



جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة الاعلام و الاتصال



تفاعل الطلبة الجامعيين مع الواقع السياسي في ظل الإعلام الجديد

دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفايسبوك فئة الطلبة خلال محليات 2017

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: وسائل الاعلام و التنمية المستدامة

إشراف الأستاذ:

أ- بن دالي فلة

من اعداد الطالبين:

- مرزوق ياسين

- بلقاسمي وليد

السنة الجامعية: 2018/2017

إهداء

إلى من حملتني وهنا على وهن وظلت تراقب كل خطوة لي على درب الحياة فما يزيدنا

إلا فخرا وفرحا

إلى نبع الحنان أمي الكريمة

إلى من علمني ان الحياة ايمان وعمل وصبر الى رمز الشموخ

ابي الكريم

إلى اخوتي واخواتي الى جميع افراد العائلة

إلى الاصدقاء وجميع الاحبة

إلى كل من ذكره ومن لم اذكر.... اهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع.

ياسين

إهداء

﴿ قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون ﴾

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشرك ، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ،
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ، ولا
تطيب الجنة إلا برؤيتك الله ﷻ .

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة ، إلى نبي الرحمة
ونور العالمين سيدنا محمد ﷺ .

إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب ، إلى كل من كلت
أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة ، إلى من حصد الأشواك عن دربي
ليمهد لي طريق العلم ، إلى القلب الكبير والدي العزيز عبد القادر
رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى من أرضعتني الحب والحنان ، إلى رمز الحب وبلسم الشفاء
إلى القلب الناصع بالبياض والدتي الحبيبة حليلة .

إلى من قاسموني رحم أمي ، إلى من عاشو معي في الحياة حلوها
ومرّها إلى إخوتي الأعزاء ، إلى الكتاكت: أمينة ، آلاء ، محمد جواد
حفظهم الله ورعاهم .

إلى أصدقائي الذين ساندوني في إعداد هذه المذكرة .

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي ، إلى كل من وسعتهم
ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي أهديكم ثمرة جهدي .

بلقاسمي وليد

شكر و عرفان

نشكر ونحمد الله عز وجل الذي انار انا درب العلم و المعرفة واعاننا على اداء هذا العمل المتواضع.

نتوجه بخالص الشكر اعترافا منا بالفضل و الجميل لاساتذة بن دالي فلة التي قبلت الاشراف على العمل وما قدمته لنا من نصائح و توجيهات قيمة وعلى صبرها معنا طيلة فترة اعداد البحث.

ونشكر كل اساتذة جامعة الجيلالي بو نعامة ونخص بالذكر اساتذة علوم الاعلام و الاتصال بالشكر الى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد ولو يعبارات التشجيع و المواصلة و المثابرة في انجاز هذا البحث و تقديمه في صورة نهائية.

الملخص:

تناولت هذه الدراسة موضوع تفاعل الطلبة الجامعيين مع الواقع السياسي في ظل الاعلام الجديد موقع فايسبوك نموذجا خلال الانتخابات المحلية الجزائرية 2017 وهدفة الدراسة الى مدى اعتماد الطلبة على الاعلام الجديد للتفاعل مع الواقع السياسي من خلال الاعتماد على المنهج المسحي الوصفي، وتمثل مجتمع البحث في طلبة الاعلام و الاتصال جامعة الجيلالي بو نعامة خميس مليانة بعينة قوامها 100 مفردة توصلت الدراسة الى بعض النتائج ابرزها:

-ان موقع فايسبوك افضل و اسرع الاليات للحصول على المعلومات حيث تمكن اغلبية المبحوثين من متابعة محليات 2017 .

-الصفحات السياسية لا تحضى بالاهتمام من قبل الطلبة الجامعيين وذلك راجع لفقدان الثقة في الأحزاب السياسية الجزائرية.

:

Résumé

Prenez cette étude, le sujet des étudiants universitaires interagissent avec la réalité politique dans le nouveau site médiatique modèle facebook lors des élections locales algériennes en 2017 et l'objectif d'étudier la mesure dans laquelle les étudiants comptent sur les nouveaux médias dans l'interaction avec la réalité politique en se basant sur la méthode d'enquête descriptive et représenter la communauté des chercheurs dans les étudiants des médias et communication avec l'Université de Gilali Boa Naama Khamis Meliana avec un échantillon de 100 connexions individuelles de l'étude à certains des résultats les plus importants:

-facebook est le moyen le meilleur et le plus rapide pour obtenir des informations, où la majorité des répondants à suivre les localités de 2017

-Les pages politiques ne sont pas prises en compte par les étudiants universitaires en raison du manque de confiance dans les partis politiques algériens

خطة الدراسة:

مقدمة:

الفصل الأول : الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب إختيار الموضوع
- 6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 7- أدوات الدراسة
- 8- منهج الدراسة
- 9- تحديد مفاهيم الدراسة
- 10- الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الثاني: الاعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الاول: ماهية الاعلام الجديد

المبحث الثاني: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي و خصائصها

المبحث الثالث: ابرز مواقع التواصل الاجتماعي

الفصل الثالث: دور الاعلام الجديد في نشر الوعي السياسي وتنميته

المبحث الاول: مفهوم الوعي السياسي ووظائفه

المبحث الثاني: مراحل الوعي السياسي و مؤسساته

المبحث الثالث: دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي

الاطار التطبيقي:

الفصل الرابع: مدى تفاعل الطلبة الجزائريين من مستخدمي الفايسبوك مع

محتويات 2017؟

المبحث الاول: عادات أنماط استخدام طلبة الاعلام والاتصال لموقع الفايسبوك .

المبحث الثاني: استخدام موقع الفايسبوك من طرف الطلبة يزيد من الوعي السياسي.

المبحث الثالث : تأثير الفايسبوك على محتويات 2017 .

مقدمة

مقدمة :

شهد العقد الأخير من القرن المنصرم حركة تقنية متسارعة، وتطورا كبيرا في مجال وسائل الاتصال والمعلومات، وتعددت وسائل التواصل مع الآخرين مع التقدم التقني، وأصبح الإنسان قادرا على التواصل مع غيره دون أي حواجز و أخذت شبكة الإنترنت تغزو كل مرافق الحياة، وأتاحت تواصل المواطنين بعضهم مع بعض ،وتفاعلم مع مختلف الأحداث والسياسات، إذ أحدثت التطورات التقنية الحديثة نقلة حقيقية في عالم الاتصال، وربطت أجزاء العالم بفضائها الواسع، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، وجعلت العالم كأنه قرية صغيرة، وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام ،تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد ،أو الإعلام البديل، الذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعي الافتراضية، والمدونات، والمنديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تقنية الاتصالات وأكثرها شعبية، فهي تمتلك مجموعة من الخصائص التي تميزها عن المواقع الإلكترونية ما جعلها الأكثر انتشارا على شبكة الإنترنت، وهذا شجع متصفح شبكة الإنترنت من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها، وقد امتد التطور التقني إلى الحياة السياسية، ففي الوقت الذي تتسارع فيه الأحداث وتتدفق فيه المعلومات بشكل تراكمي كبير يجعل من الصعب التحكم فيها، احتلت مواقع التواصل الاجتماعي موقعا متميزا في سياق تحرير الفرد من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي ، وتخلصت من الضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وأضحى الإعلام الجديد يؤثر في الحياة السياسية في المجتمعات، وجاءت لتشكّل عالما افتراضيا يفتح المجال للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها، لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية غير مسبوقة وأصبح المواطن يصنع المحتوى الإعلامي ويناقش القضايا المختلفة بكل جرأة وحرية وديمقراطية .

الفصل الأول

الاطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة:

تلعب عملية الاتصال دورا مهم في المجتمع عبر ضمان حركته الدائمة وهو ما جعل الاتصال يرتقي من مجرد ملحق بالعلوم الانسانية إلى علم قائم بذاته فالعلاقات الاتصالية هي أساس تطور المجتمعات الإنسانية وتحويل العالم إلى قرية صغيرة ، وكذلك تحديد تفاعله على الوسيلة المعتمدة ولا يقتصر الأمر على الوسائل التقليدية فحسب ، بل الوسائل الحديثة كالانترنت التي تعد آخر التطورات التي وصلت إليها البشرية ، ولا يتحدد الاتصال في دراسة علاقة التلقي بالوسيلة بل أيضا في تحديد العملية الاجتماعية والعلاقات الاتصالية داخل جماعات المجتمع سواء كانت مؤسسة أو أسرة ،وتعد مواقع التواصل الاجتماعي ، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم تقوم بدور مهم في إكساب عادات وسلوكيات وأداة مهمة من أدوات الوعي الاجتماعي و السياسي والثقافي وذلك بقصد استفادة الشباب منها في مختلف المجالات وكذلك بقصد زرع جوانب وأمور مهمة وتنمية شخصياتهم بمختلف الفئات الشبابية بما فيها فئة الطلبة فعملية التواصل الاجتماعي هي عملية مفيدة لبناء شخصية الطالب من جميع النواحي، وبث روح المسؤولية الاجتماعية والاعتداد بالذات، وتحمل المسؤوليات في الحياة ، ومحاولة إيجاد التوازن المتكامل في جميع جوانب الشخصية و التنمية الواعية.

وفي هذا الاطار نطرح الاشكالية التالية:

ما مدى تفاعل الطلبة الجزائريين من مستخدمي الفايسبوك مع محليات 2017؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ما مدى مساهمة الفايسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الجامعي بالقضايا السياسية؟
- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة للفايسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي مجالات استعمال مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة؟
- ماهي الاشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين عند استخدام الفايسبوك؟

3- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تصدت لموضوع مهم الا وهو تأثير الاعلام الجديد و المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين و تشكيل الفكر السياسي لديهم و انعكاساته على الشارع و الواقع السياسي في الجزائر .

تبلغ أهمية الدراسة في كونها تدرس ظاهرة انتشرة في أوساط المجتمع الجامعي بصفة خاصة وتمكن من التفاعل عبر المواقع وقياس تأثير الاعلام الجديد على الطالب بمختلف تطبيقاته بشكل سريع يتطلب عمل دراسات لمواجهةها أو الحد من سلبياتها وتوظيفها توظيفاً إيجابياً للمجتمع. وإمكانية اقتراح بعض الحلول المناسبة للتصدي لسلبيات برامج الاتصال والتواصل الاجتماعي.

ركز البحث على أهمية المشاركة الشبابية في مناقشة القضايا السياسية وضرورة بلورة اتجاهات واضحة نحو كل قضية باعتبار ذلك يساعد في ترشيد القرارات السياسية .

4- أهداف الدراسة:

- معرفة مدى مشاركة الاعلام الجديد متمثلا في مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
- معرفة درجة تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا السياسية التي تهتم بالواقع السياسي الجزائري
- تسليط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة، وأشكاله المتنوعة و التعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة والفترة الزمنية في استعمال هذه المواقع.
- التعرف على درجة التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالوعي السياسي. - التعرف على برامج التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الطلبة في عصر العولمة وتكنولوجيات الاتصال والإعلام.

5- أسباب اختيار الموضوع:

- 1- الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق
- 2- الرغبة في التعرف على تاثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي
- 3-الكشف عن حقيقة الوظائف السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي
- 4-محاولة معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في الحراك الطلابي مع الواقع السياسي الذي نعيشه.

6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعرف مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تتركز عليها الملاحظات¹

وهو كما عرفه الباحثون مجموعة محدودة أو غير محدودة من المفردات (العناصر الوحدات) المحددة مسبقا حيث تنصب الملاحظات أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث²

ويشمل مجتمع البحث في هذه الدراسة طلبة الاعلام والاتصال في جامعة الجليلي بو نعامة في خميس مليانة بولاية عين الدفلى.

عينة الدراسة :

تعريف العينة : هي المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها وهي تكون ممثلة لخصائص مجتمع الدراسة الكلي إذ هذه العينة تتنوع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع³

تعريف العينة القصيدة : هي بناء على اسمها تخضع لاختبار مقصود تبعا لطبيعة الموضوع وأهداف البحث إذ تتشكل مفردات العينة بمعنى تتوفر فيهم الشروط المحددة مسبقا ولهذا فان أي اختبار عشوائي لمجتمع البحث قد ينتقي مفردات تحمل أية مواصفات يتطلبها البحث فيضيع الوقت وتتأثر النتائج⁴

¹- موريس انجرس وآخرون، ترجمة بوزيد صحراوي ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية ،ص298

²- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال،ص166

³-بالقاسم سلطانية، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى ، الجزائر، 2004،ص318-319

⁴- على غربي، ابجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، دار النشر، 2006، ص141

تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة العمدية أو العينة النمطية وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لاجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنها من معلومات وبيانات وهذا لإدراكه المسبق ومعرفتها الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا⁵

العينة الحصصية :

يطلق على العينة الحصصية أيضا تسمية العينة الطباقية التناسبية وهي نوع من أنواع العينات التي تعتمد كذلك على تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات مهنية أو اجتماعية أو تعليمية الخ إلا أنه بدلا من أن يحدد حجم العينة على أساس متساوي من كل شريحة من شرائح المجتمع لكنها تكون أكثر تحديدا ودقة في أن يتناسب حجم عدد الافراد العينة المختارة مع الحجم والتعداد الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع ونسبها إلى المجموع الكلي لمجتمع البحث ، فالطباقية هنا تعني الشريحة أو الشرائح التي ينقسم إليها افراد المجتمع ، والتناسبية تعني أن العدد المختار من كل شريحة ينبغي أن يتناسب حجمها الفعلي ومع تمثيلها داخل المجتمع الأصلي.⁶

تحديد حجم العينة :

قمنا باختيار 100 مفردة من المجتمع الكلي لتخصص وسائل إعالم و اتصال ،بين المستويين ماستر وليسانس والجنسين ذكر وأنثى، وقد اخذنا نسبة 15 بالمئة من مجموع طلبة ليسانس و المقدر ب520 طالب و نفس النسبة من طلبة ماستر والمقدر ب150 طالب.

⁵ - احمد بن مرسلې ،مرجع سابق، ص197

⁶ -عمار إبراهيم قندياجي، منهجية البحث العلمي، اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2012 ص121

7. أدوات الدراسة:

بأننا اعتمدنا على المنهج الاستطلاعي الوصفي فإن الأدوات التي تخدمنا تتمثل في:

تعريف استمارة : هي مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس وهي وسيلة الاتصال الرئيسة بين الباحث و المبحوث وتحتوي على مجموعة الأسئلة تخص القضايا التي تزيد معلومات عنها من المبحوث⁷

الملاحظة : هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسات عن كتب في إطارها المعتمد ووفق ظروفها الطبيعية حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات و تفاعلات وتعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم ليومية أي هي ملاحظة ليست عامة كما فعل الرجال العادي إثناء تجوله في مكان مقابل هي عملية مقصودة ليست عامة كما (فعل الرجل العادي) أي تسير وفق الخطة المرسومة للبحث في إطار المنهج المتبع هدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاصة للدراسة⁸

8. منهج الدراسة :

المنهج الوصفي : هو أسلوب او طريقة لدراسة الظواهر الاجتماعية بشكل علمي منظم من اجل الوصول الى اغراض محددة لوضعية معينة اجتماعية او مشكلة او سكان معينين

⁷.سلطانية بالقاسم-حسان الجيلاني -مرجع سابق ص282

*تم عرض الاستمارة :

- استاذة جودي مسعودة جامعة الجيلالي بو نعامة خميس مليانة

- أستاذة شيباني رابح جامعة الجيلالي بو نعامة خميس مليانة

- أستاذة عجال اسيا جامعة الجيلالي بو نعامة خميس مليانة

⁸. أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص203-204

ويعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات ، مقننة عن المشكلة و تصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة⁹

منهج المسح : هو أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة¹⁰

ويمكن تعريف منهج المسح بأنه الدراسة العلمية لظروف المجتمع وحاجاته بقصد الحصول على بيانات و معلومات كافية عن ظاهرة معينة وتحليلها وتفسيرها للوصول الى تعميمات بشأنها

ويستهدف منهج المسح دراسة مشكلة اجتماعية راهنة وذلك بوصف دقيق لمجموعة من الافراد يعيشون معا في منطقة جغرافية معينة بقصد تشخيصها و العمل على وضع برنامج للإصلاح الاجتماعي ويتم المسح للظاهرة الاجتماعية لتحديد طبيعتها ومعرفة خصائصها التي تتعلق بتركيبها ووظائفها من جهة وسلوك الافراد في تعامل بعضهم مع بعض من جهة اخرى¹¹

وبما أن دراستنا تعتمد على الوصف والمسح اعتمدنا على هذا المنهج من أجل التعرف على الظاهرة بشكل مقرب و ووصفها في الواقع.

⁹-سلطانية بالقاسم-حسان الجيلاني -مرجع سابق ص191

¹⁰- علي غربي ,مرجع سابق, ص 84

¹¹- فاطمة عوض صابر، ميرفت علي، أسس و مبادئ البحث العلمي، مطبعة الاشعاع الفنية مصر،ص94

9. ضبط مفاهيم الدراسة:

الإعلام الجديد:

يعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما الإعلام يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على التواصل بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت، وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فقط والانترنت عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق وتضمنت مقابلات أسبوعية وشهرية مع الأفراد المشاركين في الدراسة تدور حول المعلومات التي حصل عليها الشخص من الشبكة واتفقت نتيجة البحث مع نتائج دراسات سابقة على الأسر الفقيرة بينما لم تتفق مع نتائج الدراسات التي أجريت على الأسر المقتدرة مما يؤدي إلى استنتاج أن السكان غير المتمتعين بامتيازات ورفاهية يلجئون إلى البريد الإلكتروني وخدمة التسوية ومحاولة تعديل بعض من الظروف السلبية في معيشتهم¹²

مواقع التواصل الاجتماعي:

تعريف اصطلاحي: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.¹³

تعريف آخر: هي تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين وعلى الرغم من أنها شبكات اجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانوا على معرفة بهم أم لا.

¹²-عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر، عمان، 2008، ص31

¹³-راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية في العالم العربي، مجلة التربية عدد15، عمان، ص23

وهي أيضا أماكن للتجمع على الخط المباشر تشجع أعضائها على بناء شبكات من اصدقائهم و معارفهم.¹⁴

التعريف الاجرائي : "مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم، وهي عبارة عن منافذ للتعبير عما يدور في عقولهم و نفوسهم من أفراح وأحزان، يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى تقديم العديد من الخدمات الأخرى لمستخدميها، مثل: البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة والمحادثات الفورية وغيرها و أصبحت وسيلة مهمة للتغيرات في المجتمع .

تعريف الوعي السياسي:

تعريف اصطلاحي:

يشار الى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في ادراك الانسان للعالم على نحو عقلي او وجداني وتأسيسا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صورة شتى تتباين المجال مدرك او موضوع الوعي حيث يعرف الانسان اشكالا متنوعة من الوعي كالوعي الديني والعلمي و الوعي السياسي و الوعي الأخلاقي ومن هذا المنطلق يمكن القول ان الوعي السياسي هو الحالة التي يتمثل فيها الفرد او افراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بابعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في الان الواحد¹⁵.

¹⁴ -ياسر خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية، عمان 2013، ص376

¹⁵ -علي اسعد وطفة، التحديات السياسية و الاجتماعية في الكويت والوطن العربي، مجلة عالم الفكر،

الكويت، العدد3، المجلد31، مارس2003ص80

كما يعرف الوعي السياسي بأنه مجموعة من القيم و الاتجاهات و المبادئ السياسية التي تتيح للفرد ان يشارك مشاركة فاعلة في أوضاع مجتمعه و مشكلاته يحللها ويحكم عليها و يحدد موقفه منها ويدفعه الى التحرك من اجل تطويرها و تغييرها¹⁶

تعريف اجرائي: هو مدى إدراك الفرد للشؤون السياسية ومدى قدرته على تحليل وتغيير اتجاهاته و تنمية معارفه السياسية.

الطلبة الجامعيين :

هم فئة من الشباب تعدو مرحلة الثانوية بحصولهم على البكالوريا و دخولهم الى الجامعة .

10- الدراسات السابقة

1-دراسة طاهر أبو زيد2012، دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية.

تدور الدراسة حول دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، وتتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تناقش موضوعا حيويا انعكست آثاره في الوقت الراهن على العديد من المجتمعات الإقليمية وعلى الأنظمة السياسية في هذه المجتمعات. وتبين هذه الدراسة أهمية هذه المواقع في التأثير على المجتمع وخاصة على فئة الشباب والتي يمكن أن تستغل من خلال القوى الفاعلة في المجتمع. وقد اعتمدت في إثبات فرضيتها على المقاربة المنهجية الوصفية التحليلية معتمدة على أداة الاستبيان والمقابلة كإحدى أدوات المسح الاجتماعي، إلى جانب المنهج التاريخي ومنهج تحليل المضمون.

¹⁶-احمد حسين اللقاني،معجم المصطلحات التربوية المعرفية في المنهج و طرق التدريس،القاهرة،عالم الكتب،ص204

واستعرضت هذه الدراسة مفهوم الرأي العام وخصائصه وكيفية قياسه وتوجيهه، وآليات وطرق التأثير عليه من قبل وسائل الإعلام، كما تناولت ماهية المشاركة السياسية وخصائصها و دوافعها ومراحلها في ظل المواطنة الفاعلة والممارسة الديمقراطية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن المواقع الاجتماعية التفاعلية تساهم في التأثير على توجهات الرأي العام في المجتمع الفلسطيني، كما تؤثر في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وتعزز المسؤولية الاجتماعية لديهم مما انعكس إيجابيا على مستوى المشاركة السياسية.

2- عبد الله الرعود 2012، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس الأردنيين ومصر من وجهة نظر الصحفيين.

جامعة الشرق الأوسط، حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، حيث كان الهدف الأساسي من الدراسة الوقوف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت في التغيير السياسي في تونس ومصر من خلال:

1. الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات.
2. الوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي في البلدين.

3- دراسة مصعب قتلوني 2012 دور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي مصر نموذجا.

هدفة الدراسة الى معرفة الظروف التي ساعدت على التغيير السياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إضافة الى التعرف على الوسائل التي كان يستخدمها نشطاء الانترنت و الفيس بوك بتعميم الثورة و المحافظة عليها و عدم التأثير باي عوارض نشات كقطع

وسائل الانترنت او الاعتقالات و التعذيب للمعتقلين و جعل مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية يلوح بها نشطاء الانترنت و الفيس بوك مستقبلا بوجه أي نظام لا يلبي تطلعات و اهداف الشعوب و في النهاية التعرف على قدرة الأحزاب السياسية و الأنظمة الحاكمة في توظيف الفيس بوك كل منها لمصلحته.

الفصل الثاني

تمهيد:

ان التطور الحاصل في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال غيرت من حياة الافراد من حيث تواصلهم في علاقاتهم الإنسانية حيث تحول الاتصال من مواجه الى افتراضي وذلك عبر الاعلام الجديد و المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من الوسائط الجديدة وفي هذا الفصل سوف نتعرف على ماهية الاعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي و ابرز مواقع التواصل وخصائصها .

المبحث الاول: ماهية الاعلام الجديد

1- مفهوم الاعلام الجديد:

ساهمت شبكة الانترنت في إيجاد شكل جديد من الاعلام عرف في الأوساط الصحفية و الإعلامية بالاعلام الجديد كما اطلق عليه أيضا الاعلام البديل وتتعدد تصنيفاته بين مواقع الانترنت بخلاف المدونين و المنتديات الالكترونية, وساهم هذا الاعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار بعد اثارته لعدد من القضايا اثاره الرأي العام و أرغمت حكومات كثيرة على اتخاذ قرارات قد تكون ضد رغبتها.¹⁷

ويمكننا القول ان الاعلام الجديد هو اعلام عصر المعلومات فقد كان وليدا لتزواج ظاهرتين بارزتين عرف بها هذا العصر, ظاهرة تفجر المعلومات و ظاهرة الاتصالات عن بعد.¹⁸ ويعرف الاعلام الجديد على انه كل أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي.¹⁹

و يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الاعلام الجديد على انه اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة.²⁰

ويمكن تعريف الاعلام الجديد على انه اعلام متعدد الاشكال مسموعا , مرئيا , مقروءا , و الوسائط و النماذج يوتيوب, مدونات, مواقع ... يعتمد بشكل أساسي على شبكة الانترنت بميزاتها المتعددة , وعلى تحويل وسائل الاعلام التقليدي الى وسائل الكترونية مع تمييزه عن الاعلام التقليدي بخصائص كالحرية و الواسعة و التفاعل و التنوع و الشمولية.²¹

¹⁷-محمد سلطان, وسائل الاعلام و الاتصال ,ط1, عمان ,دار المسيرة,2011,ص35

¹⁸-سمير شيخاني,الاعلام الجديد في عصر المعلومات,مجلة جامعة دمشق,مجلد26,العدد1,ص8

¹⁹-عباس مصطفى صادق ,مرجع سابق,ص9

²⁰-بشرى إسماعيل,مدخل الى الاعلام الجديد- المفهوم و النماذج, مجلة الباحث الإعلامي, العدد2011,14,ص10

²¹-على خليل شقرة, الاعلام الجديد, شبكات التواصل الاجتماعي ,ط1, عمان ,دار أسامة للنشر و التوزيع 2014 ,ص53

2-العوامل الرئيسية وراء ظهور الاعلام الجديد:

هناك عدت عوامل وراء ظهور الاعلام الجديد منها:

العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الحاسوب تجهيزاته و برمجياته, و تكنولوجيا الاتصالات و لا سيما ما يتعلق بالاقمار الاصطناعية و شبكات الالياف الضوئية, فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية الى ان افرزة شبكة الانترنت لكي تصبح وسيطا يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال الأخرى.

العامل الاقتصادي: المتمثل في العولمة الاقتصادية وما يتطلبه من اسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات.

العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام من قبل القوى السياسية بهدف احكام قبضتها على سير الأمور و المحافظة على موازين القوى في العالم شديد الاضطراب الزاخر بالصراعات.²²

3-خصائص الاعلام الجديد:

للاعلام الجديد خصائص كثيرة نذكر منها:

-**التفاعلية:** وهي خصيصة اتاحت لملتقى المادة الإعلامية خبرا او اعلانا او معلومات ان يشارك في مناقشة هذه المادة ويبدلي برأيه فيها ويعلق عليها مصححا او مضيفا او موضحا وعن طريق هذه الخاصية يمكن للمتابع ان يتحاور مباشرة مع صانع المادة الإعلامية عن طريق الدردشة او المشاركة في المنتديات عن طريق عرض الآراء، و التفاعلية من اهم خصائص الاعلام الجديد فبعد ان كان دور المتلقي للرسالة الإعلامية يقتصر على تلقي هذه

²²-سميرة شيخاني,مرجع سابق، ص446

الرسالة دون قدرة على التفاعل معها ، اصبح بإمكانه ان يصبح مشاركا في هذا الاعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر خلاله.

-الحرية الواسعة: فبعد ان كانت وسائل الاعلام التقليدية من صحافة و إذاعة و تلفزيون و كتب عريضة لتدخل السلطات الرسمية في الدولة بالسماح او المنع لما ينشر فيها مما جعل من السلطة أداة وصاية على عقل وتفكير المواطن و القضاء على قدرة الابداع و التفكير. جاء الاعلام الجديد بوسائله المتعددة و قدرته على اختراق الحواجز الحدودية و الزمانية ليعطي حرية أوسع بكثير في تناول كافة القضايا الداخلية و الخارجية التي تهم الوطن و المواطن، وتفتح عيون المواطنين على كثير من الأمور التي كانت مهيمنة و غامضة و محرم عليهم معرفتها.

-الشمولية و التنوع في المحتوى: حيث كان الصحفي او الإعلامي يعاني في الاعلام التقليدي من ضيق المساحة المخصصة لتناول موضوع معين، او نشر تحقيق او انجاز أي مادة إعلامية، ولكن عن طريق شبكة الانترنت اصبح كل من يود المشاركة عن طريق وسائل الاعلام الالكتروني المختلفة كصحافة الالكترونية او المدونات او المنتديات ان يقوم بذلك دون حاجز من ضيق مساحة او غيره، كذلك اصبح بإمكان المتابع ان يستفيد في كثير من الروابط و المواقع الالكترونية التي تظهر على صفحة الموضوع الذي يهمله، و التي تتعلق بهذا الموضوع في زيادة معلوماته و اطلاعه على كل ماله علاقة بالموضوع.

-التوفر و التحديث المستمر: فبإمكان أي مواطن ان يبقى على معرفة مستمرة بالواقع في جميع انحاء العالم حيث وفر الاعلام الجديد بقدرته على البث المستمر و التحديث ما ينشر من اخبار و معلومات أولا بأول وفور حدوثها وفر إمكانية بقاء المتابع في صورة الواقع الاتي ولم يعد مضطرا لانتظار صدور الجريدة في اليوم التالي لمعرفة اخبار اليوم السابق.

كما ان وسائل الاعلام الجديدة وفرت ارشيفا يستطيع عن طريقه من يريد ان يرجع الى معلومة او خبر مهما ابتعد عنه زمنيا او مكانيا.

-**المرونة:** حيث يمكن لمستخدم وسائل الاعلام الجديد الوصول الى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة و المفاضلة بينها و اختيار المناسب منها.²³

-يعتمد الإعلام الجديد بشكل يكاد يكون حصري على الكمبيوتر الشخصي، والأجيال المتقدمة من الهواتف المحمولة.

- يعتمد الإعلام الجديد على الملتيميديا (Mutimedia) من خلال عملية إنتاج وتوزيع ومطالعة المواد المكتوبة و المسموعة والمرئية.

-منح الإعلام الجديد قدرات غير محدودة للأفراد لإنتاج محتوهم الخاص وتبادله وبثه على نطاق واسع.

-الإعلام الجديد إعلام عابر للحدود والثقافات واللغات.

-يتميز الإعلام الجديد بالسرعة في كافة مراحل الإنتاج والتوزيع والتخزين والاطلاع.

-يعتمد الإعلام الجديد على الحرية الفكرية من خلال عمل الأفراد بعيدا عن أي رقابة.

- الوضوح وتحقيق الهدف المنشود من قبل الإعلام الجديد.

- الأرشفة والتأريخ لمختلف المواد والمعلومات مهما كان شكلها.

- البحث الذكي عن مختلف المضامين في مختلف مواقع الانترنت.

- التطور فائق السرعة للأجهزة والتطبيقات والسرعة في تحديث المضامين الإعلامية²⁴

²³-علي خليل شقرة،مرجع سابق،ص55-56-75

²⁴-بدر الدين بلملاوي،دورالاعلام الجديد في الممارسة والتنشئة السياسية،مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية،العدد29ص3

المبحث الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي و خصائصها

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

عكس مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، فهي تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على شبكة الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

وتقوم فكرة مواقع التواصل الاجتماعي على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في هذه المواقع، ويتم نشر البيانات علناً حتى يتجمع الأعضاء ذوو المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفات أو صور... لتسهيل الحياة الاجتماعية بين الأفراد، وبناء وتفعيل المجتمعات على شبكة الإنترنت.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي على انها منظومه من الشبكات الالكترونيه التي تسمح للمشارك فيها انشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها كما تعتبر هذه الشبكات من اكثر المواقع انا شبكه الانترنت انتشارا واستمرارا تقديم قصيده التواصل بين الافراد والجماعات المستخدمين لها حيث تمكنهم من التواصل و تبادل الافكار الاراء والمعلومات والملفات الصور و افلام الفيديو ويعرفها محمد عواد بانها تركيبه الاجتماعيه الكترونيه يتم صناعتها من افراد او جماعات او مؤسسات وقد تصل هذه العلاقه درجات اكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي او المعتقدات او الطبقة التي ينتمي اليها الشخص وتعرف ايضا على انها شبكات اجتماعيه تفاعليه التواصل لمستخدميها في اي وقت يشاؤون وفي اي مكان من العالم واكتسبت اسمها

الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية و احتجاجيه و ابرز شبكات التواصل الاجتماعي هي الفيس بوك تويتر يوتيوب واهمها هي شبكه الفيسبوك.²⁵

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

فرضت مواقع التواصل الاجتماعي واقعا إعلاميا جديدا وذلك من خلال خصائص منها:

- العالمية حيث تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية و تحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب في بساطة و سهولة.
 - التفاعلية فالفرد فيها كما انه مستقبل و قارئ فهو مرسل و كاتب و مشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الاعلام القديم التلفاز و الصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد و القارئ.
 - التنوع و تعدد الاستعمالات فيستخدمها الطالب للتعلم و العالم لبث علمه و تعليم الناس و الكاتب للتواصل مع القارئ .
 - سهولة الاستخدام فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف و بساطة اللغة الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.
 - التوفر و الاقتصاد اقتصاد في الجهد و الوقت و المال في ظل مجانية الاشتراك و التسجيل فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال او حكرا على جماعة دون أخرى و تحتل شبكة الفيس بوك حاليا من حيث الشهرة و الاقبال المركز الثالث بعد موقعي غوغل و مايكروسوفت
- 26
- مواقع التواصل الاجتماعي تؤمن وتمكن قواعد و منصات تفاعلية على شبكة الانترنت عالميا ، من خلال مشاركة المستخدمين في التعليق على المحتوى

²⁵ - زاهر راضي ،"استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15، جامعة عمان ص23

²⁶ - نادية بن ورقة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، مجلة

دراسات و أبحاث العدد 11، جوان 2013 ص4

- مواقع التواصل الاجتماعي تمتلك خصائص عدة تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص ، والفيديو والصور ، والصوت
- تمتاز بسرعة تبادل المعلومات معززة باتساع نطاق نشر مثل تلك المعلومات يمكن ان تتم الاتصالات عن طريق الحاسوب الثابتة او المحمولة او الهواتف الذكية
- تسمح للمستخدمين بالعثور على اشخاص لهم مصالح مشتركة ويجتمع الناس الذين يمكن ان يصبحوا اصدقاء او ان يكونوا زبائن وعملاء عبر شبكة المعلومات العالمية²⁷

المبحث الثالث: ابرز مواقع التواصل الاجتماعي

ابرز مواقع التواصل الاجتماعي:

1-موقع فايسبوك:

انشاء هذا الموقع عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ الذي كان طالبا في جامعه هارفارد في جنيه وسميه الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بكتب الوجوه التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف اتاحه الفرصه لهم التعارف والتواصل مع بعضهم البعض خاصه بعد الانتهاء من الدراسه والتخرج حيث يتفرق الطلاب في شتى الانحاء فكان الهدف من تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل كتب الوجوه بطريقه اسهل اوسع انتشارا وكثير فعاليه هذا ما حصل حيث اقتصر الفيسبوك في بدايته على جامعه هارفارد ثم انتشر استخدامه في بقية الجامعات و الكليات و المدارس ثم الشركات و المؤسسات وفي عام 2006 حصل تطور في شروط استخدام هذا الموقع حيث الغي ما كان يشترط سابقا للمشارك بان يكون يمتلك حساب بريد الكتروني صادر عن جامعه او كلية او مدرسة او شركة فاصبح بإمكان أي شخص تجاوز سن الثالثة عشر و يمتلك بريد الكتروني عضوا في موقع فايسبوك.

²⁷قنديلجي ،عامر ابراهيم والسامرائي، ايمان فاضل،شبكة المعلومات والاتصالات، دارالمسيرة للنشر،الطبعة ص103

والفيس بوك من اهم و اشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن العضو في هذا الموقع ان يقوم باعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية و تعارف لمن يريد ان يتعرف عليه ويتواصل معه, و لذلك يشترط في هذا الموقع استعمال الأسماء الحقيقية و تمنع الأسماء المستعارة او الألقاب, ويستطيع كل عضو فيه ان يقف على اخر اخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل او نبذة من اخبار لابلاغ اصدقاءه باخباره و اجتماعاته و أي صور او مقاطع فيديو او قطع موسيقية يرغب في اطلاعهم عليها, و قد حقق هذا الموقع نجاحا و انتشارا واسعا قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة 150 الف مشترك جديد يوميا, و يعتبر الشباب هم اكثر فئات استخداما للفيس بوك حيث ان هؤلاء هم الأكثر ممن يمتلكون المهارات الحاسوبية , لديهم اطلاع واسع على الكمبيوتر و استخداماته و شبكات الانترنت , مما يمكنهم من تصميم صفحة الفيس بوك بسهولة.

إيجابيات و سلبيات موقع فايسبوك:

إيجابيات موقع فايسبوك:

- اتاحة الفرصة للصدقة و التواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع
- خدمات الإعلان و الترويج للشركات و أصحاب الاعمال.
- يتيح فرصة تحميل البومات الصور.
- التواصل مع مجتمعات افتراضية
- متابعة اخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات
- إمكانية تثبيت أي موقع او خبر او صور و مقاطع فيديو

سلبيات موقع فايسبوك:

- اضعاف العلاقات و المهارات الاجتماعية و الاسرية .
- انتهاك خصوصية المشتركين

- استغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية.²⁸

2- تويتر: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي يقدم خدمة تدوين مصغرة و هو تدوين يسمح بعدد من المداخلات بحد اقصى مائة و أربعين حرفا فقط الرسالة الواحدة ويمكن ارسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر او على شكل رسائل وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال,وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لاصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر ويمكن لاصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية او عن طريق الملف الشخصي للمستخدم او عن طريق البريد الالكتروني , وظهر موقع تويتر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة الامريكية ثم اطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام.²⁹

3-سكايب : سكايب هو برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكولاس زينشروم و الدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات, ويمكن هذا البرنامج مستخدميه من الاتصال صوتيا عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج لكنه مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة او الجواله, وقد اشترت شركة مايكروسوفت هذا البرنامج بمبلغ 8.5 مليار دولار في عام 2008, و قامت شركة مايكروسوفت بتطوير برنامج سكايب و استحداث خدمة جديدة تدعى سكايب في مساحة العمل وهي خدمة خاصة برجال الاعمال و الشركات الصغيرة الحجم حيث تتيح هذه الخدمة لهم الإعلان عن منتجاتهم و الترويج لها كما تتيح لهؤلاء خدمة الاتصال و التفاعل مع عملاء شركاتهم و زبائنهم إضافة الى الكثير ممن يتوقع تعاملهم مع الشركة و منتجاتها و خدماتها, ويستخدم هذا البرنامج في المؤسسات التعليمية للتدريس و المحاضرات كما يستخدم سكايب

²⁸-على خليل شقرة,مرجع سابق,ص64

²⁹-على خليل شقرة, مرجع سابق, ص75

في نقل الاخبار و اجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الانباء ومع المحللين السياسيين و العسكريين.³⁰

4-موقع يوتيوب: اختلفت الآراء حول موقع اليوتوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا, حيث تميل بعض الآراء إلى اعتبار موقع مشاركة الفيديو, غير أن تصنيفه كنوع من مواقع الشبكات الاجتماعية نظر لاشتراكه معها في عدد من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشرالفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

تأسس يوتيوب كموقع مستقل في الرابع عشر من فبراير من عام 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هم الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني تشين والبنغالي جاود كريم الذين يعملون في شركة المتخصصة في التجارة الالكترونية بيد أن جادو كريم ترك رفقاءه للحصول على درجة عملية من كلية ستانفورد. ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور يوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخرين اللذان نجحا في تكون احد اكبر الكيانات في العالم الويب في تكون احد اكبر الكيانات في العالم الويب في الوقت الحالي.³¹

ويقوم موقع يوتيوب على فكرة مبدئية هي بث أو ذع لنفسك يوضع هذا الشعار في الصفحة الأولى ،وهو يعتبر أهم مكان في شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو أني إذ تحمل عليه يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها تم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف النقال لنقل حدث ما غريب أو مضحك او مثير، وكثير منها تم إنتاجه لدواع فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية أو حتى لاتصال رسالة شخصية حول مسألة ما من منتج الفيلم ويتضمن

³⁰-على خليل شقرة,مرجع سابق ص78

³¹-عبد الرزاق الدليمي,الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية,ط1, عمان دار وائل للنشر 2011,ص194

الموقع أنواعا لا حصر لها من كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية المصورة ومدونات الفيديو اليومية.³²

من خصائص اليوتيوب:

- يستطيع المستخدمون تحميل وتبادل مقاطع الفيديو وتسميتها في جميع أنحاء العالم، وتصفح ملايين المقاطع الأصلية التي قام بتحميلها المستخدمون الأعضاء .

- العثور على جماعات فيديو والاتحاق وتسهيل الاتصال مع من لديهم الاهتمامات نفسها والاشتراك في خدمة تبادل مقاطع الفيديو المقصورة على الأعضاء وحفظ المقاطع المفضلة ووضع قوائم تشغيل المقاطع.

- دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب الخاصة مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة وأيضا جعل مقاطع الفيديو عامة او خاصة .يستطيع المستخدمون لاختيار وعرض مقاطعهم بشكل عام أو بمشاركة أصدقائهم وعائلاتهم فيهل بصورة خاصة عند التحميل.

- يحتوي الموقع على المقاطع الأحداث الحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر اتصالا بمواقع أخرى، تصنف أيضا مقاطع الفيديو إلى أبواب مختلفة من الكوميديا والفن والرسوم المتحركة إلى العلوم والتكنولوجيا .³³

³²-صادق مصطفى عباس،مرجع سابق،ص216

³³-عبد الرزاق الدليمي،مرجع سابق،ص195

خلاصة الفصل:

الاعلام الجديد عامة يختلف عن الاعلام التقليدي ومن اهم خصائص هذا النوع الجديد من الاعلام هي التفاعلية و الحرية الواسعة التي يجدها الفرد من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي ذكرنا من ابرزها موقع فايسبوك و تويتر و يوتيوب , وبارغم من أهمية هذه المواقع فإنها تبقى سلاح ذو حدين حد إيجابي و ينبغي ان تكون هناك حدود في استغلال هذه المواقع خصوصا للأطفال.

الفصل الثالث

تمهيد

ان دائرة الوعي السياسي يجب ان تركز على الشباب لانهم اكثر ضرورة في تفعيل السلوك السياسي و الديمقراطي في المجتمع, لكون الشباب طاقة كبيرة تساعد المجتمع في القضاء على ظواهر و مظاهر العنف و الاقصاء و التهميش, و اللجوء الى لغة العقل و الحوار في كل الازمات و التداعيات على أساس ديمقراطية ودعوة الشباب لاشراكهم في العمل السياسي يعزز دور الحرية الديمقراطية في ميادين العمل السياسي و الإداري, ونجد ان للاعلام الجديد دور كبير في نشر الوعي السياسي و ترسيخ مبادئ الحرية الديمقراطية بين الشباب.

المبحث الاول: مفهوم الوعي السياسي ووظائفه

1- مفهوم الوعي السياسي:

هو الادراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من احداث و تطورات وعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستترة وراء مواقفها و تحركاتها و مشاريعها.³⁴

يعرف "الوعي السياسي" بأنه: "الفهم العام للمناخ السياسي، وما يحركه من تجاذبات ومخططات من الفاعلين السياسيين، داخل القطر أو حتى خارجه، نظراً للترابط العالمي للأحداث".³⁵

ونقصد بالوعي السياسي هو ذلك الوعي الذي يتظهر بوجود شخصية سياسية مستقلة للشباب تحثه على الاندفاع نحو المجتمع، متفاعلاً مع قضاياها بشكل إيجابي، وصولاً إلى العمل ضمن الأنساق الجماعية لقوى المجتمع.³⁶

وان الوعي السياسي في ابسط تعريفاته يحيل على درجة معينة من المعارف و المهارات ذات الصبغة السياسية التي تضمن للفرد نوعاً من الأداء المتقدم خلال ممارسته السياسية، انه بذلك

³⁴ -عمارة حمادة , الوعي و التحليل السياسي, ط1, دار الهادي للنشر و التوزيع ,بيروت -لبنان, 2005 ص19

³⁵ -يسري المصري, الشباب و الوعي السياسي, مقال نشر يوم 2017/09/25 تاريخ الاطلاع يوم 2018/03/05

الساعة 21:49

http://www.huffpostarabi.com/yousry-masry/-/_13372_b_18021404.html

³⁶ -د-محمد مصطفى علوش, الوعي السياسي عند الشباب بات ضرورة, تاريخ الاطلاع 2018/03/05 الساعة 21:56

<https://www.al-sharq.com/opinion/10/12/2016/%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B9%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D9%8A-%D8%B9%D9%86%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%A8%D8%A7%D8%A8-%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%B6%D8%B1%D9%88%D8%B1%D8%A9>

يتضمن معلومات و خبرات تجعل حاملها متمكنا من تتبع و مواكبة ما يجري في المشهد السياسي.³⁷

ويرى محمد حجازي ان الوعي السياسي هو القدرة على ادراك المنهج القويم لتصريف القضايا و المشكلات الاجتماعية التي يصادفها المرء في حياته.³⁸

2- وظائف الوعي السياسي :

يقوم الوعي السياسي بوظائف عديدة و مختلفة و مهمة للغاية منها:

- تعميق الانتماء و الولاء السياسي.
- يساعد على احترام العمل الجماعي و التعاون و الإحساس المشترك بالمسؤولية .
- تتجسد مهمة الوعي السياسي أيضا في الحفاظ على امن البلد و استقراره و ديمومته و استمراره.³⁹
- توسيع المشاركة السياسية بتعميق روح العمل الجماعي من خلال بناء المؤسسات و تطوير قنوات للتعبير السياسي و تنمية دوافع الفرد للمشاركة في الحياة السياسية و وضع مناهج تقلل من ظاهرة الاتجاهات الانعزالية و السلبية في الحياة السياسية.

المبحث الثاني : مراحل الوعي السياسي و مؤسساته

الوعي السياسي باعتباره عملية مستمرة يكتسب الفرد من خلالها قيم و اتجاهات و سلوكيات سياسية ,فانها لا تقتصر في مرحلة معينة و انما تصاحب الفرد طيلة حياته بداية من طفولته الى غاية وفاته و تتمثل هذه المراحل في:

³⁷ -محمد اوجار , ندوة الوعي السياسي و اختيارات الناخب,تاريخ الاطلاع يوم 2018/03/1 على الساعة 15:24

<http://www.bipd.org/PDF/Nadawat/nadawat4.pdf>

³⁸ -محمد حجازي,الوعي السياسي في العالم العربي ,ط 1,دار الوفاء للطبع و النشر,الإسكندرية,2007,ص208

³⁹ -ختام العناني,محمد عصام طربية,التربية الوطنية و التنشئة السياسية, عمان,دار حامد للنشر و التوزيع, 2007,ص308

مراحل الوعي السياسي:

1-مرحلة الطفولة: و التي تبدأ من سن الثالثة الى غاية اثني عشر سنة حيث اثبتت الدراسات ان التعليم السياسي للطفل الأمريكي يبدأ من سن الثالثة أي قبل ان يدخل المدرسة فالطفل يرتبط عاطفيا برموز بلده و هيكل و صور نظامها السياسي قبل ادراكه للعالم السياسي بوقت طويل فهو في مستهل حياته يعبر عن اعجابه بتلك الأشياء المحلية و تلك التي تشكل جزءا من خبرته الشخصية و يعقب ذلك تعلق الطفل برموز للسلطة العامة العلم القومي رجل البوليس.⁴⁰

2-مرحلة المراهقة: في هذه المرحلة يبدأ فهم السياسة في الشيوع و التقدم المستمرين ويزداد الوعي ببناء الحكومة و ميكانيزماتها, و بالقانون و الأحزاب السياسية و بأهمية المجتمع المحلي وتبني أسس قيام الآراء و تكوين الاتجاهات السياسية كما يولد في هذه المرحلة الادراك الواقعي للمستقبل و توقع النتائج المحتملة للافعال السياسية و تبدأ هنا مرحلة مناقشة القضايا العامة و الاهتمام بالحكومة و السياسة و تحويل الاهتمام بذلك الى نشاط فعلي كالقراءة و المناقشات و مشاهدة البرامج السياسية في التلفزيون و متابعة الاحداث الجارية و تجلى كل ذلك اثناء سنوات الدراسة الثانوية و في مرحلة المراهقة بوجه عام.⁴¹

3-مرحلة النضج: تولى دراسات التنشئة السياسية هذه المرحلة قدرا معقولا من التحليل ضنا بان تنشئة الناضج تتوقف على ما تلقاه من قيم و اتجاهات و معرفة سياسية في مرحلة الطفولة و المراهقة و هذا الاتجاه ينتاسى حقيقة جوهرية وهي ان الاسرة ليست دائما في موقف يمكنها من اعداد العضو لمواجهة كلما تقتضيه حياته الناضجة من مطالب و يتحدد سلوك الفرد خلال هذه المرحلة بالقيم و المعرفة و التي يكون الفرد قد اكتسبها في المرحلتين السابقتين ثم بالقيم

⁴⁰ عبد الهادي جوهري,دراسات في علوم السياسة و علم الاجتماع السياسي,ط8,الإسكندرية,المكتبة الجامعية

2001,ص291,

⁴¹ عبد الله محمد عبد الرحمان,علم الاجتماع السياسي , القاهرة ,دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع,2005,ص185

و المعرفة التي يكتسبها في هذه المرحلة والتي تكون استمرارا للتنشئة في مرحلة الطفولة و المراهقة و يؤدي ذلك بطبيعة الحال الى تعزيز القيم و الاتجاهات المبتكرة فيها و من ثم يصطبغ السلوك السياسي بصبغة محافظة و في أحيانا أخرى قد ينعكس على تلك التنشئة اثر بعض المؤسسات كالأحزاب السياسية و وسائل الاعلام بدرجة معينة فتعمل على تلقين الفرد مفاهيم و اتجاهات متعارضة مع أنماط التنشئة بشكل يترتب عليه احداث تغييرات جوهرية في السلوك السياسي.⁴²

مؤسسات الوعي السياسية :

من اهم مؤسسات التي يتشبع الفرد فيها بالوعي السياسي هي:

1-الاسرة: يتفق الجميع ان الاسرة من اهم وسائل الوعي السياسي مما يعطينا افتراضا هو ان جذور الحياة السياسية للفرد البالغ توجد في حياة الطفولة , و تقوم الوسائل الأخرى للوعي بتعميقها او صقلها و تهذيبها وعلى هذا الأساس فان الاسرة تعد احدى وسائل الوعي السياسية و الاجتماعية ان لم تكن اهم العوامل على الاطلاق و تلعب العائلة او الاسرة دورا أساسيا في تعليم الطفل الروابط الاجتماعية و قيم المجتمع و تساهم في تطوير شخصيات الافراد اثناء مراحل تطورهم الأولي بالإضافة الى ما تلعبه الاسرة من تأكيد لهوية الشخصية المميزة فالاسرة بالنسبة للإنسان الفرد اهم من الدولة و الاسرة هي مهده و منشاه و مظلته الاجتماعية فالمجتمع المزدهر هو الذي ينمو فيه الفرد في الاسرة نموا طبيعيا , و الاسرة هي أولى المؤسسات البنوية التي تؤثر في أفكار و مواقف و سوكيات و اخلاقيات الفرد فهي تهتم بتنشئة الطفل أخلاقيا و اجتماعيا و وطنيا, و تتناول مرحلة من مراحل التنشئة تقوم بها الاسرة او جماعة الاقرباء و من هذه المرحلة يبدا الطفل في تعلم اللغة و بعض أنماط السلوك و من خلال هذه العملية الأولية

⁴² -عبد الله محمد عبد الرحمان, مرجع سابق, ص 187

تأخذ التنشئة السياسية مكانها في سلوك الطفل بل ان ما يتعلمه الطفل في تلك الفترة قد يتحول الى ما هو سياسي او قد يندمج فيه على الأقل⁴³

2-**المدرسة:** وبما ان المدرسة تمثل عاملا مهما من عوامل الوعي السياسية و الاجتماعية فانها تعمل بوسائلها المختلفة عملا يشبه الى حد كبير دور العائلة فالمدرسة تعمق من شعور الانتماء للمجتمع وتساهم في بناء شخصية الفرد و تثقيفه عن طريق فهم العادات و التقاليد و تجعله عضوا مشاركا في المجتمع و تلعب المناهج الدراسية و النشاطات الاجتماعية دورا هاما في تثقيف الطالب اجتماعيا و سياسيا فالمنهاج المدرسي مثلا يمثل قلب النظام التربوي و هو التراث الحضاري بشموله و النظام التربوي يلعب دورا أساسيا في تدعيم القيم السياسية و الاجتماعية في المجتمع كما ان النظام التربوي يحافظ على التراث الشعبي و الوطني ويحفظه للمستقبل ولا يقف الامر عند هذا الحد بل يتعداه للمساهمة في عمليات التمدن و التحديث الذي يطمح له افراد المجتمع.⁴⁴

3-**الأحزاب السياسية:** ان الحزب السياسي هو تنظيم دائم او قائم على مبادئ و اهداف مشتركة بهدف الوصول الى السلطة او المشاركة فيها او التأثير عليها و يضم مجموعة بشرية متجانسة في افكارها و يمارس مختلف النشاطات السياسية وفقا لبرنامج عام لتحقيق أهدافه و توسيع قاعدته الشعبية على المستويات المحلية و الوطنية.⁴⁵

وتقوم الأحزاب السياسية بدورها في الوعي السياسي عن طريق:

التثقيف السياسي وذلك عن طريق الاجتماعات و المؤتمرات و الحفلات و تنظيم برامج التدريب السياسي و تعليم التاريخ القومي و نشر البرامج و الآراء السياسية في منشوراته فالاحزاب تعتبر مؤسسة تعليمية تقدم للشعب معلومات سياسية و اقتصادية و اجتماعية متنوعة وبطريقة مبسطة

⁴³-مولود زايد الطيب, علم الاجتماع السياسي, ط1, دار الكتاب الوطنية, بنغازي-ليبيا, 2007, ص166-167

⁴⁴-مولود زايد الطيب, المرجع نفسه ص168

⁴⁵-قحطان احمد الحمداني, المدخل الى العلوم السياسية, دار الثقافة, عمان, 2012, ص263

تنمي فيه الوعي السياسي كما انها تعمل على تعبئة الشعب خلف اراء سياسية و اهداف وبرامج معينة عن طريق التوعية السياسية فالحزب أداة لاحداث التغيير في الاتجاهات السياسية و السلوكات داخل المجتمع.

اتاحة الفرصة للمشاركة السياسية المنظمة وبصورة اكثر دواما, فهي تقدم الاطار الأكثر أهمية و ملائمة لتحقيق المشاركة السياسية و تؤدي هذه المشاركة اما الى تعزيز القيم السائدة و اما الى غرس قيم جديدة و يمكن ان ينمي ظهور الأحزاب لدى الافراد الرغبة في الممارسة السياسية و المشاركة فيها اذ توفر لديهم التوقيع او الطموح بان تلك المشاركة سوف تكون منوطة بقدرتهم و مهارته.⁴⁶

4- وسائل الاعلام : من المتعارف عليه بان وسائل الاعلام قد أصبحت في العصر الحديث على درجة من التقدم و الفعالية و ذلك بسبب النهضة التكنولوجية التي سادت الدول الصناعية المتقدمة.

وذلك من خلال انها تستطيع في فترة الأمد البعيد المشاركة في تغيير الآراء و المواقف و الميول و الاتجاهات الاجتماعية و السياسية التي يحملها أبناء المجتمع اتجاه القضايا و الأمور الاجتماعية و الايديولوجية التي تهمهم شرط قيام هذه الوسائل بتكييف عروضها ومناهجها وفعاليتها الأدبية و الفنية مع حاجات و طموحات الجماهير و شرط انسجام العروض و المناهج و الفعاليات مع أفكار و ممارسات و اهداف المؤسسات البنوية للمجتمع الكبير.⁴⁷

⁴⁶-ختام العناني,محمد عصام طربية,مرجع سابق ص325

⁴⁷-احسان محمد الحسن,علم الاجتماع السياسي,ط4, دار وائل للنشر و التوزيع,الأردن,2013,ص271

المبحث الثالث: دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي

1- دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب :

يؤدي اليوم الاعلام في صورته الجديدة شبكات التواصل الإجتماعي دورا في تشكيل الوعي السياسي للشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية كما يساهم في تكوين و تدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية و إستعداد للعمل العام ، إذ يشار الى الوعي السياسي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في ادراك الانسان لمعالم على نحو عقلي أو وجداني و يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالاً متنوعة من الوعي، كالوعي الديني و الوعي العلمي و الوعي السياسي و الوعي الأخلاقي . ومن هذا المنطلق يمكن القول أن الوعي السياسي هو الحالة التي يمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة و يتخذون منهذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في آن واحد فهناك من يعرف الوعي السياسي على أنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح لمفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحلها و يحكم عليها ويحدد موقفه منها و يدفعه الى التحرك من اجل تطويرها و تغييرها عند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية يتبادر الى الذهن اول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية و التي دار حولها و لا يزال جدل كبير من قبل المتخصصين فمنذ العام 2011 نشرت الكثير من المقالات و الدراسات و عقدت الكثير من المؤتمرات و الفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية و تأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية و الاليات المجتمعية الجديدة وقد كان للنمو الكبير و السريع لشبكات التواصل الاجتماعي و التحولات في أنماط و اتجاهات استخدامها دورا مهما في حشد و تشكيل الآراء و التأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية.

وقد شهدت هذه الفترة تحولات واضحة في اتجاهات الاستخدام من الأغراض الاجتماعية و التجارية الى الأغراض السياسية على مستوى المنطقة هذا و تشهد بعض الدول العربية تحولات ديمقراطية لكنها بطيئة جدا , ويعتبر دور الشباب حاسما و هاما في ترويج و تعزيز هذه التحولات و لهذا لا بد من العمل على اشراكهم بفعالية في هذه العملية و توجيههم و تنظيمهم بشكل مناسب فالشباب يتميزون بالدافعية و الرغبة و القدرة على التغيير لذا عليهم ان يفقهوا أهمية الديمقراطية و طبيعة عملها, ويدركوا حقوقهم و واجباتهم و الأدوار التي يمكن ان يقوموا بها, و المسؤوليات التي عليهم تحملها هذا سيؤدي بالمقابل الى نشر مقاربة شبابية تشاركية للديمقراطية و الحكم الصالح لذا فان تقوية الشباب و تفعيل دورهم يتطلب أيضا انخراطهم في عملية صنع القرار فمشاركة الشباب في هذه العملية هو من صميم النقاش الاجتماعي و السياسي فمفهوم الحكم الجيد يقع في اطار المبادئ الواسعة التي تتطلب مشاركة كل القطاعات و الفئات في عملية الحكم و صنع القرار.

وعلى الرغم من الأهمية التي تعلقها المجتمعات و الحكومات العربية على الشباب فان هذا القطاع الهام لا يشارك عادة في عملية صنع القرار بل انهم يعاملون دائما على انهم الجيل القادم وقادة الغد هذا الوضع يتطلب من صناع القرار إعادة النظر في الطريقة التي ينظرون بها الى مشاركة الشباب و إعادة النظر هذه لا تشمل فقط صناع القرار بل تتعداهم لتشمل الشباب الذين يشكل فقدانهم للتفكير الاستراتيجي و الوعي السياسي عقبة متفاقمة امام مشاركتهم السياسية.

ومن استخدامات الشبكات الاجتماعية الإيجابية ما يحصل فيها من تواصل بين افراد الدولة او المدينة على مستوى الاسرة في تواصل اجتماعي إيجابي يعزز قوة المجتمع في ظل زخمة الاعلام و الاتجاه العام لاستخدام الشبكات الاجتماعية من غير تحزب ولا عصبية و من غير ازدياء و تحقير للآخرين.

ويرى بعض المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بان الاحداث الأخيرة في كل من تونس و مصر اكدت الدور القوي لمواقع التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي , كما ان الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية في الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية , لقيام مؤسسي تويتر بعملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة , و بغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فان ذلك يظهر مدى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي على الصعيد السياسي.

ومن هنا نلاحظ انه اصبح الاعلام الجديد اليوم دور أساسي في نهوض الأمم و تقدم الشعوب نحو تحقيق أهدافها ووصل الامر بالاعلام الحديث الى مستوى اصبح هو الفاعل و المؤثر الأقوى في العلاقات الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و الإنسانية على وجه العموم.⁴⁸

2- الإعلام الجديد وتفعيل الممارسة السياسية: مع انتشار استعمال وسائل الاتصال الحديثة في البلدان العربية، ازداد اللجوء إليه كأداة للتعبئة، كما تعد أداة مهمة في زيادة وعي الأفراد وتوسيع آفاقهم، خاصة في ظل ظهور فاعلين جدد "المدونين"، وبداية تشكل فضاء عام جديد "الشبكة الإلكترونية". وتتأثر هذه الاتجاهات بدرجة انتشار تقنيات الاتصال الجديدة في المجتمعات العربية وبطبيعة أنظمتها السياسية، وما يطرحه ذلك من سؤال الحرية. وعليه، سننظر إلى الإمكانيات التي توفرها تلك التكنولوجيا على مستوى تفعيل الممارسة السياسية.

3- الإعلام الجديد والتعبئة السياسية: ازداد استعمال وسائل الإعلام الجديد كأداة للتعبئة السياسية في الدول العربية.

ويعد الصحفيون والمنظمات غير الحكومية من أكثر الهيئات استخداما للانترنت في عملهم المهني. كما تلجأ الأحزاب المعارضة بدورها إلى الانترنت والرسائل الإلكترونية من أجل تنظيم الاحتجاجات، بل إن النشطاء يقومون بالتقاط صور العسكريين ورجال الشرطة وهم يقومون

⁴⁸ -نادية بن ورقلة, مرجع سابق, ص 206,207

بضرب المحتجين، ثم يسربون الصور عبر الانترنت لإطلاع الرأي العام الوطني والدولي عليها.

كما صارت رسائل الهاتف النقال قناة قوية لخطاب حر، حيث يستعمل المتظاهرون تلك الرسائل من أجل حشد الأتباع، ومراوغة السلطات، والالتحاق بسرعة بمواقع الاحتجاج. وهي القناة نفسها التي يستعملها المرشحون لدعوة أنصارهم إلى صناديق الاقتراع، ويستعملها النشطاء الذين لا يكشفون على هوياتهم للمس بخصومهم من خلال الشتائم والنكت والقصائد الفكاهية السياسية.

4- المدونات والمشاركة السياسية: من خلال الاستفادة من تقنيات المدونات، يعمل عدد من الأفراد في الوطن العربي على إنتاج صحافتهم وأفكارهم، فينشرون أعمالاً لا تخضع للرقابة المسبقة لسلطات الاتصال، وهم يعرفون بالصحفيين المواطنين وقد بدأ المدونون يحدثون تأثيرات واضحة في عدد من البلدان العربية، بما يمكن للأفراد العاديين بإعادة انخراطهم في السياسة، وشحذ ممارساتهم التحليلية والجدلية، وتجاوز الخطوط الحمراء التي تضعها الدولة.

5- الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية: تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً ريادياً في مجال الممارسة السياسية للأفراد، حيث تتيح لهم إمكانية التعبير عن آرائهم وأفكارهم، سواء في شكل نصوص أو بأصواتهم أو من خلال الفيديو، وبذلك يعرضون وجهات نظرهم اتجاه مختلف القضايا، كما تتيح لهم الفرصة للمشاركة مع الآخرين في المظاهرات والاحتجاجات التي يخطط لها على مستوى الشبكات الاجتماعية، وتعطي الفرصة للأفراد لإعلان مساندتهم للشخصيات المرشحة في الانتخابات، وهؤلاء المرشحين بإمكانهم كذلك فتح حسابات على الشبكات الاجتماعية، لشرح برامجهم وخططهم المستقبلية كما تتيح الشبكات الاجتماعية الفرصة للأحزاب السياسية لعرض أفكارها عبر صفحات هذه الشبكات والتواصل مع المناضلين فيها وأعضائها المسيرين بكل سلاسة.

وهكذا فقد سهلت الشبكات الاجتماعية والمدونات وكل وسائل الإعلام الجديد المشاركة السياسية سواء للأفراد أو للهيئات المختلفة من جمعيات ونقابات وأحزاب سياسية، وحتى للدولة إذ بإمكان أي مسؤول حكومي التواصل مع الجماهير العريضة عبر وسائل الإعلام الجديد.⁴⁹

⁴⁹ -بدر الدين بلملاوي، مرجع سابق ص 8-9

خلاصة الفصل:

ان الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي يعزز نشر الوعي السياسي و تعميقه كما ان لها أهمية في دمج الشباب في مجتمعاتهم و نشر روح الحوار و حرية الراي في مقابل ذلك فان الاعلام الجديد يشكل خطرا على الأنظمة المستبدة التي كانت تسيطر على الاعلام التقليدي و تعلق على الشباب باب المشاركة في اتخاذ القرارات التي تهم وطنه و مجتمعه.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

من خلال الفصل التطبيقي سنتعرف واقع التفاعل السياسي لطلبة الجامعيين ومعرفة حقيقة الدور الذي لعبه موقع الفايسبوك في تكوين الرأي العام اتجاه الانتخابات المحلية لسنة 2017م، وما يتميز به من خصائص و سمات و ما يقدمه من خدمات، و ذلك بواسطة الاستبيان الذي قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الاول: عادات أنماط استخدام طلبة الاعلام والاتصال لموقع الفايسبوك .

المبحث الثاني: استخدام موقع الفايسبوك من طرف الطلبة يزيد من الوعي السياسي.

المبحث الثالث : تأثير الفايسبوك على محليات 2017 .

كما سنقوم بتدوين بيانات الاستمارة في جداول و نعلق عليها، إضافة إلى تحليلها و تفسيرها، كما عمدنا إلى تحويل إجابات أفراد العينة إلى أرقام يمكن التعامل معها إحصائيا كما جرت العادة إعطاء قيم عددية صحيحة، و تجدر الإشارة إلى أن حجم العينة التي اخترناها محددة في: 100 مفردة من طلبة علوم الاعلام والاتصال لجامعة خميس مليانة.

تحليل المعطيات العامة للعينة :

جدول 01 : يوضح متغير الجنس

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	22	%22
أنثى	78	%78
المجموع	100	%100

يوضح الجدول أعلاه خصائص العينة المدروسة ، ومن خلال فحص بيانات متغير الجنس الظاهرة بالجدول يتضح أن 22 مفردة بنسبة 22% من مفردات العينة من جنس الذكور ، فيما بلغ عدد الإناث 78 مفردة بنسبة 78%، نفس ذلك بحكم أن عدد الإناث في المؤسسات الجامعية أكبر من عدد الذكور .

جدول 02 : يوضح متغير السن

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
18 - 21	43	% 43
21 - 24	38	%38
24 - 27	16	%16
أكثر من 27	3	%03
المجموع	100	%100

يوضح الجدول أعلاه خصائص العينة المدروسة، ومن خلال فحص بيانات متغير السن يتضح أن الفئة العمرية التي كانت تتراوح أعمارهم ما بين 18-21 سنة هي أكبر فئة بنسبة 43 % وبتكرار 43 مفردة ، يليها أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم ما بين 21-24 سنة بنسبة 38 % وبتكرار 38 مفردة ، وبنسبة أقل نجد أفراد العينة التي تتراوح أعمارهم ما بين 24-27

سنة بنسبة 16% ويتكرر 16 مفردة وأما الفئة الأخيرة 27 سنة فما فوق وجدنا نسبة 03% ويتكرر 03 ونجد أن هذه النتائج منطقية بالنسبة إلى طلبة جامعيين .

جدول 03: يوضح متغير المستوى الجامعي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الجامعي
78%	78	طلبة الليسانس
22%	22	طلبة الماستر
100%	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم (03) أن أفراد العينة مستوى ليسانس هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة بنسبة 78% وأفراد العينة مستوى ماستر هي فئة قليلة بنسبة 22% ، وهذا لاعتمادنا على العينة الحصصية حيث اخذنا 15% من كل مستوى.

عرض وتحليل الجداول :

المبحث الأول : عادات وأنماط استخدام طلبة الإعلام والاتصال لموقع الفيسبوك

جدول رقم (04) : يمثل الجهاز المستخدم للتصفح الفيسبوك .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
الهاتف النقال	82	82%
حاسوب محمول	00	00%
حاسوب ثابت	00	00%
استخدام وسيلتين	12	12%
استخدام ثلاث وسائل	06	06%
المجموع	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في الولوج إلى شبكة الفيسبوك وذلك بنسبة 82 % وهذا يعود إلى توفر الهاتف النقال وبساطة استخدامه ، وإمكانية استعماله في أي مكان ناهيك عن استخداماته المتعددة ، في حين نجد 12 % من المبحوثين يستعملون وسيلتين للاتصال بالفيسبوك وبنسبة أقل 6 % من المبحوثين الذين يستخدمون ثلاث وسائل للولوج إلى موقع الفيسبوك وبنسبة منعدمة تمثلت في استخدام كل من الحاسوب المحمول والحاسوب الثابت على حدا .

جدول رقم(05) : يمثل الأماكن المفضلة للمبحوثين لتصفح الفيسبوك .

النسبة المئوية%	التكرار	مكان الاستخدام
78%	78	المنزل
4%	4	مقهى الانترنت
15%	15	الجامعة
3%	3	مكان آخر
100%	100	المجموع

يمثل الجدول رقم (05) الأماكن التي يفضلها المبحوثين لاستخدام الفيسبوك حيث يوضح أن ما نسبته 78 % من أفراد العينة يفضلون استخدام الفيس بوك في المنزل وهذا راجع لانشغال المبحوثين في باقي الأوقات ناهيك عن توفر الانترنت في المنزل ، في حين أن نسبة 15 % يفضلون استخدام الفيسبوك في الجامعة و4% يفضلون مقاهي الانترنت ، كما تفضل نسبة قليلة من المبحوثين أماكن أخرى لاستخدام الفيسبوك على غرار أماكن العمل وغيرها وذلك ما نسبته 3% .

جدول رقم (06) : يمثل الأماكن المفضلة للمبحوثين لتصفح الفايسبوك حسب متغير المستوى الجامعي

المجموع الكلي		ماستر		الليسانس		المستوى البيانات
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
78%	78	50%	11	85,90%	67	المنزل
04%	04	09,09%	02	02,56%	02	مقهى الانترنت
15%	15	27,27%	06	11,54%	09	الجامعة
03%	03	13,64%	03	00%	00	مكان آخر
100%	100	100%	22	100%	78	المجموع

من خلال تحليل نتائج الجدول رقم (06) يتضح أن طلبة الليسانس يفضلون تصفح الفايسبوك في المنزل بنسبة 85,90% مقارنة بـ 50% من طلبة الماستر ،ونجد 27,27% من طلبة الماستر يفضلون تصفح الموقع في الجامعة مقارنة بـ 11,54% من طلبة الليسانس ، ونجد 13,64% من طلبة الماستر يفضلون تصفح الموقع في مكان العمل ،أما تصفح الموقع في مقهى الانترنت فنجد 02,56% بالنسبة لطلبة الليسانس و 09,09% بالنسبة لطلبة الماستر .

نستنتج من خلال ذلك أن طلبة الليسانس أكثر استخدام للموقع الفيسبوك في المنزل .

جدول رقم (07) : الفترات المفضلة لديك لتصفح الفيسبوك .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
صباحا (من الساعة 6 إلى الساعة 12)	15	15%
مساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)	19	19%
ليلا (من الساعة 18 إلى منتصف الليل)	62	62%
هزيعا (من منتصف الليل إلى الساعة 6)	04	04%
المجموع	100	100%

بفحص نتائج الجدول رقم (07) يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الفيسبوك ليلا من الساعة السادسة إلى منتصف الليل وذلك بنسبة 62% ، في حين يفضل ما نسبته 19% استخدام الفيسبوك في المساء ، و 15% صباحا وتفضل استخدامه نسبة 4% منهم هزيعا ، ويبدو هذا الترتيب منطقيا حيث أن الفترة المسائية والفترة الليلية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة.

ونجد بأن عددا قليلا من المستخدمين يفضلون الإبحار في الموقع صباحا ، وقد يكون ذلك الوقت هو الوقت الأنسب بالنسبة لمن يتصفحون الموقع من أماكن العمل مثلا أو باعتبار الفترة الصباحية هي وقت فراغ بالنسبة للبعض ، ويمكن تبرير قلة استخدام الفيسبوك في فترة الهزيع لان الوقت متأخر ولان اتصال الأصدقاء يكون قليلا مقارنة بالفترات السابقة الأكثر استقطابا للمستخدمين .

جدول رقم (08) : يمثل الأوقات المفضلة لاستخدام الفيسبوك حسب متغير السن

السن	21 - 18		24 - 22		27 - 25		أكثر من 27		المجموع
	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	
صباحا	11,62	05	15,79	06	18,75	03	33,33	01	15
مساء	18,60	08	23,68	09	12,50	02	%00	00	19
ليلا	62,80	27	57,90	22	68,75	11	66,64	02	62
هزيعا	06,98	03	02,63	01	%00	00	%00	00	04
المجموع	%100	43	%100	38	%100	16	%100	03	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) أن المبحوثين من مختلف الفئات العمرية يفضلون استخدام الموقع ليلا حيث مثل مستخدمو الموقع ليلا بالنسبة لافراد العينة بين 18 - 21 سنة نسبة 62,80% و 57,90% بالنسبة لمن هم بين 22 - 24 سنة و 68,75% بالنسبة لمن هم بين 25 - 27 سنة مقابل 66,64% للمبحوثين أكثر من 27 سنة .

وتأتي الفترة المسائية هي الثانية من حيث التفضيلات خاصة بالنسبة للفئة العمرية 22-24 سنة بنسبة 23,68% تليها الفئة الأولى بين 18-21 سنة بنسبة 18'60% وتليها الفئة

العمرية بين 25-27 بنسبة 12,50% في حين كان استخدام الفيسبوك في الفترة المسائية منعدم بالنسبة للفئة أكثر من 27 سنة.

ونلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أفراد العينة بين 25-27 أكثر استخداما لموقع الفيسبوك في الفترة الصباحية بنسبة 33,33% مقارنة ب 18,75% لمن هم بين 25-27 سنة و 19,79% لمن هم بين 22-24 سنة و 11,62% للفئة العمرية بين 18-21 سنة

وتأتي فترة الهزيع في الأخير من حيث تفضيلات الاستخدام فنجد الفئة العمرية بين 18 - 21 سنة بنسبة 06,98% تليها الفئة العمرية بين 22-24 سنة بنسبة 02,63% في حين كانت منعدمة لكل من الفئتين بين 25 - 27 سنة وفئة أكثر من 27 سنة ويعود ذلك إلى قلة التفاعل في هذا الوقت المتأخر من الليل وخلود الأصدقاء للنوم .

وتظهر بعض فروق الاستخدام بين مختلف الفئات العمرية نظرا لتفاوت النسب بين مختلف الخيارات . فالبرغم من أن أغلبية المستخدمين يفضلون استخدام الموقع ليلا إلى أن أفراد العينة بين 22-24 سنة يميلون لاستخدام مساء أكثر من بقية الفئات العمرية ، وتأتي تفضيلات الاستخدام عادة وفقا لأوقات الفراغ وظروف العمل والدراسة بالنسبة لمختلف الفئات العمرية .

جدول رقم (09) : يمثل الأوقات المفضلة لاستخدام الفيسبوك بالنسبة لمتغير الجنس

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس البيانات
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
15%	15	11,54%	09	27,27%	06	صباحا
19%	19	17,95%	14	22,73%	05	مساء
62%	62	67,95%	53	40,91%	09	ليلا
04%	04	02,56%	02	09,09%	02	هزيعا
100%	100	100%	78	100%	22	المجموع

توضح نتائج الجدول رقم (09) بان نسبة الإناث الذين يميلون إلى استخدام المواقع ليلا أكثر من نسبة الذكور حيث بلغت 67,95% مقابل 40,91% من الذكور في حين نجد بأن ذكور العينة أكثر استخداما للفيسبوك في الفترة الصباحية بنسبة 27,27% مقارنة بالإناث الذين يستخدمونه في نفس الفترة بنسبة 11,54% ومن جهة آخر نلاحظ أن الذكور أكثر استخداما للموقع في الفترة المسائية بنسبة 22,73% مقارنة بنسبة 17,95% من الإناث الذين يفضلون استخدامه في نفس الفترة وكذلك نجد ما نسبته 09,09% من الذكور يستخدمون الفيسبوك في فترة الهزيع وبنسبة أقل نجد 02,56% من إناث العينة يستخدمون الفيس بوك في نفس الفترة .

وما نستنتجه من هذه الملاحظات انه ليس هنالك فروق كبيرة في تفضيل الاستخدام بين الذكور والإناث حيث نلاحظ بأن كلا الجنسين يفضلون الاستخدام ليلا ، حيث أننا نلمس بأن الإناث

أكثر تفضيلاً للفترة الليلية مقارنة بالذكور وربما لأن الفترة الليلية تناسب أوقات فراغ الإناث في حين أننا نجد بأن الذكور توزع استخدام الفيسبوك على مختلف الفترات.

جدول رقم (10) : يمثل الوقت الذي يقضيه الطلبة يوميا في استخدام الفيسبوك

البيانات	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من ساعة	16	16%
من ساعتين إلى ثلاث ساعات	38	38%
أكثر من ثلاث ساعات	46	46%
المجموع	100	100%

نلاحظ أن أغلب المبحوثين يقضون في تصفحهم لموقع الفيسبوك أكثر من ثلاث ساعات وذلك ما نسبته 46% في حين يقضي ما نسبته 38% من ساعتين إلى ثلاث ساعات في استخدام الفيسبوك فيما يستغرق ما نسبته 16% أقل من ساعة .

ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو الفيسبوك وقت استخدامهم للموقع ومشاركته أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع، وهذا ما من شأنه أن يؤدي إلى تضييع الكثير من الوقت ، وإهمال الكثير من الواجبات والأعمال .

جدول رقم (11) : يبين الوقت المستغرق في استخدام الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع الكلي		الاناث		الذكور		البيانات
		النسبة المتئوية%	التكرار	النسبة المتئوية%	التكرار	
16	%16	12	%15,38	04	%18,18	أقل من ساعة
38	%38	30	%38,47	08	%36,37	من ساعة إلى ساعتين
46	%46	36	%46,15	10	%45,45	أكثر من ثلاث ساعات
100	%100	78	%100	22	%100	المجموع

من خلال قراءتنا لنتائج الجدول رقم (11) تبين أن الإناث يقضون وقتاً أطول في استخدام الفيسبوك حيث تبين نتائج الجدول أن 46,15% من الإناث يستغرقون أكثر من ثلاث ساعات في استخدام الموقع ، في حين يقضي نسبة 45,45% من الذكور في نفس الفترة مقابل 36,37% من الذكور يتصفحون الموقع من ساعتين إلى ثلاث ساعات و 38,47% من الإناث في نفس الفترة ، ويقضي 18,18% من الذكور أقل من ساعة في حين نجد 15,38% من الإناث يتصفحون الموقع في نفس الفترة .

ويتبين من النتائج أن هنالك تقارب بين الذكور والإناث في شدة تعلقهم بموقع الفيسبوك ويخصصون له وقتاً كافياً .

جدول رقم (12) : يبين الوقت المستغرق في استخدام الفيسبوك حسب متغير السن :

المجموع الكلي		أكثر من 27		27 - 25		24 - 22		21 - 18		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البيانات
المئوية %		المئوية %		المئوية %		المئوية %		المئوية %		
16%	16	66,67%	02	31,25%	05	10,53%	04	11,63%	05	أقل من ساعة
38%	38	33,33%	01	43,75%	07	34,21%	13	39,53%	17	من ساعتين إلى ثلاث ساعات
46%	46	00%	00	25%	04	55,26%	21	48,84%	21	أكثر من ثلاث ساعات
100%	100	100%	03	100%	16	100%	38	100%	43	المجموع

يلاحظ المتأمل لنتائج الجدول رقم (12) أن أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 24-22 سنة أكثر استخداما لموقع الفيسبوك مقارنة بالفئات العمرية الأخرى ، حيث يستغرق 55,26% منهم أكثر من ثلاث ساعات مقابل 48,84 % الذين تتراوح أعمارهم بين 21-18 سنة و 25 % بالنسبة للفئة العمرية بين 27 - 25 سنة وبالنسبة للفئة العمرية فوق 27 سنة فكانت منعدمة .

وتشير نتائج الجدول إلى أن الفئات الأقل استخداما للموقع هم فئة أكثر من 27 سنة حيث تستغرق 66,67 % منهم أقل من ساعة ، أما المبحوثين بين 27 - 25 سنة فغالبيتهم

يستغرقون من ساعتين إلى ثلاث ساعات في استخدام موقع الفيسبوك بنسبة 43,75% تليهم 31,25% يقضون أقل من ساعة .

وتبين نتائج الجدول أن الفئة العمرية بين 22- 24 سنة أكثر إيمانا على موقع الفيسبوك ، نظرا لجلوس أغلبهم لأكثر من ثلاث ساعات مع الموقع مقارنة ببقية الفئات العمرية .

جدول رقم(13) : خدمات الفيسبوك المفضلة عند الطلبة .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
مشاركة الصور	8	8 %
مشاركة الروابط	00	00%
مشاركة فيديو	02	02%
الدرشة	28	28%
التعليقات	05	05%
خدمات	36	36%
ثلاث خدمات فأكثر	21	21%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول رقم (13) خدمات الفيسبوك التي يفضلها المبحوثين ، حيث تبرز النتائج أن أغلبية المبحوثين يفضلون خدمات في الفيسبوك وذلك بنسبة 36 % نظرا للخدمات المتعددة التي يقدمها الفيسبوك والتي يميل إليها المبحوثين خاصة لتحقيق التفاعل داخل الصفحات والمجموعات إلي ينتمون إليها في حين نجد ما نسبته 28% يفضلون خدمة الدردشة فقط والتواصل مع الأصدقاء وهو ما يبرز الدور الأساسي لموقع الفيسبوك في عملية التواصل مع الآخرين ، وبنسبة أقل نجد 21% يفضلون ثلاث خدمات فأكثر ويرى البعض أن خدمة

مشاركة الصور هي أحسن خدمة يقدمها الفيسبوك وذلك بنسبة 8% وبنسبة ضئيلة نجد 5% يفضلون التعليقات فقط وبنسبة منعدمة تمثلت خدمة مشاركة الروابط فقط .

جدول رقم (14) : يمثل طبيعة المجموعات التي يتفاعل فيها الطلبة.

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
سياسية	03	03 %
اجتماعية	11	11 %
ثقافية	02	02 %
ترفيهية	05	05 %
إعلامية	03	03 %
أخرى (دينية ،رياضية)	00	00 %
اختيار مجموعتين	28	28 %
اختيار ثلاث مجموعات فأكثر	48	48 %
المجموع	100	100 %

كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يتفاعلون في ثلاث مجموعات فأكثر بلغت نسبة 48 % ، وبنسبة أقل نجد 28 % من المبحوثين يتفاعلون في مجموعتين ويرجع تعدد المجموعات التي يتفاعل فيها المبحوثين إلى اختلاف مضمون هذه المجموعات وكون الطلبة يميلون كثيرا إلى الموضوعات التي يغلب عليها التحليل والنقاش والحوار وحب التطلع على مختلف المستجدات ورفع المستوى المعرفي بمختلف الشؤون ، و نجد أن المجموعات الاجتماعية الأعلى نسبة من بين المجموعات المقترحة على المبحوثين ذلك بنسبة 11% وهو ما يعكس خاصية التفاعل والتواصل الاجتماعي في الفيسبوك ، وكذلك نجد أن هناك من

يفضل التفاعل في المجموعات الترفيهية حيث بلغ ذلك نسبة 05% ، ونسبة متساوية نجد 03% لكل من الطلبة الذين يتفاعلون في المجموعات السياسية والإعلامية ، ونسبة أقل لدينا 02% يفضلون التفاعل في المجموعات الثقافية فقط ، في حين نجد التفاعل في المجموعات الدينية والرياضة على حدا تفاعل منعدم .

المبحث الثاني : استخدام الفيسبوك من طرف الطلبة يزيد من الوعي السياسي

جدول رقم (15): مفهوم الوعي السياسي .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
الانخراط في الأحزاب السياسية	13	13 %
نشر توجه معين	23	23 %
مناصرة حزب معين	11	11 %
المشاركة السياسية	53	53 %
المجموع	100	100 %

يلاحظ المتأمل لنتائج الجدول رقم (15) أن أغلبية أفراد العينة يصطلحون على أن مفهوم الوعي السياسي هو المشاركة السياسية وذلك ما نسبته 53% و في المرتبة الثانية نجد نسبة 23% من المبحوثين أجابوا على أن الوعي السياسي هو نشر توجه معين ، أما بالنسبة إلى المبحوثين الذي يرون أن الوعي السياسي هو الانخراط في الأحزاب السياسية كانت النسبة لا تتعدى 13% وبنسبة أقل 11% من المبحوثين يرون أن مفهوم الوعي السياسي هو مناصرة حزب معين .

جدول رقم (16) : استخدام موقع الفيسبوك أدى إلى معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	35	35%
نوعا ما	47	47%
لا	18	18%
المجموع	100	100%

نلاحظ من نتائج الجدول رقم (16) أن إجابات الطلبة كانت متفاوتة حيث نجد نسبة 47% يرون أن موقع الفيسبوك أدى نوعا ما إلى معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 ، في حين هناك نسبة 35% يؤكدون علأن الفيسبوك أدى إلى معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 ، بينما نسبة 18% من الطلبة يرون بان الفيسبوك لم يؤدي إلى معرفة الأوضاع السياسية . وهو ما يظهر أن شبكة الفيسبوك هي المصدر الرئيسي لطلبة من اجل معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 .

جدول رقم (17) : يمثل مساهمة الفيس بوك في تنمية المعارف السياسية لطلبة

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
كثيرا	32	32%
قليلًا	46	46%
لم يساهم	22	22%
المجموع	100	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 46% من أفراد العينة يرون أن موقع الفيسبوك يساهم بنسبة قليلة في تنمية المعارف السياسية ، ونجد نسبة 32% يرون أن الفيسبوك يساهم بنسبة

كبيرة في تنمية المعارف السياسية ، ونفسر ذلك إلى الانتشار الواسع لصفحات والمجموعات السياسية والنقاشات المفتوحة ،بينما نسبة 22% تعتقد أن موقع الفيس بوك لا يساهم في تنمية المعارف السياسية وهذا قد يعود إلى غياب المصادقية .

جدول رقم (18) : يمثل مساهمة موقع الفيسبوك في تنمية المعارف السياسية

حسب متغير الجنس :

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس البيانات
		النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
32%	32	33,33%	26	27,27%	06	كثيرا
46%	46	44,88%	35	50%	11	قليلا
22%	22	21,79%	17	22,73%	05	لم يساهم
100%	100	100%	78	100%	22	المجموع

يمثل الجدول مساهمة موقع الفيسبوك في تنمية المعارف السياسية لذكور وإناث العينة ، وتبين النتائج أن 50% من الذكور و 44,88% من الإناث يرون بأن الفيسبوك يساهم في تنمية المعارف السياسية بنسبة قليلة ،ونجد 27,27% من الذكور و 33,33% من الإناث يرون أن الفيسبوك يساهم بنسبة كبيرة في تنمية المعارف السياسية ، في حين نجد ما نسبته 22,73% من الذكور و 21.79% من الإناث يرون بان الفيسبوك لم يساهم في تنمية المعارف السياسية .

وما نستنتجه من الملاحظات أن النسب كانت متقاربة بين الذكور والإناث .

جدول رقم(19) : هل يمكنك موقع الفيسبوك من التفاعل حول آرائك السياسية .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	43	% 43
لا	57	% 57
المجموع	100	% 100

يوضح الجدول رقم (19) أن نسبة 57 % من الطلبة أجابوا بان موقع الفيسبوك لا يمكنهم من التفاعل والتعبير عن آرائهم السياسية للمستخدمين ،ومرد ذلك إلى خوف الطلبة من تعرض مستقبلهم للخطر والملاحظات الأمنية ، ونجد نسبه 43% أجابوا بنعم واعتبروا أن موقع الفيسبوك قد منح لهم فضاء لتعبير عن آراءهم وتفاعلهم السياسي بكل حرية .

نستنتج من خلال ما سبق أن موقع الفيسبوك لازال عاجزا عن تحقيق أكبر قدر من التفاعل السياسي و تلبية الحاجيات السياسية .

جدول رقم (20) : يمثل تمكن الفيسبوك من عدمه في تحقيق التفاعل السياسي حسب متغير الجنس :

المجموع الكلي		إناث		ذكور		الجنس البيانات
النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	
43%	43	41,03%	32	50%	11	نعم
57%	57	58,97%	46	50%	11	لا
100%	100	100%	78	100%	22	المجموع

يلاحظ المتأمل لنتائج الجدول رقم (20) أن كل من الذكور والإناث لا يعتبرون الفيسبوك موقعا يمكنهم من تحقيق التفاعل حول آرائه وأفكارهم السياسية بكل حرية وذلك بنسبة 50% من الذكور و 58,97% من الإناث ، في حين يرى البعض الآخر العكس بنسبة 50% من الذكور و 41,03% من الإناث .

ونستنتج من خلال ذلك أن هنالك توافق بين الذكور والإناث حول التفاعل السياسي من خلال الفيسبوك لكون النتائج كانت متقاربة جدا .

جدول رقم (21): متابعة الطلبة لصفحات السياسية على الفيسبوك.

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	32	32 %
لا	68	68 %
المجموع	100	100 %

نلاحظ من خلال قراءتنا للجدول (21) يتضح أن التفاعل مع الصفحات السياسية تفاعل محدود ،حيث نسبة كبيرة من المبحوثين قدرة ب 68% لا يتابعون الصفحات السياسية على الفيسبوك . وهذا يعود إلى أن أغلبية الطلبة لا يولون اهتماما بالقضايا السياسية في ظل حداثة معظم الأحزاب السياسية وغياب الثقة في الشخصيات المطروحة على الساحة السياسية ، في حين نجد نسبة 32% يتابعون الصفحات السياسية .

جدول رقم (22) : هل تمكن مواقع الفيسبوك الطلبة من الانخراط في الأحزاب السياسية .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	23	23 %
لا	77	77 %
المجموع	100	100 %

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن أغلبية الطلبة يرون أن موقع الفيسبوك لا يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية بنسبة 77% في حين ترى نسبة 23% من المبحوثين أن موقع الفيسبوك يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية . ومرد ذلك إلى قلة التواصل

المبحوثين مع الأحزاب السياسية في حين هذه الأخيرة لا تملك برامج إيدولوجية قادرة على استقطاب الشباب وليس في جعبتها ما يغري الشباب بالانخراط فيها .

جدول رقم (23) : يمثل انخراط المبحوثين في الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك وعلاقته بمتغير السن :

البيانات	السن		21 - 18		24 - 22		27 - 25		أكثر من 27		المجموع	
	تكرار	النسبة المئوية%	تكرار	النسبة المئوية%	تكرار	النسبة المئوية%	تكرار	النسبة المئوية%	تكرار	النسبة المئوية%	تكرار	النسبة المئوية%
نعم	07	16,28 %	10	26,31 %	05	31,25 %	01	33,33 %	23	23 %		
لا	36	83,72 %	28	73,69 %	11	68,75 %	02	66,67 %	77	77 %		
المجموع	43	100 %	38	100 %	16	100 %	03	100 %	100	100 %		

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (23) أن الفئة العمرية أكثر من 27 سنة هي أكبر فئة ترى بأن الفيسبوك يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية بنسبة 33,33 % تليها الفئة العمرية بين 27-25 سنة بنسبة 31,25 % وبنسبة أقل الفئة العمرية 24 - 22 سنة بنسبة 26,31 % في حين نجد 16,25 % تمثل الفئة العمرية بين 21 - 18 سنة .

ونلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية بين 21 - 18 سنة يرون أن الفيسبوك لا يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية وذلك بنسبة 83,72 % وهي أكبر تليها الفئة العمرية بين 25 - 22 سنة بنسبة 73,69 % و 68,75 % تمثل الفئة العمرية بين 27 - 24 سنة ونسبة 66,67 % هي الفئة أكثر من 27 سنة .

نستنتج أن أغلبية المبحوثين على اختلاف فئاتهم العمرية يرون أن الفيسبوك لا يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية مع الإشارة إلى أن الفئة العمرية من 25 - 27 سنة فأكثر شكلت نسبة الإجابة بلا أقل من الفئات العمرية الأخرى وهو ما يظهر ازدياد الوعي السياسي مع التقدم في العمر .

جدول رقم (24) : يمثل انخراط المبحوثين في الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك وعلاقته بمتغير الجنس :

البيانات	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
نعم	19	67,86%	04	05,56%	23	23%
لا	09	32,14%	68	94,44%	77	77%
المجموع	28	100%	72	100%	100	100%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (24) الذي يمثل إمكانية الفيسبوك من انخراط الذكور والإناث في الأحزاب السياسية حيث نلاحظ أن أغلبية الذكور يرون أن الفيسبوك يمكن من الانخراط في الأحزاب السياسية وذلك بنسبة 67,86 % و 05,56% من الإناث في حين ترى 94,44% من الإناث و 32,14% من الذكور العكس .

ونستنتج من خلال ذلك أن الذكور أكثر اهتماما بالحياة السياسية و تربطهم علاقات مع الأحزاب السياسية على عكس الإناث الذين يبدون بعيدين جدا عن الشؤون السياسية .

جدول رقم (25) : يمثل لنا انخراط المبحوثين في الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك وعلاقته بمتغير المستوى الجامعي :

المجموع		ماستر		ليسانس		المستوى
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	النسبة المئوية%	التكرار	البيانات
%23	23	%59,10	13	%12,82	10	نعم
%77	77	%40,90	09	%87,18	68	لا
%100	100	%100	22	%100	78	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) أن أغلبية المبحوثين أجاب بلا وذلك بنسبة %87,18 لطلبة الليسانس و %40,90 من طلبة الماستر ، في حين نجد %59,10 من طلبة الماستر أجابوا بنعم و %12,82 من طلبة الليسانس أجابوا بلا وهو ما يظهر أن ارتفاع المستوى العلمي يؤثر في الوعي السياسي .

المبحث الثالث : تأثير الفيسبوك على محليات 2017 .

جدول رقم (26) : هل مكنك الفيسبوك من متابعة محليات 2017 .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	79	79 %
لا	21	21 %
المجموع	100	100 %

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) أن نسبة 79% قد تمكنوا من متابعة محليات 2017 من خلال الفيسبوك ، نظرا للمكانة التي أصبح يتمتع بها هذا الموقع لدى الطلبة الجامعيين والاعتماد عليه في معرفة المستجدات السياسية خاصة خلال فترة الانتخابات المحلية ، في حين نجد أن نسبة 21% لم يتابعوا محليات 2017 من خلال الفيسبوك .

جدول رقم (27) : هل يؤثر الفيسبوك على التوجهات السياسية للطلبة .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	32	32 %
لا	68	68 %
المجموع	100	100 %

من خلال قراءتنا للجدول رقم (27) لاحظنا أن الفيسبوك لا يؤثر على التوجهات السياسية لأغلب المبحوثين بنسبة 68% ، ونجد 32% من الطلبة يرون أن الفيسبوك يؤثر على توجهاتهم السياسية وهذا يعود إلى التركيز الكبير للمبحوثين بالمجالات الرياضية والترفيهية والاجتماعية ، وضعف الهاجس السياسي وقلة اهتمام ومتابعة الطلبة للأحداث السياسية من خلال الفيسبوك .

جدول رقم (28) : مساهمة موقع الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	57	57%
لا	43	43%
المجموع	100	100%

تبين لنا من خلال قراءتنا للجدول رقم (28) أن نسبة 57% من المبحوثين يرون أن الفيسبوك قد ساهم في تسيير الحملة الانتخابية في حين يرى البعض الآخر ما نسبته 43% يرون العكس ونفسر ذلك بالانتشار الواسع للفيسبوك واعتماد الأحزاب السياسية على الموقع في نشر مشاريعهم ، و كسب أكبر قدر من المؤيدين للحزب ، والعمل على التسويق الهادف إلى إيصال المرشح للمنصب الانتخابي .

جدول رقم (29) : مساهمة موقع الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية حسب متغير المستوى الجامعي .

المجموع الكلي		ماستر		الليسانس		المستوى
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	البيانات
%57	57	%68,18	15	%53,85	42	نعم
%43	43	%31,82	07	%46,15	36	لا
%100	100	%100	22	%100	78	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (29) أن هنالك توافق بين طلبة الليسانس وطلبة الماستر حول مساهمة الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية فنجد %53,85 من طلبة الليسانس و %68,18 من طلبة الماستر والتي تمثل النسبة الأكبر أجابوا بان الفيسبوك يساهم في تسيير الحملة الانتخابية ،و %46,15 من طلبة الليسانس و %31,82 من طلبة الماستر يرون العكس .

جدول رقم (30) : يمثل اشتراك الطلبة في الصفحات الخاصة بالأحزاب التي يناصرونها .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	18	% 18
لا	82	% 82
المجموع	100	% 100

يوضح لنا الجدول أن أغلبية المبحوثين لا يشتركون في الصفحات السياسية التي يناصرونها وذلك بنسبة 82% في حين نجد نسبة 18% من الطلبة لديهم اشتراك في الصفحات الخاصة بالحزب الذي يناصرونه . وهذا راجع إلى نقص الاهتمام بالأحزاب السياسية وغياب المصداقية وما قدمته الأحزاب السياسية . وغياب التأطير الفعلي لأجيال الغد الأمر الذي يمكن تفسيره بغياب تدبير استراتيجي واضح للفعل السياسي . والطابع التقليدي الذي مازال يغلب على عملية الاستقطاب الحزبي .

جدول رقم (31) : يمثل اشتراك المبحوثين في الصفحات السياسية التي يناصرونها وعلاقته بمتغير الجنس .

المجموع الكلي		الإناث		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البيانات
المئوية%		المئوية%		المئوية%		
18%	18	15,38%	12	27,27%	06	نعم
82%	82	84,62%	66	72,73%	16	لا
100%	100	100%	78	100%	22	المجموع

يتبين لنا من خلال قراءتنا للجدول رقم (30) أن 84,62% من الإناث و 72,73% من الذكور لا يشتركون في الصفحات السياسية التي يناصرونها ، في حين نجد 27,27% من الذكور و 15,38% من الإناث يشتركون في الصفحات السياسية .

ويعود ذلك إلى أن المبحوثين لا يشتركون في الصفحات السياسية و ضعف الروابط التي تربطهم بالقضايا السياسية و ضعف إلمام واهتمام المواطن بالحقل السياسي ، مما يؤدي إلى عزوف سياسي ، ونجد أن الذكور أكثر اهتماما بالمعارف السياسية من الإناث .

جدول رقم (32) :هل الطلبة أعضاء في المجموعات الخاصة الحزب الذي يناشدونه .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	21	% 21
لا	79	% 79
المجموع	100	% 100

بفحص نتائج الجدول رقم (32) يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة ليسوا أعضاء في المجموعات الخاصة بالأحزاب التي يناشدونها وذلك بنسبة 79% ، في حين نجد 21% منهم منظمين إلى المجموعات الخاصة بالحزب الذي يناصرونه . نستنتج من خلال ذلك أن المجموعات السياسية لا تستهوي أغلبية المبحوثين وليس لديهم ميول سياسي واتساع الهوة بين القطاع السياسي وانتظارات الطلبة .

جدول رقم (33) : يمثل مدى تمكن الفيسبوك من إيجاد قناة لتواصل بين الطلبة والأحزاب السياسية ومن خلال ماذا تواصلوا .

البيانات	التكرار	النسبة المئوية %	النسبة الإجمالية %
نعم	المجموعات السياسية	12	12 %
	الصفحات السياسية	09	09 %
	مكالمات المسنجر	00	00 %
	الدرشة	02	02 %
	تواصل بطريقتين	11	11 %
لا	66	66 %	66 %
المجموع	100	100 %	100 %

بفحص نتائج الجدول رقم (33) يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين لا يتفاعلون مع الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك بنسبة 66% ، ونفس ذلك بالجفاء بين الشباب الجامعي والأحزاب السياسية ، في حين نجد 34% من المبحوثين يتفاعلون مع الأحزاب السياسية وأغليبتهم يتواصلون مع الأحزاب من خلال الانضمام إلى المجموعات السياسية بنسبة 12% ونسبة 11% يتواصلون مع الأحزاب بطريقتين سواء عن طريق المجموعات والصفحات السياسية معا أو الدردشة والصفحات السياسية ، ونجد 09% يتواصلون عن طريق الصفحات السياسية فقط و 02% يتواصلون مع الأحزاب عن طريق الدردشة فيما كان التواصل عن طريق مكالمات المسنجر بنسبة منعدمة .

نستنتج من خلال ذلك أن هنالك تفاعل محدود بين المبحوثين والأحزاب السياسية من خلال المجموعات والصفحات السياسية، إلى أنها تبقى الفضاء الوحيد المتوفر للطلبة لتواصل مع الأحزاب السياسية من خلال الفيسبوك.

جدول (34) : يمثل تفاعل الطلبة من خلال الفيسبوك مع الأحزاب السياسية وكيف تفاعلوا معها .

البيانات	كيفية تفاعل الطلبة مع الأحزاب السياسية	التكرار	النسبة المئوية %	النسبة الإجمالية %
نعم	مشاركة الصور	02	%02	% 24
	مشاركة الروابط	01	% 01	
	مشاركة فيديو	00	% 00	
	الدرشة	00	% 00	
	التعليقات	17	% 17	
	تفاعل بطريقتين	04	% 04	
	أخرى	00	% 00	
لا		76	% 76	%76
المجموع		100	% 100	% 100

من خلال قراءتنا لنتائج الجدول رقم (34) يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يرون أن الفيسبوك لا يعتبر قناة تواصل بين الطلبة والأحزاب السياسية وذلك بنسبة 66% ، وهذا راجع لغياب ثقافة المشاركة السياسية من قبل الطلبة ، فيما نجد 24% من المبحوثين يرون أن الفيسبوك يمكن من إيجاد قناة لتواصل بين الطلبة والأحزاب السياسية ، حيث نجد أن أغلبية المبحوثين

يتفاعلون مع الأحزاب السياسية من خلال التعليقات بنسبة 17% ونفس ذلك بان التعليقات هي أبسط طريقة لتفاعل والتعبير عن آراء وانتقادات المبحوثين للمنشورات السياسية و نجد نسبة 4% يتفاعلون بطريقتين وهما التعليقات ومشاركة الصور أو التعليقات والردشة ، ونجد نسبة 02% يتفاعلون من خلال مشاركة الصور ونسبة 01% من خلال مشاركة الروابط ،فيما كان التفاعل بطرق أخرى و مشاركة الروابط و الردشة على حدي بنسبة منعدمة .

نتائج الدراسة

نتائج الدراسة :

حاولت هذه الدراسة من خلال تناولها لتفاعل طلبة جامعة خميس مليانة مع الواقع السياسي في ظل الاعلام الجديد ، إبراز أهمية الفيسبوك وتأثيره على الأفراد خاصة الجامعيين منهم والتعرف على دوره في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ومدى تزويدهم بالمعلومات السياسية ، وبناءا عليه فقد خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج : أهمها :

- 1- تبين نتائج الدراسة إن الحجم الساعي الذي يقضيه المبحوثين عبر تصفح موقع الفيسبوك كبير حيث يفوق الثلاث ساعات في معظم الأحيان وذلك بنسبة 46% ، وأكثر الأوقات تفضيلا للولوج إلى هذا الموقع تمثلت في فترات الليل والفترات المسائية واغلب المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال للإبحار في موقع الفيسبوك وهذا الموقع لم يعد استخدامه يقتصر على مكان واحد وإنما يشمل أماكن متعددة أكثرها المنزل .
- 2- أما فيما يخص الإشباعات فإن الاجتماعية منها هي أكثر أنواع المحققة لأفراد العينة تليها الإشباعات الترفيهية ،ونجد أن أغلبية المبحوثين يفضلون خدمة الدردشة عبر الفيسبوك تليها خدمة مشاركة الصور والتعليقات .وتؤشر هذه النتائج على ان مستخدم الفاييسبوك مستخدم نشط لديه العديد من الحاجات التي يسعى إلى إشباعها من خلال استخدامه للموقع وانتقائه للمحتوى ، هذه الحاجات تتغير تبعا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والنفسية .

- 3- تختلف طرق استخدام موقع الفاييسبوك من مستخدم الى اخر تبعا لمتغير الجنس والسن وأغلب المبحوثين يستخدمون الموقع من أجل التواصل الالكتروني وتقارب نسب الاستخدام بين الجنسين مؤشر دال على أهمية الاتصال الالكتروني في حياتهما كليهما .

- 4- يصطلح أغلبية المبحوثين على أن مفهوم الوعي السياسي هو المشاركة السياسية وذلك بنسبة 53%. وتبين نتائج الدراسة أن استخدام الفيسبوك في الشؤون السياسية يختلف من مستخدم إلى آخر تبعا لمتغير الجنس والسن .
- 5- يساهم موقع الفيسبوك في تعزيز الوعي السياسي ، وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ، ويعتبر الفيسبوك أفضل وسيلة لتسويق السياسي الذي مكن المبحوثين من معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 بنسبة 78% فهو الوسيلة المحببة والمفضلة عند الأغلبية والتي لا يمكن الاستغناء عنها حيث يعتر الفيسبوك من الأولويات الأساسية التي لا بد من توفرها في حياتهم اليومية .
- 6- تعتبر الأحزاب السياسية ضرورية بالنسبة لأي دولة أو مجتمع في العالم كله فهي تعتبر همزة وصل بين الحاكم والمحكوم ، غير أنها أخذت منحى آخر حيث أصبح وجودها من عدمها لا يؤثر ، ونجد عزوف عن الانخراط في الأحزاب السياسية وكذلك هنالك تفاعل محدود مع الصفحات السياسية ، وهذا راجع إلى الوعود الكاذبة التي أصابت المواطن أو المجتمع بالملل وغياب الثقة في الشخصيات المطروحة على الساحة السياسية .
- 7- تبين من خلال الدراسة أن الفيسبوك أفضل وأسرع الآليات للحصول على المعلومات ، حيث تمكن أغلبية المبحوثين من متابعة محليات 2017 عبر الفيسبوك بنسبة 79% ، ونجد 57% يرون أن الفيسبوك قد لعب دورا كبيرا في تسيير الحملة الانتخاب ، غير أن موقع الفيسبوك يبقى عاجز عن التأثير في التوجهات السياسية للمبحوثين .
- 8- رغم الانتشار الواسع لموقع الفيسبوك والمكانة التي أصبح يحضى بها لدى العام والخاص ، إلى أن الصفحات والمجموعات السياسية لا تحضى باهتمام من قبل الطلبة الجامعين ويعود هذا إلى فقدان المواطن الثقة في الأحزاب السياسية واعتبارها مجرد مؤسسات فارغة المحتوى ، لا تعبر إلى عن نفسها .

خاتمة

خاتمة:

يعد الإعلام الجديد بتطبيقاته ووسائطه ووسائله المختلفة، أهم ما توصلت إليه البشرية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بداية هذه الألفية، وقد شغل بال المفكرين والباحثين في العديد من المجالات، نظرا للثورة التي جاء بها في مختلف نواحي الحياة، حيث غير العديد من المسلمات والعادات التي كانت سائدة قبله فقد جاء بثورة اتصالية غير مسبوقه سهلت وبسرت التواصل والتفاعل بين الأفراد مهما كانت المسافات الفاصلة بينهم، كما ساهم في تطوير العديد من المجالات والبياديين، بدءًا بالإعلام والبحث العلمي وغيرها من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية و السياسية في المجال السياسي غير الإعلام الجديد قواعد النشاط السياسي، الذي كان يعتمد على إعلام موجه لتحقيق تنشئة سياسية محددة وموجهة ومؤطرة بأيدولوجية معينة تتبناها الدولة وتسهر على غرسها في مواطنيها، أما الإعلام الجديد فقد قام بهذه المهمة (التنشئة السياسية) بالمزيد من الانفتاح، متجاوزا كل الممنوعات والمحظورات، لأنه يتيح للفرد الاطلاع على كل ما يريد سواء أعجب دولته ذلك أم لا، ولم يقف عند هذا الحد بل سهل المشاركة السياسية للأفراد، فأصبح بإمكان الفرد أن يكون ناشطا سياسيا دون الحاجة إلى الانخراط في أي حزد سياسي، ويكتفي بإنشاء مدونة أو حساب على الشبكات الاجتماعية ومن خلاله يبيث أفكاره وآرائه إزاء مختلف القضايا التي تشغل باله، ويحصل على المساند من الأفراد آخرين الذين لهم نفس اهتماماته، وبذلك يصبح شخصية سياسية معروفة ولها وزنها على المستوى السياسي للبلد. كما يتيح الإعلام الجديد حرية أكبر للناشطين الإلكترونيين تتجاوز تلك التي يتمتع بها أي مناضل في حزد انهم ينتمون الفضاء افتراضي يمكنهم من إخفاء أسمائهم والنضال بأسماء مستعارة.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المراجع

ا-الكتب:

- 1- موريس أنجرس سعيد سبعون كمال أبو شرف ,ترجمة بوزيد صحراوي, منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية, دار القصة للنشر
- 2- احمد بن مرسلي, مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال
- 3- بالقاسم سلاطنية, حسان الجيلاني , منهجية العلوم الاجتماعية دار الهدى للطبع والنشر والتوزيع ,الجزائر, 2004
- 4- علي غربي ,أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ,دار النشر 2006
- 5- فاطمة عوض صابر , ميرفت علي , اسس ومبادئ البحث العلمي , مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية مصر
- 6- عباس مصطفى صادق , الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ط1 , دار الشروق للنشر و التوزيع, عمان , الاردن 2008
- 7- احمد حسين اللقاني - علي جمال-معجم المصطلحات التربوية:المعرفة في المنهج وطرق التدريس, القاهرة, عالم الكتب, 1996
- 8- محمد سلطان, وسائل الاعلام و الاتصال ,ط1, عمان ,دار المسيرة, 2011
على خليل شقرة ,الاعلام الجديد ,شبكات التواصل الاجتماعي ,ط1, عمان ,دار أسامة للنشر و التوزيع 2014
- 9- بدر الدين بلملاوي ,دور الاعلام الجديد في الممارسة و التنشئة السياسية, مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية, العدد 29 /جوان 2017ص3-4
- 10- قنديلجي ، عامر ابراهيم و السامرائي، ايمان فاضل : شبكة المعلومات والاتصالات ، دار المسيرة للنشر، الطبعة الثانية

- 11- عبد الرزاق الدليمي، الاعلام الجديد و الصحافة الالكترونية، ط1، عمان دار وائل للنشر 2011
- 12- عمارة حمادة ، الوعي و التحليل السياسي، ط1، دار الهادي للنشر و التوزيع ،بيروت - لبنان، 2005
- 13- محمد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي ، ط 1، دار الوفاء للطبع و النشر، الإسكندرية، 2007
- 14- ختام العناني، محمد عصام طربية، التربية الوطنية و التنشئة السياسية، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، 2007
- 15- عبد الهادي جوهرى، دراسات في علوم السياسة و علم الاجتماع السياسي، ط8، الإسكندرية، المكتبة الجامعية ، 2001
- 16- عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع السياسي ، القاهرة ، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ، 2005 .
- 17- مولود زايد الطبيب، علم الاجتماع السياسي، ط 1 ، دار الكتاب الوطنية، بنغازي- ليبيا، 2007
- 18- قحطان احمد الحمداني، المدخل الى العلوم السياسية، دار الثقافة، عمان ، 2012
- 19- احسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، ط4 ، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن، 2013
- 20- عمار ابراهيم قندياجي ، منهجية البحث العلمي ، د ط ، اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2012
- 21- ياسر خضير البياتي، الاعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، دار البداية ، عمان، 2013

ب- المجالات:

- 1- راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعية في العالم العربي، مجلة التربية عدد15، جامعة عمان الاهلية، عمان
- 2- علي اسعد وطفة،التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، الكويت ، العدد3 ،المجلد 31 يناير - مارس2003
- 3-سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 26، العدد الأول دمشق، جامعة دمشق2010
- 4-بشرى إسماعيل،مدخل الى الاعلام الجديد- المفهوم و النماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد2011،14،
- 5-نادية بن ورقلة،دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي ، مجلة دراسات و أبحاث العدد 11، جوان 2013

ج- المقالات:

- 1-يسري المصري،الشباب و الوعي السياسي،مقال نشر يوم 2017/09/25 تاريخ الاطلاع يوم 2018/03/05 الساعة21:49
http://www.huffpostarabi.com/yousry-masry-/-_13372_b_18021404.html
- 2-محمد مصطفى علوش ،الوعي السياسي عند الشباب بات ضرورة ،تاريخ الاطلاع 2018/03/05 الساعة 21:56
<https://www.al-sharq.com/opinion/10/12/2016>
- 3-محمد اوجار ، ندوة الوعي السياسي و اختيارات الناخب،تاريخ الاطلاع يوم 2018/03/1 على الساعة 15:24
<http://www.bipd.org/PDF/Nadawat/nadawat4.pdf>

الملاحق

جامعة خميس مليانة
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال

استبيان حول:

تفاعل طلبة جامعة خميس مليانة مع الواقع السياسي في ظل الاعلام الجديد
(دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفاسبوك فئة طلبة علوم الاعلام والاتصال خلال
محليات 2017)

شعبة : وسائل الاعلام والتنمية المستدامة

في إطار قيامنا بإعداد بحث ميداني حول "تفاعل الطلبة الجامعيين مع الواقع السياسي في
ظل الإعلام الجديد " (دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك فئة الطلبة خلال
محليات 2017 بجامعة خميس مليانة) لنيل شهادة الماستر تخصص وسائل الإعلام
والتنمية المستدامة, يرجى منكم الإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة وموضوعية , علما بان
المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط .

شاكرين لكم حسن تعاونكم لما فيه خير للبحث العلمي.

ملاحظة : ضع علامة (٧) في الاجابة المختارة .

تحت إشراف الأستاذة :

بن دالي فلة

من اعداد الطالبين:

- بلقاسمي وليد
- مرزوق ياسين

المعلومات الشخصية :

- الجنس: ذكر أنثى
- السن: 18 - 21 21 - 24 24 - 27 أكثر من 27
- المسوي الجامعي : مستوى ليسانس مستوى ماستر

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام طلبة الاعلام والاتصال لموقع الفاسبوك :

1/ أي جهاز تستخدم في الدخول الى شبكة الفيسبوك ؟

- الهاتف النقال حاسوب محمول حاسوب ثابت

2/ من أي مكان تقوم بتصفح حسابك في الفيسبوك؟ المنزل مقهى الإنترنت الجامعة مكان آخر

3/ ماهي فترات تصفحك لموقع الفيسبوك ؟

- صباحا (من الساعة 6 إلى الساعة 12)
- مساء (من الساعة 12 إلى الساعة 18)
- ليلا (من الساعة 18 إلى منتصف الليل)
- هزيعا(من منتصف الليل إلى الساعة 6)

4/ كم من الوقت تقضي يوميا في استخدام الفيسبوك ؟ أقل من ساعة

من ساعة إلى ساعتين أكثر من ثلاث ساعات

5/ ماهي خدمات الفيسبوك المفضلة لديك ؟

- مشاركة الصور
- مشاركة الروابط

مشاركة الصور

الدردشة

التعليقات

6/ ما طبيعة المجموعات التي تتفاعل فيها ؟

سياسية اجتماعية ثقافية ترفيهية إعلامية أخرى

المحور الثاني : استخدام الفيس بوك من طرف الطلبة يزيد من الوعي السياسي :

7/ ما مفهومك للوعي السياسي ؟

الانخراط في الأحزاب السياسية
 نشر توجه معين
 مناصرة حزب معين
 المشاركة السياسية

8/ هل أدى استخدامك لموقع الفيسبوك إلى معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017

نعم نوعا ما لا

9/ هل ساهم موقع الفيسبوك في تنمية المعارف السياسية الخاصة بك ؟

كثيرا قليلا لم يساهم

10/ هل يمكنك موقع الفيسبوك من التفاعل حول أرائك السياسية ؟

نعم لا

11/ هل تتابع الصفحات السياسية على الفيسبوك ؟ نعم لا

12/ هل يمكنك مواقع الفيسبوك من الانخراط في الأحزاب السياسية ؟

نعم لا

المحور الثالث : تأثير الفيسبوك على محليات 2017 :

13/ هل يمكنك الفيسبوك من متابعة محليات 2017 ؟ نعم لا

14/ هل يؤثر الفيسبوك على توجهاتك السياسية ؟ نعم لا

15/ هل ساهم موقع الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية ؟

نعم نوعا ما لا ابدا

16/ هل أنت مشترك في صفحات خاصة بالأحزاب التي تناشدها أو تناصرها ؟

نعم لا

17/ هل أنت عضو في مجموعات خاصة بحزب سياسي تناصره ؟ نعم لا

18/ هل تمكن موقع الفيسبوك من إيجاد قناة للتواصل بينك وبين الأحزاب السياسية

نعم لا

19/ إذا كانت إجابتك بنعم فمن خلال ماذا تواصلت بالأحزاب السياسية ؟

المجموعات السياسية

الصفحات السياسية

مكالمات الماسنجر

الدردشة

20/ هل تفاعلت من خلال الفاسبوك مع إحدى الأحزاب السياسية ؟ نعم لا

21/ إذا كانت إجابتك بنعم كيف تفاعلت مع الأحزاب السياسية ؟

مشاركة صور مشاركة فيديو

مشاركة الروابط التعليقات

دردشة أخرى

الفهرس

فهرس الجداول :

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	45
02	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	45
03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	46
04	توزيع أفراد العينة حسب الجهاز المستخدم لتصفح الفيسبوك	47
05	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لتصفح الفيسبوك	48
06	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لتصفح الفيسبوك حسب متغير المستوى	49
07	الفترات المفضلة لتصفح الفيسبوك من طرف أفراد العينة	50
08	الفترات المفضلة لتصفح الفيسبوك من طرف أفراد العينة حسب متغير السن	51
09	الفترات المفضلة لتصفح الفيسبوك من طرف أفراد العينة حسب متغير الجنس	53
10	الوقت المستغرق في الاستخدام أفراد العينة اليومي لموقع الفيسبوك	54
11	الوقت المستغرق في الاستخدام أفراد العينة اليومي لموقع الفيسبوك حسب متغير الجنس	55
12	الوقت المستغرق في الاستخدام أفراد العينة اليومي لموقع الفيسبوك حسب متغير السن	56
13	خدمات الفيسبوك المفضلة عن الطلبة	57
14	طبيعة المجموعات التي يتفاعل فيها الطلبة	58
15	مفهوم الوعي السياسي من طرف أفراد العينة	60
16	معرفة الأوضاع السياسية خلال محليات 2017 عن طريق الفيسبوك	61
17	مساهمة الفيسبوك في تنمية المعارف السياسية لطلبة	61
18	مساهمة الفيسبوك في تنمية المعارف السياسية لطلبة حسب متغير الجنس	62

19	تفاعل المبحوثين وتعبيرهم عن آرائهم السياسية من خلال موقع الفيسبوك	63
20	تفاعل المبحوثين وتعبيرهم عن آرائهم السياسية من خلال موقع الفيسبوك حسب متغير الجنس	64
21	متابعة الطلبة لصفحات السياسية على الفيسبوك	65
22	انخراط الطلبة في الأحزاب السياسية عن طريق الفيسبوك	65
23	انخراط الطلبة في الأحزاب السياسية عن طريق الفيسبوك حسب متغير السن	66
24	انخراط الطلبة في الأحزاب السياسية عن طريق الفيسبوك حسب متغير الجنس	67
25	انخراط الطلبة في الأحزاب السياسية عن طريق الفيسبوك حسب متغير المستوى الجامعي	68
26	متابعة أفراد العينة لمحليات 2017 من خلال الفيسبوك	69
27	تأثير الفيسبوك على التوجهات السياسية للطلبة	69
28	مساهمة الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية	70
29	مساهمة الفيسبوك في تسيير الحملة الانتخابية حسب متغير المستوى الجامعي	71
30	اشتراك الطلبة في الصفحات الخاصة بالأحزاب التي يناصرونها	72
31	اشتراك الطلبة في الصفحات الخاصة بالأحزاب التي يناصرونها حسب متغير الجنس	73
32	انضمام الطلبة إلى المجموعات الخاصة بالأحزاب التي يناصرونها	74
33	مدى تمكن الفيسبوك من إيجاد قناة لتواصل بين الطلبة والأحزاب السياسية من خلال ماذا تواصلوا	75
34	تفاعل الطلبة من خلال الفيسبوك مع الأحزاب السياسية وكيف تفاعلوا معها	76

فهرس
المحتويات:

	الإهداء الشكر الملخص خطة البحث
أ	مقدمة
الفصل الأول: منهجية الدراسة	
3	إشكالية الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
4	أهمية الدراسة
5	اهداف الدراسة
5	أسباب اختيار الموضوع
6	مجتمع البحث
6	عينة الدراسة
8	أدوات الدراسة
8	منهج الدراسة
10	ضبط مفاهيم الدراسة
12	الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الإعلام الجديد و مواقع التواصل الاجتماعي	
17	المبحث الأول : ماهية الإعلام الجديد
17	مفهوم الاعلام الجديد
18	العوامل الرئيسية وراء ظهور الاعلام الجديد
18	خصائص الاعلام الجديد

21	المبحث الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها
21	مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
22	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

23	المبحث الثالث: ابرز مواقع التواصل الاجتماعي
23	فايسبوك
25	تويتر
25	سكايب
26	موقع يوتيوب
28	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: دور الاعلام الجديد في نشر الوعي السياسي	
31	المبحث الأول: مفهوم الوعي السياسي ووظائفه
32	مفهوم الوعي السياسي
32	وظائف الوعي السياسي
33	المبحث الثاني: مراحل الوعي السياسي و مؤسساته
33	مراحل الوعي السياسي
34	مؤسسات الوعي السياسي
37	المبحث الثالث: الوعي السياسي و دور الاعلام الجديد في تنميته الوعي السياسي لدى الشباب
37	دور الاعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب
39	الاعلام الجديد و تفعيل الممارسة السياسية
39	الاعلام الجديد و التعبئة السياسية
40	المدونات و المشاركة السياسية
40	الشبكات الاجتماعية و المشاركة السياسية
42	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: مدى تفاعل الطلبة الجزائريين من مستخدمي الفايسبوك مع محليات 2017؟	
47	المبحث الأول: عادات و أنماط استخدام طلبة الاعلام و الاتصال لموقع فايسبوك
60	المبحث الثاني: استخدام الفايسبوك من طرف الطلبة يزيد من الوعي السياسي
69	المبحث الثالث: تأثير الفايسبوك على محليات 2017
79	نتائج الدراسة

82	خاتمة
84	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس الجداول