاز على إهتمام الكثيرين عام 2006، ولكن شعبية المواقع بدأت بالتراجع بعد أن قامت شركة نيوركويب- والتي يملكها إمبراطور الإعلام روبرت مردوخ- بشرائه بمبلغ 580 مليون دولار.

وإستمرت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع الفاسبوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد اضطرت شركة نيوركويب إلى بيع موقع مايسبيس بسعر زهيد جدا قياسا بالمبلغ الذي اشترته به، حيث قامت ببيع هذا الموقع بمبلغ 35 مليون دولار.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>نسرين حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، ص4، [pdfwww.alukah.net](http://www.alukah.net/pdf) /

<sup>2</sup>على خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-

## رابعاً: ايجابيات ومخاطر التواصل الاجتماعي:

## 1. الايجابيات التواصل الاجتماعي:

**1.1 الاستخدامات الإتصالية الشخصية :** وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً ، لعل الفكرة الأولى لشبكات الإجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات ، وعلى مستوى التقنيات و البرمجيات ، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة و الصور و مقاطع الفيديو ، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً ، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية .

**2.1 الإستخدامات التعليمية:** تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له ، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير الدارسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر .

واستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرص التواصل والاتصالية التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ، و يمكن التواصل الفردي والجماعي مع المعلم ، ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية ، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل و الاتصال والمناقشة وإبداء الرأي .

**3.1 الإستخدامات الإخبارية :** أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية و بصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصدقية لما قد تقدمه يضاف إليها من المبالغات مقصودة و غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام <sup>1</sup> .

<sup>1</sup> عبد الرحمن ابن ابراهيم .المرجع السابق . ص 68. ص 69 .

**4.1 الإستخدامات الدعوية :** أتاحت الشبكات الإجتماعية الفرصة للتواصل و الدعوى مع الآخرين مسلمين و غير مسلمين ، و أنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية ، وهو إنتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام و التواصل ، والتوفير في الجهد و التكاليف .

كم يرى البعض أن من إيجابياتها الفورية في النشر والبت والاطلاع في جميع جهات العالم<sup>1</sup>

**2. مخاطر شبكات التواصل الاجتماعي:**

رغم أن الهدف الأساسي من مواقع التواصل الاجتماعي كان إيجاد وسيلة للتواصل بين الأفراد فإن استخدامها إمتد ليشمل مختلف المجالات حتى أنها باتت تهدد الاستقرار الاجتماعي ومن مخاطرها نذكر ما يلي:

- **تهديد القيم الاجتماعية والهوية الوطنية:** يجزم الجميع بأن التكنولوجيا الحديثة قد ساهمت في القضاء على أواصر الأخوة والعلاقات الأسرية بعد أن صارت أغلبية الأفراد يفضلون الجلوس أمام شاشة الحاسوب وأن يبحروا في العالم الافتراضي لاسيما الفاسبوك عوضا عن الجلسات العائلية والساھرات الليلية بين أفراد الأسرة الواحدة، وبالتالي نحن نتواصل بالوسائل ذاتها التي تضعف الاتصال أنها المفارقة التي نحن غارقون فيها.
- **توظيف الحركات الإسلامية لمواقع التواصل الاجتماعي:** كما شهد العالم العربي خلال السنوات الأخيرة ارتفاع عدد مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما الفاسبوك وقد تفتن تنظيم داعش الإرهابي إلى أهمية الدور الذي يلعبه المواقع الاجتماعي للنشر في الرأي العام لذلك حاول أن لا يكتفي باستعمال وسائل الإعلام الكلاسيكية (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة المكتوبه... الخ) للترويج لأعمال العنف التي يقوم بها من باب الدفاع عن الإسلام (حسب زعمه) بل خير الميديا الاجتماعية أيضا لتحقيق أهدافه.

<sup>2</sup>لعقاب محمد ، مهارات الكتابة للإعلام الجديد ،دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، 2013 ، ص13.

- **الترويج للإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** من جهة أخرى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات والمعلومات المغالطة بطريقة سريعة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية وهو ما يساهم أحياناً في خلق بلبلة أو تهديد الأمن العام للبلاد والدليل على ذلك ما حصل مثلاً في تونس إثر أحداث 14 يناير 2011 فإن كان لهذه الوسائل دور مهم في التبادل السريع للمعلومات إلا أن البعض أسأؤ استعمالها بأن حولوها إلى وسائل للترويج والإشاعات لاسيما أثناء انتخابات 23 أكتوبر 2011 إذ اعتمد البعض على هذه الوسائل لتشويه صور منافسين سياسيين.<sup>1</sup>
- **إضاعة الوقت:** أن أبرز سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي هو إضاعة الوقت فالكثير من الأشخاص يقضون أوقاتاً طويلة تصل إلى حد الإدمان في استخدام هذه المواقع مما يؤثر في أداء الأشخاص لأعمالهم اليومية، فتشير العديد من الدراسات إلى أن هنا ارتباط وثيق بين طول الوقت الذي يقضيه الجمهور في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وضعف الأداء الأكاديمي للطلاب، فضلاً عن تدني الأشخاص لأعمالهم، إذ أن استخدام الجمهور لهذه المواقع والأوقات طويلة أثر على أداءهم للأنشطة الأخرى.
- **انتهاك الخصوصية:** بعد تزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فإن العديد من المستخدمين يكشفون عن كم كبير من المعلومات الشخصية والملفات الخاصة بالأشخاص في بيئة تخلو إلحد كبير من المعايير والممارسات الآمنة، إذ أن ملامح خرق الخصوصية عن طريق تمكين الآخرين من الإطلاع واستخدام معلومات المشتركين.
- **نشر الأفكار المتطرفة:** أدى الفضاء الواسع والحرية المفرطة التي تمتاز بها شبكات التواصل الاجتماعي إلى نشر الأفكار والمعلومات المتطرفة والتي تهدد الأمن الفكري للأشخاص، فضلاً عن استغلال المصاميع الإرهابية والتنظيمات المتشددة لهذه المواقع في نشر أفكارهم وأفعالهم الإجرامية من قتل وتعذيب الأشخاص، إذ تحتوي مواقع

<sup>1</sup> إتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره بتصرف، 2016، ص ص 74 - 75 - 77 .

التواصل الاجتماعي على العديد من الصور ومقاطع الفيديو التي تظهر فيها القتل والتعذيب الذي تمارسه المجموعات الإرهابية، فضلاً عن العمل على تجنيد الأشخاص وتعليمهم فنون القتال عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بينما لا يمكنهم نشرها أو بثها عن طريق وسائل الاتصال التقليدية.<sup>1</sup>

- **إضعاف الذاكرة اللغوية العربية:** إن كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الرسائل النصية والأوامر الإلكترونية تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية، بسبب عدم التواصل الطبيعي وقلة النطق بالعربية، فالتواصل الاجتماعي الإلكتروني تتفصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال، كلغة الجسد واللمس والحركة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مهند حميد التميمي ، مرجع سبق ذكره، 2017، ص ص 93- 94 .

<sup>2</sup> مركز الحرب الناعمة للدراسات، شبكات التواصل الاجتماعي " منصات للحرب الأمريكية الناعمة، ط 1، جمعية

المعارف الإسلامية الثقافية، 2016، ص 33، [www.almaaraf.org](http://www.almaaraf.org)

## خلاصة الفصل:

وفي الأخير توصلنا إلى أن التطور الهائل في التكنولوجيا الحديثة أدى إلى تغيير نمط حياة الفرد والمجتمع من حيث الاتصال والتواصل مع بعضهم البعض، ومن أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي التي حققت قفزة نوعية في وقت قياسي جدا ومن أهم هذه المواقع الفاسبوك الذي أصبح يضاها العالم الواقعي في جميع النواحي، مما وفر له مكانة اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية ، كونه جزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية باعتباره يحقق اشباعا للفرد ويلبي احتياجاته في مختلف المجالات.

# الفصل الثالث: المشاركة السياسية

**تمهيد:**

تشكل المشاركة السياسية احد أوجه النظام الديمقراطي المبني على الحرية والعدالة والمساواة , وتعكس الإرادة الشعبية في التغيير السلمي للسلطة , وهذا السلوك الانتخابي يعبر عن مخ تلف التوجهات السياسية في المجتمع , ولجس نبض الشارع يلجا الكثير سواء من المرشحين أو الناخبين إلى الفاسبوك للتأثير أو لمعرفة البرامج المطروحة وهذا الثقل الذي أضحي يضحي به في المجتمع.

## أولاً: المشاركة السياسية

## 1- مفهوم المشاركة السياسية.

تحضى المشاركة السياسية باهتمام الهيئات الدولية ومنظمات حقوق الإنسان في العالم لمعرفة مدى التزام هذه الدول بالنظام الديمقراطي، فالمشاركة هي المساهمة في تسير الشأن العام، من خلال إعطاء فرصة للمواطن في حرية اختيار ممثليه على المستوى الهيئات الرسمية للدولة والمرافقة في تبني التوجهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية.<sup>1</sup>

وتتعدد أشكال المشاركة السياسية من خلال الاقتراع وحق إبداء الرأي في القرارات الرسمية، وكل ما يتعلق بالنشاطات التي لها انعكاس على حاضر ومستقبل الأمة.

حيث يرى جون جاك روس وأن المشاركة السياسية هي القدرة على مزاوله السياسية أو ممارستها وهذه المقاربة تقسي من المشاركة السياسية أولئك الأفراد الذين لا يملكون القدرة على مزاوله السيادة وهذا المفهوم يسعى لتطبيق التقليد الذي عرفته الدولة اليونانية المتمثل في ضرورة اشتراك "فاعل" في الشؤون العامة بما يعني أن المشاركة السياسية محاطة بشروط لا تتوفر عند جميع أفراد المجتمع.<sup>2</sup>

كما يترتب عن المشاركة السياسية معرفة المواطنين بالعملية السياسية وما تقوم به الحكومة ويعد أحيانا عدم المشاركة دليل على الرضا من قبل المواطنين، فالمواطن الذي لديه فرصة لإحداث تأثير على قرار ما ولا يقوم باستغلال تلك الفرصة إما أن يكون غير مبالي بالنتائج المترتبة على هذا القرار أو أن يكون شاعرا بالرضا أو أن يكون مدركا أن مشاركته لن يكون لذا تأثير بسبب وجود نوع من العجز العام أو الشعور بالإهمال والتجاهل من قبل الحكومة<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شريفة ماشطي، المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، سبتمبر 2010، ص 143

<sup>2</sup> السيدة عليوة ومنى حمود، " المشاركة السياسية " موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، 2002، ص 5.

<sup>3</sup> شيماء نو الفقار زغيب، الاتصال السياسي: قضايا وتطبيقات، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص 255.

وبالتالي المشاركة السياسية مبدأ ديمقراطي من أهم مبادئ الدولة الوطنية الحديثة مبدأ يمكن أن نميز بضوءه الأنظمة الوطنية الديمقراطية التي تقوم على المساواة في الحقوق والواجبات من الأنظمة الاستبدادية، الشمولية أو التسلطية التي تقوم على الاحتقار.<sup>1</sup>

## 2. أهمية المشاركة السياسية:

يمكن حصر أهمية المشاركة السياسية في نقطتين:

أ- تعد هذه العملية بشكلها الفردي أو الجماعي أداة استراتيجية لتغذية الحياة السياسية داخل الدولة حيث تعني بضمن الاتصال بين الحاكم والمحكوم فهي بمثابة المداخلات الأساسية الذي يسعى إلى تحويلها إلى مخرجات مرضية تسمح باستمرار وجوه بطريقة سليمة ومقبولة.

ب - المشاركة السياسية آلية ضرورية لإرساء دعائم الديمقراطية، فهي تعبر عن مطالب الشعب وأرائه باعتباره المصدر الرئيسي للسلطة والسيادة داخل الدولة كما تمكنه من تحصيل حقوقه.

وتحقيق مصالحه، فيصبح بذلك الحاكم الحقيقي والمسير الرئيسي لشؤون حياته وهذا هو المشكل الذي تقوم عليه الدولة المدنية الحديثة.<sup>2</sup>

## 3. أهداف المشاركة السياسية:

يحدد سيدني فاربا نورمان "المشاركة السياسية بناء على الأنظمة التي يقوم فيها المواطنون بهدف التأثير على اختيارات الأشخاص ونشاطات الحكومة بينما نجد "ماري تيريز" توضح أهداف المشاركة السياسية، حيث ربطت ذلك بإبداء موقف ما، مؤكدة على ضرورة أن يصبح الفرد المشارك جزء في الجماعة التي تعكس رغبة الآخرين، فالإحساس بالمسؤولية هي السبيل الوحيد لتحقيق فعالية المشاركة السياسية ولبلوغ هذه الدرجة يقتضي الأمر مستوى

<sup>1</sup> إبراهيم أبراش ، علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر، عمان، 1998، ص235

<sup>2</sup> هبة عمر عبد العزيز، قياس المشاركة السياسية للشباب، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 2، 2009، ص33

من الوعي والمعرفة وحتى العلم، وقد ذكر " كون واي "المشاركة السياسية وصفا إياها " بأنها أنشطة المواطنين الذين يهدفون للتأثير على هيكل الحكومة أو اختيار السلطات الحكومية، وقد تكون هذه النشاطات تعزيز للسياسات والسلطات والهيكل، أو تهدف إلى تغيير السياسات والسلطات والهيكل.<sup>1</sup>

كما أن المشاركة السياسية تتيح للمواطن معرفة المشاكل و طرق تطبيقها وعرض حلولها وتقديم برامج لذلك، ومن هنا تصبح آمال للاستقرار السياسي المتخذ نتيجة الاشتراك المواطن فيه فالمشاركة السياسية هي أبسط حقوق المواطنة حيث تمنح للفرد فرصة القيام بدوره في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بقصد تحقيق أهداف التنمية الشاملة، وبالتالي تصبح مفتاح للتعاون والبناء بين المواطنين والمؤسسات الحكومية وقناة الاتصال تدعم التوجه الديمقراطي، كما تعتبر المشاركة السياسية إضفاء المصادقية وشرعية النظام والهيئات الحكومية وسيجا أمانا للديمقراطية، وذلك من خلال تكريس حق المواطنين بالتعبير عن آرائهم حول المسائل الوطنية كما أن المشاركة من شأنها أن تبعد الحكومة عن حالة الانغلاق وتفتح أمامها مجالا واسعا للعمل الجماعي الذي لا تكون فيه الحكومة الطرف الوحيد المعبر عن سياسة الأمر والنهي وانجاز الأهداف.<sup>2</sup>

- كما يمكن أن نحصر أهداف المشاركة السياسية في النقاط التالية :

- تنمية هوية الفرد المستقلة، تطوير قدراته ومدركاته الخاصة، المشاركة في صنع الأحداث واتخاذ القرارات، نقل الثقافة السياسية السائدة في المجتمع من جيل إلى جيل ، تهيئة المناخ

<sup>1</sup>نعمان بوقيداح، مداخلة بعنوان: التعددية والمشاركة السياسية من منظور الأحزاب الإسلامية في الجزائر، ملتقى دولي حول المجتمع المدني والتنمية السياسية في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالم، 2013/2014، ص11  
<sup>2</sup>لعجال محمد لمين، إشكالية المشاركة السياسية وثقافة السلم، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة، العدد 12، 2011، ص12.

الملائم لصياغة القرار أو تطوير الثقافة السياسية الجديدة، ترسيخ مبادئ الديمقراطية في السلوك العادي.<sup>1</sup>

ثانيا: خصائص وخطوات المشاركة السياسية.

### 1. خصائص المشاركة السياسية:

يقصد بها منح المواطنين نفس الفرص للمساهمة في تحديد طبيعة نظام الحكم، والمشاركة في صياغة القرارات المصيرية وفق تطلعاتهم وللمشاركة السياسية سمات وخصائص بارزة نذكر منها:

**1- الفعل " Action "** ويقصد به الحركة الفعالة والأنشطة الايجابية للجماهير لتحقيق هدف أو عدة أهداف معينة.

**2- التطوع " Voluntari "** ويقصد به قيام المواطنين بعملية المشاركة طوعا واختيارا وتقديرا منهم للمسؤولية التي يجب أن يتحملونها إزاء قضايا المجتمع.

**3- الاختيار " choice "** ويعني به إعطاء الحق للمشاركين في تقديم المساندة للعمل السياسي والقادة السياسيين في حالة تعارض العمل السياسي والجهود الحكومية مع مصالحهم وأهدافهم المشروعة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> يحيوي هادية، المشاركة السياسية للمرأة، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 9 ، 2011 ، ص 18  
<sup>2</sup> داوود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية " دراسة تحليلية 26 من الدستور المصري مقارنة مع الدستور الفرنسي " ، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2006 ، ص 16 .

-كما أشار بعض المفكرين إلى خصائص أخرى للمشاركة السياسية نذكر منها :

- 1-المشاركة سلوك تطوعي ونشاط إداري حيث يقوم المواطنين بتقديم جهودهم التطوعية لشعورهم بالمسؤولية لتفاعلهم مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.<sup>1</sup>
- 2-المشاركة سلوك ايجابي واقعي بمعنى أنها تترجم إلى أعمال فعلية وتطبيقية وتتصل بحياة وواقع الجماهيري ليست فكرة مجردة تخلق في الأجواء ولا تهبط إلى مستوى التنفيذ.
- 3-المشاركة سلوك مكتسب فهي ليست سلوك فطري يولد مع الإنسان أو يرثه، وإنما هي عملية مكتسبة يتعلمها الفرد أثناء حياته وخلال تفاعلاته مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.
- 4-المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة.
- 5-لا تقتصر المشاركة على مجال أو نشاط واسع من أنشطة الحياة بل أن للمشاركة مجالات متعددة اقتصادية واجتماعية وسياسية.
- 6-المشاركة الجماهيرية لا تقتصر على مكان محدد ولا تنقيد بحدود جغرافية معينة قد تكون على نطاق محلي أو إقليمي أو قومي.
- 7- المشاركة حق وواجب في أنن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>عبدالعزیز إبراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، السياسة بين النمذجة والمحاكاة، المكتب الجامعي الحديث للنشر،

الإسكندرية، 2004، ص184

<sup>2</sup>بن قفة سعاد، المشاركة السياسية في الجزائر، آليات التقنين الأسري نموذجا: 1962 - 2005 ، أطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011 / 2012 ، ص 84.

## 2. خطوات المشاركة السياسية:

أ-التفاعل مع القضايا السياسية: ويتجلى ذلك بالتعاطي مع القضايا السياسية وإبداء الرأي فيها وذلك بخوض نقاشات حول المواضيع السياسية المطروحة خاصة في فترات الاستحقاقات الانتخابية والأزمات.

ب-المعرفة السياسية: وهي الإلمام بأهم وأبرز التفاصيل حول الشخصيات والقضايا المطروحة على مختلف المستويات والهيئات الرسمية.<sup>1</sup>

ت-التصويت السياسي: ويتجلى ذلك في الحملات الانتخابية بالإدلاء بالصوت وحضور أو متابعة برامج المرشحين والإقناع أو الميول والدعم.

ج-المطالب السياسية: وهي القيام بمختلف النشاطات والعلاقات مع المؤسسات الرسمية ا ولمشاركة في الأحزاب والجمعيات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> احمد سعيد تاج الدين، الشباب والمشاركة السياسية، ترجمة المادة الأجنبية بشرى عبد الحميد ، إخراج الفني اشرف أبو النيل، احمد سعيد، ص80

<sup>2</sup>مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي، ط1، المؤسسة الجامعية الدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، 2004 ، ص 67

**ثالثاً: أشكال ومستويات المشاركة السياسية.**

تأخذ المشاركة السياسية أشكالاً مختلفة وذلك حسب طبيعة النظام السياسي وفق نمط سياسي معين وتحدد الأدوار التي يقوم بها الأفراد بناء على النسق الذي ينتمي إليه كل فرد فمثلاً هناك من يتوقف دوره على الإدلاء بصوته، كما أن هناك السياسي والمناضلين وغيرهم، وهؤلاء جميعاً لهم أدوار سياسية.<sup>1</sup>

**1. أشكال المشاركة السياسية:**

على العموم يمكن أن نميز بين شكلين من المشاركة السياسية:

**1- المشاركة السياسية الرسمية:** فمن المعروف أن الرسميين وأصحاب المناصب هم اللذين يقومون بها من واقع الحفاظ على مصالحهم من خلال تحقيق الدوام والاستمرار والاستقرار للنسق اللذين يهيمنون عليه واللذين يمتلكون الحق في اتخاذ أو صنع القرار السياسي الذي يؤثر على المجتمع ككل حيث يشكل هؤلاء المستوى الأول من المشاركة السياسية الرسمية. ثم نجد البيروقراطيون الكبار ويؤتون في المستوى الثاني من المشاركة السياسية.

**2- المشاركة السياسية الغير رسمية:** وتتكون من الأحزاب السياسية خارج السلطة وجماعات الضغط المعولة والأقليات وهم يمثلون المعارضة في أي نسق سياسي، ويمثلها فواعل وأطراف تقوم بالدور الغير رسمي من خلال مشاركتهم في رسم السياسة العامة، وقد تم تسميتهم بغير الرسميين على الرغم من أهمية الدور الذي يلعبونه في مختلف الظروف لكونهم لا يشاركون بصفة رسمية أي أنهم لا يتمتعون بسلطة قانونية تعطيهم الحق في صنع قرارات ملزمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل علي سعد، مبادئ علم السياسة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004، ص 358

<sup>2</sup> سامية خضر صالح، المشاركة السياسية والديمقراطية، 2005، ص 28 - 29

ويقسم إبراهيم أبراش أشكال المشاركة السياسية إلى ثلاث مستويات:

\***مشاركة منظمة**: تكون في إطار المؤسسات أو التنظيمات القائمة وتشكل حلقة الوصل بين المواطنين والنظام السياسي عن طريق أجهزة تقوم بمهمة جمع ودمج المطالب الفردية معبر عنها، وتحولها إلى اختيارات سياسية عامة في إطار برامج محددة.

\***مشاركة مستقلة**: يقوم بها المواطن بصفة فردية بحيث تكون له حرية مطلقة في تحديد نوع مشاركته ودرجتها، ويكون مخييرا في أن يشارك أو لا يشارك.

\***مشاركة ظرفية**: تتم في المناسبات والنظم والأشخاص غير النشطين وغير المتورطين سياسيا من الجمهور أي عامة الناس، تتجلى مظاهرها في التصويت في الانتخابات والاستفتاءات.

## 2. مستويات المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية تعبر عن انشغال الأفراد بالمسائل السياسية خارج أو داخل المجتمع سواء عن طريق التصويت في الانتخابات أو نقد المناصب السياسية أو عضوية الأحزاب أو الترشح للمناصب العامة ويمكن الإشارة إلى أن المشاركة السياسية لها مستويات عديدة.

إن التصويت في الانتخابات هو أبرز مستويات المشاركة السياسية كمشاركة غالبية السكان في الانتخابات، ويفسر البعض من الباحثين على أنه يكمن دور الانتخاب في إظهار العلاقة بين الأفراد والنظام السياسي حيث من خلال التصويت يحدث نوع من التبادل بث الأفراد والحكومات المنتخبة عن طريق التأثير في عملية صنع القرار<sup>1</sup>.

ومن هنا نميز أربع مستويات للمشاركة السياسية:

<sup>1</sup>تاجي عبد النور ، المدخل الى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007 ، ص 128

\***المستوى الأول:** المشاركة السياسية من وجهة نظر الأنظمة التقليدية يمثلها كل من المناصب السياسية العليا للذين يملكون صنع القرار السياسي الذي يؤثر في المجتمع وعلاقته الخارجية.

\***المستوى الثاني:** يتكون من أولئك الذين هم خارج السلطة والباحثين إلى جانب صغار الموظفين فهؤلاء قد لا يستعطون التأثير في عملية صنع القرار عن طريق ما يملكون من قوى تؤثر على النسق السياسي.

\***المستوى الثالث:** هو الذي يتكون من أعضاء التنظيمات السياسية أي أولئك اللذين يدعون الدفاع عن المصلحة العامة بمشاركتهم بالمؤتمرات واللقاءات الرسمية والغير الرسمية ثم يلي ذلك من لهم الحق بالإدلاء بأصواتهم في الانتخابات ثم يلي بعد ذلك العابثون سياسياً<sup>1</sup>.

\***المستوى الرابع:** المتطرفون سياسياً وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة ويلجئون إلى العنف، والفرد الذي يشعر بعداء اتجاه المجتمع بصفة عامة أو اتجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة أي اللامبالاة وإما أن يتجه إلى مشاركة تتسم بالعنف وهذا الأمر مرفوض في إطار الديمقراطية واحترام الرأي والرأي الآخر والدفاع عن حقلك في الدفاع عن رأيك.

<sup>1</sup>الأسود شعبان الطاهر، علم الاجتماع السياسي، ط 1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 19

## رابعاً: آليات ومعوقات المشاركة السياسية

## 1. آليات المشاركة السياسية:

تعد الأحزاب أو الجمعيات السياسية بمثابة المؤسسات التي تساهم في عملية بناء والتأثير في السياسات العامة ونجاح أي نظام سياسي يعتمد على مدى فعالية هذه المؤسسات.

## 1- المشاركة السياسية عن طريق الأحزاب السياسية:

يؤكد كل من "فيربا" و"بالتز" و"حسن سميع" على أن الأحزاب السياسية تلعب دوراً كبيراً في تحقيق فعالية المشاركة السياسية وهي أساس النظام الديمقراطي، ولعل أبرز مؤسسة يمكنها القيام بهذا الدور هي الأحزاب السياسية لما تتسم به من امتداد في الأوساط الشعبية، وحسب "انتوني" "اندونز" مجموعة من الأشخاص يسعون للسيطرة على الحكم عن طريق الحصول على منصب في الانتخابات وتعمل الأحزاب على توسيع النشاط السياسي والمشاركة الجماهيرية من خلال تنمية علاقاتها بالناخبين كما تعد حلقة وصل بين الحاكمين والمحكومين فإن وجود الأحزاب السياسية هو مؤشر من مؤشرات الديمقراطية التشاركية الفعلية، تشترط أن يكون على أساس المنافسة السياسية السلمية مما يساهم في توعية الشعب وأداة لمراقبة أعمال الحكومة في هذا يمكن القول أن الأحزاب السياسية تقوم بتقديم الإطار الأكثر أهمية وملائمة لتحقيق المشاركة السياسية وعدم قصرها على فئة أو طبقة اجتماعية معينة خاصة مع اتساع وسائل الاتصال الجماهيري وانتشار التعليم".<sup>1</sup>

## 2- المشاركة السياسية عن طريق الجماعات الضاغطة: ذلك عندما لا تكون القنوات

الرسمية للمشاركة الفاعلة أو المؤثرة وقد وصفت بجماعات الضغط لأنها ببساطة تستخدم الضغط كوسيلة لحمل الحكومات على تلبية مطالبهم وعلى نحو مطالبة جماعات المجتمع الأخرى بمجموعة مطالب محددة ويتم ذلك من خلال التأثير على المؤسسات الحكومية.

<sup>1</sup>النفح الاشراف، المرجع السابق، ص 41

وأيضاً تعريف " روى مكريديس " بأنها جماعات تجمعها مصلحة مشتركة دائمة أو مستقرة تتنازل من أجل تعظيم مصالحها ومنافعها من خلال الضغط على الحكومة للحصول على المزايا والتنازلات والمساعدات وعلى الدعم المباشر وغير المباشر من قبل الحكومة.

**3- المشاركة السياسية عن طريق المجتمع المدني:** لقد أصبح دور مؤسسات المجتمع المدني يمثل أساساً مهماً في المشاركة السياسية للمجتمع في تحديد أهدافه وتصيب ال برامج التنموية، ومن هنا يتجلى دور مؤسسات المجتمع المدني باعتباره قناة لكل فرد أو مجموعة أو شريحة تربطهم مصلحة أو هدف، يمكن من خلال هذه التنظيمات أن يشاركوا باتخاذ القرارات الهامة وتنفيذها وتقييمها على اعتبار أنهم جزء لا يمكن تجاهله في المجتمع ويأتي دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق المشاركة السياسية من خلال التوعية بعمليات المشاركة وكذا الطرق الواجب إتباعها، وتلعب مؤسسات المجتمع المدني دوراً مهماً في ترويج ثقافة المشاركة في الانتخابات.<sup>1</sup>

**4- المشاركة السياسية عن طريق الإعلام:** إن لوسائل الإعلام قدرة مهمة في تشكيل المدركات السياسية للأفراد من خلال تزويدهم بمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية وتركيز إدراكهم لأهمية القضايا وفقاً لما تقدم من مضامين في تفسير وتحليل للأحداث وترتيب أولويتها ولقد تعددت التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات على التطور السياسي والديمقراطي وأهم هذه التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات على التطور السياسي، نشر الوعي السياسي بين المواطنين، تدعيم دور المعارضة السياسية، تدعيم دور القطاع الخاص، يتركز دور الإعلام في تمكين المواطن من فهم ما يجري محلياً وإقليمياً ودولياً، وتنمية قدراته للمشاركة السياسية واعتبارها حق وواجب للمواطنة.

<sup>1</sup> جاريزي زكريا، المشاركة السياسية ودورها في محاولة تكريس الديمقراطية التشاركية، الجزائر نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة

ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2010/2011، ص 26-27

## 2. معوقات المشاركة السياسية:

يحدد روبرت دال "R.Dahl" الأسباب التي تدفع الفرد اختياراً إلى عدم المشاركة السياسية في ستة نقاط وهي:

1- أن الشخص يشارك سلبياً بدرجة قليلة إذ وجد التعويضات التي يحصل عليها من خلال مشاركته هذه أقل مقارنة بالتعويضات التي يحصل عليها في أي نشاط آخر.

2- المشاركة في الحياة السياسية أقل إذا اعتبر الشخص أن الأهداف المطروحة الجديدة لا تختلف عن سابقتها وبالتالي فإن مشاركة لن تغير شيئاً في الواقع.

3- المشاركة الحياة السياسية تكون أقل عند ما يشك الشخص في امكانية تغيير الأوضاع أي أن ثقته في نفسه وفي قدراته تدعوه إلى المشاركة الفعالة في السياسة ولكن عملية انتحاله أو صعوبة التغيير تدعوه إلى عدم المشاركة.

4- المشاركة في الحياة السياسية تكون أقل عندما يعتقد الشخص بأنه يمكن له الحصول على نفس الأهداف بدون الارتباط بالسياسة.

5- تكون المشاركة في الحياة السياسية أقل إذا ما حكم الشخص على نفسه بمحدودية معلوماته السياسية ولهذا بأنه السبب فإنه لا يمكن أن يكون شخصاً فعالاً في المحل السياسي.

6- كلما زادت المعوقات أمام المشاركة السياسية كلما حل ارتباط الفرد بالعمل السياسي<sup>1</sup> إلى تركيز السلطة في قبضتها واقامة نظم ديكتاتورية تسلطية وفرض قيود صارمة على مشاركة

<sup>1</sup> طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ص 33-34

الجمهير في الحياة السياسية باعتبارهم كافة المحاولات التي تقوم بها الرعايا لنقل الحق في المشاركة السياسية تصرفات غير شرعية.<sup>1</sup>

### 3. أثر مميزات شبكات التواصل الاجتماعي الداعمة لنشاط السياسي

**1-زيادة الوعي السياسي:** من خلال الاطلاع على الأخبار والمعلومات وبمجرد المشاركة بالحوادث والتعرف على سياسيين ومناضلين وغيرهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي كل ذلك يساهم في تفتح الأفاق الأشخاص كانوا سبات عميق فاستوعبوا أن لهم حقوق وواجبات فصاروا أكثر وعيا وانضموا إلى حركات للمطالبة بالإصلاح والتغيير المستقبلي لأفضل .

**2-التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية:** أثبتت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي كفيس بوك وتويتر... الخ تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية ويشجعهم على الانخراط بها مما عمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول المختلفة والقومية وانخرطوا تحت راية المجتمع الالكتروني الواحد والمطالبة بالتغيير نحو أكثر ديمقراطية ومساواة.

**3-توزيع القيادة المطلقة على مجموعة كبيرة من القياديين:** من مميزات شبكات التواصل الاجتماعي توفير قاعدة لاختلاف نشاط متعدد الحركات والرؤوس وهذه الخاصة عملت على تشويش المكونات القومية أن تحدد هدفها بدقة أو تصوغ تكتيكا فعالا للقضاء عليه.

**4-تغيير مفاهيم النضال والاحتجاج:** لم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب ولا المظاهرات لاعتراض على الظلم وإنما أمواج الرسائل الاجتماعية التي ترد عبر الانترنت تعوض المادي.

<sup>1</sup>بويكر جيميلي، مرجع سبق ذكره، ص173

**خلاصة الفصل:**

من خلال هذا الفصل فإن مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم المركزية التي تلاقى اهتمام ونقاشا كبيرين من قبل المنشغلين والمهتمين بقضايا علم اجتماع السياسي وحتى من قبل الأوساط المهمة بالسياسة، لا سيما أنه من أكثر المفاهيم ارتباطا بخلفيات سياسية واجتماعية وأيديولوجية ونفسية معقدة، تمتد بجذورها في كل من المجتمعات المتطورة والمتخلفة على حد سواء إلا أن قراءة أبعاد ومؤشرات المفهوم تختلف باختلاف البني السياسية في المجتمعات الديمقراطية والمجتمعات الشمولية.

## الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

**تمهيد:**

تعتبر الفترة الجامعية أحد أهم مراحل في تشكيل ثقافة المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بوصفها من مؤسسات التنشئة السياسية، إذ تساهم في نشر قيم الثقافة السياسية، وتعزيز المشاركة السياسية لدى الطالب، عبر انخراطهم في الاتحادات الطلابية والأحزاب السياسية، وبالتالي سعينا إلى تحديد علاقة الجامعة بالعمل السياسي، وأهم معوقات المشاركة السياسية للطالب الجامعي، وطرق مساهمة الجامعة في تشكيل الثقافة السياسية وتعزيز المشاركة السياسية لديه، باستخدام أسلوب منهجي قائم على التحليل والتفسير.

## أولاً: تحليل النتائج:

## الجدول رقم (01): يوضح توزيع العينة حسب الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
37,5	15	ذكر
62,5	25	انثى
100,0	40	المجموع

## من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

تشير معطيات الجدول رقم (01) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس إلى أن أغلبية المبحوثين من فئة الاناث حيث قدرت نسبتهم 62.5% أي ما يعادل 25 من مفردات العينة في حين قدرة نسبة الذكور ب 37.5% أي ما يعادل 15 من العدد الاجمالي للطلبة المبحوثين ويمكن التعبير عن هذه النتيجة كون فئة الاناث أكثر في الوسط الجامعي من الذكور.

## الجدول رقم (02): يوضح توزيع العينة حسب السن:

النسبة	التكرار	السن
37,5	15	20-25 سنة
15,0	6	25 - 30 سنة
47,5	19	30 سنة فما فوق
100,0	40	المجموع

## من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

تشير معطيات الجدول رقم 04 المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب السن أن الفئة الغالبية من أفراد الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين ثلاثون سنة فما فوق حيث قدرت نسبتهم 47.5% ، ثم تليها الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة حيث بلغت بنسبة 37.5% ممثلة في 15 من أفراد العينة ثم تليها الفئة العمرية ما بين 25 إلى 30 سنة حيث بلغت نسبتها 15% ممثلة 06 من أفراد العينة.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع العينة حسب الانتماء السياسي أو الحزبي من عدمه:

النسبة	التكرار	الانتماء لحزب سياسي
15,0	6	أنتمي
85,0	34	لا أنتمي
100,0	40	المجموع

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم 03 الذي يوضح توزيع العينة حسب الانتماء السياسي أو أكثر أن 85% من أفراد العينة المقدرة بـ 34 مبحوث ليس لديهم انتماء حزبي فيما بلغت نسبة أفراد العينة الذين لديهم انتماء حزبي 15% ممثلون في 06 طلبة.  
الجدول رقم (04): يوضح الاهتمام بالقضايا السياسية من طرف العينة حسب الجنس:

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس الاهتمام	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
10,0%	4	4,0%	1	20,0%	3	دائما
85,0%	34	88,0%	22	80,0%	12	أحيانا
5,0%	2	8,0%	2	0,0%	0	نادرا
100,0%	40	100,0%	25	100,0%	15	المجموع

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول رقم 04 المتعلق باهتمام طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع بالقضايا السياسية إلى أن الذكور لديهم اهتمام أكبر للقضايا السياسية من الإناث حيث بلغت نسبة الاهتمام دائما لدى الذكور 20% ولدى الإناث 4%، فيما بلغت أحيانا 80% لدى الذكور و 88% لدى الإناث، وبلغت نادرا 00% لدى الذكور و 8% لدى الإناث.

من خلال الجدول نستنتج أن هذه العينة من طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع ليس لديهم اهتمام كبير بالقضايا السياسية هذا راجع بصفة عامة إلى عزوف الشباب عن العمل السياسي في وقتنا هذا مقارنة بوقت مضى أصبح الشباب الجزائري أو الطالب الجامعي لا يهتم كثير بالقضايا السياسية ولا في العمل السياسي.

بالإضافة إلى أن الاناث لديهم اهتمام أقل بالقضايا السياسية كون الاناث لديهم اهتمام أكثر بمواضيع متعلقة بالموذا واللباس.

بالإضافة إلى تراجع العمل النقابي والسياسي داخل الحرم الجامعي مقارنة بسنوات سابقة بالنسبة للطلبة الجامعيين.

**الجدول رقم (05): يوضح أكثر الوسائل المعتمدة في اثناء المعلومات السياسية لعناصر العينة:**

الوسائل المعتمدة	التكرار	النسبة
قنوات التلفزيون	20	50,0
شبكات التواصل الاجتماعي	20	50,0
المجموع	40	100,0

#### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) المتعلق بإثراء المعلومات السياسية أن الوسائل المعتمدة في ذلك كانت متكافئة بين قنوات التلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغ كل منهما 50% أي تكرار 20 لكل منهما.

ومن خلال هذا نستنتج أن هناك توازن في استعمال بين مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات التلفزيون ، حيث أنه رغم تطور مواقع التواصل الاجتماعي ونقلها للأحداث والأخبار لحظة وقوعها غير أنه لا يمكن التخلي عن التلفاز في متابعة الأحداث السياسية وهذا ما يفسره متابعة الشباب الأخبار عبر التلفاز والأحداث العالمية أثبتت ذلة كأحداث غزة.

فشبكات التواصل الاجتماعي تنقل الأحداث والأخبار لحظة وقوعها بحرية أكثر مقارنة بالقنوات التلفزيونية يعاب على كثرت الاشاعات والأخبار المغلوطة في حين توتيح قنوات

التلفزيون تحليل أعمق من خلال استضافة خبراء ومحليلين سياسيين لديهم أفكار وآراء يستفيد منها المشاهد.

الجدول رقم (06): توزيع العينة حسب سبب تفضيلها لوسائل التواصل الاجتماعي:

المجموع		30 سنة فما فوق		25 - 30 سنة		20-25 سنة		السن سبب التفضيل
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
20,0%	8	21,1%	4	16,7%	1	20,0%	3	تنوع المحتويات السياسية
70,0%	28	68,4%	13	50,0%	3	80,0%	12	متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث
10,0%	4	10,5%	2	33,3%	2	0,0%	0	إمكانية التفاعل والمشاركة
100,0%	40	100,0%	19	100,0%	6	100,0%	15	المجموع

#### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) المتعلق بتوزيع العينة حسب سبب تفضيلها لوسائل التواصل الاجتماعي أن الفئة العمرية من (20-25 سنة) تفضل متابعة أخبار ومواكبة الأحداث عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت النسبة 80% متمثلة في 12 مبحوث، فيما بلغت نسبة تنوع المحتويات السياسية 20% متمثلة 03 مبحوثين إمكانية التفاعل والمشاركة، أما الفئة العمرية من (25-30 سنة) نسبة متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث بلغت 50% تمثل ثلاث مبحوثين تليها إمكانية التفاعل والمشاركة 33% متمثلة من أفراد العينة وتأتي توزع المحتوى السياسي بعد ذلك 16.7% متمثلة أما الفئة العمرية 30 سنة فما فوق بلغت نسبة متابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي 68.4% بتكرار 13 بعدها تنوع المحتوى السياسي 21.1% بتكرار 04 بعدها إمكانية التفاعل 10.5% بتكرار (02) .

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي مفضلين متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث حيث بلغت النسبة 70% حيث تتيح لهم متابعة الأخبار والأحداث لحظة وقوعها بصوت والصورة حيث تتيح شبكات التواصل الاجتماعي هماش أكثر من الحرية ويختلف هذا الاهتمام حسب الفئة العمرية حسب ما هو موجود في الجدول فيما تنتوع المحتوى السياسي 20% وامكانية التفاعل والمشاركة 10% ، وهذا راجع لعدم اهتمام الطلبة الجامعين في وقت الحالي بالمشاركة السياسية والانخراط في الأحزاب والترشيح والعمل السياسي بصفة عامة.

الجدول رقم (07): يوضح توزيع العينة حسب المدة الزمنية المقضية في تصفح شبكات

التواصل الاجتماعي يوميا :

النسبة	التكرار	المدة الزمنية
30,0	12	أقل من ساعة
50,0	20	من ساعة إلى ثلاث ساعات
20,0	8	أكثر من ثلاث ساعات
100,0	40	المجموع

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (07) الذي يوضح توزيع العينة حسب المدة الزمنية المقضية في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي أن نسبة 50% من الطلبة يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار 20، تليها أقل من ساعة ممثلة 30% بتكرار 12 ، تليها أكثر من ثلاث ساعات بنسبة 20% بتكرار 08.

يرجع ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يقضون من ساعة إلى ثلاث ساعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى سهولة التصفح نظرا لامتلاك الطلبة هواتف ذكية وامكانية التصفح في أي وقت أثناء ركوب الحافلة في المنزل في الجامعة، بالإضافة أن طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع يحضون برنامج دراسي يحتوى على حجم ساعي قليل مقارنة ببعض التخصصات خاصة العلمية منها مما يتيح لهم وقت أكثر لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي فيما تليها المدة الزمنية أقل ساعة فهناك من يفضل عدم الاتصال عبر التواصل الاجتماعي تليها أكثر

من ثلاث ساعات في المرتبة الأخيرة يعود ذلك إلى أن أكثر من ثلاث ساعات حجم كبير وأن الطلبة لديهم ارتباطات أخرى كممارسة الرياضة والعمل خاصة أن معظم الطلبة الماجستير موظفين أو أصحاب أعمال حرة.

الجدول رقم (08): يوضح كيفية الاطلاع على المواضيع السياسية من طرف العينة حسب الانتماء لحزب سياسي من عدمه:

المجموع		لا أنتمي		أنتمي		الانتماء كيفية الاطلاع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
50,0%	20	47,1%	16	66,7%	4	أجدها صدفة
50,0%	20	52,9%	18	33,3%	2	أبحث عنها
100,0%	40	100,0%	34	100,0%	6	المجموع

#### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (08) يتبين أن الطلبة الذين لديهم انتماء سياسي يجدون المواضيع السياسية صدفة وقد بلغت النسبة 66.7% بتكرار (04) فيما بلغت نسبة الطلبة الذين يبحثون عنها 33.3% بتكرار (03).

أما الطلبة الذين ليس لديهم انتماء سياسي فيبحثون عن المواقع السياسية حيث قدرت نسبة البحث عنها 52.9% ويتكرر 18 ، ومن يجدونها صدفة 47.1% بتكرار (16) ويرجع ذلك أن الطلبة الذين لديهم انتماء سياسي يجدون المواقع السياسية صدفة لأنهم متابعين لصفحات سياسية وعن طريق الخوارزميات المواقع السياسية والأخبار نجدها دائما تظهر عند تصفحهم مواقع التواصل الاجتماعي صدفة، نظرا لمتابعتهم الدائمة والمستمرة للشخصيات السياسية بمختلف انتماءاتها والأحزاب السياسية بتنوعها.

أما الطلبة الذين ليس لديهم انتماء سياسي يكون اهتمامهم أكثر بمواقع أخرى كالرياضة أو الفن ، فالأخبار والمواقع السياسية لا تظهر كثير في صفحاتهم فيقومون بالبحث عنها.

**الجدول رقم (09): يوضح مدى تعويض وسائل التواصل الاجتماعي للإعلام التقليدي في زيادة المعرفة السياسية حسب سبب تفضيلها:**

المجموع		إمكانية التفاعل والمشاركة		متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث		تنوع المحتويات السياسية		سبب التفضيل عوض التقليدي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
90,0%	36	50,0%	2	92,9%	26	100,0%	8	نعم عوضه
10,0%	4	50,0%	2	7,1%	2	0,0%	0	لم يعوضه
100,0%	40	100,0%	4	100,0%	28	100,0%	8	المجموع

**من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss**

من خلال الجدول رقم (09) الذي يوضح مدى تعويض شبكات التواصل الاجتماعي للإعلام التقليدي في زيادة المعرفة السياسية يتبين لنا ان سبب تنوع المحتويات السياسية حيث بلغت النسبة 100% ممثلة في أفراد العينة تليها 92% نظر لمواكبة الأحداث السياسية بتكرار 26، فيما بلغت نسبة إمكانية التفاعل والمشاركة 50% مناصفة. من خلال الجدول تبين أن أغلبية المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي عوضت الاعلام التقليدي نظر لتنوع المحتوى السياسي ولمواكبة الأحداث فالطالب الجامعي بإمكانه الاطلاع كل الأخبار والأحداث من هاتفه لحظة وقوعها سواء كان في الجامعة أو المنزل والشارع بالإضافة إلى أن بعض الأحداث لا يتم نقلها عبر الاعلام التقليدي ويتم بثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولنا أمثلة في ذلك، حيث أن الاعلام التقليدي مرتبط بتوجيهات ومراقبة الأجهزة الحكومية سواء كان إعلام تابع للقطاع العام أو الخاص فلا يمكنه التطرق إلى بعض المواضيع والقضايا خاصة التي تهدد الأمن والاستقرار داخل البلدان فحين أن شبكات التواصل الاجتماعي فيها حرية مطلقة.

الجدول رقم (10): يوضح توزيع العينة حسب سبب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي:

النسبة	التكرار	السبب
25,0	10	سرعة
40,0	16	تنوع المعلومات
25,0	10	قدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي
10,0	4	لا يعتمد
100,0	40	المجموع

#### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول رقم (10) توزيع العينة الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت " تنوع المعلومات" النسبة الأكبر 40% بتكرار (16) فرد من العينة تليها "السرعة والقدرة على التعرف" على الآراء منها مناصفة بـ 25% بتكرار (10) فيما بلغت نسبة من لا يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي 10% بتكرار 04.

يعتمد أغلب أفراد العينة (طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع) على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تنوع المعلومات حيث تتيح هذه الشبكات مختلف الآراء والاتجاهات نظراً لوجود هامش كبير من الحرية وتنوع المحتوى والمعلومات وعدم وجود قيود وعراقيل، فشبكات التواصل الاجتماعي تتيح للطالب والمتصفح خيارات كثيرة ومتنوعة مواضيع متعلقة بالعمل السياسي المحلي والوطني والاقليمي والدولي وتتيح لهم التواصل والتبادل الآراء والأفكار مع الآخرين من خلال الدردشة والتعليق والمشاركة والسرعة.

بالإضافة إلى "السرعة والقدرة على التعرف على الآراء" التي احتلت المرتبة الثانية في اعتماد الطلبة وبخصوص الذين لا يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي فكانت النسبة ضئيلة لأننا في عصر العولمة لا يمكن الاستغناء عن التكنولوجيا الحديثة والهواتف الذكية.

الجدول رقم (11): يوضح مظاهر المشاركة السياسية المستوحاة من شبكات التواصل الاجتماعي من طرف العينة حسب الانتماء لحزب سياسي من عدمه:

المجموع		لا أنتمي		أنتمي		الانتماء
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	كيفية الاطلاع
10,0%	4	11,8%	4	0,0%	0	الانخراط في الأحزاب والجمعيات
45,0%	18	38,2%	13	83,3%	5	مشاركة في التجمعات والندوات
20,0%	8	23,5%	8	0,0%	0	مشاركة في الاضرابات واحتجاجات مطلية
25,0%	10	26,5%	9	16,7%	1	مشاركة في المظاهرات والمسيرات الشعبية
100,0%	40	100,0%	34	100,0%	6	المجموع

### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول رقم (11) مظاهر المشاركة السياسية المستوحاة من شبكات التواصل الاجتماعي حسب الانتماء لحزب سياسي.

حيث أن أغلب أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يستوحون من شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة في التجمعات والندوات حيث بلغت النسبة 83.3% فيما بلغت مشاركة المظاهرات والمسيرات الشعبية 16.7% والاضراب 00% و 00% الانخراط في الأحزاب ، أما الذين ليس لديهم انتماء سياسي 38.2% من يستوحون من شبكات التواصل الاجتماعي المشاركة في التجمعات والندوات 11.8% الانخراط في الأحداث 23.15% المشاركة في الاضراب والاحتجاجات الطلابية و 26.5% المشاركة في المظاهرات والمسيرات الشعبية.

نستنتج من خلال الجداول أن غالبية أفراد العينة سواء كان لهم انتماء حزبي أو لا، يستوحون مشاركتهم في التجمعات والندوات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ويعود ذلك لأنها وسيلة اعلام وترويج واخبار المتظاهرات والنشاطات كما أن أفراد العينة ليس

لديهم اهتمام كبير في المشاركة المظاهرات والانخراط في الأحزاب نظرا لأن الطالب الجامعي أصبح آخر اهتمامه هو العمل السياسي، كما أن الطالب الجامعي يهتم بالانخراط في التنظيمات الطلابية والأحزاب السياسية كثيرا كما لا يفضل المشاركة في الاحتجاجات السياسية والمطلبية ويشارك في المظاهرات التي تهم الشأن الوطني أكثر كالحراك ومناصرة القضية الفلسطينية ويولي اهتمام أكثر بالتجمعات نظرا لارتباطها الكبير بالجامعة حيث أن الجامعة دائما ما تنظم ندوات وملتقيات بقضايا وشؤون محلية تاريخية وعلمية... الخ.

**الجدول رقم (12): يوضح مساهمة شبكات التواصل في تنمية الثقافة السياسية حسب**

**مدة استخدامها**

المجموع		أكثر من ثلاث ساعات		من ساعة إلى ثلاث ساعات		أقل من ساعة		المدة المساهمة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
60,0%	24	75,0%	6	70,0%	14	33,3%	4	من خلال تصفح المواضيع والصفحات السياسية
25,0%	10	0,0%	0	20,0%	4	50,0%	6	من خلال متابعة مباشرة الشخصيات السياسية
15,0%	6	25,0%	2	10,0%	2	16,7%	2	التعليق وإعداد الرأي والتفاعل مع الآخرين
100,0%	40	100,0%	8	100,0%	20	100,0%	12	المجموع

**من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss**

يوضح الجدول رقم (12) مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية حسب مدة استخدامها حيث بلغ تصفح المواقع والمواضيع والصفحات السياسية 75% بالنسبة لأكثر من ثلاث ساعات و70% من ساعة إلى ثلاث ساعات أقل من ساعة 20% من ساعة إلى ثلاث ساعات 00% أكثر من ساعة ، فيما يخص التعليق واجراء الرأي التفاعل مع الآخرين أكثر من ساعة بلغت 25% من ساعة إلى ثلاث ساعات 10% أقل من ساعة 16.7% .

من خلال الجدول تبين أن تصفح المواقع والصفحات السياسية بلغ نسبة 75% في أكثر من ثلاث ساعات وهذا راجع إلى أن الطالب يتابع المواقع السياسية دون التفاعل معها كثيرا أو ابداء الرأي أو التعليق نظرا لعدم اهتمامه الكبير بها ونظرا لأن الطالب الجامعي أصبح لا يولي اهتمام أكبر في الانخراط في العمل السياسي، حيث أصبح الطالب الجامعي يتابع القضايا السياسية عن بعد دون الانخراط كثيرا في التنظيمات والأحزاب والجمعيات ، فيما تبين أن متابعة الشخصيات السياسية يحض بوقت أقل حيث أن نسبة 50% من المبحوثين يتابعون الشخصيات السياسية أقل من ساعة وذلك لاهتمامهم بمواضيع أخرى كالرياضة أو الفن وفقدان الثقة في الشخصيات السياسية وتحول خطاب هذه الشخصيات إلى سخرية في شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة والمنتبعين لشأن السياسي في الجزائر نظرا لأخطائهم الكثيرة والمتكررة.

**الجدول رقم (13): يوضح أهم المواضيع السياسية المفضلة حسب سبب تفضيل شبكات التواصل الاجتماعي:**

المجموع	إمكانية التفاعل والمشاركة		متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث		تنوع المحتويات السياسية		المدة المساهمة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
35,0%	14	50,0%	2	35,7%	10	25,0%	2	المواضيع والقضايا السياسية المحلية
5,0%	2	50,0%	2	0,0%	0	0,0%	0	المواضيع والقضايا السياسية الجهوية
60,0%	24	0,0%	0	64,3%	18	75,0%	6	المواضيع والقضايا السياسية الوطنية
100,0%	40	100,0%	4	100,0%	28	100,0%	8	المجموع

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول رقم (13) المواضيع السياسية المفضلة حسب تفضيل شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت مواضيع القضايا المتعلقة بالسياسة الوطنية 60% فيما بلغت المواضيع والقضايا السياسية المحلية اهتمام 35% من أفراد العينة والمواضيع الجهوية 05% تتوع حسب تفضيل شبكات التواصل الاجتماعي حيث جاء تنوع المحتوى السياسي في المرتبة الأولى تليه متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث في المرتبة الثانية وامكانية التفاعل والمشاركة ثالثا.

نلاحظ أن أغلب المبحوثين يفضلون المواضيع السياسية المتعلقة بالقضايا الوطنية حسب تنوع المحتوى السياسي الذي تحتويه يرجع ذلك لاهتمام الطالب أو المواطن بصفة عامة بالقضايا الوطنية أكثر من القضايا الدولية بتتوعها سواء تعلق الأمر بانتخابات محلية أو رئاسية أو برلمانية، أو قضايا تتعلق بالأمن والاستقرار الداخلي كأحداث غرادية والحراك الشعبي وكقضية الغاز الصخري وقضايا التنمية وقضايا أخرى حيث تشكل هذه المواضيع اهتمامات أكبر لدى الطالب الجامعي.

فيما جاء الاهتمام بالمواضيع المحلية في المرتبة الثانية يعود ذلك لاهتمام الطالب بالمواضيع المتعلقة ببلدية اقامته أو ولايته أكثر من القضايا الجهوية من حيث المتابعة، كما أن امكانية تفاعل والمشاركة في المواضيع الجهوية والمحلية أكثر من القضايا الوطنية حيث يظهر اهتمام الطلبة بالانتخابات البرلمانية والبلدية أكثر من الرئاسية مثلا وتدخّل اعتبارات القبلية والمنطقة.... الخ.

**الجدول رقم (14): ترتيب المواضيع السياسية على شبكات التواصل حسب اهتمام أفراد**

**العينة:**

المواضيع	1	2	3	4	الترتيب
المحلي	14	6	10	10	المرتبة 2
الوطني	14	16	10	0	المرتبة 1
الإقليمي	0	10	18	12	المرتبة 4
الدولي	12	8	2	18	المرتبة 3
المعامل	1	0,75	0,5	0,25	

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

$$\begin{aligned} \text{المحلي} &= (1 \times 14) + (0,75 \times 6) + (0,50 \times 10) + (0,25 \times 10) = 26 \\ \text{الوطني} &= (1 \times 14) + (0,75 \times 16) + (0,50 \times 10) = 31 \\ \text{الاقليمي} &= (0,75 \times 10) + (0,50 \times 18) + (0,25 \times 12) = 19.5 \\ \text{الدولي} &= (1 \times 12) + (0,75 \times 8) + (0,50 \times 2) + (0,25 \times 18) = 23.5 \end{aligned}$$

يبين الجدول رقم (14) ترتيب المواضيع السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي حسب اهتمام أفراد العينة حيث بلغ الاهتمام بالقضايا الوطنية المرتبة الأولى 31% والقضايا المحلية المرتبة الثانية 26% و القضايا الدولية 23.5% والقضايا الاقليمية المرتبة الرابعة 19.5% .

ويعكس هذا الاهتمام الأكبر للطالب بالقضايا ذات الطابع الوطني نظرا لأهميتها وما تحمله من مخاوف تمثل في الأمن الداخلي والسيادة الوطنية والاستقرار السياسي والاجتماعي وتليها القضايا المحلية المتعلقة بالبلدية أو الولاية مكان الاقامة نظرا أغلبية المجتمع يهتم بالقضايا المحلية المختلفة مثلا بالانتخاب البلدية أو الولائية، وتحتل القضايا الدولية المرتبة الثالثة حيث أنها لا تحظى باهتمام كبير بالنسبة للطالب الجامعي باستثناء القضية الفلسطينية التي لها اهتمام لدى الطالب والمجتمع الجزائري بصفة عامة ويلها القضايا الاقليمية نظرا لعدم اهتمام أو اتباع الطالب لما يحدث في دول الجوار رغم ما تمثله من أهمية نظرا لاشتعال الأوضاع وتدهور الأمن في بعض دول الجوار بالإضافة تدهور العلاقات السياسية مع بعض دول الجوار كالمغرب.

الجدول رقم (15): يوضح مدى اعتقاد عناصر العينة بفعالية الشبكات الاجتماعية في حشد وتعبئة الجماهير حسب كيفية اطلاعهم على المواضيع السياسية :

المجموع		تبحث عنها		تجدها صدفة		الإطلاع الاعتقاد أداة فعالة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
95,0%	38	100,0%	20	90,0%	18	نعم
5,0%	2	0,0%	0	10,0%	2	لا
100,0%	40	100,0%	20	100,0%	20	المجموع

### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يبين الجدول رقم (15) مدى اعتقاد عناصر العينة بفعالية شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الجماهير حسب كيفية اطلاعهم على المواقع السياسية حيث بلغت نسبة من يعتقدون بأنها أداة فعالة ممن يجدون المواقع صدفة 90% فيما بلغت نسبة من لا يعتقدون بفعاليتها 10% من يجدونها صدفة فيما بلغت نسبة من يعتقدون أنها أداة فعالة من يبحثون عنها 100% .

يعود ذلك لمدى أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في حشد الجماهير حيث تتيح إمكانية التقاء وتجمع من خلال تحديد مواعيد مسبقه هذا ما لمسناه في أرض الواقع من خلال الحشد والتعبئة فيما يخص مواضيع كالقضية الفلسطينية وأحداث غزة مؤخرًا والمسيرات الطلابية والشعبية التي شهدتها جامعة الأغواط وباقي الجامعات بالإضافة إلى الحراك الشعبي والدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في الحشد، حيث كان صفحات ومجموعات يتم من خلالها تأطير هذه المسيرات من خلال تحديد مكان انطلاقها ووقت انطلاقها أيضا .

الجدول رقم (16): يوضح اعتقاد أفراد العينة بأن قنوات التواصل وسيلة قوية لدفع الأفراد لحضور تجمع أو نشاط انتخابي

النسبة	التكرار	قنوات التواصل / دفع الأفراد
85,0	34	نعم
15,0	6	لا
100,0	40	المجموع

من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يبين الجدول رقم (16) اعتقاد أفراد العينة بأن قنوات التواصل وسيلة لدفع الأفراد لحضور تجمع أو نشاط انتخابي حيث بلغت نسبة من قالو بنعم 85% ممثلة في 34 من أفراد العينة (لا) بلغت 19% ممثلين في 6 من أفراد العينة.

يعود ذلك للتطور الحاصل في مجال تكنولوجيا الاتصال فأغلب الأحزاب والجمعيات أصبحوا يروجون إلى نشاطاتهم وتجمعاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويتم ارسال دعوات عبر منشورات أو عبر رسائل في شبكات التواصل الاجتماعي وأغلب الطلبة يمتلكون حسابات في شبكات التواصل الاجتماعي متصلين بها يوميا، وهذا ما يسهل عمليات حشد الطلبة أو المواطنين بصفة عامة كالأحزاب السياسية أو الشخصيات السياسية عند قيامهم بتجمعات سياسية أو حملات انتخابية أو ندوات يقومون بالترويج لذلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال الاعلان وتحديد الوقت والمكان الذي يعقد به النشاطات وهذا ما يتيح الوصول إلى عدد كبير من المواطنين.

الجدول رقم (17): يوضح مستوى فاعلية الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل حسب حسب مدى مساهمتها في تنمية الثقافة السياسية:

المجموع		لا تساهم		تساهم		المساهمة مستوى الحملات الانتخابية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
75,0%	30	0,0%	0	83,3%	30	فعالة
25,0%	10	100,0%	4	16,7%	6	غير فعالة
100,0%	40	100,0%	4	100,0%	36	المجموع

### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

يوضح الجدول رقم (17) مستوى فاعلية الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب مدى مساهمتها في تنمية الثقافة السياسية حيث يرى 83.3% من أفراد العينة أنها تساهم في تنمية الثقافة السياسية وفعالة في ذلك فيما يرى 16.7% أنها غير فعالة ، فيما يرى أفراد العينة الذين صرحوا أنها لا تساهم في تنمية الثقافة السياسية أنها غير فعالة بنسبة 100%.

من خلال الجدول نستطيع القول أن الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لها مساهمة كبيرة في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب من خلال تنوع المحتوى السياسي وشخصيات السياسية نظرا لأنها تستقطب شخصيات سياسية بارزة وأحزاب وفعليات يمكن للطالب أن ينمي ثقافته السياسية من خلال الاحتكاك بها، بالإضافة أن أغلب الأحزاب والمرشحين أصبحوا يروجون ببرامجهم السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال منشورات أو فيديوهات تتيح لطالب اختيار الشخصيات الأنسب والبرامج الأفضل، كما يمكنه التفاعل أيضا مع هذه الشخصيات والأحزاب عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استفسار أو سؤال وغالبا ما يكون الرد ومحاولة استقطاب الناخب لأجوبة تكون مقنعة نوعا ما.

الجدول رقم (18): يوضح مشاركة عناصر العينة في أنشطة أو أحداث سياسية حسب كيفية اطلاعهم على المواضيع السياسية :

المجموع		تبحث عنها		تجدها صدفة		الإطلاع المشاركة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
60,0%	24	60,0%	12	60,0%	12	لم أشارك
20,0%	8	10,0%	2	30,0%	6	مسيرة أو وقفة
10,0%	4	20,0%	4	0,0%	0	تجمع انتخابي
10,0%	4	10,0%	2	10,0%	2	نشاط أو فعالية سياسية
100,0%	40	100,0%	20	100,0%	20	المجموع

#### من اعداد الطالبين: باعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول رقم (18) الذي يوضح مشاركة عناصر العينة في أنشطة وأحداث سياسية حسب كفية اطلاعهم عن المواقع السياسية أن 60% من أفراد العينة الذين لم يشاركوا في أنشطة وجودو هذه الأنشطة والأحداث صدفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي و30% من شاركوا في مسيرة أوة وقفة وجدوها أيضا صدفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي "تجمع انتخابي" 00% "نشاط أو فعالية سياسية" 10% هؤلاء وجودها صدفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

أما المبحوثين الذين يبحثون عن هذه الأنشطة والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي فقد بلغت نسبة 60% "لم أشارك" 10% "شارك في مسيرة أو وقفة" 20% "شارك في تجمع انتخابي" 10% "شارك في نشاط أو فعالية" 10%.

نلاحظ من خلال الجدول أنه سواء كان الطالب قد وجد المواضيع السياسية صدفة أو بحث عنها فهي لا تستهويه كثيرا وإن كان من بحث عنها كالمشاركة أكثر نوعا ما من وجدها صدفة وهذا راجع دائما كما قلنا سابقا لعدم اهتمام الطالب الجامعي مؤخرا بالمواضيع السياسية في الجزائر بصفة عامة، فأغلبية المبحوثين لم يشاركوا في التجمعات التي وجدوها عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومن شاركوا تمثلت مشاركتهم بمسيرة أو وقفة يعود ذلك بأن أغلب الطلبة يشاركون في المسيرات المتعلقة بالقضايا الوطنية والدولية كالحراك أو

القضية الفلسطينية فيما لا تستهويهم تجمعات الأحزاب والشخصيات السياسية والنشاطات السياسية نظرا لعدم اهتمامهم بالنشاط السياسي كثيرا.

**ثانيا: أهم النتائج**

### 1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى:

من خلال النتائج المتحصل عليها من الدراسة الميدانية نستطيع القول أن الفرضية الأولى "توجه شبكات التواصل الاجتماعي الطلبة نحو المشاركة السياسية" لم تتحقق هذه الفرضية بحيث أن هناك تكافؤ بين المبحوثين الذين يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية دور في "اثراء المعلومات" حيث كانت النتائج 50% لكل منهما وغالبية أفراد العينة يهتمون بالقضايا السياسية " أحيانا" وليس دائما وقد بلغت نسبة 85% وتكافئة النتائج بين من يطلعون صدفة على المواضيع السياسية ممن يبحثون عنها كما ترى غالبية أفراد العينة أن الشبكات التواصل الاجتماعي عوضت الاعلام التقليدي "لتنوعه" .

### 2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية:

من خلال النتائج المتحصل عليها يمكننا القول أن الفرضية الثانية " هناك دوافع لاستخدام طلبة السنة الأولى ماستر علم اجتماع لشبكات التواصل الاجتماعي" . هذه الفرضية تحققت من خلال بحثنا هذا فهناك دوافع سياسية تتمثل في أن عناصر العينة "يقضون وقتا أكثر في تصفح المواضيع والصفحات السياسية لتنوع المحتوى السياسي"، "ويتابعون أخبار القضايا الوطنية أكثر من القضايا الأخرى" هذا راجع لطبيعة الطالب أو المواطن بصفة عامة الذي يهتم بشأن الوطني كثيرا لما عرفته الجزائر من أحداث سياسية عبر التاريخ.

### 3- مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

من خلال نتائج المتحصل عليها ومتعلقة بالفرضية الثالثة " لشبكات التواصل الاجتماعي انعكاسات على السلوك الانتخابي لدى الطالب". بإمكاننا القول أن هذه الفرضية تحققت فغالبية أفراد العينة يرون شبكات التواصل الاجتماعي "فعالة" بالإضافة إلى أن غالبية عناصر العينة يرون أنها وسيلة قوية لدفع أفراد لحضور تجمعات ونشاطات الحزبية.

## خلاصة الفصل:

بعد عرض وتحليل النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية لفئة من طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة عمار ثليجي بالأغواط تبين أن لشبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي. النتائج العامة للدراسة:

من خلال النتائج المتحصل عليها من الدراسة الميدانية وبعد معالجتها وتحديدها توصلنا إلى مجموعة من النتائج وهي:

- يستخدم غالبية أفراد العينة محل الدراسة شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من ثلاث ساعات وهذا بينته النتائج المتحصل عليها.

-أغلبية المبحوثين يرون أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في تحفيزهم على المشاركة السياسية.

-يهتم أغلب المبحوثين بالقضايا السياسية ذات الطابع الوطني أكثر من القضايا أخرى حيث النتائج كالاتي: قضايا وطنية ، قضايا محلية ، قضايا دولية، قضايا اقليمية.

-أغلبية المبحوثين يتصفحون المواضيع السياسية ويتبعون الشخصيات السياسية لكن لا يحبون التعليق عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-أغلبية المبحوثين من جنس الاناث يعود ذلك إلى كثرت الإناث مقارنة بالذكور في الوسط الجامعي.

- يفضل أغلبية عناصر العينة شبكات التواصل الاجتماعي وذلك لمتابعة الأخبار ومواكبة الأحداث.

- يرى غالبية عناصر العينة أن المواقع التواصل الاجتماعي عوضت الاعلام التقليدي في زيادة المعرفة السياسية.

- يعتمد غالبية عناصر العينة على شبكات التواصل الاجتماعي لتنوع المعلومات والمحتوى.

- تتمثل مظاهر المشاركة السياسية لدى فئة المبحوثين في المشاركة في التجمعات والندوات على حساب المظاهرات والاحتجاجات.

## ✓ الاستنتاج العام:

- بناء على ما توصل إلى من نتائج يمكن تقديم بعض الاقتراحات:
- نظرا لأن الموضوع مهم وحيوي ونحن في عصر التطور ينبغي القيام بمزيد من الدراسات سواء من فئة الطلبة أو الشباب.
  - تكثيف البحوث والدراسات من المجال السياسي وشبكات التواصل الاجتماعي نظرا لدور المهم والمتزايد لها في مجال العمل السياسي.
  - الاهتمام بانجاز دراسات مقارنة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز على المشاركة السياسية.
  - توعيت الطالب الجامعي بمخاطر شبكات التواصل الاجتماعي وتوظيفها لأغراض ادعائية وسياسية من خلال التظليل والتزييف لنشر التفرقة وتهديد الأمن والاستقرار في البلاد.
  - تفعيل المشاركة السياسية الفعالة بعيدا عن التعبئة السياسية الظرفية التي تتزامن مع المواعيد الانتخابية فقط باستخدام الشبكات التواصل الاجتماعي.
  - اعادة النظر في العمل السياسي الذي تقوم به الأحزاب باستقطاب الطلبة والشباب للمشاركة السياسية أكثر.
  - الاهتمام أكثر لشبكات التواصل الاجتماعي في الدعاية والترويج سواء من طرف السلطة والأحزاب لاستقطاب الطلبة الجامعيين والشباب للمشاركة السياسية.

خاتمة

## خاتمة:

في النهاية نقول أنه من خلال بحثنا هذا والمتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع بجامعة عمار تليجي بالأغواط وانطلاقاً من أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع حيث أثبت وجودها بفعالية وحظيت بشعبية كبيرة في أوساط الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة وأثبت قدرتها على التأثير عليهم كونها أصبحت تحتل مكانة مميزة ضمن جملة هائلة من وسائل الاتصال الاعلام ومصادر المعلومات التي يستخدمونها ويتعاملون بها يومياً، وهي بمثابة نمط سلوكي جديد مما ينتجه من خدمات كالدرشة والتفاعل والتعارف وانشاء الصداقات والتعلم والتثقيف والتسلية وحرية التعبير، وهي تلعب دور كبير في نقل الأخبار والمعلومات في مختلف جوانب الحياة، وقد ركزنا في دراستنا هذه على الجانب السياسي من خلال محاولة معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية لدى طلبة السنة أولى ماستر علم الاجتماع حيث أن هذه الشبكات لعبت دور كبير في تحفيز الطلبة على المشاركة السياسية من خلال تمكينهم من تفاعل مع المواضيع والأحداث السياسية بالإضافة أنها تفتح أمامهم امكانية المشاركة في الأنشطة السياسية ومتابعة صفحات الفاعلين في المجال السياسي وتساهم في تنمية الوعي السياسي لديهم كما بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين لا ينخرطون في الأحزاب السياسية ويهتمون بالقضايا الوطنية أكثر من غيرها، وهذه الدراسة هي حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاكتشاف العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والدور الذي تقوم به في تحفيز الطلبة على المشاركة السياسية ومن شأنها أن تفتح المجال أمام باحثين آخرين لتعمق أكثر في الموضوع والبحث في زواياه وجوانب أخرى لم نتاولها في موضوعنا.

# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. جبريل بن حسن العريشي - سلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم (رؤية تحليلية)، ط1، الدار المنهجية للنشر، عمان، 2015.
2. حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2015.
3. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ' ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2013.
4. خالد غسان يوسف، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفاس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
5. خبير شعبان، اللسان العربي مصطلحات في الاعلام والاتصال، ط1، دار اللسان العربي، عمان، 1422هـ.
6. داوود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية " دراسة تحليلية 26 من الدستور المصري مقارنة مع الدستور الفرنسي"، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2006
7. ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق ، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
8. رضوان بليخيري، مدخل إلى الإعلام الجدي، المفاهيم والرسائل والتطبيقات، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014
9. السيدة عليوة ومنى حمود، " المشاركة السياسية " موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، 2002.
10. شيماء ذو الفقار زغيب، الاتصال السياسي :قضايا وتطبيقات، ط1، دار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2015
11. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.

12. طارق محمد عبد الوهاب، سيكولوجية المشاركة السياسية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة
13. عبدالعزيز إبراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، السياسة بين النمذجة والمحاكاة، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2004
14. فاروق خالد الحسنات، الاعلام والتنمية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2017.
15. لعقاب محمد . مهارات الكتابة للإعلام الجديد . دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع .
16. محمد عبد الحميد، البحث العلمي، في الدراسات الاعلامية، ط1، عالم الكتب، مصر، 2002.
17. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
18. محمد مرتضي النبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، منشورات مكتبة الحياة، بيروت، 1982.
19. مروى عصام صلاح، الإعلام الالكتروني الأسس وآفاق المستقبل، ط 1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015.
20. مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي، ط1، المؤسسة الجامعية الدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2004.
21. معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
22. مهند حميد التميمي، التلفزيون وشبكات التواصل الاجتماعي- تكامل أم صراع، ط1، دار أمجد، عمان- الأردن، 2017.
23. موريس أنجرس، منهجية لبحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة مصطفى وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
24. النجف الأشرف، مدخل إلى علم السياسة، ط2، دار المعمورة للطباعة والنشر، 2011.

25. وسام فاضل راضي - مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2017.

#### ثانيا: مذكرات

26. بن قفة سعاد، المشاركة السياسية في الجزائر، آليات التقنين الأسري نموذجا: 1962 - 2005 ، أطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011 / 2012

27. جيهاد حمد طمعة الفقهاء، دور العلاقات الدولية بمؤسسة الاذاعة والتلفزيون الأردني في تدريب العاملين بإدارتي الأخبار والبرامج، رسالة ماجستير في جامعة الاعلام ، جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2012.

28. حويوي نيشال، دور مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك في ترويج الخدمات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية- تخصص تسويق شامل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016.

29. خالدي منيرة، أنساق التواصل اللغوي في الفيسبوك" صفحة بجاية كن المراقب، مذكرة ماستر في اللغة والأدب العربي، تخصص علوم اللسان، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2016/2017.

30. ريمة مرابط - زهرة بخيخ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم القيم الدينية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام والاتصال- تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017-2018.

31. شايبى نرجس - سفياني سهيلة - مواس مريم، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري" الفيس بوك وظاهرة اختطاف الأطفال ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2015/2016.

32. علي بوخاتم، اعتماد الشباب الجامعي على موقع الفيسبوك كمصدر للخبر " دراسة استطلاعية لطلبة جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، مذكرة لنيل شهادة

الماستر، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2018/2017.

**33.** ليلي حسين، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك، تويتر)، مذكرة ماستر في علم الاجتماع، تخصص تربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.

**34.** مريم نريمان نومار، استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

**35.** مضر عبد المنعم أحمد، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في التحصيل والتفكير الإبداعي في مادة التاريخ لدى طالب الصف الرابع الأدبي في محافظة صلاح الدين في العراق، مذكرة ماجستير في المناهج وطرق التدريس، كلية العلوم التربوية جامعة الشرق الأوسط ، 2016.

#### ثالثا: المجالات

**36.** شريفة ماشطي، المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد10، سبتمبر2010.

**37.** محمد فلاق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر، (منظور تحليلي)، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد18، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2017

**38.** مختار جلولي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، مجلة جيل للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد4، 2014.

**39.** نعمان بوقيداح، مداخلة بعنوان: التعددية والمشاركة السياسية من منظور الأحزاب الإسلامية في الجزائر، ملتقى دولي حول المجتمع المدني والتنمية السياسية في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قلمة، 2013/2014.

**40.** وليد رشيد زكي، الشبكات الاجتماعية، مجلة السياسية الدولية، العدد 180، مركز الأهرام، القاهرة، 2010.

الملاحق

## المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1-الجنس: ذكر  أنثى
- 2-السن:  25-20 سنة  30-25 سنة  من 30 سنة فما فوق
- 3-هل لديك انتماء سياسي أو حزبي؟ نعم  لا

## المحور الثاني: توجه شبكات التواصل الاجتماعي نحو المشاركة السياسية.

4-هل تهتم بالقضايا السياسية؟

- دائماً  أحياناً  نادراً

5-ماهي أكثر وسيلة تعتمد عليها في اثناء معلوماتك السياسية؟

- الصحف والمجلات  الاذاعة  قنوات التلفزيون  شبكات التواصل الاجتماعي

أخرى.....

6-إذا اخترت شبكات التواصل الاجتماعي فما تفصليك لها؟

- تنوع المحتويات السياسية  متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث  امكانية التفاعل والمشاركة

أخرى أذكرها.....

7-ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي يوميا؟

- أقل من ساعة  من ساعة إلى ثلاثة ساعات  أكثر من ثلاثة ساعات

8-كيف تطلع على المواضيع السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي؟

- تجدها صدفة  تبحث عنها

9- حسب رأيك هل عوض شبكات التواصل الاجتماعي للإعلام التقليدي من حيث اعتماد عليه في زيادة المعرفة السياسية؟

- نعم  لا

- إذا كانت الإجابة بنعم لماذا يعود سبب الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي؟

سرعة  تنوع المعلومات  قدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي

10- ماهي مظاهر المشاركة السياسية التي حفزت شبكات التواصل الاجتماعي على القيام بها؟

انخراط في الأحزاب والجمعيات  مشاركة في تجمعات والندوات   
مشاركة في الاضرابات واحتجاجات المطالبة  مشاركة في المظاهرات والمسيرات الشعبية

أخرى.....

المحور الثالث: ماهي دوافع استخدام الطلبة ماستر علم الاجتماع لشبكات التواصل الاجتماعي

11- هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لديك؟

نعم  لا

12- إذا كان الجواب بنعم فهل يكون ذلك

من خلال تصفح المواضيع والصفحات السياسية  من خلال متابعة مباشرة الشخصيات السياسية   
التعليق واعداد الرأي والتفاعل مع الآخرين

أخرى حدودها.....

13- أهم المواضيع السياسية التي تفضلها على شبكات التواصل الاجتماعي؟

المواضيع والقضايا السياسية المحلية  المواضيع والقضايا السياسية الجهوية   
المواضيع والقضايا السياسة الوطنية

14- رتب المواضيع السياسية على شبكات التواصل حسب اهتمامك؟

المحلي  الوطني  الاقليمي  الدولي

المحور الرابع: انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على السلوك السياسي لدى الطلبة

15- هل باعتقادك الشبكات التواصل الاجتماعي أداة فعالة لحشد وتعبئة الجماهير؟

نعم  لا

16- هل تنتقد بأن قنوات التواصل وسيلة قوية لدفع الأفراد لحضور تجمع أو نشاط انتخابي؟

نعم  لا

17- هل مستوى الحملات الانتخابية عبر شبكات التواصل لها فاعلية وقدرة على اقناع الجمهور بالانتخاب؟

نعم  لا

18- هل شاركت في نشاط أو حدث سياسي دعمت إليه عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

نعم  لا

19- اذا كان جوابك بنعم فما هو هذا النشاط:

مسيرة أو وقفة اقتصادية  تجمع انتخابي  نشاطاً أو فاعلية سياسية

أخرى أذكرها.....

20- ما هو تقييمك لدور شبكات التواصل الاجتماعي على تحفيز طلبة سنة أولى ماستر علم الاجتماع على المشاركة السياسية؟

.....

## Frequency Table

### الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	15	37,5	37,5	37,5
Valid انثى	25	62,5	62,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

### السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سنة 20-25	15	37,5	37,5	37,5
Valid سنة 25-30	6	15,0	15,0	52,5
سنة فما فوق 30	19	47,5	47,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

### س3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
نعم	6	15,0	15,0	15,0
Valid لا	34	85,0	85,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

### Crosstabulation س4 \* الجنس

		الجنس		Total
		ذكر	انثى	
دائما	Count	3	1	4
	% within الجنس	20,0%	4,0%	10,0%
س4 أحيانا	Count	12	22	34
	% within الجنس	80,0%	88,0%	85,0%
نادرا	Count	0	2	2
	% within الجنس	0,0%	8,0%	5,0%
Total	Count	15	25	40
	% within الجنس	100,0%	100,0%	100,0%

## س5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
قنوات التلفزيون	20	50,0	50,0	50,0
Valid شبكات التواصل الاجتماعي	20	50,0	50,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

## Crosstabulation س6 \* السن

		السن			Total
		سنة 20-25	سنة 25-30	سنة فما فوق 30	
تنوع المحتويات السياسية	Count	3	1	4	8
	% within السن	20,0%	16,7%	21,1%	20,0%
متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث	Count	12	3	13	28
	% within السن	80,0%	50,0%	68,4%	70,0%
إمكانية التفاعل والمشاركة	Count	0	2	2	4
	% within السن	0,0%	33,3%	10,5%	10,0%
Total	Count	15	6	19	40
	% within السن	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## س7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من ساعة	12	30,0	30,0	30,0
Valid من ساعة إلى ثلاث ساعات	20	50,0	50,0	80,0
أكثر من ثلاث ساعات	8	20,0	20,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

3س \* 8س Crosstabulation

		3س		Total	
		نعم	لا		
8س	تجددها صدفة	Count	4	16	20
		% within 3س	66,7%	47,1%	50,0%
8س	تبحث عنها	Count	2	18	20
		% within 3س	33,3%	52,9%	50,0%
Total		Count	6	34	40
		% within 3س	100,0%	100,0%	100,0%

6س \* 9س Crosstabulation

		6س			Total	
		تنوع المحتويات السياسية	متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث	إمكانية التفاعل والمشاركة		
9س	نعم	Count	8	26	2	36
		% within 6س	100,0%	92,9%	50,0%	90,0%
9س	لا	Count	0	2	2	4
		% within 6س	0,0%	7,1%	50,0%	10,0%
Total		Count	8	28	4	40
		% within 6س	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3س \* 10س Crosstabulation

		3س		Total	
		نعم	لا		
10س	الانخراط في الأحزاب والجمعيات	Count	0	4	4
		% within 3س	0,0%	11,8%	10,0%
10س	مشاركة في التجمعات والندوات	Count	5	13	18
		% within 3س	83,3%	38,2%	45,0%
10س	مشاركة في الاضرابات واحتجاجات مطلبية	Count	0	8	8
		% within 3س	0,0%	23,5%	20,0%
10س	مشاركة في المظاهرات والمسيرات الشعبية	Count	1	9	10
		% within 3س	16,7%	26,5%	25,0%
Total		Count	6	34	40
		% within 3س	100,0%	100,0%	100,0%

7س \* 12س Crosstabulation

		7س			Total	
		أقل من ساعة	من ساعة إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات		
12س	من خلال تصفح المواضيع والصفحات السياسية	Count	4	14	6	24
		% within 7س	33,3%	70,0%	75,0%	60,0%
	من خلال متابعة مباشرة الشخصيات السياسية	Count	6	4	0	10
		% within 7س	50,0%	20,0%	0,0%	25,0%
	التعليق وإعداد الرأي والتفاعل مع الآخرين	Count	2	2	2	6
		% within 7س	16,7%	10,0%	25,0%	15,0%
Total	Count	12	20	8	40	
	% within 7س	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

6س \* 13س Crosstabulation

		6س			Total	
		تنوع المحتويات السياسية	متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث	إمكانية التفاعل والمشاركة		
13س	المواضيع والقضايا السياسية المحلية	Count	2	10	2	14
		% within 6س	25,0%	35,7%	50,0%	35,0%
	المواضيع والقضايا السياسية الجهوية	Count	0	0	2	2
		% within 6س	0,0%	0,0%	50,0%	5,0%
	المواضيع والقضايا السياسية الوطنية	Count	6	18	0	24
		% within 6س	75,0%	64,3%	0,0%	60,0%
Total	Count	8	28	4	40	
	% within 6س	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

14.1س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid المحلي	14	35,0	35,0	35,0
الوطني	14	35,0	35,0	70,0

الدولي	12	30,0	30,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

س14.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
المحلي	6	15,0	15,0	15,0
الوطني	16	40,0	40,0	55,0
Valid الاقليمي	10	25,0	25,0	80,0
الدولي	8	20,0	20,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

س14.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
المحلي	10	25,0	25,0	25,0
الوطني	10	25,0	25,0	50,0
Valid الاقليمي	18	45,0	45,0	95,0
الدولي	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

س14.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
المحلي	10	25,0	25,0	25,0
Valid الاقليمي	12	30,0	30,0	55,0
الدولي	18	45,0	45,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

س15 \* س8 Crosstabulation

		س8		Total	
		تجددتها صدفة	تبحث عنها		
س15	نعم	Count	18	20	38
		% within س8	90,0%	100,0%	95,0%
	لا	Count	2	0	2

	% within 8س	10,0%	0,0%	5,0%
Total	Count	20	20	40
	% within 8س	100,0%	100,0%	100,0%

س16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	34	85,0	85,0	85,0
لا	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

س17 \* 11س Crosstabulation

		س11		Total	
		نعم	لا		
س17	نعم	Count	30	0	30
		% within 11س	83,3%	0,0%	75,0%
لا	لا	Count	6	4	10
		% within 11س	16,7%	100,0%	25,0%
Total		Count	36	4	40
		% within 11س	100,0%	100,0%	100,0%

س19 \* 8س Crosstabulation

		س8		Total	
		تجددها صدفة	تبحث عنها		
0	0	Count	12	12	24
		% within 8س	60,0%	60,0%	60,0%
س19	مسيرة أو وقفة اقتصادية	Count	6	2	8
		% within 8س	30,0%	10,0%	20,0%
تجمع انتخابي	تجمع انتخابي	Count	0	4	4
		% within 8س	0,0%	20,0%	10,0%
نشاط أو فاعلية سياسية	نشاط أو فاعلية سياسية	Count	2	2	4
		% within 8س	10,0%	10,0%	10,0%
Total		Count	20	20	40
		% within 8س	100,0%	100,0%	100,0%

## س 9.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سرعة	10	25,0	25,0	25,0
تنوع المعلومات	20	50,0	50,0	75,0
Valid قدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي	10	25,0	25,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	