

جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الاجتماعية
ميدان العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علم الاجتماع والديمقراطية



التخصص: علم اجتماع اتصال

**دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي
السياسي لدى المجتمع الجزائري
- الفيسبوك نموذجاً -**

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علم اجتماع اتصال

إشراف:

د / عطاء الله النوعي

إعداد الطالبين:

- حمزة دني

- حسين عطية

الموسم الجامعي: 2022/2021

شكر و عرفان

كن عالما .. فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فأحب العلماء،

فإن لم تستطع فلا تبغضهم

بعد رحلة بحث و جهد و اجتهدا تكللت بإنجاز هذا البحث ، نحمد الله عز وجل على نعمه التي من بها علينا فهو العلي القدير، كما لا يسعنا إلا أن نخص بأسمى عبارات الشكر و التقدير للاستاذ المشرف " عطاء الله نوعي " لما قدمه لنا من جهد ونصح ومعرفة طيلة إنجاز هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساهم في تقديم يد العون لإنجاز هذا البحث والذين كانوا عوناً لنا في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحيانا في طريقنا.

بالإضافة إلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات

من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة أو دعوة صادقة ...

الإهداء

بسم الله لا يضر مع اسمه شيء في الأرض ولا في السماء وهو
السميع العليم
أهدي ثمرة جهدي إلى الملاك الطاهر إلى أغلى إنسانة في الوجود إلى
صاحبة

القلب الحنون والصدر الرحب أُمي الغالية.
وإلى الذي وهبني الإرادة والشجاعة إلى الذي أرشدني إلى طريق النجاح
انطلاقاً من بصيص الأمل في النفق المظلم أبي الغالي.
إلى كل الأصدقاء
إلى كل العائلة من الكبير إلى الصغير
إلى أساتذتي الكرام وأخص بالذكر الأستاذ المشرف
وكل رفقاء الدراسة.

حمزة

الإهداء

باسم الله والحمد لله والصلاة على اشرف الخلق الهادي
الى صراط مستقيم مُحَمَّد بن عبد الله وعلى اله حق قدره

ومقداره العظيم

الحمد لله الذي وفقني لهذا ولم نكن لنصل إليه لو لا
فضله علينا

أما بعد، أهدي هذا العمل المتواضع

إلى من سهرت على تربيتي

إلى من أنار لي الشموع في طريق النجاح والتفوق...

إلى والدي الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما

إلى سندي في الحياة إخوتي وأخواتي كل باسمه حفظهم الله

ووفقهم في حياتهم المهنية والعائلية مستقبلا ...

حسين

هدفت الدراسة إلى التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" (نشأتها، أنواعها أهميتها...)، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في تشكيل وتنمية الوعي السياسي لفئة الطلبة الجامعيين، وقد وقع الاختيار على طلبة جامعة عمار ثلجي بالأغواط من مستعملي هذه المواقع.

ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثين، وتكونت عينة الدراسة من (50 مفردة)، وتم تحكيم الاستمارة من خلال إرسالها إلى ثلاثة أساتذة محكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال.

وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيقي الذي تم فيه التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، حيث قسمناها إلى ثلاث محاور كالتالي: المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية، في حين كان عنوان المحور الثاني استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية، أما المحور الثالث فكان عنوانه شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الاعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات.

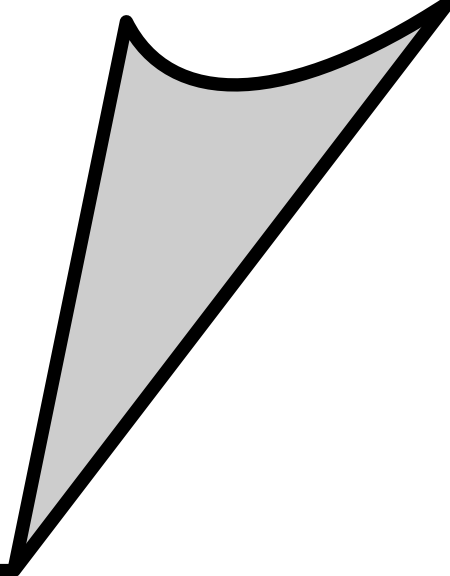
ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها نجد:

- أغلبية المبحوثين يعتمدون على الفيس بوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح.
- مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" تزيد من الثقافة السياسية للطلبة وتعززها، ويفضلها يصبح الطالب قادر على التحليل السياسي والمشاركة السياسية.
- تفضيل الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" عمى حساب الإعلام التقليدي في جمع المعلومات السياسية.

الصفحة	العنوان
-	الشكر والعرفان
-	الاهداء 1
-	الاهداء 2
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
1	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمذهبي للدراسة	
4	1. إشكالية البحث
6	2. أسباب اختيار الموضوع
6	3. أهداف البحث
6	4. أهمية البحث
8	5. التعريف بمتغيرات البحث
8	6. الدراسات السابقة
14	7. المقاربات النظرية
الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
17	تمهيد
18	1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
20	2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها
21	3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
23	4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
34	5. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:
37	6. التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
40	7. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي
43	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: ماهية الوعي السياسي	
45	تمهيد
46	I. مفهوم الوعي السياسي
47	2. المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي
49	3. أهمية الوعي السياسي
51	4. أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي
53	5. العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي
56	6. أدوات تكوين الوعي السياسي
58	II. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي:
58	1. شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية:
58	2. العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي:
59	أراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية السياسية
95	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	
65	تمهيد
65	1. نوع الدراسة
65	2. المنهج المستخدم
65	3. حدود الدراسة
66	4. مجتمع وعينة الدراسة
67	5. أدوات جمع البيانات
69	خلاصة الفصل
الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج	
63	تمهيد
64	1. عرض وتحليل نتائج الدراسة
134	2. نتائج الدراسة
138	خاتمة
-	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق

مقدمة



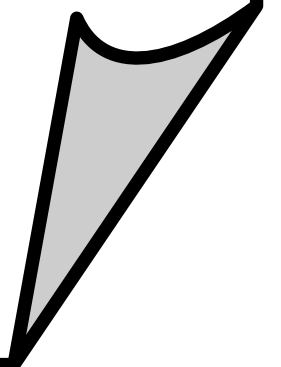
تعد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، فعلى مدى عصور طويلة مضت كانت وسائل الإعلام التقليدي هي الوسيلة الوحيدة التي يتم الاعتماد عليها للوصول إلى الجماهير، وإيصال الرسائل المختلفة إليهم، لكن مع التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال والنمو المتزايد للثورة التكنولوجية الرقمية، أدى إلى ظهور واقع إعلامي جديد، وذلك بفضل الشبكة العنكبوتية التي وفرت للجماهير نوعا جديدا من الخدمة الإعلامية بقوالب إلكترونية غير متعارف عليها في الإعلام التقليدي.

وتمثل شبكات التواصل الاجتماعي أحد مظاهر التطور والتقدم في الوقت الراهن، حيث مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار، وأصبح المستخدم يمارس من خلالها كل الأنشطة التفاعلية والتشاركية بكل حرية.

وهنا يمكن أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل تجاوزت ذلك بحسب العديد من المختصين لتشكيل واحدة من أهم أدوات الإعلام التفاعلي، وأصبحت أحد عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك لما تتيحه من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، كما أصبحت محركا للشعوب من أجل المطالبة بحقوقهم السياسية المشروعة والتعبير عن آرائهم تجاه القضايا السياسية للبلاد، عن طريق التعليق و تبادل الصور ومقاطع الفيديو، في حين صارت عاملا مؤرقا للحكومة المستبدة.

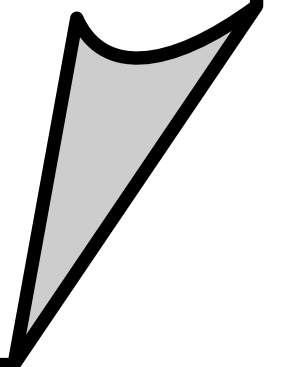
الفصل الاول: مشكلة الدراسة واعتباراتها

1. إشكالية البحث
2. مبررات اختيار الموضوع
3. أهداف البحث
4. أهمية البحث
5. التعريف بمتغيرات البحث
6. الدراسات السابقة
7. المقاربات النظرية



الفصل الاول: مشكلة الدراسة واعتباراتها

1. إشكالية البحث
2. مبررات اختيار الموضوع
3. أهداف البحث
4. أهمية البحث
5. التعريف بمتغيرات البحث
6. الدراسات السابقة
7. المقاربات النظرية



1. إشكالية البحث:

شهد العقد الأخير من القرن الماضي تطورا تكنولوجيا وعلميا هائلا وقد مس جميع مجالات الحياة، فأصبحنا نعيش اليوم في عصر الأقمار الصناعية، الرجل الآلي، السيارات ذاتية القيادة وكذا عصر الحاسوب والانترنت، أما بالنسبة لمجال الاتصال والمعلومات فلاقى هو أيضا تطورا مذهلا، جعل الإنسان يقف حائرا أمامه على الرغم من أنه هو السبب الرئيسي في وجوده، فأصبح الفرد قادرا على التواصل مع غيره في أي مكان وزمان دون حواجز أو قيود، ولعل أبرزها هي شبكة الانترنت وما تحويه من تقنيات الاتصال كمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الطلبة باعتبارهم الفئة الأكثر تأثرا في أي مجتمع بما يمتلكونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحدث منتجات تقنيات الاتصال وأكثرها شعبية خاصة الفيس بوك لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى، والتي جعلته أكثر انتشارا على شبكة الانترنت وأكثر استخداما من طرف المجتمع الجزائري خاصة فئة الطلبة الجامعيين منهم، حيث أتاح لهم التواصل مع بعضهم البعض والتفاعل في مختلف الأحداث والوقائع خاصة السياسية وتحريه من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي وتخلصهم من الضغوطات السياسية، وكذلك أتاح لهم الفرصة لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية لم تكن موجودة من قبل بغية التأثير في العملية وصنع القرار، فأصبح الطالب الجامعي قادر على بناء وتشكيل معارف سياسية من خلال المعلومات المتداولة على صفحات الفيس بوك سواء كانت هذه المعلومات تخدم السلطة وتحسن صورتها الذهنية لدى الطالب الجامعي، أو تكون معلومات ووثائق، صور وفيديوهات فاضحة لممارسة الانظمة المستبدة.

ومن هذا المنطلق نطرح الاشكالية الرئيسية الموالية:

فيما يتمثل دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري؟

الاشكاليات الفرعية:

- هل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية؟
- هل شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث أنها مصدر للمعلومات.

الفرضيات:

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية.
- شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث أنها مصدر للمعلومات.

2. أسباب اختيار الموضوع:

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

أسباب ذاتية:

- إن اختيارنا لهذا الموضوع كان بدافع اقتناعنا الشخصي بالفائدة التي سنستقيها من خلال دراستنا له، كذلك اعتبار الموضوع ضمن حدود إمكانياتنا المادية والمعرفية والوقت الممنوح لنا لإتمام دراسته.
- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد.
- الرغبة في معرفة سبب نجاح شبكات التواصل في إستمالة عدد كبير من المستخدمين.

أسباب موضوعية:

- لاعتباره موضوعاً حيويًا وحديثًا، إلى جانب قلة الدراسات حوله خصوصاً التي تدرس تأثير ودور مواقع التواصل الاجتماعي.
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف فئات المجتمع الجزائري وخصوصاً موقع الفيس بوك.
- كون الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفيس بوك خاصة ضرورة في مختلف جوانب الحياة.

3. أهداف البحث:

إن أي باحث اجتماعي لا يقوم بدراسة موضوع ما دون الرغبة في الوصول إلى تحقيق أهداف معينة من خلال تلك الدراسة، ومن هذا المنطلق فإن دراستنا جاءت لتسلط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة وأشكاله المتنوعة، والتعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة وما تقدمه لهم من خدمات بالإضافة إلى معرفة مدى تنميتها للوعي السياسي لديهم.

4. أهمية البحث:

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

5. التعريف بمتغيرات البحث:

● **الدور:** وهو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوكيات المتوقعة ممن يشغل وظيفة ما، أو وضع اجتماعي معين، والدور هو الذي يصف السلوك المتوقع من شخص في موقف ما¹

التعريف الإجرائي لمدور: وهو المعلومات والمضامين والموضوعات السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين بغرض زيادة المعرفة وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة لتكوين اتجاهات وبناء سلوكيات سياسية.

● مواقع التواصل الاجتماعي:

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

كما تعرف أيضا على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدمه لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والبريد الخطي والصوتي والمرئي، ومشاركتها مع الآخرين².

¹ أشرف عصام فريد صالح: المرجع السابق، ص6.

² عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني دار الكتاب الجامعي، العين _دولة الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص65

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

• الوعي السياسي:

وهو أسلوب الرؤية والاهتمام والفعل في العالم، وهو يسير وفق تعهد بحقوق الإنسان والعدالة وتفهم القوى وعدم المساواة في النظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ووفقاً للعلاقات والقيم، فهو يتعلق برفض الظلم والأنظمة والبناءات التي تمارس هذا الظلم، لكن ليس رفض الأفراد فهو فن احترام الآخر والعمل معه والنظر إليه على أنه إنسان تميزه قوى اجتماعية ويرتبط في صراع مستمر، من أجل إحراز مكانة محترمة¹.

التعريف الإجرائي للوعي السياسي:

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

6. الدراسات السابقة:

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

فموضوعنا "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" قد حظي بالاهتمام من قبل العديد من الباحثين والدارسين سواء في مجال العلوم السياسية أو الدراسات الإعلامية والاجتماعية ومن أهم هذه الدراسات ذات الصلة بالموضوع نجد:

¹ المرجع نفسه، ص 7.

الدراسة الأولى:

وهي دراسة قدمت استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب رافت مهند عبد الرزاق بإشراف الأستاذ الدكتور: عبد الرزاق الدليمي وكانت بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكي الوعي السياسي سنة 2013 او بالأحرى في الفترة الممتدة 1-03-2013 إلى غاية 1-06-2013.

وهي عبارة عن دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، حيث جاءت الإشكالية كالآتي: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في الفيسبوك، التويتر واليوتيوب على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تمهم في التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لا سيما مما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟
وانبثق عن الإشكالية ثلاث تساؤلات وهي:

✓ ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم؟

✓ كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

✓ هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك-يوتيوب-تويتر) في طرح قضايا معاصرة تمهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت؟

✓ كما أرفقت التساؤلات بعدة فرضيات:

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

- لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك-يوتيوب-تويتر) في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي التأثير على السلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

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

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

أما فيما يخص المنهج فقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت ويسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر ويقيم نتائج الدراسة.

وبالنسبة لمجتمع الدراسة فتمثل في طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت في حين استخدم الباحث العينة العشوائية وقم بتوزيع 430 مفردة على عينة الدراسة وقام باسترداد 400 مفردة من عينة الدراسة والتي تمثل ما نسبته (93%) من مجموع العينة التي تم توزيعها واقتصرت هذه الدراسة على عينة عشوائية من جميع المراحل العمرية، ومن تخصصات علمية وأدبية وكليات مختلفة وهؤلاء الطلبة هم جزء من الجمهور الداخلي لجامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت وبالتالي هم جزء من الجمهور الداخلي الكلي للمجتمع العراقي. كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- إن مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك-يوتيوب-تويتر) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

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

أظهرت نتائج الدراسة استخدام ثلاث مواقع للتواصل الاجتماعي هي الفيس بوك بنسبة وتويتر بنسبة 11.75 % واليوتيوب بنسبة 12.75%.

- أظهرت النتائج بأن ما نسبته 80 % من أفراد العينة هم مقتنعين بأن شبكات التواصل الاجتماعي كان محرضاً أساسياً على بعض التغيرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة 20% من أفراد العينة مثلت الرفض.¹

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

الدراسة الثانية:

قدمت هذه الدراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب: أشرف عصام فريد صالح بإشراف الدكتور: عزت مُجَّد حجاب والتي كانت بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني سنة 2016. وكانت الدراسة على عينة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط أي أنها دراسة ميدانية، وتتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي في القضايا السياسية المختلفة في حين كانت التساؤلات الفرعية كالاتي:

- ما طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟
- ما الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية؟

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

¹ رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة البترا الأردنية، 2013، ص36

وفي الأخير أظهرت نتائج هذه الدراسة أن أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها هو موقع الفيس بوك، كما أظهرت أيضا وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية بالإضافة إلى وجود أسباب تدفع بالطلبة إلى الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية بدرجة متوسطة.¹

فبفضل هذه الدراسة استطعنا تحديد المنهج الملائم لدراستنا وكذا اعتمادها كمرجع لتحديد بعض المصطلحات وساعدتنا أيضا في توفير بعض المراجع وأخذ نظرة مبدئية على كيفية إعداد الاستمارة والإطار النظري.

تعقيب على الدراسات السابقة:

أكدت معظم الدراسات على موضوع تنامي دور الشباب ودور مواقع التواصل الاجتماعي في رسم خريطة التغيير السياسي ومن ناحية أخرى أصبحت كإعلام بديل باعتباره منبر لنقد عمل الحكومة، ومن طرف آخر وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور.

حاولت هذه الدراسات التعرف على تأثير الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي وارتفاع حجم المشاركة السياسية في مجالاتها المتنوعة والذي يؤدي بالنيابة إلى بناء جسر بين الحكومة والجمهور ويكون ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

اقترب بعض الدراسات من تأكيد وإثبات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي، وهو الهدف الذي يسعى الباحث في التوصل إليه من خلال هذه الدراسة.

استخدمت الدراسات نفس العينة وهي فئة الطلبة الجامعيين كما نلاحظ اختلاف من حيث حجم العينة.

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

7. المقاربة النظرية:

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

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

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

فمن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

-الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية.

-المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر التي تحقق أهدافهم.

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

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

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

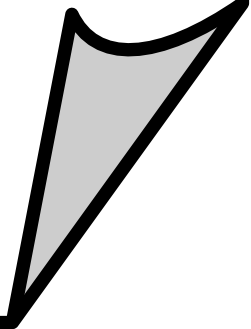
ج. نشر المعلومات: توزيعها إلى جمهور غير محدود.

الفصل الثاني: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها
3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
5. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
6. التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
7. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي

خلاصة الفصل



تمهيد:

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها.

1. مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس «BALAS» 2006 على " أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة."

وكذلك يعرفها "بريس «preece» ومالوني كريشمار maloney krichmar (2005) على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج¹. وتعرف على أنها مواقع الأنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.¹

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

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء...)، عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت.²

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.³ وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعية افتراضية يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.⁴

¹ علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة تخرج ماجستير، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية، ص 66

² خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات والاجتماعية ط 1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013، ص 24.

³ الهمزاني شائم: علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألمانيا، دراسة ميدانية (دكتوراه) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض. ص 88

⁴ ليلي احمد جزار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012، ص 37.

وتضع كلية "شريدان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: "أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته.¹

كما تعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمستخدميها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، وإجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: "الفيس بوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها:

المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست للانفصال-²، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.

المرحلة الثانية:

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم.

¹ عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011، ص 09

² عبد الأمير الفيصل: مرجع سابق، ص 66.

حيث ظهرت بعد المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "friendster" الذي حقق نجاحاً دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكا يروك" « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقاً لعدد المشتركين.

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

3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

لا يعمل الإعلام في فراغ بل يستمد من السياقات الاقتصادية، السياسية والثقافية، سواء كانت محلية، قومية، إقليمية أو دولية. ولكي نفهم أهمية مواقع التواصل الاجتماعي "الإعلام البديل" يجب أن نضعها في النظريات السياسية والديمقراطية التي وفرت سندا نظرياً وفكرياً لهويتها وممارستها، ويتطلب مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يلتزم بعضها بالجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها يعمل على الموضوع من جانب الدراسات الاجتماعية والسياسية وغيرها، بما يمثل مدخلا لفهم خصائص الإعلام الجديد. فتشدد نماذج الديمقراطية القائمة على أهمية "مشاركة المواطنين الحقيقيين وانخراطهم بفاعلية ونشاط أكثر في الديمقراطية، ولذلك فهي تنتقد الفصل الراديكالي للمواطنين عن السلطة والنخب والمؤسسات الديمقراطية عن طريق التمثيل". "وان وجود المؤسسات النيابية على المستوى القومي ليس كافياً للديمقراطية، فلكي تتحقق المشاركة القصوى من جانب الشعب جميعه على ذلك المستوى، يجب أن تحدث نشئة اجتماعية أو "تدريب اجتماعي"

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

على الديمقراطية في مجالات أخرى لكي يتسنى تطوير الاتجاهات والصفات السيكولوجية الضرورية. وهذا التطوير يحدث عن طريق عملية المشاركة ذاتها".¹

وتطرح أوجه التنظير للإعلام تساؤلات حول مفهوم new media وممارساته فهل تعبر مرحلته هذه عن انتقال أدوات الاتصال وتطبيقاته من المؤسسات إلى الجمهور؟ أو كما يرى البعض بظهور أنماط جديدة من الأشكال الإعلامية، إن النقد الموجه للإعلام الجديد يتمحور حول ضرورة تحديد المجالات التي يتحرك فيها هذا الصنف من الإعلام، فإمكانية الوصول إلى نموذج نظري للإعلام الجديد والراديكالي لا يتم عن طريق ما هو موجه من نقد للإعلام السائد بل انطلاقاً من مخارج وتجارب وسائل الإعلام التي تطرح نفسها كبديل عن الإعلام الرسمي التقليدي. ويذهب بعض النقاد إلى الدعوة لدراسة الإعلام الجديد ليس انطلاقاً مما يجب أن يكون عليه بل عن طريق ما هو عليه، وهو ما سيمكننا من الحكم عليه انطلاقاً من قدرته على عرض بدائل في مواجهة الإمبراطورية الإعلامية السائدة.

كما أن حصر الإعلام البديل في الرؤية القائمة بأنه عبارة عن حركة مضادة للثقافة الجماهيرية السائدة إجراء نظري قاصر، فالإعلام الجديد منتج أيضاً لثقافة اتصالية بديلة، وعادة ما يكون في تعارض مع ما هو سائد. ويقع بين مفترق مناهج نظرية متداخلة فهو يعاني من طابعه المهمش خارج السياق الاجتماعي وخصوصيته في كونه بديل عن النظام الإعلامي القائم. ولهذا ركزت بعض المداخل على خدمة المجتمع وبعده مواقع التواصل الاجتماعي أو إعلام المواطن وغيرها من التسميات، بأنها جزء من المجتمع المدني. "وطرح فكرة مجتمعات الممارسة ذات الصلة، بوجود ممارسة مشتركة ومجتمع الممارسة هو مشروع مشترك يوجد تفاعل متبادل بين الأفراد العاملين فيه وله مجموعة من الموارد المشتركة".²

4. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة "تجارية مثلاً" ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى، فتاريخها كان لموقع "سكس ديفريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى، وكذلك موقع "أوماي نيوز" وغيرها، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تتصدر القائمة عدد من الشبكات

¹ أوجا جوديس بيلي، وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009، ص24.

² المرجع نفسه، ص39.

وأهمها : "الفايسبوك" "تويتر" "يوتيوب" وهي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع.

أ. الفايسبوك:

● **الفايسبوك:** هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي للأشخاص والشركات ليرزوا أنفسهم ويعزّزوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹

● **نشأة وتطور الفايسبوك:**

أسس هذا الموقع "مارك زاكربرج" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد - الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم - وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم إنتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدارك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم، وبلغ عددهم حسب إحصائيات 2011 - 800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد عليها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في سنة 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبل أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.²

● **مميزات الفايسبوك:**

¹ مهاب نصر: "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010، ص 10.

² المرجع نفسه، ص 08

- **الملف الشخصي «profile»:** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفصلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن نعلن لك سلعا بالتحديد.
- إضافة صديق «add friend»: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- **إنشاء مجموعة «groups»:** تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية،... وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
- **لوحة الحائط «wall»:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- **النقرة «pokes»:** منها يتيح للمستخدمين إرسال نقرة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- **الصور «photos»:** وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.
- **الحالة «status»:** التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- **التغذية الإخبارية «newsfeed»:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- **الهدايا «gifts»:** ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.
- **السوق «market place»:** وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

- إنشاء صفحة خاصة على موقع «facebook»: ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع «facebook adds»، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك.

- التعليقات «facebook notes»: وهي سلة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.¹

ب. التويتر:

• تعريف التويتر: يرى أحد الباحثين أنه "إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دور كبير في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح لمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تمك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة «RSS» عبر الرسائل النصية «SMS»²

• نشأة وتطور التويتر: وقد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة «obvious» الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعدها بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة «obvious» بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم «twitter» ومع إزدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر كمصدر للبحث اعتبارا من 2009 واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد

¹ محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً" رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص 66

² سليمة راجحي: الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.

سواء، ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" وتأثير التويتر القوي فيه.¹

• **مميزات التويتر:** لموقع التويتر مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- **سهل وسريع:** فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة.

- **محمول ومتحرك:** فموقع تويتر يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تتيح إرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.

- **أداة فعّالة للتواصل مع العالم:** فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.

- **مناسب للتواصل الشخصي:** فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

- **أداة فعّالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك:** فالتدوين القصير والفوري عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع المتابعين لك، كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كغوغل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكثر عدد ممكن من المهتمين.

- **الفورية:** فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

¹ المرجع نفسه.

- أداة تسويق فعّالة: فاليوم صار " تويتر " يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

- شعار مميز «unique badge»: يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة بشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل: html أو java، مما يعطي طابعاً شخصياً وموثقاً مع كل تدوينة.

- ميزة التتبع «following»: فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لكم نفس الاهتمامات ويجمع بينكم هموم مشتركة.¹

ج. اليوتيوب:

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

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

• نشأة وتطور اليوتيوب: وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة "باي بال" «pay pal» وهم "تشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم" في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية

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

الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

ويعد الفيديو المرفوع من قبل "جاود كريم" بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " « Me at the zoo » أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 وتبلغ مدته 0:19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت ولتشتره شركة غوغل عام 2006 وتضمه لها، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهاواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، وأغانيهم، ومنتجاتهم للعامة ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج النوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.¹

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

- **عام ومجاني:** فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.

- **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (avi, mp4, wmv) أو الأغاني (mp3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.

- **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

- **سهل المشاهدة:** فبمجرد ضغطك على وصلة الفيلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player.

- **سهل البحث:** فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

¹ المرجع نفسه، ص3

- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل.

- أداة رائعة للترويج: أفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات.

- ميزة البث المباشر «live streaming»: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر.¹

5. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية «profile page»:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.

- المشاركة (participation):

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

¹ محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر).

- الانفتاح (openness):

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

- المحادثة: « conversation » حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.¹

- الأصدقاء/ العلاقات « friends/connections »:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمتحرفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة

- إرسال الرسائل: تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

- ألبومات الصور « albums »: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.²

- المجتمع « community »:

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.³

- المجموعات « groups »: تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة

¹ خالد غسان يوسف المقدادي: مرجع سابق، ص-ص 26-27.

² ليلي احمد جزار: مرجع سابق، ص-ص 41-42.

³ خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف «events»، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.¹

- الترابط «connecteness»:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسله إلى معارفك على الفيس بوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.²

- الصفحات «pages»:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيس بوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين، ويقوم (الفيس بوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا إهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.³

6. دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

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

- **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

¹ ليلي أحمد جزار: مرجع سابق، ص 42.

² خالد غسان المقدادي: مرجع سابق، ص 27.

³ ليلي أحمد جزار: مرجع سابق، ص 42.

- **الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل لمليء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.¹

- **البطالة:** وهي عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وادولوجياته كيربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.²

- **الفضول:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

- **التعارف وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

- **التسويق أو البحث عن وظائف:** في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعلاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطلبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

¹ مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنان، يناير 2012، ص 157.

² الوافي الطيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب

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

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

7. التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

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

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

- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

- أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون الغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.

- منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصرية.¹

- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية.

¹ جمال معنوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.

- **تزايد من تقارب العائلة الواحدة:** فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

- **تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:** حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على الأبناء.¹

ب. **التأثيرات السلبية:** مثلما يوجد آثار إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:

- **يقلل من مهارات التفاعل الشخصي:** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.²

- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.

- **الإدمان على مواقع التواصل:** إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله-بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه للملئ وقت الفراغ الطويل.

- **ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل:** حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

¹ موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد

2011، ص47.

² وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011، ص 20.

- **انعدام الخصوصية:** تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.

- **الصدقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان:** فجميع الأشخاص الذين تعرفيهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوار، ففيه نوع من النفاق

- **انتحال الشخصيات:** أين يقوم المستخدم بانتحال شخصية واستغلالها لنشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.¹

- **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية:** أضحي استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثات فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".²

8. النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دراسات قد أشارت لضياح مفهوم المجتمع المحلي أو الواقعي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية، وبخاصة الدراسات التي ظهرت على يد كل من ماركس ودوركايم أو غيرهما، وذلك بناء على تحميلات على الاجتماع التقليدي classical sociology الأمر الذي تفاقم في مظاهر التحول والانتقال إلى مجتمعات ما بعد الحداثة كما يقول فوستر 1973 إن علم الاجتماع الحديث يشير إلى ضياح هذا المفهوم خصوصاً في المجتمعات الغربية الحديثة والذي عرفه جورج هيمري بعد فحصه لنحو 94 تعريفاً سيولوجياً واخضاعاً للتحميل الكيفي والكمي واستخلاصه لهذا التعريف على أنه "مجموعة من الناس يشكون في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في الوقت وفي مساحة ما على الأقل لبعض الوقت".³

¹ محمد عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق لـ 8 محرم 1432 هجر، ص 12.

² عادل عبد الصادق: استخدم شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمم والحريّة

[http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&seid\\$501](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&seid$501) 26/03/2021-14:22

³ علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي، (د-ط)، عالم المعرفة، الكويت، 2008، ص 64.

إذن تجد في هذا التعريف خمس عناصر أساسية لتشكيل المجتمع المحلي والمتمثلة في: المجتمع التفاعلي، الروابط، المكان، الزمان.

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

● **النظرية البنائية:** وهي مقارنة اجتماعية تبحث عن عوامة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي حسب هذا الاتجاه هي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد وتكون ذات نمط خاص ونوعي على سبيل المثال (التعاضد، النصح، الرقابة) بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحميل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصول عوامة البناء العلائقي لهذا المجتمع.

فمواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيرا حاسما على الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا.

● **نظرية الحلقة الاجتماعية:** "هي مقارنة تقوم على وصل وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية (داخل الشبكة)"¹.

فمواقع التواصل الاجتماعي وفي هذه النظرية هو تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم وفي رموز وشفرات معينة، قواعد توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة. فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضا اللوائح والقواعد والسياسات المتبعة والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الافتراضي.

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

حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

- التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.
- الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.
- تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي كما أن الأفراد قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية.
- **نظرية الشبكة الاجتماعية:** "هي نظرية تتناول بالفحص والكشف عن خصائص الروابط الاجتماعية وعلاقتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية".¹

¹ علي محمد رحومة: مرجع سابق، ص 108.

خلاصة الفصل:

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

الفصل الثالث: مفهوم الوعي السياسي

تمهيد

I. مفهوم الوعي السياسي

1. المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي
2. أهمية الوعي السياسي
3. أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي
4. العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي
5. أدوات تكوين الوعي السياسي

II. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي

1. شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية
2. العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي
3. آراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية

السياسية

خلاصة الفصل

تمهيد

الوعي صفة أساسية ملازمة للإنسان، فالذي يتميز به الإنسان عن الحيوان هو الوعي، يبدأ المرء بوعي حاجياته الأساسية التي تكفل له بقاءه ونماءه ثم يتطور هذا الوعي عبر التأمل والتفكير ليذكر المرء العلاقة بينه وبين محيطه ومن ثم إدراك الكون أو المكان الذي يعيش فيه.

وكما أن هناك وعيا فرديا ذاتيا، ينبثق من تصور كامل للمرء عن نفسه ومجتمعه ومكانته داخل هذا المجتمع ومركزه من الكون المحيط به فهناك وعي جماعي أو وعي اجتماعي يتشارك فيه كل فرد المجتمع تجاه تاريخ الجماعة وواقعها ومكانتها بين المجتمعات الأخرى ويحدد نظرتها للكون والحياة أيضاً.

والوعي السياسي هو فرع من فروع الوعي الاجتماعي، كما يقول "ك. أوليدوف" في كتابه (الوعي الاجتماعي) "إن الوعي السياسي يمثل أحد أنواع الوعي الاجتماعي، وفي العادة تدرس أنواع الوعي بالارتباط مع أشكال المعرفة، لأنها تناج لها، كما تدرس بالارتباط مع المجالات الثقافية، لأنها تتموضع فيها."

وتوافر الوعي ذاته ليس أمراً منشوداً لأنه متحقق وإنما نوعه ومستوياته هي التي تحدد هوية الجماعة ومستقبلها. ويعتبر الوعي السياسي مؤشراً شديداً للوضوح على درجة رقي المجتمع ومناعته الداخلية وقدرته على ضبط التناقضات في داخله وتجييرها من أجل الصالح العام.

I. مفهوم الوعي السياسي:

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

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

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

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

- **المعرفة:** ينبغي أن تكون للغايات والأهداف المستترة وليس للظواهر¹.

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

والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة ماله من حقوق وما عليه من واجبات في كل الأنظمة الديمقراطية، فالمجتمعات التي تسعى إلى التحول إلى النظام الديمقراطي بحاجة إلى منظومة من المعارف السياسية التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة، يستطيع الفرد من خلالها التعرف على الظروف والمشاكل التي تحيط به محليا ودوليا، والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها.

ومن وجهة نظر أخرى التي ترى بأن المجتمع لا يكون واعيا "وعيا سياسيا مناسباً" لمجرد متابعته للأحداث السياسية وتحديد موقف من زعيم ما أو حزب ما أو اتجاه معين، بل "الوعي المناسب" هو الوعي الجوهري الذي يتحول إلى نمط حياة وعادة وسلوك يمارسه الإنسان تلقائيا بدون تفكير، ويعطي الإنسان الكفاءة للتوصل إلى حلول للمشاكل التي تواجه المجتمع، أو على الأقل القدرة على جعل المجتمع في أفضل حالاته وأقربها إلى الحق².

¹ عمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي، دار الهدى، بيروت، 2005، ص- ص 29-30.

² لينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس في العلوم السياسية، فلسطين، 2011، ص 16.

1. المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي:

- المشاركة السياسية:

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

وقدم علماء السياسة وباحثيها - أجانج وعرب - العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها:

- "تعرف المشاركة السياسية بأنها: الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب. وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون".

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

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي:

- مرحلة الاهتمام السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.
- مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.
- مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت.
- مرحلة المطالب السياسية: وتتمثل في الإتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.¹

¹ د. وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء، (د-س)، ص7

• **التنشئة السياسية:** يقول «هايمن» في كتابه "التنشئة السياسية" بأنها "عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة"، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكتسب الفرد الاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم.¹

ـ **الثقافة السياسية:** تعرّف الثقافة السياسيّة Political culture على أنها فرع من فروع الثقافة العامة التي تهتم بطبيعة العلاقة بين الأفراد من ناحية القيم والمعايير السلوكية مع السلطة السياسيّة في مجتمع ما، كما يمكن تعريف الثقافة السياسيّة بأنها جُملة من المعارف والآراء والاتجاهات الخاصة بمجتمع ما تجاه الشؤون السياسيّة والسلطة والحكم في المنطقة. تشمل الثقافة السياسيّة الولاء والانتماء والشرعية والمشاركة والسياسة والحكم والدولة، بذلك يمكن القول إن الثقافة السياسيّة هي ذلك الفرع المنبثق عن الثقافة العامة ويمتاز باستمرارية تغيّره وتطوّره، وتبنى هذه الثقافة تبعاً لما ينتهجه مجتمع ما من قيم واتجاهات وسلوكيات يتأثر ويؤثر فيها، وتتفاوت الثقافة السياسيّة بين المجتمعات والأفراد.²

1. أهمية الوعي السياسي:

يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته وكذلك لمظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الاساس التطبيقي والفعلية للديمقراطية. يمنح الوعي السياسي الشعوب القدرة على فهم الواقع السياسي وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية، فالوعي السياسي بقضايا الامة العربية يمثل اساسا العمل الوحدوي، فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية. وكذلك يرفع الوعي السياسي من قدرة الافراد على التحميل الموضوعي والعلمي للاحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية ويساعد على استقرار المجتمع، فهو من الركائز الاساسية لبناء الامة والنهوض بها.

¹ ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية، <http://www.djazairiss.com/elayem/40273> تاريخ الدخول: 2017/04/07 على

الساعة : 19:20

² إيمان الحباري: مفهوم الثقافة السياسية، <http://mawdoo3.com> / تاريخ الدخول: 2017/04/07 على الساعة:

19 :22

ولغياب الوعي السياسي آثار سلبية على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا، فغيابه ينقد الرؤية الواضحة لنضوج المجتمع سياسيا وثقافيا، ويجعل قيم الحياة تنهار وتفقد توازنها وبريقها من فضاء المجتمع، وان أي تراجع او ضمور في مسيرة بناء الوعي السياسي يعطل دور المجتمع، وفي ظل غياب الوعي لا يمكن لأي شعب او مجتمع التعرف على واقعه ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه، وذلك من الصعوبة جدا التكيف بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع، وذلك بسبب عدم فهم اسلوب اللغة السياسية المثالية التي يستقرئ بها العالم المتحضر لأحداثه السياسية.

ويرى عساف ان غياب الوعي السياسي يؤدي الى وجود نوع من الفراغ السياسي وانخفاض مستوى المعرفة السياسية، كما يؤدي الى عدم الاكتراث بما يجري على ارض الوطن وانحسار الفكر وعدم إدراك قضايا الوطن وقضايا العالم الادراي الصحيح، بل ظهور بعض السلوكيات غير المرغوب فيها بالإضافة لوجود بعض مظاهر عدم الانتماء وزيادة الاحساس بالاغتراب.

فالوعي السياسي يخلق ثقافة عالية واطلاعا واضحا على مجريات الاحداث يستطيع من خلالها الفرد ان يدرك ما يدور حوله من احداث ومتغيرات، ويحافظ على انتمائه الوطني والعربي والإسلامي.

2. أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي:

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

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

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

- **ضعف العدالة الاقتصادية:** وهذا الأمر أيضا يعود الى المراحل التي عاشها المجتمع والتي عانى خلالها من الاستغلال الأجنبي والمحلي وعدم جدية الحكومات المتعاقبة على حل المشاكل الاقتصادية لاسيما البطالة وتوزيع الثروة والتصنيع وغيرها، فضلا عن انعكاس الظروف السياسية على الواقع الاقتصادي، مما انعكس بالتالي على حالة المجتمع الثقافية بشكل عام والوعي السياسي بشكل خاص إذ أن من أبرز عوامل تراجع الوعي هو الفقر والبحث عن لقمة العيش التي لا تسمح للانسان بأن يطالب بحقوقه السياسية التي تتيح له المشاركة في النشاطات السياسية بمختلف أوجهها. ونرى أن سياسية التجويع هي إحدى وسائل الأنظمة لإضعاف الوعي واحباط المجتمع ومنعه من محاسبتها، الأمر الذي قد يدفع إلى ما يطلق عليه بالثورة الشعبية وهي في الواقع اندفاع غير واعى للجماهير المقهورة طلبا للخلاص مما ينتج عنه انهيارا شاملا لمرتكزات المجتمع وبروز حالة جديدة لا تعرف نتائجها.

كذلك نجد ملامح ضعف للوعي السياسي أبرزها:

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

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

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

3. العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي:

في البدء يجب أن نؤكد على ضرورة التوازن بين الواقع الذي عليه المجتمع وبين ما نصبوا إليه بعيدا عن الوهمية والطوباوية. إذ أن التحول السياسي الذي ينقل المجتمع من حالة النظام الشمولي المغلق إلى حالة النظام الديمقراطي المفتوح دون المرور بحالة الاستعداد النفسي والفكري قد يُحدث حالة من فقدان التوازن الاجتماعي

وهذا ما لاحظناه مع بداية التغيير، الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة إلى إعادة التوازن للمجتمع قبل كل شيء من بإشاعة الأمن والانضباط من ثم البدء بعملية تعميل الوعي السياسي وذلك من خلال:

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

- التدرج في توعية المجتمع وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وترسيخ مفهوم المواطنة بشكله الحقيقي بعيداً عن التعصب المذهبي أو القبلي أو القومي وبعيداً عن ربط المواطنة بأشخاص أو أحزاب وجعلها وفق المفهوم الحقيقي المتمثل بالالتصاق بالوطن تاريخاً وأرضاً وشعباً وقيماً.

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

- تعميق مبدأ الحوار في حل الخلافات السياسية بعيداً عن التطرف، كون أن التطرف هو من سمات المجتمع البدائي وهذا من صلب واجب القوى السياسية المتواجده على الساحة، والتي يجب أن تعطي نموذجاً صالحاً للأفراد وهنا نستذكر قولاً للامام الشافعي (رأينا صحيح قابل للخطأ وأري غيرنا خطأ قابل للصح).

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

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

- إشاعة مبدأ العدالة الاقتصادية من خلال حل المشاكل المعيشية للمجتمع كالبطالة والفقر والعدالة في توزيع الثروة، إذ أن تلك المشاكل هي من أبرز معوقات الوعي بشكل عام والسياسي بشكل خاص. إن الدولة الديمقراطية وهي دولة مؤسسات تتطلب قبل كل شيء الاستقرار السياسي وهذا يتحقق عبر تعميق الوعي

الفصل الثالث: ماهية الوعي السياسي

السياسي لدى أفراد المجتمع وشعورهم بأن مؤسسات الدولة هي المعبرة عن ارادتهم ورغباتهم وتستوعب نشاطاتهم وأنهم جزء منها، وكلما كان الوعي السياسي حاضرا ومتأصلا أو متجذرا لدى أغلبية أفراد المجتمع نرى أن القوة السياسية الفاعلة تجدد نفسها مضطرة لإتباع مناهج عقلانية في مشاريعها السياسية وذلك في محاولة لإقناع الأفراد بتلك المشاريع وبالتالي يكون من الصعب بمكان استغلال الجماهير والعزف على المشاعر البدائية كالتحفيز الديني أو الطائفي أو القومي أو المناطقي.

إنه من الواضح أن الانتقال من حالة الأنظمة الشمولية إلى الحالة الديمقراطية لا تكون بشكل آلي وسريع، لأن التجارب الديمقراطية تحتاج فسحة من الزمن تطول أو تقصر حسب طبيعة المجتمع ونظامه، فبريطانيا التي تمثل أعرق الديمقراطيات الحديثة احتاجت إلى أكثر من ستة قرون حتى تنضج العملية الديمقراطية فيها ويتعمق الوعي السياسي لدى أبناء المجتمع البريطاني، وتخلل هذه القرون الطويلة إرهابات وأحداث عنيفة أدت في النهاية إلى استقرار المجتمع سياسيا واجتماعيا واقتصاديا. فمنذ عام 1215م عندما وقع الملك الإنجليزي ما أطلق عليه بالعهد الأعظم (المناكارتا) والذي فيه إقرار لتقليد سلطة الملك لصالح ممثلي الشعب، بدأ المجتمع الانكليزي رحلة البناء الديمقراطي التي اتخذت اتجاهين الأول سياسي تمثل بالمكاسب التي حصل عليها البرلمان على حساب سلطات الملك والاتجاه الثاني فكري تمثل بظهور عدد من المفكرين الذين عملوا على إنضاج الفكر الديمقراطي ومن أبرزهم "جوف لوك" الذي وضع الأسس الفكرية لما أطلق عليه بالثورة الجليلة عام 1688 م والتي صدرت خلالها لائحة الحقوق وفيها تحديد واضح لصلاحيات السلطات التنفيذية والتشريعية . وأشار "لوك" إلى المبادئ الأساسية لحقوق الأفراد الطبيعية وإن وجود الحكومة هو لحماية هذه الحقوق وليس التعدي عليها.

لقد تمكن الشعب البريطاني من استيعاب وفضم الأفكار الديمقراطية التي أصبحت جزءا من تكوينه النفسي والفكري ساعده على ذلك وجود سلطات احترمت الأعراف والقواعد الديمقراطية الأمر الذي جعل المجتمع البريطاني لا يتأثر بالهزات التي تعرضت لها المجتمعات الأوروبية كما حصل في إيطاليا وألمانيا إذ أن برطانية لم يظهر فيها قادة أمثال "هتلر" أو "موسوليني" أو "ستالين" لأن المناخ الشعبي والواعي والمدرّك لا يسمح بظهور مثل هؤلاء القادة الذين يعملون على التلاعب بالمجتمع من خلال الشعارات القومية أو الإيديولوجية. إن تعمق الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع هو أحد عوامل الاستقرار الاجتماعي والسياسي الذي سينعكس حتما على تطور العمراني والسياسي.¹

¹ المرجع نفسه.

4. أدوات تكوين الوعي السياسي:

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

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

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

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

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

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

¹ شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، (د.س)،

II. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي:

1. شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية:

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية وهو المطلب المطروح حالياً على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة مثل: الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري والتي تؤثر بدورها بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دوراً فاعلاً في العملية السياسية بوجه عام¹.

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تدعيم الممارسة الديمقراطية عبر إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية، بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وتعد أولى خطوات التنمية السياسية².

2. العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي:

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

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

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

"كما أصبح الفيس بوك أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف المجالات خاصة السياسي منها وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الطلبة منهم، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذا المجال".¹

فباختصار نقول "أن الفيس بوك يساهم بشكل كبير في إمداد الفرد بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولاً إلى تشكيل آرائه واتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي"² "كما يساهم في تزويد الشعب بالخبرات السياسية والتي من خلالها يتشكل الرأي العام كما أنه يلعب دوراً هاماً في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة".³

3. آراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية السياسية :

أجمع معظم المختصين سواء على الصعيد الإعلامي أو السياسي بأن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيس بوك بصفة خاصة أضحت العنصر الأصعب في العملية السياسية وذلك لدورها الفعال في تزويد الشباب بالمعلومات والثقافة السياسية وللتوضيح أكثر نأخذ على سبيل المثال ما قاله المدير الإقليمي لميكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية: "نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية، الاجتماعية والاقتصادية واضحة، فالرئيس الأمريكي "أوباما" نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي"⁴.

ثم انتقل استخدام هذه المواقع من الغرب إلى الجهة العربية، فنجد أنها لعبت دوراً هاماً في ثورات الربيع العربي والتي دار حولها جدل كبير من قبل المختصين فمنذ مطلع 2011 نشرت الكثير من المقالات والدراسات، وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والأليات المجتمعية الجديدة، وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحول في أنماط واتجاهات استخدامها دوراً هاماً في حشد وتشكيل

¹ أشرف عصام فريد صالح: مرجع سابق، ص42.

² رافت مهند عبد الرزاق: مرجع سابق، ص48.

³ المرجع نفسه، ص50.

⁴ يوسف ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الأنترنت.

الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية، حيث شهدت هذه الفترة تحولا واضحا في استخدام هذه المواقع من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى السياسية¹.

ويرى أحد المختصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال مُحمَّد محسن اليهري: "بأن الأحداث الأخيرة في كل من مصر وتونس أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية في الانتخابات الماضية، شهدت رفض الإدارة الأمريكية لقيام مؤسسة توتير بعملية صيانة الموقع بمد مساعدة معارضي الثورة، بغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي².

وفي ذات السياق يقول الدكتور فتحي حسن: " يبدو اليوم أن هذا التفاعل والحوار والجدل والنقاش السياسي والفكري والاجتماعي قد أفرز حالة من الوعي المختلف الذي يمكن أن يكون ضمن روافد عديد أحد مفجرات ثورتي تونس ومصر أو على الأقل من بين عوامل تنسيقها وتحركها"³، أي أن الشبكات الاجتماعية ليست المتسبب في قيام ثورات الربيع العربي ولكنها جعلت الثورة ممكنة وعجلت بها، كما منحتها القدرة على النمو وأكسبتها مزيدا من التأييد والتعاطف داخليا ودوليا بشكل ما كان له أن يحدث بدونها.

" فالشباب المتظاهرين في تونس ومصر وفي أماكن أخرى في المنطقة أصبح بإمكانهم من خلال استخدام أدوات التواصل الاجتماعي بنشر مطالبهم وأن يدعه الآخرين للانضمام إلى المظاهرات، وأن يحضوا بمزيد من الدعم من شرائح أخرى عريضة في المجتمع"⁴، وهذا ما جاء على لسان أحد المتظاهرين في القاهرة حيث قال: «نحن نستخدم الفيس بوك لتنظيم المظاهرات ونحدد مواعيدها. ونستخدم تويتير للتنسيق، ونستخدم يوتيوب لنخبر العالم ونجعله يشاهد ما يحدث"⁵.

¹ أحمد تهمامي عبد الحي: خريطة الحركات الشبابية الثورية في مصر مركز الجزيرة للدراسات، 10 فبراير 2011.

² نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر، دس، د ص.

³ مجلة جامعة الأبحاث العلوم الإنسانية، مجلد 6، 2012.

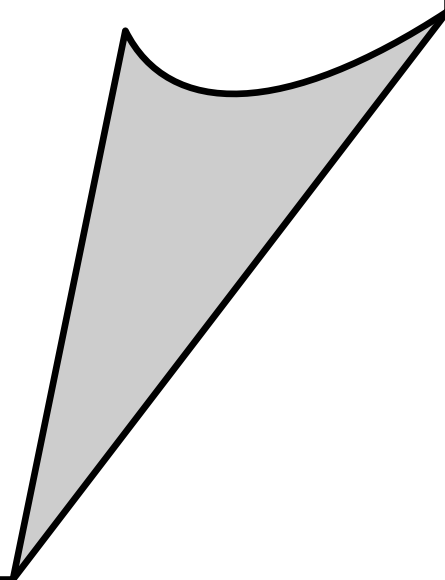
⁴ عامر وفتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 187.

⁵ نادية بن ورقلة: مرجع السابق، ص 23.

خلاصة الفصل:

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

الإطار الميداني



الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية

للدراصة الميدانية

تمهيد

1. نوع الدراصة

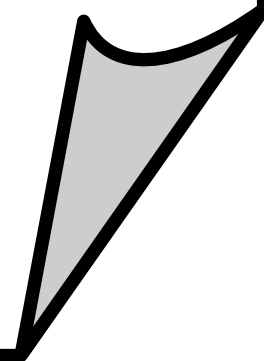
2. المنهج المستخدم

3. حدود الدراصة

4. مجتمع البحث وعينة الدراصة

5. أدوات جمع البيانات

خلاصة الفصل



الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد:

إن عملية جمع البيانات والمعطيات الميدانية وتحليلها و تفسيرها واستخلاص نتائجها يتم بشكل منظم تحكمه مجموعة من المعايير والأسس التي ينبغي على الباحث التقيد بها لجعل دراسته مميزة بالمواصفات العلمية وبالتحديد الدقيق بالمجال المناسب لإجراء الدراسة واختيار المنهج العلمي المناسب لهذه الدراسة، إضافة إلى ذلك استخدامنا الأداة الكفيلة لجمع البيانات وكذا تحديد نوعية المجتمع المتفق مع الدراسة.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

1. نوع الدراسة:

يرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناءً على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أن دراستنا هذه تهدف إلى جمع المعلومات حول مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ودور هذه الأخيرة في تشكيل الوعي السياسي لديه، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصل الظواهر وتحميلها تحميلاً دقيقاً، وتحديد خصائصها تحديداً كيفياً وكمياً، كما يقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل.

باختصار فإن الدراسة الوصفية تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها.¹

2. المنهج المستخدم:

يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العموم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة ومعلومة،² كذلك يعرف أنه مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف معين، والمنهج الملائم لدراستنا هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العملية المعتمد عليها في مختلف الدراسات، حيث يعتمد على تحميل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقاً من تحديد المكان والمجال والناس المعنيين بالدراسة.

3. حدود الدراسة:

لكل دراسة إطار مكاني وزماني ويتمثل مكان وزمان إجراء دراستنا فيما يلي:

● **الحدود المكانية:** يتطلب البحث عملاً ميدانياً بهدف اختبار الفرضيات المصاغة وعليه فقد أجريت دراستنا

في جامعة عمار ثليجي بالأغواط.

● **الحدود الزمنية:**

- **الجانب النظري:** قمنا بالتطرق للجانب النظري من فترة 02/02/2021 إلى غاية 14/06/2021.

¹ أنجوس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف وآخرون، دار القصة للنشر، 2004، ص 98.

² فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي، (د، ط)، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 18.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

- الحدود البشرية: قمنا بتوزيع أداة بحثنا المتمثلة في استبيان في جامعة عمار ثلجي الأغواط في الفترة الممتدة من بداية شهر 10/03/2021 إلى غاية 18/06/2021 وبذلك استغرقت الدراسة الكلية حوالي 3 أشهر.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة :

يسعى الباحث دائما في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، والتي غالبا ما تشمل على عناصر تعتبر ركيزة أساسية في بحثه، كما أن اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث، وعليه يجب أن يكون مجتمع البحث متجانس ويخدم أغراض وأهداف الدراسة¹، كما أن اختيار العينة يحدد من طرف موضوع البحث في حد ذاته، فنجد مويريس أنجرس يعرف العينة على أنها "مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين ويقصد أيضا بمجتمع الدراسة جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكوف المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما².

وتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عامة. والعينة الملائمة لهذه الدراسة تمثلت في العينة المتوفرة (المتاحة) وتعرف بأنها أكثر أساليب المعاينة الغير احتمالية شيوعا واستخداما في البحوث الإعلامية، والعينة المتاحة غالبا ما تتكون من تلك المجموعة من المفردات التي يمكن للباحث الوصول إليها بسهولة، والتي يتاح للباحث الوصول إليها، فهي يمكن أن تتكون من مجموعة من التلاميذ المقيمة أسمائهم في مقدمة قائمة لأحد الدورات الإعلامية، أو مجموعة من المتسوقين في أحد المراكز التجارية.

5. أدوات جمع البيانات :

• الاستمارة (الاستبانة):

استخدمنا الاستمارة أداة للدراسة، وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة عمار ثلجي الأغواط بحيث يتم ذلك وفقا لأهداف الدراسة وفرضياتها.

¹ عليا شكري وآخرون: قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي، دار الكتاب والنشر والتوزيع، القاهرة، 1975، ص206.

² النعيمي وآخرون: دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن 2009، ص79.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسة لجمع المعلومات من أفراد العينة، على أساس أن هذه الأداة توفر قدرا جيدا من الموضوعية العملية بعيدا عن التحيز، كما تعد أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة، واشتملت على جزئين: الجزء الأول خصص للمتغيرات الديموغرافية واحتوى على ثلاثة متغيرات فيما تضمن الجزء الثاني محورين: الأول كان بعنوان "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية" وقد احتوى على: 11 سؤالاً، أما فيما يخص المحور الثالث فكان عنوانه كالاتي: "شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات، وقد وزعت الاستمارة بتاريخ 2021/05/25 واسترجعت في اليوم نفسه دون ضياع أو فقدان أي استمارة.

وتعرف الاستمارة على أنها: "نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة"¹

كما تعرف أيضا على أنها: "وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوث الإجابة عنها، سواء كانت الإجابة بمساعدة الباحث أو بمعرفة المبحوث وحده".²

¹ طلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، ط1، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (دس)، ص56.

² علي عبد الرزاق جبلي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007، ص33.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

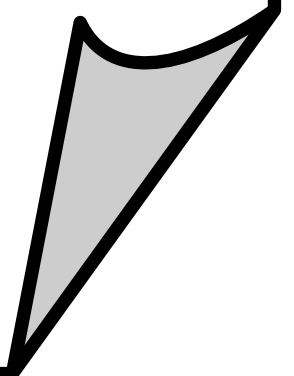
خلاصة الفصل:

نستنتج في هذا الفصل أنه قد جاء ممهدا لعرض نتائج الدراسة الأساسية، فقد اشتمل على منهج وأدوات البحث ومدى صلاحيتها واستخدامها في الدراسة الأساسية، وأيضا اشتمل هذا الفصل على وصف المجتمع الذي أخذت منه عينة الدراسة، مما أجاز تطبيق الدراسة الأساسية عليها بعد توضيح الإجراءات المنهجية.

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل

النتائج

1. عرض وتحليل نتائج الدراسة
2. النتائج العامة للمقابلة
3. مناقشة وتفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
 - نتائج الفرضية الأولى
 - نتائج الفرضية الثانية
 - نتائج الفرضية الرابعة



تمهيد:

بعد تعرضنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصل السابق والتي لها علاقة بموضوع دراستنا " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي _ الفيسبوك نموذجا _ " وسوف نتعرض في هذا الفصل إلى مناقشة وتحليل البيانات التي جمعت من طلبة جامعة عمار الثليجي بولاية الأغواط حول مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالوعي السياسي، وكذا علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل ذلك الوعي وهذه المؤشرات شكلت محوري الاستمارة التي طبقت على أفراد العينة من أجل التحقق من صدق الفرضيتين.

1. عرض وتحليل النتائج

المحور الأول: بيانات شخصية

1. الجنس:

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
ذكر	24	48%
أنثى	26	52%
المجموع	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الإناث بلغت 52% وبعدها تكرارات 26 تكرار، بينما وصلت نسبة الذكور إلى 48% وبعدها تكرارات وصل إلى 24 تكرار.

وبعود ارتفاع نسبة الإناث إلى كون المجتمع الجزائري مجتمع تفوق فيه نسبة الإناث على الذكور، بالإضافة إلى أن الجامعة الجزائرية تستحوذ على نسبة كبيرة من الإناث عكس الذكور الذين يتوجهون إلى العمل في القطاع العسكري.

2. المستوى التعليمي:

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
ليسانس	33	66%
ماستر	17	34%
دكتوراه	00	00%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول نرى أن نسبة طلبة الليسانس وصلت إلى 66% وبتكرار 33، يليها طلبة الماستر بنسبة 34% وبتكرار 17، أما طلبة الدكتوراه فكانت النسبة منعدمة.

ونقول أن احتلال طلبة الليسانس المرتبة الأولى راجع إلى التعداد الكبير لهم علما أن الليسانس يشمل سنة أولى وثانية وثالثة، في حين نلاحظ قلة طلبة الماستر وهذا راجع إلى غيابهم عن الجامعة بسبب التبرص واكتفائهم بدراسة سداسي واحد (ماستر2).

3. الانتماء الحزبي:

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
16%	08	نعم
84%	42	لا
100%	50	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 84% من أفراد العينة الإجمالية وبعدد تكرارات 42 تكرار ليس لديهم انتماء حزبي، في حين مثلت الفئة التي لديها انتماء حزبي نسبة 16% وبعدد تكرارات 08 تكرار. ويرجع ارتفاع نسبة الفئة التي ليس لها انتماء حزبي إلى غياب الميول السياسي أو ضعفه، فيما ترى الفئة التي لديها انتماء حزبي بأن الانخراط في الأحزاب يسهل مهمة الوصول إلى الأهداف الموضوعية بعد التخرج بالإضافة إلى كون الحزب يتيح فرصة خدمة الوطن.

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية

4. الشبكات الأكثر استخداما:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة%	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
90%	45	92.31%	24	87.5%	21	فيس بوك
00%	00	00%	00	00%	00	تويتر
10%	05	7.69%	02	12.5%	03	يوتيوب
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك هي 90% وبتكرار 45، منها 87.5% للذكور وبتكرار 21 و 92.31% للاناث بتكرار 24، يليها اليوتيوب بنسبة تقدر ب 10% وبتكرار 5، موزعة بين الذكور بنسبة 12.5% و 7.69% للاناث، أما فيما يخص اليوتيوب فكانت نسبة الإجابة منعدمة. ويرجع إرتفاع نسبة الفيس بوك إلى شعبيته وسهولة الإستخدام ومميزاته.

5. عدد الساعات التي تقضيها في التصفح :

المتغيرات / الخيارات	الجنس				المجموع
		النسبة %	التكرار	أنثى	التكرار
					النسبة %
أقل من ساعة	05	% 20.83	03	% 11.54	08
من 02 إلى 03 ساعات	12	% 50	08	% 30.77	20
أكثر من 04 ساعات	07	% 29.17	15	% 57.69	22
المجموع	24	% 100	26	% 100	50

أظهرت النتائج المتعلقة بعدد الساعات التي يقضيها الطالب في التصفح في الفيس بوك بأن المشتركين يحرصون على قضاء أوقات مختلفة، حيث جاءت إجابة أكثر من أربع ساعات بالمرتبة الأولى ونسبة 44% وبتكرار 22، حيث توزعت بين الإناث بنسبة 57.69% والذكور بنسبة 29.17%، أما نسبة 40% وبتكرار 20 فكانت للأفراد الذين يتصفحون من 2- إلى 3 ساعات فقد كان للذكور منها 50% والإناث 30.77% في حين نالت إجابة أقل من ساعة 16% وبتكرار 08، 20.83% منها للذكور و11.54% للإناث. وهنا يمكن أن نقول أن إرتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل مع الأصدقاء في مختلف الأماكن والتسمية والترفيه، وتبادل الأفكار والمعلومات كما يمكننا أن نقول أنهم وصلوا إلى حد الإدمان. أما فيما يخص إجابة 02- إلى 03 ساعات فهذا راجع إلى إحتياجهم المتواصل واللامتناهي والدور الذي يلعبه الفيس بوك في المجال التعليمي والثقافي، في حين إحتلت أقل من ساعة المرتبة الأخيرة بسبب إنشغال الطلبة بالدراسة أو عدم تحبيذهم لهذا الموقع كثيرا، أو ربما غياب الأنترنت في المنزل...إلخ.

6. الفترات المفضلة للتصفح:

المتغيرات الخيارات		الجنس				المجموع	
		ذكر		أنثى		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
صباحا		02	8.33%	04	15.38%	06	12%
ظهرا		00	00%	01	3.85%	01	02%
مساء		22	91.67%	21	80.77%	43	86%
المجموع		24	100%	26	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 86 % وبتكرار 43 أي الأغلبية الساحقة عادت للإجابة "مساء"، حيث كان نصيب الذكور منه 91.67% في حين الإناث وصلت نسبتهم إلى 80.77%، أما فترة الصباح فوصلت نسبتها إلى 12% وبتكرار 06، 15.38% للإناث و8.33% للذكور، أما فيما يخص فترة الظهر فوصلت النسبة الإجمالية إلى 02% وبتكرار 01 حيث أستحوذت عليها الإناث بنسبة 3.85% في حين كانت منعدمة عند الذكور.

ويرجع سبب إرتفاع خيار فترة المساء لأنها الفترة التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة للإنترنت وخروجهم من الجامعة، وبالنسبة لخيار الصباح فبعض الطلبة يفضلون التصفح صباحا خاصة عندما تكون هناك ساعات فراغ، أما فيما يخص فترة الظهر فنجد القليل من يفضل التصفح في هذه الفترة وذلك لتواجدهم في الجامعة وأماكن الدراسة، إلا أنه هناك بعض الطلبة من يملكون هواتف ذكية وتقنية 3 جي فتتيح لهم فرصة التصفح من الجامعة.

7. طبيعة تفاعلك على موقع الفيس بوك:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
44%	22	46.15 %	12	41.67 %	10	التعليق على بعض الأنشطة
28%	14	38.46 %	10	16.66 %	04	النشر صور
28%	14	15.38 %	04	41.67 %	10	التأييد أو المعارضة
100%	50	100 %	26	100 %	24	المجموع

من خلال الجدول نجد أن إجابة التعليق على بعض الأنشطة قد إحتلت الصدارة بنسبة 44% وبتكرار 22، حيث كان للذكور منها نسبة 41.67% والإناث بنسبة 46.15%، أما فيما يخص نشر الصور والإعجاب فقد إستحوذتا على نفس النسبة 28% وبتكرار 14.

ومن هذه النتائج يمكننا القول أن الطلبة يفضلون التعليق على الأنشطة السياسية سواء كان هذا التعليق ساخراً، بناءاً، أو ناقد، المهم أن يخرج الطالب مكبوتاته ويعبر ويناقش.

8. القضايا التي تساهم في إثارتها واثارتها:

المتغيرات الخيارات		الجنس				المجموع	
		ذكر		أنثى		النسبة %	التكرار
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
المواضيع الساخرة من السياسة	05	20.83%	06	23.07%	11	22%	
الموالة الحزبية	08	33.33%	00	00%	08	16%	
المعارضة للنظام الحاكم	04	16.67%	01	3.85%	05	10%	
المشاركة في الحوار	07	29.17%	19	73.08%	26	52%	
المجموع	24	100%	26	100%	50	100%	

الملاحظ من خلال الجدول أن نسبة من أجابوا بالمشاركة في الحوار قد إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 52% وبعدد تكرارات 26 تكرار، حيث كان للإناث فيها نصيب 73.08% ولكن الذكور وصلت نسبتهم إلى 29.19% ، أما من أجابوا على المواضيع الساخرة من السياسة فوصلت نسبتهم الإجمالية إلى 20% وبتكرار 11، توزعت بين الذكور بنسبة 20.83% والإناث بنسبة 23.07%، أما فيما يخص الموالة الحزبية فكانت نسبتها الإجمالية 16% وبتكرار 08، حيث كان للذكور الأغلبية الساحقة بنسبة 33% وبتكرار 08 في حين كانت نسبة الإناث منعدمة و ب 00 تكرار، وأخيرا نالت إجابة المعارضة للنظام نسبة 10% وبتكرار 05.

نلاحظ من خلال النسب أن إرتفاع نسبة المشاركة في الحوار وهذا راجع لأن الطلبة من الفئة المثقفة والتي ترغب دوما في إبداء آرائها وعن طريق النقاش والحوار.

أما عن الطلبة الذين أجابوا عن المواضيع الساخرة من السياسة فلم تتعدى نسبتهم 22% وذلك بسبب الخوف من المسائلة القانونية وهو نفس الشيء بالنسبة للمعارضة للنظام الحاكم.

في حين كانت نسبة الموالة الحزبية منخفضة وهذا ربما راجع لفقدان الأحزاب للمصداقية وعزوف الطلبة عن التنظيمات الحزبية.

9. مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية الإقليمية والعالمية:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة%	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
76%	38	76.92%	20	75%	18	نعم
24%	12	23.08%	06	25%	06	لا
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

الملاحظ من نتائج الجدول أن إجابة الطلبة كانت متباينة، حيث نجد أن نسبة 76% وبتكرار 38 أجابوا ب "نعم" حيث توزعت هذه النسبة على الذكور بنسبة 75% والإناث بنسب 76.92%، بينما هناك نسبة 24% من الطلبة الذين أجابوا ب "لا" كما توزعت أيضا هذه النسبة بين الذكور بنسبة 25% والإناث بنسبة 23.08%.

وهذا راجع للدور الفعال الذي يلعبه الفيس بوك في زيادة المعرفة للاوضاع السياسية للمجتمع المحلي والإقليمي والعالمي، في حين يرى من أجابوا ب: "لا" أن الفيس بوك موجود لربط علاقات الصداقة فقط.

10. كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
42%	21	50%	13	33.33%	08	الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها
26%	13	23.08%	06	29.17%	07	تقديم معلومات

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

32%	16	26.92%	07	37.5%	09	التعليق وابداء الرأي
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 42% وبتكرار 21 من النسبة الإجمالية ترى بأن الوعي السياسي يتشكل من خلال الإحتكاك بالصفحات، حيث نجد أن نسبة الذكور المؤيدة لهذه الإجابة وصلت إلى 33.33% و 50% من الإناث، أما بالنسبة لتعليق وابداء الآراء فقد إحتلت المرتبة الثانية بنسبة 32% وبتكرار 16، 37.5% منها للذكور و 26.92% للإناث، في حين جاءت إجابة تقديم معلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة 26% منها 29.17% للذكور و 23.08% للإناث.

أي أن الوعي يتشكل من خلال الإحتكاك بالصفحات السياسية والدخول في نقاشات مع الأعضاء واستسقاء معلومات منها عن طريق طرح أسئلة والحصول على إجابات، أما فيما يخص التعليق وابداء الرأي فهي أيضا طريقة لإكتساب الوعي وذلك يكون بإبداء الرأي سواء بالمعارضة أو الموالية، النقد... إلخ، نفس الشيء بالنسبة لتقديم المعلومات والتأكد من صحتها وإثرائها من قبل الناقدين.

11. التعبير عن الرأي:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة%	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
42%	21	38.46%	10	45.83%	11	إلكترونيا
54%	27	53.85%	14	54.17%	13	الحوار المباشر
04%	02	7.69%	02	00%	00	معا
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

بعد معاينتنا للجدول نرى بأن نسبة 54% وبتكرار 27 من أفراد العينة الإجمالية ترى بأن الحوار المباشر هو أفضل طريقة للتعبير عن الرأي، حيث كانت نسبة الذكور المؤيدة لهذه الإجابة 54.17% و 53.85% للإناث، في حين جاءت الإجابة " إلكترونيا " في المرتبة الثانية بنسبة 42% وبتكرار 21، 45.83% منها للذكور

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

و38.46% للإناث، أما فيما يخص الإجابة " معاً " فقد نالت نسبة 4% وبتكرار 02 استحوذت عليها الإناث بنسبة 7.69% في حين كانت النسبة منعدمة عند الذكور.

ويرجع سبب إرتفاع نسبة الحوار المباشر لتفضيل الطلبة النقاشات السياسية المباشرة كالمؤتمرات، المحاضرات والملتقيات ويرون بأنها أكثر فاعلية لتحقيق المبتغى بالإضافة إلى تميزها بالشفافية والمصادقية والوصول إلى الأهداف المحددة.

12. الفيس بوك وتعميق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية:

المجموع	الجنس		المتغيرات	
	التكرار	النسبة %	ذكر	أنثى
			التكرار	النسبة %
38%	19	34.62%	10	41.67%
62%	31	65.38%	14	58.33%
100%	50	100%	24	100%

أظهرت نتائج الجدول أن نسبة 62 % وبتكرار 31 ترى بأن الفيس بوك لا يعمل الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية، حيث كانت نسبة الذكور في هذه الإجابة 58.33% أما الإناث فكانت نسبتهم 65.38%، في حين نالت الإجابة نعم نسبة 38% وعدد تكرارات وصل إلى 19 تكرار، حيث توزعت هذه النسبة على الذكور 41.67% و34.62% للإناث.

فيما يخص الفئة التي تنفي دور الفيس بوك في تعميق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية ترى بأن معلومات الفيس بوك فاقدة للدقة والوضوح، كما أنه لا يهتم بتحميل المعلومات عكس الإعلام التقليدي ولا يقدم معلومات سياسية دقيقة.

13. مساهمة الفيس بوك ومواضيعه السياسية في إنماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل

السياسي:

المتغيرات		الجنس				المجموع	
الخيارات		ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
نعم		17	70.83 %	12	46.15 %	29	58 %
لا		07	29.17 %	14	53.85 %	21	42 %
المجموع		24	100 %	26	100 %	50	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 58% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 29 قد أجابوا ب "نعم"، حيث كان للذكور منها نسبة 70.83% و 46.15% للإناث، أما نسبة الطلبة الذين أجابوا ب " لا " فوصلت إلى 42 % وبتكرار 21 حيث توزعت كالآتي: 29.17% للذكور و 53.85% للإناث.

إن هذه النتائج تدفع بنا إلى القول بأن موقع الفيس بوك يقدم معلومات بكم هائل كما يقدم الأخبار للاعلام، أي أن الفيس بوك يساهم في المشاركة السياسية للطلبة هذا بالنسبة لمن أجابوا ب "نعم"، أما من أجابوا ب "لا" فيرون بأن الفيس بوك لا يزيد من القدرة على التحليل لأن مثل هذه المواقع تفتقد للمصداقية.

14. كيفية تجلي ذلك إذ اكانت الإجابة ب "نعم ":

المتغيرات		الجنس				المجموع	
الخيارات		ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
قراءة ما بين الأسطر		05	29.41 %	03	25 %	08	27.59 %
معرفة الخلفية السياسية		08	47.06 %	05	41.67 %	13	44.82 %
إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية		04	23.53 %	04	33.33 %	08	27.59 %

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

المجموع	17	% 100	12	% 100	29	%100
---------	----	-------	----	-------	----	------

بعد معاينتنا للجدول نجد أن نسبة 44.82% من أفراد العينة الاجمالية وبتكرار 13 ترى بأن معرفة الخلفية السياسية هي الإجابة المثالية، حيث إختار 47.06 % من الذكور و 41.67% من الإناث هذه الإجابة، في حين نالت الإجابتين " قراءة ما بين الأسطر " و "ادراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية" نفس النسبة 27.59% ونفس التكرار 08.

ومن هنا يمكن أن نقول أن معظم الطلبة يرون بأن الفيس بوك يتيح لهم معرفة الخلفية السياسية، والقراءة الحكيمة للمواضيع والقضايا السياسية، والسير في أغوار النصوص والتحليلات والنقاشات للوصول إلى المعرفة الحقة والأهداف الباطنية، لأنه ليس بالشكل تعرف الأشياء.

الخوّر الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات.

15. الوسيلة المعتمد عليها للحصول على المعلومات والأخبار السياسية :

المتغيرات الخيارات	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
فيس بوك	17	%70.83	19	%73.08	36	%72
إعلام تقليدي	07	%29.17	07	%26.92	14	%28
المجموع	24	%100	26	%100	50	%100

من خلال الجدول نلاحظ أن الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية هي الفيس بوك، حيث نالت الإجابة 72% بتكرار 36، 70.83% منها للذكور و 73.08% للإناث، في حين نالت إجابة الإعلام التقليدي 28 % وبتكرار 14، حيث توزعت على الذكور بنسبة 29.17% والإناث بنسبة 26.92%.

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

وهذا راجع لما يتميز به الفيس بوك من سرعة وآنية التفاعل، بالإضافة إلى الحرية المطلقة عكس الإعلام التقليدي الذي يعتبر مقيد وافتقاده للتفاعلية والمصادقية.

16. تعويض الفيس بوك للإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه كوسيلة في زيادة المعرفة

السياسية:

المتغيرات الخيارات		الجنس				المجموع	
		ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
نعم		17	70.83%	19	73.08%	36	72%
لا		07	29.17%	07	26.92%	14	28%
المجموع		24	100%	26	100%	50	100%

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون بان الفيس بوك قد عوض الإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة السياسية، حيث قدرت نسبة من أجابوا " بنعم " ب 72% وبتكرار 36، منها 70.83% للذكور و 73.08% للإناث، أما من أجابوا ب "لا" فوصلت نسبتهم إلى 28% حيث نال الذكور نسبة 29.17% والإناث نسبة 26.92%.

ويرجع هذا التباين لما يتميز به الفيس بوك من سرعة وسهولة الاستخدام والتفاعلية بالإضافة إلى الحرية المطلقة، عكس الإعلام التقليدي الذي يتميز بالضبابية وفكرة المواضيع السياسية بأسلوب يخدم السلطة.

17. سبب اعتماد الفيس بوك كوسيلة لزيادة المعرفة السياسية إذا كانت الإجابة "بنعم":

المتغيرات الخيارات		الجنس				المجموع	
		ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
السرعة		04	23.53%	03	15.79%	07	19.44%
التنوع في المعلومات والتميز بالتعمق في تناول الأحداث		02	11.76%	03	15.79%	05	13.89%

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

سهولة الاستخدام	04	%23.53	01	%5.26	05	% 13.89
المرونة	00	%00	05	% 26.32	05	% 13.89
القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وابداء الرأي	07	%41.18	70	%36.84	14	%38.39
المجموع	17	%100	19	%100	36	%100

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابة " القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وابداء الرأي " حصلت على المرتبة الأولى بنسبة %38.89 وبتكرار 14، في حين جاءت الإجابة "السرعة" في المرتبة الثانية بنسبة %19.44 وبتكرار 07، أما فيما يخص الإجابات المتبقية فقد نالو نفس النسبة 13.89 % ونفس عدد التكرارات 05 تكرار.

وفي هذا الصدد نقول أن الفيس بوك يتيح للطلبة فرصة الاطلاع على مختلف الآراء حول موضوع معين ومعرفة توجه الراي العام حول قضية ما، كما يضمن لهم المشاركة وابداء الراي والتعليق على أي موضوع سياسي كان، عكس وسائل الإعلام التقليدي التي تتميز بأحادية الاتجاه أي من السلطة إلى الجمهور.

المتغيرات الخيارات	الجنس		المجموع	
	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
نعم	14	%58.33	13	%50
لا	10	%41.67	13	%50
المجموع	24	%100	26	%100

18. الحرية في تناول المواضيع السياسية في الفيس بوك هي السبب وراء اعتماده كوسيلة للتنمية

والإنماء السياسي على حساب وسائل الإعلام التقليدية:

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 54% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 27 أجابوا ب "نعم" حيث توزعت كالاتي: 58.33% لمذكور و50% للإناث. أما الفئة المتبقية أي 46% أجابت ب "لا" حيث كانت نسبة 41.67% للمذكور و50% للإناث.

ومن هذا المنبر نقول أن نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى بأن الفيس بوك يساعدهم على التنفيس والتعبير بكل حرية على غرار وسائل الإعلام التقليدية الأخرى. ومن جهة أخرى ترى الفئة التي أجابت ب "لا" أن الحرية وحدها ليست كافية لاعتماد الفيس بوك كوسيلة لإنماء الوعي السياسي.

19. تغيير الموقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة%	التكرار	أنثى		ذكر		
		النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
48%	24	53.85%	14	41.67%	10	نعم
52%	26	46.15%	12	58.33%	14	لا
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

ما نلاحظه من خلال الجدول أن نسبة 52% من أفراد العينة وبتكرار 26 لم يغيروا موقفهم إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك، حيث نجد أن نسبة الذكور الذين إختاروا هذه الإجابة وصلت إلى 58.33% أما الإناث فكانت نسبتهم 46.15%، في حين كانت نسبة 48% لمن أجابوا ب "نعم"، 41% منها للمذكور و53.85% للإناث.

أي أن معظم أفراد العينة يقرون بأن الفيس بوك ساهم في تغيير موقفهم إزاء بعض القضايا السياسية وذلك بناء على المعلومات التي يتوافر عليها "الفيس بوك"، كما أنه يؤثر على فهم الأفراد للمواقف والحكم على الأشياء.

20. قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك:

المتغيرات		الجنس				المجموع	
الخيارات		ذكر		أنثى		التكرار	النسبة %
		التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
نعم		05	20.83%	02	7.69%	07	14%
لا		19	79.17%	24	92.31%	43	86%
المجموع		24	100%	26	100%	50	100%

يوضح الجدول أن نسبة 86 % من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 43 لم يقرروا يوما الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك، حيث نجد أن نسبة 79.17% من الذكور أجابوا ب "لا" أما الإناث اللواتي أجبن ب "لا" فكانت نسبتهن 92.13 %، أما فيما يخص الإجابة "نعم" فقد نالت نسبة 14 % 20.83 منيا لمذكور و 79.69 % للإناث.

وفي هذا الصدد نجد أن من أجابوا ب "لا" أنهم كانوا رافضين للانتخابات والفيس بوك زاد من رفضهم وخفض من رغبتهم في الاقتراع وذلك عن طريق المنشورات المتداولة، مثال ذلك: إن البرلمانين موجودون لنهب أموال الدولة والشعب وخدمة مصالحهم الخاص لا خدمة الشعب (تزامن فترة الدراسة مع الانتخابات التشريعية).

أما فيما يخص من أجابوا ب " نعم" فهم قد غيروا موقفهم من الرفض إلى زيادة الرغبة في المشاركة الانتخابية وذلك تأثرا بما ينشر في الفيس بوك من حملات تحسيسية ومقالات تؤكد على ضرورة الانتخاب والحفاظ على الوطن... إلخ .

21. قرار الإنضمام إلى حزب ما إزاء نقاشات سياسية على الفيس بوك:

المتغيرات		الجنس		المجموع	
الخيارات		ذكر		أنثى	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		33.33 %	08	00 %	08
لا		66.67 %	16	100 %	42
المجموع		100 %	24	100 %	50

في هذا الجدول ان اغلبية افراد العينة ونسبة 84% وبتكرار 42 يرون أن الفيس بوك ونقاشاته السياسية ليست بالسبب الكافي للالتحاق بالأحزاب والانضمام إليها، حيث توزعت هذه النسبة على الذكور بنسبة 66.67 % و 100% للإناث، في حين نالت الإجابة "نعم" 16% وبتكرار 80 استحوذ عليها الذكور بنسبة 33.33 % لأن الإناث كانت نسبتهم منعدمة.

وفي هذا الصدد نقول أن الأغلبية الراضة ترى بأن عدم الانخراط في الأحزاب راجع لعدم وضوح أهدافهم وكذا توجه الحزب إيديولوجيا، كذلك طبيعة استخدام الموقع اجتماعيا وثقافيا أكثر منه سياسيا.

22. الفيس بوك والتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية:

المتغيرات		الجنس		المجموع	
الخيارات		ذكر		أنثى	
		النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
نعم		75 %	18	34,62 %	09

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

لا	06	25%	17	65,38%	23	46%
المجموع	24	100%	26	100%	50	100%

الملاحظ على هذا الجدول أن نسبة من أجابوا ب "نعم" وصلت إلى حد 54% بتكرار 27، تليها نسبة 46% لفئة من أجابوا ب "لا" وبتكرار 23. حيث نجد أن 75% من الذكور أجابوا ب "نعم" من إجاباتهم الإجمالية و 25% أجابوا ب "لا"، أما الإناث نسبة 34.62% منهن أجبن ب "نعم" 65.38% أجبن ب "لا".

نجد أن معظم أفراد العينة يؤكدون على أن الفيس بوك يقوم بالتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية، وذلك لما يروجو من معلومات وأخبار قد تكون غير صحيحة وتفتقد للمصداقية بهدف الوصول إلى أهداف شخصية، فكثير من الأخبار تعتمد على المغالطات المنطقية حيث يقوم القائم بالدعاية عبر الفيس بوك باستخدام عبارات مقنعة وإن كانت غير سليمة أو واقعية، وهنا يتم النفوذ إلى العقل الباطن والتأثير اللا وعي على اهتمامات المتلقي أو الطلبة ورغباتهم ثم توجيهها وفق مصالح النخبة.

تحليل الجداول وفق المتغير الثاني: (المستوى التعليمي)

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية

4. الشبكات الأكثر استخداما:

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
الخيارات	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
الفيسبوك	30	90.91%	15	88.24%	00	00%	45	%
تويتر	00	00.00%	00	00.00%	00	00%	00	%
يوتيوب	03	09.09%	02	11.76%	00	00%	05	%
المجموع	33	100%	17	100%	00	00%	50	%

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

أظهرت نتائج الجدول رقم أربعة أن أكبر نسبة وكما هو موضح أعلاه بلغت 90% _ لإستخدام موقع الفايسبوك وبعدد تكرارات وصل الى (45) تكرار وتليها 10% _ لموقع اليوتيوب وبعدد تكرارات بلغ (05) تكرارات وقد بلغت نسبة التويتز 00% _ وب: (00) تكرار.

حيث وجدنا نسبة 90.91% _ لدى مستوى اليسانس وبعدد تكرارات بلغ (30) تكرار، ثم يليها موقع اليوتيوب بنسبة 9.09% _ وبعدد تكرارات يصل الى (03) اما فيما يخص موقع تويتز فقد حصد نسبة 00.00% _ في كل من المستويين (اليسانس / الماستر).

استحوذ موقع الفايسبوك على أكبر نسبة في كلا المستويين (اليسانس / الماستر) وهذا عائد لسهولة استخدام موقع الفايسبوك ولا ارتباطه بعدة مواضيع وصفحات مختلفة التخصصات مما يسمح للطالب التواصل والاستفادة من كل المواضيع والمجالات وكذا طلب وتقديم المساعدة في المجال العلمي من خلال موقع الفايسبوك.

5. عدد ساعات التصفح :

الخيارات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
اقل من ساعة	07	%21.21	01	%5.88	00	%00	08	%16
من 02 الى 03 ساعات	18	%54.55	02	%11.76	00	%00	20	%40
اكثر من 04 ساعات	08	%24.24	14	%82.95	00	%00	22	%44
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00	50	%100

تبين نتائج التحليل لفئة السؤال المتعلق بعدد ساعات التصفح، أن أكبر نسبة هي (44%) والتي تعود للخيار 04 _ أكثر من (04) ساعات _ وبعدد تكرارات بلغ (22) تكرار ونجد منها نسبة (24.44%) لدى

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

مستوى الليسانس وبعدد تكرارات يصل الى (08) تكرارات، أما فيما يخص مستوى الماستر فالنسبة بلغت (82.35 %) وبعدد تكرارات قدر ب (14) تكرار.

أما النسبة الثانية فبلغت (40 %) حيث لاحظنا وكما هو موضح في الجدول اعلاه لدى مستوى الليسانس بلغت النسبة (54.55 %) وبعدد تكرارات قدر ب (18) تكرار في حين لدى مستوى الماستر فالنسبة بلغت (67.11 %) (وبعدد تكرارات قدر ب (02).

والخيار الاخير المتعلق باقل من ساعة فبلغت (61%) وبعدد تكرارات يصل الى (08) حيث وجدنا نسبة (21.21 %) وب (07) لدى مستوى الليسانس، اما الماستر فالنسبة بلغت لديهم (5.88 %) وبعدد تكرارات يقدر ب (01).

يعود هذا التفاوت في النسب بين المستويين الى التوقيت الزمني لكل منهما فعدد ساعات التصفح يزداد على حساب عدد ساعات الفراغ من الحصص والجامعة.

23. الفترات المفضلة للتصفح :

المتغيرات الخيارات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
الصباح	03	09.09%	01	5.88%	00	00%	04	08%
الظهر	01	3.3%	02	11.76%	00	00%	03	06%
المساء	29	87.88%	14	82.95%	00	00%	43	86%
المجموع	33	100%	17	100%	00	00%	50	100%

تبين نتائج وكما هو مثبت اعلاه، أن أكبر نسبة هي (86%) والتي تعود لفترة المساء وبعدد تكرارات بلغ (43) تكرار ونجد منها نسبة (87.88 %) لدى مستوى الليسانس وبعدد تكرارات يصل الى (29) تكرار، أما فيما يخص مستوى الماستر فالنسبة بلغت (82.35 %) وبعدد تكرارات قدر ب (14) تكرار. أما النسبة الثانية فبلغت (08 %) حيث لاحظنا وكما هو موضح في الجدول اعلاه لدى مستوى الليسانس بلغت النسبة (09.09 %) وبعدد تكرارات قدر ب (03) تكرارات في حين لدى مستوى الماستر فالنسبة بلغت (5.88 %) وبعدد تكرارات قدر ب (01).

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

والخيار الأ خير المتعلق بفترة الظهر فبلغت النسبة (60%) وبعدد تكرارات يصل الى (03) حيث وجدنا نسبة (03.03%) وب (01) تكرار لدى مستوى اليسانس، اما الماستر فالنسبة بلغت لديهم (11.76%) وبعدد تكرارات يقدر ب (02).

يعود ارتفاع نسبة الخيار الثالث والمتمثل في المساء وذلك لفرغ الجميع من الدراسة والعودة الى المنزل، اما فيما يخص فترة الصباح فيمكن ان يكون لمجموعة من الافراد لمن يستعملون وسائل النقل للوصول الى الجامعة، اي يشغلون مسافة الطريق من خلال تصفح الموقع. اما فترة الظهيرة فهي قليلة جدا وهذا يعود الى وجود وقت فراغ لدى بعض الافراد.

6. طبيعة التفاعل على موقع الفايبيوك :

المتغيرات الخيارات	المستوى التعليمي						
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
التعليق على الأنشطة	13	%39.39	09	%52.94	00	%00	22
نشر الصور	12	%36.36	02	%11.76	00	%00	14
الاعجاب	08	%24.24	06	%35.29	00	%00.00	14
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.0	50
							%44

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان اكبر نسبة للسؤال المتعلق بطبيعة التفاعل على موقع الفايبيوك قدرة ب (44%) وبعدد تكرارات وصل الى (22) تكرار لخيار التعليق على بعض الأنشطة وقد وجدنا ان مستوى الماستر حاز على نسبة (52.94%) وبعدد تكرارات قدر ب (09) تكرار، ثم نجد مستوى اليسانس قد قدرت نسبته ب (39.39%) وب (13) تكرار اما الخيارين (نشر الصور، والاعجاب) فقد حاز على نفس النسبة وقد قدرت ب (28%) وب (14) تكرار، اما فيما يخص مستوى اليسانس فقد حاز خيار نشر الصور على نسبة (36.36%) وب (12) تكرار وخيار الاعجاب على (24.24%) وبعدد تكرارات وصل الى (08)، اما مستوى الماستر فقد بلغت نسبة نشر الصور (11.76%) وب (02) تكرار اما

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

الاعجاب فقد نال على نسبة (35.29%) وب (06) تكرارات. يعود ارتفاع نسبة خيار " التعليق على بعض الأنشطة " وذلك من خلال فتح المجال للأشخاص للتعبير عن آرائهم وتقديم اقتراحاتهم في مختلف المجالات من خلال تعليقاتهم. وهناك من يعبر عن رايه "بصورة " لأنه حسب أريهم الصورة تعبر أكثر من الكلمات، وهناك فئة تكتفي بالإعجاب فقط.

7. القضايا التي تساهم في اثارها واثرائها على موقع الفيسبوك:

المجموع		المستوى التعليمي						المتغيرات
		دكتوراه		ماستر		ليسانس		
ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	الخيارات
11	22%	00	00.00%	04	23.53%	07	21.21%	المواضيع الساخرة من السياسة
08	16%	00	00.00%	03	17.65%	05	15.15%	الموالة الحزبية
26	52%	00	00.00%	01	5.88%	04	12.12%	المعارضة للنظام الحاكم
26	52%	00	00.00%	09	52.94%	17	51.51%	المشاركة في الحوار
50	100%	00	00.00%	17	100%	33	100%	المجموع

تعود أكبر نسبة لخيار " المشاركة في الحوار " وذلك بنسبة (52 %) وبعدد تكرارات قدر ب (26) حيث وجدنا منها نسبة (52.94 %) وب (09) تكرار لمستوى الماستر، أما مستوى الليسانس فالنسبة بلغت (51.51 %) ب (17) تكرار.

أما فيما يخص المواضيع " الساخرة من السياسة " فقد بلغت النسبة (22 %) وب (11) تكرار فوجدنا نسبة (23.53 %) للماستر، ثم نسبة (21.21 %) لمستوى الليسانس، ثم تليها " الموالة الحزبية " بنسبة

(16%) وبتكرار قدر ب(08) تكرارات حيث وجدنا نسبة (17.65%) وب(03) تكرارات لمستوى الماستر، في حين لدى مستوى الليسانس وجدنا نسبة (15.15%) وب(05) تكرارات لمستوى الليسانس، أما آخر نسبة فكانت (10) لخيار " المعارضة للنظام الحاكم " وعدد تكرارات قدر ب(05) تكرار، حيث كانت نسبة (5.88%) لمستوى الماستر وبتكرار قدر ب(01) تكرار أما الليسانس فكانت (12.12%) وبتكرار قدر ب (04).

يعود ارتفاع هذه النسبة الى تبادل الأفكار والآراء والمناقشات بين الأفراد، من أجل معرفة المبادئ والأفكار والإيديولوجيات، أما النسبة الثانية فهي تعود لتناول " المواضيع الساخرة من السياسة " في قالب فكاهي فينال من يروح عن غضبه تجاه السياسة الواقعية من خلالها. أما " الموالاة الحزبية " فهذا عائد لنسبة قليلة لمن لديهم انتماء حزبي، وفيما يخص " المعارضة للنظام الحاكم " فيعود هذا الانخفاض لدكتاتورية النظام الحاكم ولانعدام حرية التعبير.

8. مساهمة الفايسبوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية و القميمة والعالمية:

المتغيرات الخيارات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
انعم	26	%78.79	12	%70.59	00	%00.00	38	%76
لا	07	%21.21	05	%29.41	00	%00.00	12	%24
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

بعد قراءة الجدول اعلاه وجدنا ان اكبر نسبة بلغت (76%) لخيار " نعم " وبعدها تكرارات قدر ب(38) ونجد منها نسبة (70.59%) للماستر وب(12) تكرار في حين نجد لمستوى الليسانس نسبة (78.79%) وب (12) تكرار، أما الخيار الثاني " لا " فقد بلغت نسبته (24%) وب(12) تكرار، حيث وجدنا منها للماستر نسبة (29.41%) و(05) تكرارات، أما مستوى الليسانس فقد بلغت النسبة (21.21%) و (07) تكرارات.

إن ارتفاع خيار " نعم " يعود لاحتواء موقع الفايسبوك على العديد من الصفحات ذات صلة بالمواضيع السياسية وهذا ما ساعد على الاطلاع على المجال السياسي وبقوة.

9. تشكل الوعي السياسي عند استخدام الفيسبوك وذلك من خلال:

المتغيرات الخيارات		المستوى التعليمي							
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			
		ك	ن	ك	ن	ك	ن		
الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها		11	%33.33	10	%58.82	00	%00.00	21	%42
تقييم المعلومات		07	%21.21	06	%35.29	00	%00.00	13	%26
التعليق وابداء الرأي		15	%45.45	01	%5.88	00	%00.00	16	%32
المجموع		33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال قراءة الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة كانت (42 %) وب (21) تكرار وذلك لخيار " الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها " حيث نجد منها نسبة (82.58 %) للماستر وبعده تكرارات قدر ب (10) تكرار، أما الليسانس فقد وجدنا أن النسبة لديهم قد بلغت (33.33 %) وب 11 تكرار، أما النسبة الموالية كانت (32 %) وب (16) تكرار لخيار التعليق وابداء الآراء، فوجدنا (5.88 %) للماستر وب (01) تكرار، أما مستوى الليسانس فكانت النسبة (45.45 %) وبعده تكرارات بلغ (15) تكرار. أما النسبة الأخيرة كانت لتقديم المعلومات وقدرت ب (26 %) حيث كان للماستر نسبة (35.29 %) وب (06) تكرار، أما الليسانس فالنسبة بلغت (21.21 %) وب (07) تكرار.

يرجع ارتفاع هذه النسبة لمواكبة متطلبات العصر الإلكتروني، فكل المجالات لجأ المجال السياسي لموقع الفيسبوك للتواصل مع جميع شرائح المجتمع من خلال إنشاء صفحات سياسية تفتح المجال للنقاش وطرح التساؤلات وتوضيح الغموض، وكذا إبداء الآراء حول السياسة المتبعة، وتقديم ما يمكن من معلومات من أجل التغيير للأفضل.

10. التعبير عن الرأي إلكترونياً أو عن طريق الحوار المباشر

المتغيرات الخيارات		المستوى التعليمي						
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	
إلكترونيا	1530	%45.45	06	%35.29	00	%00.00	21	%42
الحوارالمباشر	17	%51.52	10	%58.82	00	%00.00	27	%54
معا	01	%03.03	01	%5.88	00	%00.00	02	%04
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة بلغت (54%) وبعدد تكرارات قدر ب(27) تكرار لخيار " الحوار المباشر " حيث وجدنا لدى مستوى الماستر نسبة (58.82 %) وبعدد تكرارات قدر ب: (10) تكرار، أما مستوى الليسانس فقد قدرت النسبة ب (51.52 %) وبعدد تكرارات يصل إلى (17) تكرار، ثم نجد النسبة الثانية لخيار " إلكترونياً " قد بلغت (42 %) وبتكرار (21)، فوجدنا منه نسبة (35.29 %) لمستوى الماستر وبعدد تكرارات بلغت (06)، ومستوى الليسانس فالنسبة بلغت (45.45 %) وبتكرار يصل إلى (15) تكرار، وفيما يخص آخر نسبة فقد بلغت (04 %) وبتكرار قدر ب (02)، فكانت لدى مستوى الماستر نسبة (5.88 %) وبتكرار واحد، أما الليسانس فالنسبة لديهم بلغت (3.03%) وبتكرار واحد كذلك.

يعود ارتفاع نسبة " الحوار المباشر " لرغبة العديد من الطلبة لإيصال أفكارهم وآرائهم بشكل واضح وصريح دون تشويش أو فهم خاطئ لأفكارهم حيث أنه ومن وجهة نظر معقولة فإن الحوار المباشر يسمح للطلاب بطرح أفكاره وتوضيحها في حالة عدم الفهم لإيصال الرسالة بشكل صحيح.

11. استخدام الفايبيوك في السياسة

المتغيرات		المستوى التعليمي						
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع
الخيارات	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
تطور في مجال السياسة	12	%36.36	08	%47.05	00	%00.00	20	%40
تجسس على اراء الشعب	06	%18.18	02	%11.76	00	%00.00	08	%16
فشل في السياسة المباشرة	15	%45.45	07	%41.18	00	%00.00	22	%44
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال ما لاحظناه على نتائج الجدول أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت 44 % وبعدها تكرارات قدر ب (22) تكرار لخيار " فشل في السياسة المباشرة "، فوجدنا نسبة (41.18%) للماستر وبعدها تكرارات وصل الى (07) تكرار، ونجد نسبة الليسانس (45.45%) وب (15) تكرار، تليها نسبة (40%) وب (20) تكرار لخيار " تطور في مجال السياسة " فكانت النسبة لمستوى الماستر (47.05%) وب (08) تكرارات، أما الليسانس فكانت النسبة لديهم (36.36%) وب (12) تكرار، أما آخر نسبة فبلغت (16%) وبعدها تكرارات قدر ب (08) تكرار، فوجدنا منها نسبة (11.76%) للماستر وب (02) تكرار، وأما طلبة الليسانس فكانت النسبة (18.18%) وبعدها تكرارات قدرت ب (06) تكرار.

يعود هذا الارتفاع لما نراه في الساحة السياسية، فمما يعد هناك من يملك مصداقية في عودته وفي الأفكار التي يروج لها ففي النهاية كلها حبر على ورق.

فالسياسة اليوم أصبحت حرباً كلامية بين رؤساء الأحزاب، والكل يحشد ما يستطيع لبلوغ كرسي السلطة وقضاء مصالحه فقط، فقد غلبت المصلحة الخاصة على المصلحة العامة، في حين يراه بعض الأفراد تطور لمجال السياسة من حيث مواكبة تطورات العصر وكذا بلوغ جميع شرائح المجتمع في أي وقت وفي كل زمان.

أما الفئة الأخيرة فتعتبره تجسسا على آراء الشعب لأن دكتاتورية النظام لا تسمح للأفراد بالتعبير عن آرائهم بكل صراحة وشفافية، لذا نجد العديد من الانتقادات الآراء الصائبة التي تفيد في تطوير البلاد مقيدة

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

تحت اسم مجهول على صفحات الفايسبوك، ولا يمكن لنا أن نجد لها في الندوات أو المؤتمرات الصحفية لأنه وكما هو معروف أن المساس بالسلطة يؤدي إلى السجن والسياسة هي من ضمن السلطة.

12. تعميق الفايسبوك للشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية:

المتغيرات		المستوى التعليمي					
		ليسانس		ماستر		دكتوراه	
الخيارات	نعم	ن	ك	ن	ك	ن	ك
		15	45.45%	04	23.53%	00	00.00%
لا	18	54.54%	13	76.47%	00	00.00%	31
المجموع	33	100%	17	100%	00	00.00%	50

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه، وجدنا أن أكبر نسبة قد بلغت (62 %) وبعدد تكرارات قدر ب

(31) تكرار لخيار " لا"، فوجدنا البيانات كالتالي في كل من المستويين:

بالنسبة لطلبة الماستر فقد بلغت النسبة لديهم (76.47 %) وبعدد تكرارات قدر ب (13) تكرار وفيما يخص طلبة الليسانس فقد وجدنا بأن النسبة لديهم قد بلغت (54.54 %) وبعدد تكرارات قدر ب (18) تكرار، ثم نجد على التوالي نسبة (38 %) وبتكرار قدر ب (19) تكرار لخيار " نعم"، حيث وجدنا لدى مستوى الماستر نسبة قدرت ب (23.53 %) وبعدد تكرارات قدر ب (04) تكرار أما مستوى الليسانس فكانت النسبة لديهم (45.45 %) وبتكرار قدر ب (15) تكرار.

يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم اهتمام الطلبة بالسياسة وترك هذا المجال لأصحاب التخصص. في حين

الفئة الثانية توضح بأن هناك طلبة لديهم اطلاع على الجانب السياسي ووجهة نظر معينة حوله.

13. مساهمة الفايسبوك ومواضيعه السياسية في انماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل

السياسي:

المتغيرات الخيارات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك
انعم	19	%57.58	10	%58.82	00	%00.00	29	%58
لا	14	%42.42	07	%41.18	00	%00.00	21	%42
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال نتائج الجدول رقم (14) تبين أن أكبر نسبة كان لخيار " نعم " حيث قدرت النسبة ب (58 %) وبعدها تكرارات قدر ب (29) تكرار، حيث وجدنا لدى مستوى الماستر (58.82 %) وبعدها تكرارات قدر ب (10) تكرار، أما مستوى الليسانس فقد وجدنا نسبة (57.58 %) وب (19) تكرار، أما النسبة الثانية لخيار " لا " فقد بلغت (42 %) وبعدها تكرارات قدر ب (21) تكرار، فوجدنا منها (41.18 %) لمستوى الماستر وبعدها تكرارات قدر ب (07) تكرار، أما مستوى الليسانس فكانت النسبة (42.42 %) وبعدها تكرارات بلغ (14) تكرار. يعود ارتفاع هذه النسبة لتعرض الطلاب للمواضيع السياسية على صفحات الفايسبوك، وهذا ما ساهم في انماء رصيدهم معرفي يساعد على زيادة الوعي بالسياسة وهذا الأخير يفتح له المجال لممارسة التحليل السياسي وفق ما تقتضيه إمكانياته ورصيده المعرفي.

14. كيفية تجلي ذلك اذا كانت الاجابة ب " نعم ":

الخيارات		المستوى التعليمي					
		ليسانس		ماستر		دكتوراه	
		ن	ك	ن	ك	ن	ك
قراءة ما بين الاسطور	05	%23.81	03	%37.50	00	%00.00	08
معرفة الخلفية السياسية	10	%47.62	03	%37.50	00	%00.00	13
ادراك الافكار والايديولوجيات السياسية	06	%28.57	02	%25	00	%00.00	08
المجموع	33	%100	08	%100	00	%00.00	29

من خلال نتائج الجدول أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت (44.83 %) وبعدد تكرارات قدر ب (13) لخيار " معرفة الخلفية السياسية "، حيث وجدنا لدى طلبة الماستر نسبة قدرت ب (37.50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (03) تكرار أما طلبة الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم (47.62 %) وبعدد تكرارات قدر ب (10) تكرار، وفيما يخص الخيارين التاليين قراءة ما بين الأسطر، إدراك الأفكار والأيديولوجيات (فقد تعادلا في النسبة فقد بلغت (27.59 %) وبعدد تكرارات بلغ (08) تكرار لكل منهما.

يعود ارتفاع النسبة الأولى بسبب ما يرد في الفاييبوك من معلومات ومواضيع سياسية، تم على إثرها إدراك الطلبة ومعرفتهم للخلفية السياسية ومساهمهم السياسي.

المحور الثالث : شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات

15. الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية:

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
الخيارات								
الفيسبوك	20	%60.61	16	%94.12	00	%00.00	36	%72
اعلام تقليدي	13	%39.39	01	%5.88	00	%00.00	14	%28
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال نتائج هذا الجدول وجدنا أن أكبر نسبة (72 %) وبعدد تكرارات قدر ب 36 تكرار لخيار " الفيسبوك " وكانت النتائج كالتالي لمستوى الماستر حيث وجدنا نسبة (94.12 %) وب 16 تكرار، أما الليسانس فكانت النسبة لديهم (60.61 %) وبعدد تكرارات قدر ب 20 تكرار.

أما الخيار الثاني " الإعلام التقليدي " فقد بلغت نسبته (28 %) وبعدد تكرارات قدر ب (14) تكرار، حيث وجدنا لدى مستوى الماستر نسبة قدرت ب (5.88 %) وبعدد تكرارات قدر ب 01 تكرار، أما طلبة الليسانس فكانت النسبة لديهم (39.39 %) وبعدد تكرارات قدر ب 13 تكرار.

يعود ارتفاع هذه النسبة لسهولة الوصول لموقع الفيسبوك وهذا بفضل التطورات الكائنة في عالم الأنترنت التي سهلت الوصول للموقع في أي وقت وفي كل مكان.

16. تعويض الفايبيوك للإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة السياسية :

المتغيرات		المستوى التعليمي						
		ليسانس		ماستر		دكتوراه		
		ك	ن	ك	ن	ك	ن	
الخيارات		ك	ن	ك	ن	ك	ن	المجموع
انعم	25	%75.76	11	%64.71	00	%00.00	36	%72
لا	08	%24.24	06	%32.29	00	%00.00	14	%28
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه أن أكبر كانت (72 %) وبعدد تكرارات قدر ب (36) تكرار لخيار " نعم "، حيث وجدنا نسبة (64.71 %) لمستوى الماستر وبتكرار قدر ب (11) تكرار، أما الليسانس فكانت النسبة لديهم (75.76 %) وب (25) تكرار، وفيما يخص الخيار " لا " فقد حاز على نسبة (28 %) وب (14) تكرار، فوجدنا منها (35.29 %) وبتكرار قدر ب (06) تكرار لمستوى الماستر، أما فيما يخص طلبة الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم (24.24 %) وب (08) تكرارات.

يعود ارتفاع هذه النسبة لاهتمام غالبية الطلبة بموقع الفايبيوك وتحليلهم عن وسائل الإعلام التقليدية وذلك لانشغالهم بالدراسة وأيضاً توفر الفايبيوك على العديد من المواضيع وفي مجالات متعددة.

17. سبب اعتماد الفايبيوك كوسيلة لزيادة المعرفة السياسية إذا كانت الإجابة ب " نعم ":

المتغيرات		المستوى التعليمي						الخيارات	
		ليسانس		ماستر		دكتوراه			المجموع
		ك	ن	ك	ن	ك	ن		
السرعة		02	%08	05	%45.45	00	%00.00	05	%13.89
سهولة الاستخدام		03	%12	02	%18.18	00	%00.00	05	%13.89
المرونة		05	%20	00	%00.00	00	%00.00	05	%13.89
القدرة على التعرف على الاراء المشاركة وابداء الراي		12	%48	02	%18.18	00	%00.00	14	%38.89

التنوع في المعلومات والتميز بالعمق في تناول الاحداث	03	12%	02	18.18%	00	00.00%	05	13.89%
المجموع	33	100%	17	100%	00	00.00%	50	100%

من خلال البيانات الموضحة وجدنا أن أكبر نسبة كانت (38.89 %) وب(14) تكرار لخيار " القدرة على التعرف على الآراء " حيث وجدنا لدى مستوى الماستر نسبة (18.18 %) وبعدد تكرارات قدر ب (02) أما مستوى الليسانس فقد بلغت لديهم النسبة (48 %) وب (12) تكرار، تليها نسبة (19.44 %) وبعدد تكرارات قدر ب (07) ف وذلك لخيار السرعة، فوجدنا منها عند طلبة الماستر نسبة (45.45 %) وب (05) تكرارات، أما مستوى الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم (08) وب (02) تكرار، ثم نجد كل من التنوع في المعلومات، سهولة الاستخدام، وكذا المرونة) حصلوا على نفس النسبة وبنفس التكرار حيث بلغت النسبة (13.89 %) وب (05) تكرار لكل واحد منهم، وكذلك بالنسبة للماستر والليسانس وجدنا نفس النسبة وكذا نفس التكرار لكل من (التنوع في المعلومات، وسهولة الاستخدام) حيث كانت النسبة لمستوى الماستر (18.18 %) وب (02) تكرار، أما الليسانس فالنسبة قدرت ب (12 %) وب (03) تكرارات.

أما المرونة فقد حازت على نسبة (20 %) وبعدد تكرارات قدر ب (05) تكرارات لمستوى الليسانس في حين كانت النسبة (00 %) لمستوى الماستر.

يعود ارتفاع نسبة " القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وابداء الرأي " لإمكانية تبادل الأفكار ووجهات النظر على موقع الفيسبوك بالإضافة إلى مناقشة ما يحدث في الساحة السياسية، كذلك إمكانية التغيير أو الحذف، ولا ننسى سهولة استخدام الموقع في أي مكان وفي كل زمان ويعود هذا الفضل للآليات الأنترنت الجديدة.

18. الحرية في تناول المواضيع السياسية في الفيسبوك هي السبب وراء اعتماده كوسيلة للتنمية والإثراء السياسي على حساب وسائل الإعلام التقليدية

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
انعم	16	48.48%	10	58.82%	00	00.00%	26	52%
لا	07	21.21%	07	41.18%	00	00.00%	24	48%
المجموع	33	100%	17	100%	00	00.00%	50	100%

أظهرت نتائج الجدول وكما هي موضحة أعلاه أن أكبر نسبة بلغت (52 %) وبعدد تكرارات قدر ب (26) تكرار لخيار " نعم " حيث بلغت النسبة لدى طلبة الماستر (58.82 %) وب (10) تكرارات. أما طلبة الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم (48.48 %) وبعدد تكرارات قدر ب (16) تكرار، أما الخيار الثاني " لا " فقد بلغت النسبة لديهم (48 %) وبعدد تكرارات قدر ب (24) تكرار، حيث وجدنا لدى طلبة الماستر نسبة (41.18 %) وبعدد تكرارات قدر ب (07) تكرار، أما طلبة الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم (51.52 %) وب (17) تكرار.

يعود ارتفاع هذه النسبة لمتنوع غالبية الطلبة بحرية التعبير من خلال موقع الفيسبوك، أي أن هذا الأخير يسمح لكم فرد بالتعبير عن آرائهم فيما يخص غالبية المواضيع السياسية المتعلقة بالبلاد على خلاف وسائل الاعلام التقليدية التي تعمل ضمن قانون الاعلام، وخاضعة لسلطة الضبط التي تضع خطوطا حمراء يمنع تجاوزها أثناء الحديث عن السلطة أو النظام الحاكم.

19. تغيير موقف ازاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيسبوك:

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
انعم	21	63.64%	03	17.65%	00	00.00%	24	48%
لا	12	36.36%	14	82.35%	00	00.00%	26	52%
المجموع	33	100%	17	100%	00	00.00%	50	100%

من خلال النتائج الموضحة أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة بلغت 52 % وب 26 تكرار حاز عليها الخيار " لا " فوجدنا لدى طلبة الماستر نسبة 82.35 % وب 14 تكرار، أما طلبة الليسانس فكانت النسبة لديهم 36.36 % وبعدها تكرارات قدر ب 12 تكرار، أما الخيار الثاني " نعم " فقد حاز على نسبة 48 % بعدد تكرارات قدر ب 24 تكرار، فكانت النسبة لدى طلبة الماستر 17.65 % وب 03 تكرارات، أما طلبة الليسانس فكانت النسبة 63.64 % وبعدها تكرارات قدر ب 21 تكرار.

يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم تأثر الطلبة بالمعلومات المقدمة في الموقع، من أجل تغيير موقفهم ازاء قضية معينة وهذا عائد لقناعتهم الفكرية تجاه مواضيع معينة بالإضافة الى الأفكار المتبناة والراسخة من قبل حول تلك المواضيع، أما بالنسبة لخيار " نعم " فهو عائد لتبني هذه الفئة للمعلومات من أجل بناء موقف ووجهة نظر حول المواضيع المختلفة.

20. قرار الانتخاب بسبب ما ورد في الفايسبوك من معلومات سياسية:

المتغيرات الخيارات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
انعم	05	%15.15	02	%11.76	00	%00.00	07	%14
لا	28	%84.85	15	%88.24	00	%00.00	43	%86
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال بيانات الجدول الموضح أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت للسؤال المتعلق بقرار الانتخاب بسبب ما ورد في الفايسبوك من معلومات سياسية بلغت 86% وبعدها تكرارات قدر ب 43 تكرار، حيث كانت النسب لكلا المستويين كالتالي:

وجدنا لدى طلبة الماستر نسبة 88.24 % وب عدد تكرارات قدر ب 15 تكرار في حين طلبة الليسانس بلغت لديهم النسبة 84.85 % وبعدها تكرارات قدر ب 28 تكرار، أما النسبة الثانية فقد بلغت 14 % وب 07 تكرارات حيث وجدنا لدى طلبة الماستر نسبة قدرت ب 11.76 % وبعدها تكرارات قدر ب 02 تكرار، وبلغت عند طلبة الليسانس 15.15 % وبعدها تكرارات قدر ب 05 تكرار.

يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم تأثر الطلبة بما ورد في موقع الفايسبوك، وكذلك لعدم اهتمامهم بالأحزاب السياسية وبما يروجون له من أكاذيب أما الاختيار الثاني " نعم " فهو عائد للوقلية لمن لديهم انتماء حزبي.

21. قرار الإ نضمام الى حزب ما بسبب نقاشات سياسية:

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
انعم	04	%12.12	04	%23.53	00	%00.00	08	%16
لا	29	%87.88	13	%76.47	00	%00.00	42	%84
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت للخيار " لا " حيث بلغت 84 % وبعدد تكرارات قدر ب 42 تكرار، حيث وجدنا نسبة 76.47 % لطلبة الماستر وب 13 تكرار، أما طلبة الليسانس فوجدنا النسبة لديهم 87.88 % وب 29 تكرار.

أما الخيار " نعم " فقد حاز على نسبة 16 % وبعدد تكرارات قدر ب 08 تكرار، وكانت النسبة لدى مستوى الماستر 23.53 % وبعدد تكرارات قدر ب 04 تكرار، أما مستوى الليسانس فقد بلغت النسبة لديهم 12.12 % وب 04 تكرارات أيضا.

يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم ثقة الطلبة بالأحزاب السياسية وكذلك لانكشاف الستار حول حقيقة جل السياسيين فكل واحد منهم له أطماع بالسلطة فحسب، أما الخيار الثاني فهذا عائد لولائهم للأحزاب التي لديهم انتماء لها.

22. الفيسبوك والتصيل الإعلامي نحو القضايا السياسية:

المتغيرات	المستوى التعليمي							
	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن
انعم	20	%60.61	07	%41.18	00	%00.00	27	%54
لا	13	%39.39	10	%58.82	00	%00.00	23	%46
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال ما لوحظ على نتائج الجدول رقم 23 وجدنا أن أكبر نسبة كانت من نصيب الخيار " نعم " حيث كانت نسبته 54 % و ب 27 تكرار، وكانت لطلبة الماستر نسبة قدرت ب 41.18 % وب 07 تكرار، أما

طلبة الليسانس فقد حازوا على نسبة 60.61 % وبعدها تكرارات قدر ب 20 تكرار، وفيما يخص الخيار الثاني فقد نال نسبة 46 % وب 23 تكرار، ووجدنا نسبة 58.82 % وب 10 تكرارات لدى طلبة الماجستير، أما طلبة الليسانس فقد حازوا على نسبة 39.39 % وب 13 تكرار في نظر الطلبة المعلومات الواردة في موقع الفيسبوك ليس لها مصداقية وفي غالبية الأحيان لا يمكن اعتمادها كقاعدة بيانية، فالعديد من السياسيين أصبحوا يتوجهون للتصريح والتبرير عبر قنوات التلفاز جراء معلومات وردت على صفحات الفيسبوك تحتل الكذب كما تحتل الصدق، وفي بعض الأحيان هناك سياسيين يصرون بأنهم لا يملكون مواقع للتواصل الاجتماعي " فإيسبوك " نهائيا لتفادي التضليل من خلال المعلومات الخاطئة.

تحليل الجداول وفق المتغير الثالث: (الانتماء الحزبي)

المحور الثاني: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية:

4. الشبكات الأكثر استخداما:

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيرات
		لا		نعم		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
90%	45	90.47%	38	87.5%	07	فيس بوك
00%	00	00%	00	00%	00	تويتر
10%	05	9.52%	04	12.5%	01	يوتيوب
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول أن أكبر نسبة بلغت 90% وبتكرار 45 وتخص إجابة الفيس بوك حيث توزعت هذه النسبة بين الذين ليس لديهم انتماء حزبي بنسبة 90.47% والمنتسبين حزبيا بنسبة 87.5%، أما فيما يخص اليوتيوب فقد جاء ثانيا بنسبة 10% وبتكرار 05، حيث نال المنتسبين حزبيا نسبة 12.5% ونسبة 9.52% لغير المنتسبين، في حين نلاحظ انعدام النسبة في خيار "التويتر". ويرجع سبب ارتفاع إجابة الفيس بوك إلى شعبيته وانتشار الموقع وشيوعه وسهولة الاستخدام، كما أنه متعدد الاستعمال "التسلية، الترفيه، التعليم، التثقيف"، أما اليوتيوب فبدأ بالانتشار في الآونة الأخيرة إلا أنه يبقى أقل تفاعلية من الفيس بوك.

5. عدد الساعات المنقضية في التصفح :

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
16%	08	11.90%	05	37.5%	03	أقل من ساعة
40%	20	42.85%	18	25%	02	من 2 سا إلى 3 سا
44%	22	45.25%	19	37.5%	03	أكثر من 4 سا
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول أن إجابة أكثر من 4 ساعات حصلت على نسبة 44% وتكرار 22، 45.25% منها للذين لا ينتمون إلى أي حزب و 37.5% للذين لديهم انتماء حزبي، في حين نالت إجابة "من 2 سا إلى 3 سا" نسبة 40% وتكرار 20، ونال من هذه النسبة الغير منتمون حزبيا 42.85% أما المنتمون فقد نالوا 25%، أما فيما يخص إجابة أقل من ساعة فقد حصلت على 16% وتكرار 08، توزعت كالتالي: 37.5% للذين لديهم انتماء حزبي و 11.90% لغير المنتمين.

ويرجع إرتفاع نسبة إجابة أكثر من 4 ساعات، لأهمية الفيس بوك في حياة الطالب لما يوفره من مزايا وعروض تجعل الطالب لا يكاد أن يفارقه لأنه الوسيلة الوحيدة للقضاء على الروتين والملل.

6. الفترات المفضلة للتصفح:

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
12%	06	7.15%	03	37.5%	03	صباحا
02%	01	00%	00	12.5%	01	ظهرا
86%	43	92.85%	39	50%	04	مساء
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة كانت من نصيب الإجابة "مساء" والمقدرة ب 86% وبتكرار 43، كما نلاحظ أيضا أن أغلب الطلبة الذين ليس لديهم انتماء حزبي اختاروا هذه الإجابة وكانت نسبتهم 92.85% أما المنتمون حزبيا فأجابوا بنسبة 50%، في حين نالت الإجابة "صباحا" نسبة 12% وتكرار 06، 37.5% منها للمنتمين و 7.15% لغير المنتمين، أما فترة الظهر فقد وصلت نسبتها إلى 02% وبتكرار 01. ويرجع إرتفاع الفترة المسائية لكونها الفترة التي يكون فيها الطالب الجامعي خارج إطار الدراسة أي فترة راحة، كما أنها الفترة المفضلة للتصفح والوقت المناسب لإلتقاء كل الأصدقاء في العالم الافتراضي.

7. طبيعة التفاعل عمى موقع الفايسبوك:

		الانتماء الحزبي				
المجموع		لا		نعم		المتغيرات
ن	ك	ن	ك	ن	ك	الخيارات
44 %	22	42.85%	18	50 %	04	التعليق على بعض الأنشطة
28 %	14	28.57%	12	25 %	02	نشر الصور
28 %	14	28.57%	12	25 %	02	الإعجاب

الفصل الخامس: عرض وتفسير وتحليل النتائج

المجموع	08	% 100	42	% 100	50	% 100
---------	----	-------	----	-------	----	-------

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية للجدول رقم (07) أن أكبر نسبة بلغت (44 %) لخيار " التعليق على بعض الأنشطة " بعدد تكرارات قدر ب 22 تكرار، حيث وجدنا لدى الفئة التي لا تملك انتماء حزبي نسبة (42.85 %) وب(18) تكرار أما من لهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة لديهم (50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (04) تكرارات. أما الخيارين الثاني الآخرين " نشر الصور، الاعجاب " فقد تعادلا بنسبة (28%) وبعدد تكرارات قدر ب (14) تكرار لكليهما، كذلك وجدنا نفس النسبة لكلا الفئتين (من لديهم انتماء حزبي ومن لا يملكونه) في كلا الخيارين، حيث كانت النسبة لمن لديهم الانتماء (25 %) و بعدد تكرارات قدر ب (02) تكرار، أما من ليس لديهم انتماء فكانت النسبة لديهم (57.28 %) و بعدد تكرارات قدر ب (12) تكرار لكليهما.

يعود ارتفاع هذه النسبة لتعبير العديد من الطلبة عن آرائهم المختلفة وذلك من أجل ايصال وجهات نظرهم وما هو مناسب بالنسبة لهم، فالطلبة هم نخبة المجتمع، وبناء على أفكارهم يكوف هناك تطور في جل الميادين، أما الفئتين التاليتين فهناك من لا يتجاوز ابداء آرائهم وضع صورة معبرة لموقفه وهناك فئة حيادية لا تغيير شيئا وانما تكتفي بالإعجاب والمرور مرور الكرام

8. القضايا السياسية التي تساهم في اثارها وإثرائها:

		الانتماء الحزبي				
المجموع		لا		نعم		المتغيرات الخيارات
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
% 22	11	% 21.42	09	% 25	02	المواضيع الساخرة من السياسة
% 16	08	% 9.52	04	%37.50	03	الموالاة الحزبية
% 10	05	% 11.90	05	%12.50	01	المعارضة للنظام الحاكم
% 52	26	% 57.14	24	% 25	02	المشاركة في الحوار
%100	50	% 100	42	%100	08	المجموع

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت لخيار " المشاركة في الحوار " ونسبة (52 %) وعدد تكرارات قدر ب (26) تكرار، حيث وجدنا لدى الطلبة الذين لا يملكون انتماء حزبي نسبة قدرت ب (57.14 %) وب (24) تكرار، أما من لديهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة (25 %) و بعدد تكرارات قدر ب (02) تكرار.

أما النسبة التالية فكانت للمواضيع الساخرة من السياسة حيث كانت النسبة (22 %) وب (11) تكرار فوجدنا لدى الذين لا يملكون انتماء حزبي نسبة قدرت ب (21.42 %) وبعدد تكرارات قدر ب (09) تكرار، أما الطلبة الذين لديهم انتماء حزبي فقد قدرت النسبة لديهم (25 %) وب (02) تكرار.

تليها نسبة (16 %) وبتكرار قدر ب (08) تكرار لخيار الموالة الحزبية، حيث وجدنا لدى بعض الطلبة الذين لا يملكون انتماء حزبي نسبته قدرت ب (11.90 %) وبعدد تكرارات قدر ب (05) تكرار، أما من لديهم انتماء حزبي فقد قدرت النسبة لديهم (37.50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (03) تكرار.

أما آخر نسبة فقد كانت (10 %) وبعدد تكرارات قدر ب (05) تكرار لخيار " المعارضة للنظام الحاكم " حيث وجدنا نسبة (9.52 %) لمن ليس لهم انتماء حزبي وبتكرار بلغ (04) تكرار أما من كان لديهم انتماء فقد كانت نسبتهم (12.5 %) وبعدد تكرارات قدر ب (01) تكرار .

يعود ارتفاع هذه النسبة لرغبة أغلبية الطلبة في الدخول في نقاشات والمشاركة في الحوار وتبادل المعلومات والأفكار حول مواضيع مختلفة، وكذلك معرفة مختلف الآراء، لبناء قاعدة بيانية وتحصيل زاد معرفي متنوع.

أما فيما يخص المواضيع الساخرة من السياسة فغالبية المواطنين سواء كانوا طلبة أو من عامة الناس فلا يمكن لأحد الحديث عن سياسة الوطن ولهذا توجهه الى الطابع الساخر وبات متنفسا لغضب الكثيرين من السياسة والسياسيين، أما الموالة الحزبية فهذا عائد للطلبة الذين لديهم انتماء حزبي فهم يقومون بإثارة برامج أحزابهم السياسية وتفعيلها على صفحات الفايسبوك. أما آخر نسبة فهي للمعارضة وهذه فئة قليلة جدا ممن يمكن ان يصرح أو يقف في وجه النظام الحاكم.

4. مساهمة الفايسبوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية و القليدية والعالمية:

المتغيرات		الانتماء الحزبي							
		نعم		لا		المجموع			
		ك	ن	ك	ن	ك	ن		
الخيارات	انعم	05	%62.5	33	%78.57	00	%00.00	38	%76
	لا	03	%37.5	09	%21.42	00	%00.00	12	%24
	المجموع	08	%100	42	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال بيانات الجدول رقم (09) الموضحة اعلاه نجد ان اكبر نسبة كانت لخيار "نعم" وبلغت نسبة (76%) وبعدد تكرارات قدر ب 38 تكرار، ووجدنا منها نسبة (78.57%) ب 33 تكرار لمن ليس لهم انتماء حزبي، اما من لهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة لديهم بتكرار (62%) و بتكرار يقدر ب 05 تكرارات، اما الخيار الثاني "لا" فقد بلغت نسبته (24%) وبعدد تكرارات قدر ب 12 تكرار، حيث وجدنا نسبة (21.42%) لمن ليس لهم انتماء حزبي وبتكرار قدر ب 09 تكرارات، اما الطلبة الذين لهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة لديهم (37.5%) وبعدد تكرارات قدر ب 03 تكرارات.

كان للفيسبوك دور كبير في تعزيز الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالقضايا المحلية والاقليمية والعالمية لما يحتويه من امتيازات تفرد به من نوعه عن باقي المواقع الاخرى.

5. تشكل الوعي السياسي عند استخدام الفيسبوك وذلك من خلال:

الانتماء الحزبي								المتغيرات الخيارات
المجموع				لا		نعم		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
% 42	21	%00.00	00	%45.23	19	%25	02	الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها
% 26	13	%00.00	00	%30.95	13	%00	00	تقديم المعلومات
% 32	16	%00.00	00	%23.80	10	%75	06	التعليق وابداء الرأي
%100	50	%00.00	00	% 100	42	%100	08	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (10) الموضحة أعلاه نجد أن أكبر نسبة كانت للخيار "الاحتكاك بالصفحات السياسية و التفاعل معها و"" بلغت (42%) و بعدد تكرارات قدر ب 21 تكرار ووجدنا منها نسبة (45.23%) و بتكرار قدر ب 19 تكرار، اما بالنسبة لخيار "التعليق وإبداء الآراء " فكانت النسبة (32%) بعدد تكرارات قدر ب 16 تكرار ووجدنا منها نسبة (32.80%) بعدد تكرارات قدر ب (10) تكرارات للمبحوثين الذين لم يعلقوا ولم يبدوا آرائهم، اما المتفاعلين فكانت نسبتهم (75%) بعدد تكرارات قدر ب 06، اما بالنسبة للخيار الاخير والمتمثل في تقديم المعلومات فكانت النسبة (26%) بعدد تكرارات قدر ب 13 تكرار ووجدنا منها نسبة (30.95%) بعدد تكرارات قدر ب 16 تكرارات هذا للمبحوثين الذين لم يقدموا المعلومات والنسبة كانت منعدمة للمبحوثين الذين قدموا المعلومات.

إن احتكاك الطلبة بالصفحات السياسية والتفاعل معها من خلال التعليق على ما ينشر على هاته الصفحات من مواضيع سياسية تدفع بهم للمناقشة وإبداء آرائهم الشخصية حسب نوعية ومضمون الموضوع للخروج من الغموض بصورة واضحة وهذا ما ساهم في تنمية الوعي السياسي داخلهم.

6. التعبير عن الرأي الكترونيا أو عن طريق الحوار المباشر:

المتغيرات	الانتماء الحزبي							
	نعم		لا		المجموع		الخيارات	
	ك	ن	ك	ن	ك	ن		
الالكتروني	04	%50	17	%40.47	00	%00.00	21	%42
الحوار المباشر	04	%50	23	%54.76	00	%00.00	27	%54
معا	00	%00	02	%4.76	00	%00.00	02	%04
المجموع	08	%100	42	%100	00	%00.00	50	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة بلغت (54 %) وب عدد تكرارات قدر ب (27) تكرار لخيار " الحوار المباشر " حيث وجدنا لدى مستوى الماستر نسبة (58.82 %) وبعدد تكرارات قدر ب (10) تكرار، أما مستوى الليسانس فقد قدرت النسبة ب (51.52 %) وبعدد تكرارات يصل الى (17) تكرار، ثم نجد النسبة الثانية لخيار " الكترونيا " قد بلغت (42 %) وبتكرار (21)، فوجدنا منه نسبة (35.29 %) لمستوى الماستر وب عدد تكرارات بلغت (06)، ومستوى الليسانس فالنسبة بلغت (45.45 %) وبتكرار يصل الى (15) تكرار، وفيما يخص آخر نسبة فقد بلغت (04 %) وبتكرار قدر ب (02)، فكانت لدى مستوى الماستر نسبة (5.88 %) وبتكرار واحد، أما الليسانس فالنسبة لديهم بلغت (3.03 %) وبتكرار واحد كذلك.

إن ارتفاع نسبة " الحوار المباشر " دليل على ان اغلبية الطلبة يفضلون ابداء ارائهم وافكارهم بطريقة مباشرة فيها نوع من الوضوح والمصادقية عكس الحوار الالكتروني تفاديا للغموض في حين نجد نسبة قليلة من يبدون آرائهم باللجوء اليهما معا.

12_إستخدام الفايسبوك في السياسة :

المتغيرات		ليسانس		لا		المجموع	
		ك	ن	ك	ن	ك	ن
الخيارات	تطور في مجال السياسة	03	% 37.50	17	% 40.48	20	% 40
	تجسس على آراء الشعب	04	% 50	04	% 9.52	08	% 16
	فشل في السياسة المباشرة	01	% 12.50	21	% 50	22	% 44
	المجموع	08	% 100	42	% 100	50	% 100

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة كانت (44 %) وبعدد تكرارات قدر ب (22) تكرار حيث وجدنا لدى الطلبة الذين ليس لديهم انتماء حزبي نسبة بلغت (50 %) وب (21) تكرار، أما الذين لديهم انتماء فقد بلغت النسبة لديهم (12.50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (01) تكرار وكل هذا كان خيار " فشل في السياسة المباشرة. " أما النسبة المئوية فقد بلغت (40 %) وبعدد تكرارات قدر ب (20) تكرار " لخيار التطور في مجال السياسة " فوجدنا أن الطلبة الذين ليس لهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة (40.48 %) وب (17) تكرار، أما من لديهم انتماء حزبي فقد قدرت نسبتهم ب (37.50 %) و ب (03) تكرارات. أما الخيار الأخير " تجسس على آراء الشعب " فقد حاز على نسبة (16 %) وبعدد تكرارات قدر ب (08) تكرار وقد نال الطلبة الذين لا يملكون انتماء حزبي على نسبة (9.52 %) و ب (04) تكرارات، أما من لديهم انتماء فقد نالوا نسبة (50 %) وب (04) تكرارات. يعود هذا الارتفاع الى فقدان الطلبة الثقة في السياسة وذلك لما نراه على الساحة السياسية من تكالب أصحاب المصالح على كرسي السلطة وذلك من أجل خدمة مصالحهم فقط، في حين يراها البعض الآخر تطوار في مجال السياسة، أي مواكبة هذا الأخير للتكنولوجيات الحديثة وهذا ما يسهل عملية الوصول الى مختلف شرائح

المجتمع في كل مكان وزمان، أما آخر فئة تقول بأن استخدام الفيسبوك في السياسة هو عبارة عن تجسس على آراء الشعب لأن قوانين الدولة لا يمكن لها أن تسمح لأحد بقول الحقيقة عن سياسة الدولة لذلك فهي تتجسس على ما يقال حولها.

13. تعميق الفيسبوك للشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية:

		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
المجموع		لا		نعم		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	
38 %	19	33.33 %	14	62.50 %	05	نعم
62 %	31	66.66 %	28	37.50 %	03	لا
100%	50	100 %	42	100 %	08	المجموع

من خلال نتائج الجدول الموضحة أعلاه وجدنا أن أكبر نسبة قد بلغت (62 %) وبعدد تكرارات قدر ب (31) تكرار للخيار " لا "، حيث وجدنا لدى الطلبة الذين ليس لديهم انتماء حزبي نسبة بلغت (66.66 %) وبعدد تكرارات قدر ب (28) تكرار. أما من لديهم انتماء حزبي فقد بلغت النسبة لديهم (37.50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (03) أما الخيار " نعم " فقد تحصل على نسبة (38 %) وب (19) تكرار وقد وجدنا للطلبة الذين لا يملكون انتماء حزبي نسبة قدرت ب (33.33 %) وب عدد تكرارات بلغت (14) تكرار أما الذين لهم انتماء فقد بلغت نسبتهم (62.50 %) وبعدد تكرارات قدر ب (05) تكرار يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم اهتمام الطلبة بمسؤوليتهم تجاه القضايا السياسية الخاصة بالدولة لأن هناك قناعة راسخة بأنهم لن يغيروا شيئاً مدام المواطن لا يمكنه التعبير عن رايه بكل صراحة وشفافية، وهناك من تنامت لديه روح المسؤولية جراء ما يروج على صفحات الفيسبوك من حروب ومعارك في مختلف ساحات البلدان العربية، وعلى إثرها أصبح لديه حس بالمسؤولية تجاه وطنه وتجاه قضاياها.

14. مساهمة الفايسبوك ومواضيعه السياسية في انماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل

السياسي

		الانتماء الحزبي						
المجموع				لا		نعم		المتغيرات الخيارات
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
58 %	29	00.00 %	00	54.76 %	23	75 %	06	نعم
42 %	21	00.00 %	00	45.23 %	19	25 %	02	لا
100 %	50	00.00 %	00	100 %	42	100 %	08	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (14) الموضحة أعلاه نجد أن أكبر نسبة كانت للخيار "نعم" وبلغت (58%) و بعدد تكرارات قدر ب 29 تكرار، ووجدنا منها نسبة (75%) و ب 06 تكرارات للمبحوثين الذين ساهم الفايسبوك في انماء وعيهم وزيادة قدراتهم على التحليل السياسي اما بالنسبة للخيار الثاني "لا" فقد بلغت نسبتهم (42%) و بعدد تكرارات قدر ب 21 تكرار، ووجدنا نسبة (25%) بعدد تكرارات قدر ب 02 تكرار للمبحوثين الذين لم ينمي الفايسبوك وعيهم السياسي وزيادة قدراتهم.

ساهم الفايسبوك بشكل كبير في تنمية وعي الطالب سياسيا ويتضح لنا هذا من خلال الصفحات السياسية والمجموعات التي من خلالها يتواصل الطلاب ويتناقشوا في اي موضوع سياسي كان فعلى سبيل المثال "قضية الربيع العربي" التي كانت بدايتها الاولى مواقع التواصل الاجتماعي.

15_ كيفية تجلي ذلك اذا كانت الاجابة ب " نعم "

		ال انتماء الحزبي						المتغيرات الخيارات
المجموع				لا		نعم		
ن	ك	ن	ك	ن	ك	ن	ك	
%16	08	%00.00	00	%14.28	06	%25	02	قراءة ما بين الاسطر
%26	13	%00.00	00	%28.57	12	%12,5	01	معرفة الخلفية السياسية
%58	29	%00.00	00	%57.14	24	%62.5	05	ادراك الافكار والأيديولوجيات السياسية
% 100	50	%00.00	00	100 %	42	% 100	08	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (15) الموضحة اعلاه نجد ان اكبر نسبة للمبحوثين الذين اجابوا بنعم على خيار "ادراك الافكار والايديولوجيات السياسية" بنسبة (58%) بعدد تكرارات قدر ب 29 تكرار، ونجد منها نسبة (62.5 %) بعدد تكرارات قدر ب 05 تكرارات، اما الخيار الثاني "معرفة الخلفية السياسية" فكانت نسبتها (26%) بتكرار قدر ب 13 تكرار، ووجدنا منها نسبة (12.5%) وبعدد تكرارات قدر بتكرار واحد، أما بالنسبة للخيار الاخير "قراءة ما بين الاسطر " فكانت نسبتها(16%) بتكرار قدر 08 تكرارات، ووجدنا منها نسبة (25%) بعدد تكرارات قدر بتكراري اثنين.

يعود ارتفاع نسبة "ادراك الأفكار والأيديولوجيات السياسية" و"معرفة الخلفية السياسية" و "قراءة ما بين الأسطر"، إلى سبب رئيسي وهو كون الفايسبوك المنشط الوحيد في الساحة السياسية ويتيح معرفة الأهداف الباطنية

17. تعويض الفيس بوك للإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة السياسية

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
72%	36	76.19%	32	50%	04	نعم
28%	14	23.80%	14	50%	04	لا
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية الطلبة أجابوا ب "نعم" وبنسبة 72% وبتكرار 36، حيث توزعت كالاتي: 76.19% لغير المنتمين حزياً، و50% للمنتمين حزياً في حين نالت الإجابة "لا" نسبة 28% وتكرار 14، 50% للمنتمين حزياً و23.80% لغير المنتمين.

ويرى أغلبية الطلبة ان الفيس بوك قادر على تعويض الإعلام التقليدي وهذا لما يتميز به من مواصفات، كسهولة الوصول إلى المعلومات السياسية، وتميزه بالعمق في تناول الأحداث، بالإضافة إلى كثرة المعلومات عكس الإعلام التقليدي الذي يتميز بالسطحية فقط.

18. إلى ما يعود سبب الاعتماد على الفيس بوك كوسيلة لزيادة المعرفة السياسية:

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
14%	07	11.90%	05	25%	02	السرعة
10%	05	11.90%	05	00%	00	التنوع في المعلومات والتميز بالعمق في تناول الأحداث
30%	15	30.95%	13	25%	02	سهولة الاستخدام
12%	06	11.90%	05	12.5%	01	المرونة
34%	17	33.33%	14	37.5%	03	القدرة على التعرف على الآراء وإبداء الرأي والمشاركة
100%	100	100%	42	100%	08	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت للإجابة "القدرة على التعرف على الآراء وإبداء الرأي والمشاركة" ب: 34% وبتكرار 17، حيث كان فيها للمنتمين حزياً نسبة 37.5% و 33.33% لغير المنتمين، أما فيما يخص إجابة "سهولة الاستخدام" فحصلت على 30% وبتكرار 15، في حين نالت الإجابات المتبقية «السرعة» و«المرونة» و«التنوع في المعلومات» 14% و 12% و 10% على التوالي.

ويرجع هذا التباين في النسب إلى كون الفيس بوك يتيح للطلبة فرصة الاطلاع على الرأي والرأي الآخر ومعرفة اتجاه الرأي العام خاصة حول القضايا السياسية الحساسة، بالإضافة إلى القدرة على التعليق وإبداء الرأي والنقد.

19. الحرية في تناول المواضيع السياسية في الفيس بوك هي السبب وراء اعتماده كوسيلة للإثراء السياسي على حساب وسائل الإعلام التقليدية:

المتغيرات الخيارات		الانتماء الحزبي			
		نعم		لا	
التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
نعم	04	32	76.19%	36	72%
لا	04	10	23.80%	14	28%
المجموع	08	42	100%	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أن أعلى نسبة حصلت عليها الإجابة "نعم" بنسبة 72% وبتكرار 36، حيث وصلت نسبة الغير منتمين حزبيا الذين أيدوا هذه الإجابة إلى 76.19% أما المنتمين فكانت نسبتهم 50%، أما فيما يخص الإجابة "لا" فقد حصلت على نسبة 28% وبتكرار 14، 76.19% منها كانت لغير المنتمين حزبيا و 50% للمنتمين حزبيا.

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الإجابة "نعم" إلى أن معظم الطلبة يفضلون تنمية ثقافتهم السياسية بالدخول في نقاشات وحوارات سياسية عبر الفيس بوك لتمتعهم بهامش كبير من الحرية لم ولن تكن في وسائل الإعلام التقليدي، بالإضافة إلى إبداء الرأي دون خوف وحرية اختيار المعلومة.

20. تغيير الموقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك:

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرا الخيارا
		لا		نعم		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
48%	24	42.85%	18	75%	06	نعم
52%	26	57.14%	24	25%	02	لا
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

من خلال البيانات الإحصائية للجدول نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للإجابة "لا" ب 52% وبتكرار 26، حيث نال الغير منتمين حزبيا 57.14% والمنتمين حزبيا نسبة 25%، في حين نالت الإجابة "نعم" نسبة 48% وتكرار 24، 75% للذين لديهم انتماء حزبي و42.85% لغير المنتمين.

وهذا راجع لعدم الثقة في المعلومات المتداولة في الفيس بوك بالإضافة إلى كثرتها وغموض مصدرها مما يدخل الطالب في متاهة تجلعه لا يعتمد على هكذا نوع من المعلومات لتكوين موقفه.

21. قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	
14%	07	11.90%	05	25%	02	نعم
86%	43	88.09%	37	75%	06	لا
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 86% وبتكرار 43 ترى بأن المعلومات التي ترد في الفيس بوك غير كافية لاتخاذ القرار بالانتخاب، حيث توزعت هذه النسبة بين المنتمين حزبيا 75% و88.09% لغير المنتمين، في حين نالت الإجابة "نعم" نسبة 14% تكرار 14، 25% منها للمنتمين و11.90% لغير المنتمين.

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الإجابة "لا" إلى فقدان المعلومات المتداولة في الفيس بوك إلى المصادقية، بالإضافة إلى أنها نفس المعلومات المتكررة كل فترة انتخابية، كذلك عدم وجود تغيير أن تلك المعلومات مجرد وعود كاذبة، كما لا ننسى تعرض الطلبة إلى تلك المنشورات التي تؤكد على ضرورة مقاطعة الانتخابات كل هذا ساهم وبشكل كبير في عزوف الطلبة عن عنها.

22. قرار الانضمام إلى حزب ما إزاء نقاشات سياسية على الفيس بوك:

المتغيرات الخيارات		الانتماء الحزبي				المجموع
		نعم		لا		
التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	
08	33.33%	00	00%	42	84%	نعم
16	66.67%	26	100%	50	100%	لا
24	100%	26	100%	50	100%	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 84% وبتكرار 42 قد اختارت الإجابة "لا"، وقد أجاب الغير منتمين حزبيا بنسبة كاملة 100% في حين أجاب المنتمين حزبيا بنسبة 66.67%، كما حصلت الإجابة نعم على نسبة 16% وبتكرار 08، 33.33% للمنتمين حزبيا و 00% عند الغير منتمين.

وفي هذا الصدد نقول أن معظم أفراد العينة يرون بأن النقاشات السياسية وحدها غير كافية لاتخاذ القرار بالانضمام إلى حزب ما، بالإضافة إلى غياب الميول والدافع، كما أن الهدف الأسمى للحزب هو الوصول إلى السلطة وتحقيق أهداف شخصية وليس خدمة الشعب، كل هذا ساهم في نفور الطلبة من الأحزاب.

23. الفيس بوك والتضميل الإعلامي نحو القضايا السياسية:

المجموع		الانتماء الحزبي				المتغيرات الخيارات
		لا		نعم		
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	
54%	27	52.38%	22	62.5%	05	نعم
46%	23	47.62%	20	37.5%	03	لا
100%	50	100%	42	100%	08	المجموع

بعد معاينتنا للجدول نلاحظ أن أعلى نسبة حصلت عليها الإجابة "نعم" 54% وبتكرار 27، 62.5 % للمتمتعين حزبيا و 52.38% لغير المتمتعين، أما بالنسبة للخيار "لا" فوصلت نسبته إلى 46% وبتكرار 23، حيث كانت نسبة إجابة الذين ليس لديهم انتماء حزبي 47.62% في حين كانت نسبة 37.5% للذين لديهم انتماء حزبي.

أي أن معظم أفراد العينة يرون بأن الفيس بوك يقوم بالتضليل الإعلامي والمغالطات في فهم القضايا وهذا راجع لكثرة المعلومات الواردة فيه وغياب المصداقية، مما يجعله سلاح في يد بعض الجهات في نشر بعض الأفكار وتحقيق الأهداف دون إحترام معيار المصداقية وحقيقة المعلومات المتداولة.

3. نتائج البحث:

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

نتائج الدراسة:

تعد النتائج المتوصل إليها من خلال البحث الهدف الأسمى الذي يسعى إليه الباحث.

فعلى ضوء المعطيات النظرية التي جمعناها، سنحاول الربط بينها وبين النتائج الميدانية التي قمنا بتحليلها وذلك حتى نتمكن في النهاية من إثبات أو نفي الفرضيات التي وضعناها كإجابة مؤقتة لإشكالية الدراسة.

الفرضية الأولى:

"استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية."

فمن خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول (90) والجدول (41) استطعنا إثبات هذه الفرضية، حيث نجد أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الثقافة السياسية للطلبة، وتعزيز الوعي السياسي بالقضايا الإقليمية والعالمية، بالإضافة إلى زيادة القدرة على التحليل السياسي والمشاركة السياسية وصناعة القرار. الفرضية الثانية:

"شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث أنها مصدر للمعلومات". يرى معظم أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" أصبحت المصدر الأول الذي يعتمد عليه الطلبة في استسقاء المعلومات خاصة السياسية منها، وهذا ما يتضح لنا من خلال نتائج الجداول التالية (الجدول: 40، 14، 14، 41) وهذا راجع لما يتميز به سرعة ومرونة وحينية التفاعل وتمتعه بهامش كبير من الحرية. النتائج العامة:

النتائج المتعلقة بالمحور الأول:

من هذا المحور استخلصنا ما يلي:

• أغلبية الباحثين من طلبة الليسانس وذلك لتواجدهم على مقاعد الدراسة على عكس طلبة الماجستير (سنة ثانية ماستر).

• غالبية الطلبة ليس لديهم انتماء حزبي في حين الأقلية التي وجدناها كانت مصادفة للانتخابات التشريعية.

النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الثقافة السياسية للطلاب الجامعي"

• وجدنا في هذا المحور أن غالبية أفراد العينة تعتمد على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما.

• أظهرت البيانات الإحصائية أن معظم أفراد العينة تقضي أكثر من أربع ساعات في تصفح الموقع وذلك خلال الفترة المسائية.

• ساهم الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والعالمية لدى غالبية الطلبة وذلك من خلال المضامين السياسية المتناولة عبر صفحات الفيس بوك.

• أظهرت الإحصائيات أن غالبية الطلبة يرون أن الحوار المباشر هو أفضل وسيلة للتعبير عن الرأي، فمن خلاله يقومون بإيصال المعلومة بشكل سليم، بالإضافة غمى توضيح الغموض إن وجد، ومعرفة الحقيقة من خلال تعابير الوجه.

• غالبية الطلبة يقولون بأن استخدام الفيس بوك في السياسة هو عبارة عن تدارك لما أصبحت عليه السياسة المباشرة، فقد أصبحت تعاني من الفشل وغياب المصداقية.

• غالبية الطلبة يرون بأن الفيس بوك ومواضيعه السياسية ساهم في إنماء وعيهم السياسي، من خلال التسريبات التي توضع أحيانا على صفحات الفيس بوك، وكذا إجراء بعض النقاشات التي تساهم في معرفة الخلفية السياسية لبعض الأحزاب والسياسيين.

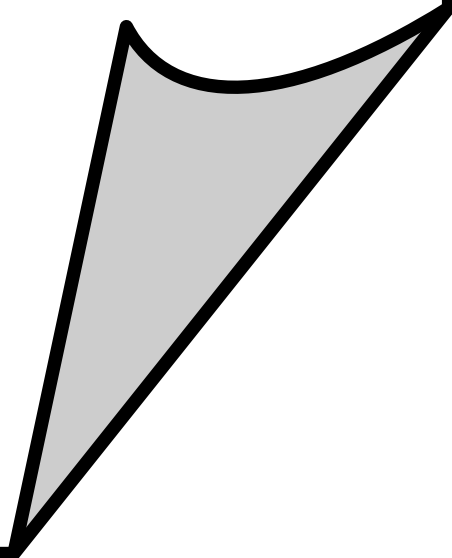
النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: "شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية كونها مصدر للمعلومات"

• أجمع أغلبية الطلبة على أن الفيس بوك هو الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية، لما يتميز به من سرعة وآنية ومتوفر في كل وقت وزمان، كذلك عوض الإعلام التقليدي من حيث زيادة المعرفة، فكما نلاحظ صارت الأحزاب اليوم تعتمد وبشكل كبير على الفيس بوك للترويج لبرامجها وأفكارها، وذلك راجع لجملة من الأسباب نذكر منها: السرعة والمرونة، التنوع في المعلومات وكذا سهولة الاستخدام، أما أهمها فهو القدرة على التعرف على أهم الآراء.

• سيطرت السلطة على أقلام الحقيقة دفع بالأغلبية إلى التوجه إلى صفحات الفيس بوك لتناول المواضيع السياسية بكل صدق وشفافية.

أظهرت الإحصائيات أن قرار الانتخاب لا يتخذ من خلال معلومات نشرت في الفيس بوك ولا شعارات تروج هنا وهناك، وإنما هو صادر عن قناعة ذاتية تبنى على أساس الأفعال.

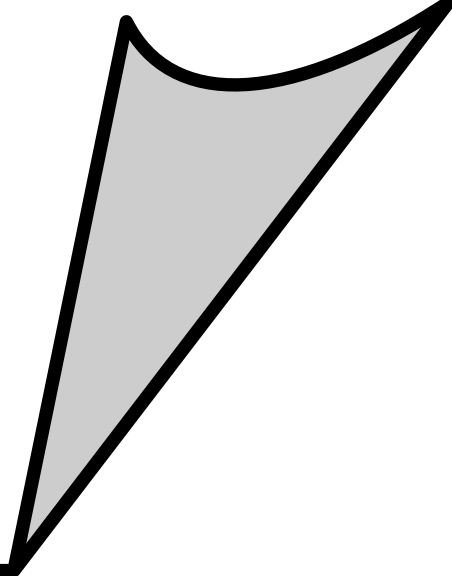
الخاتمة



تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، وقد غيرت كثيرا من ملامح العالم حيث جعلته قرية صغيرة، فعلى الرغم من أنها أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أنها تعدت لإحداث التغيير في البنية الاجتماعية والاقتصادية وامتدت أيضا لتشمل النشاط السياسي، من خلال تداول المعلومات الخاصة بالأحداث والقضايا السياسية.

فقد حاولنا من خلال دراستنا استطلاع الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في تشكيل وتكوين الوعي السياسي للطلبة، باعتبارهم أكثر عرضة لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات، ومن بين النتائج المتوصل إليها نجد أن طلبة جامعة الاغواط يتعرضون لهذه المواقع " الفيس بوك " بشكل متزايد، كما أنها رفعت ولو بنسبة قليلة مستوى الثقافة السياسية لديهم. وفي الأخير يمكن أن نقول أن مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " أتاحت الفرصة للطلبة ومنحهم مساحات أوسع خالية من القيود للتعبير عن آرائهم وتطلعاتهم السياسية.

قائمة المراجع



المصادر: القرآن الكريم

المراجع:

- أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة تخرج قدمت لنيل شياذة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات والاجتماعية ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013.
- أحمد تهامي عبد الحي: خريطة الحركات الشبابية الثورية في مصر مركز الجزيرة للدراسات، 10 فبراير 2011.
- أزهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، عمان،
- النعيمي وأخرون: دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن 2009
- الهمزاني شائم: علاقة الواقع الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألمانيا، دراسة ميدانية (دكتوراه) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض.
- أنجيس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف وآخرون، دار القصة للنشر، 2004
- أولجا جوديس بيلي، وآخرون: فهم الإعلام البديل، ترجمة: علا أحمد إصلاح، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009
- إيمان الحياوي: مفهوم الثقافة السياسية، <http://mawdoo3.com> تاريخ الدخول: 2017/04/07 على الساعة:
- جمال معتوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بسكرة، 10/9 ديسمبر 2012.
- حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ الثاني، 2008.
- د. وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء، (د.س)
- رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير، جامعة البترا الأردنية، 2013.
- سليمة راجحي: الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائط الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 10/9 سبتمبر 2012.
- شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، (د.س)

- طلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، ط1، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (د-س).
- عامر وفتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة
- عباس مصحفى صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011
- عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني دار الكتاب الجامعي، العين _ دولة الإمارات العربية المتحدة، 2014
- علي عبد الرزاق جبلي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007
- علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي وأثارها الأخلاقية والقيمية، مذكرة تخرج ماجستير، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية
- علي محمد رحومة: علم الاجتماع الآلي، (د-ط)، عالم المعرفة، الكويت، 2008
- عليا شكري وآخرون: قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي، دار الكتاب والنشر والتوزيع، القاهرة، 1975.
- عمار حمادة: الوعي والتحليل السياسي، دار الهدى، بيروت، 2005.
- فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي، (د، ط)، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص18.
- ليلي احمد جرار: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
- لينا العلمي: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس في العلوم السياسية، فلسطين، 2011،
- مجلة جامعة الأبحاث العلوم الإنسانية، مجلد 6، 2012.
- محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً" رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.
- محمد عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق ل8 محرم 1432 هجري.
- محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر).
- مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنان، يناير 2012.
- مهاب نصر: "الفيسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010.
- موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد
- ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية، <http://www.djazairess.com/elayem/40273> تاريخ الدخول: 2017/04/07

- نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر، دس، د ص.
- وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011
- يوسف ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الأنترنت.
- Alain degenne et michel forse : les reseaux sociaux une analyse structurale en sociologie. —
- [http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501)
[26/03/2021-14:22](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501)
- <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc> 24/03/2021-12:10
- <http://www.luxorlink.com/bank39html> 23/03/2021-13:25