



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجيلالي بونعامة
خميس مليانة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: العلوم الإنسانية



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي
لدى الطلبة الجامعيين خلال الحراك الشعبي
– الفاسبوك نموذجا –
دراسة ميدانية بجامعة الجيلالي بونعامة

تحت إشراف الأستاذ:

بويحي نصر الدين

من إعداد الطالبتين:

• أنساعد إكرام

• عرباوي العالية

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

على الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الكريم، وعلى آله وصحبه الميامين، من تبعهم

بإحسان إلى يوم الدين، أهدي ثمرة عملي إلى

من كلفه الله بالصيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجو
من المولى أن يمد في عمرك، وستبقى ناصحك نجوم اهتدي بها اليوم، وفي الغد، وإلى الأبد.....
أبي العزيز أحمد حفظك الله.

*

*

*

إلى التي لا يمكن للكلمات أن توفيقها حقها، إلى التي لا يمكن للأرقام أن تحصي فضلها، إلى منبع
العنان التي لا يوجد مثلها، التي تألمت وربيت وسهرت إليك أمي العنونة زاهرة أدامك الله تاجا على
رؤوسنا وشمعة تنير بيتنا.

*

*

*

إلى من زرعت الورد في بستان حياتي وكأنت لي عطرا فواجا أختي العزيزة صبرينة وزوجها الكريم
عبد الله.

*

*

*

إلى توأم روحي وشمعة دربي أختي العزيزة لمياء وزوجها الكريم عبد الله وأولادها.

*

*

*

إلى من لم يبخل عليا يوما بالمساعدة إلى من هو عون لي أخي فاتح حفظه الله ورعاه وإلى زوجته
الكريمة ريماء وأولادها.

*

*

*

إلى من أعتبره ساعدي الأيمن، وحصن الأمان أخي العزيز سفيان حفظه الله ورعاه وإلى زوجته الكريمة
فاطمة وابنهم.

إلى كل عائلة أنسعد

إلى كل من حضر في قلبي وتجاوب عن لساني.

الكرام

الإهداء

الحمد لله شكراً، الحمد لله طاعة الحمد لله حباً، وحمد الله حتى الرضى

بعد عناء وجهد تحقق المراد فأشكر أمي وأبي على مجهوداتهم وإخوتى وكل أفراد عائلتي.

كما أشكر جميع أساتذتي الذين ساعدوني نحي إلى بلوغ الغاية الذين كانوا خير معين لنا وبثوا فينا

روح البحث والمعرفة.

كما أوجه شكري إلى جميع أصدقائي الذين أناروا دربي وساعدوني في أوقات اليسر والعسر فهذه

الأعوام لم تكن حلوة إلى بكم وخير ما أقدم لكم هو حبي لكم.

فشكر إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في هذا النجاح.

العالية

شكر وعرافان

لا شكر قبل شكر المولى عز وجل جلالة، اللهم لك الحمد ولك الشكر كما ينبغي لجليل وجهك ومعظيم سلطانك، الحمد لله وحده على توفيقه لنا في العمل وما التوفيق إلا من عنده سبحانه وتعالى.

من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله، نتوجه بجزيل الشكر والعرافان، وخالص التقدير والامتنان إلى الدكتور الفاضل " بويحيى نصر الدين " لقبوله الإشراف على دراستنا أيضا نشكر كرمه في المعلومات التي زودنا بها والنصائح والإرشادات والتوجيهات التي رافقتنا خلال رحلة البحث والتي تكلفت بإنجاز هذه المذكرة.

كما نتقدم بأرقى وأثمن عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الذين رافقتنا طول المشوار الجامعي، وكل القائمين على جامعة الجبيلي بونعامة - خميس مليانة -

إلى كل من زرع الأمل والتفاؤل في دربنا وقدم المساعدات والتسهيلات والمعلومات ولو بكلمة تشجيع ساهمت في تحفيزنا للمضي قدما نحو إنجاز هذا العمل فنقول لكم تشكرون وفي الجنة تحشرون.

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي {الفييس بوك} نشأتها، أنواعها، أهميتها... بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في تشكيل وتنمية الوعي السياسي لفئة الطلبة الجامعيين، وقد وقع الاختيار على طلبة جامعة خميس مليانة ولاية -عين الدفلى -

ولتحقيق ذلك تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثين، وتكونت عينة الدراسة من {50 مفردة}.

وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني تطبيقي وآخر تطبيقي الذي تم فيه التحقيق من صحة أو خطأ الفرضيات. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة كأداة لجمع البيانات، حيث قسمناها إلى 4 محاور كالتالي: المحور الأول خاص بالبيانات الشخصية، في حين كان عنوان المحور الثاني عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك"، أما المحور الثالث فكان عنوانه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" يعزز الوعي السياسي لدى الطلبة، أما المحور الرابع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة خلال مرحلة الحراك الشعبي.

ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها نجد:

- اغلبية المبحوثين يعتمدون على الفييس بوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح.
- مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك " يزيد من الثقافة السياسية للطلبة ويعززها، وبفضلها يصبح الطالب قادر على التحليل السياسي والمشاركة في النقاشات السياسية.
- تسمح مواقع التواصل الاجتماعي " بالمشاركة السياسية بكل حرية وبدون قيود.

Study summary :

The study aimed to identify social networking sites {Facebook} their origin, types, importance.....

In addition to the role they play in the formation and development of political awareness class college students, has signed

Selection of students of Khamis melayana State University – Ein al-olefry –

To achieve this, the survey method was used by distributing a form to collect data from the researchers, and the sample of the study consisted of {50 singly}.

Our study was divided into methodological, second-applied and last-applied aspects in which the validity or error of the hypotheses was investigated. In this study we relied on a form as a data collection tool, where we divided it into 4 axes

The first axis is specific to personal data, while the second axis was the habits and patterns of students 'use of social media sites" Facebook", the third axis was the use of social media sites "Facebook" promotes political awareness among students, and the fourth axis the role of social media sites in shaping political awareness among students during the popular movement phase .

* Among the most important continuous results :

- The majority of researchers rely on Facebook and spend more than four hours browsing .

- Social networking sites "Facebook" increases and enhances the political culture of students, thanks to which the student becomes able to analyze politics and participate in political debates .
- Allows social networking sites, " political participation freely and without restrictions .

فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
.....	شكر وعرفان
.....	
	قائمة الجداول
أ-ب	مقدمة عامة
***	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
5	1-الإشكالية
5	2-أهمية الدراسة
6	3-أسباب اختيار الموضوع
6	4-أهداف الدراسة
7	5-نوع الدراسة ومنهجها
7	6-مجتمع وعينة الدراسة
9	7-الفرضيات
9	8-أدوات جمع البيانات
10	9-الدراسات السابقة

15	10- مفاهيم الدراسة
21	11- حدود الدراسة
21	12- صعوبات الدراسة
24	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
24	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
24	أولاً: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
26	ثانياً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
27	ثالثاً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
30	رابعاً: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
38	خامساً: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
41	سادساً: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
44	المبحث الثاني: ماهية الوعي السياسي
44	أولاً: مفهوم الوعي السياسي
46	ثانياً: مفاهيم ذات صلة بالوعي السياسي
47	ثالثاً: أهمية الوعي السياسي
50	رابعاً: أدوات تكوين الوعي السياسي

54	خامسا: مستويات الوعي السياسي
56	سادسا: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي
61	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
61	المطلب الأول: دراسة ميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيلها للوعي السياسي
61	أولا: تحليل الجداول الإحصائية
113	ثانيا: نتائج الدراسة
113	ثالثا: نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
113	الخلاصة
116	الخاتمة العامة
118	قائمة المصادر والمراجع
124	الملاحق

قائمة الجدول

رقم الجدول	قائمة الجداول	الصفحة
01	الجنس	61
02	المستوى الجامعي	62
03	مكان الإقامة	62
***	تحليل الجداول بالمتغير الأول {الجنس}	63
04	استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	63
05	الشبكات الأكثر استخداما	64
06	استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي	64
07	الفترات المفضلة للتصفح	65
08	عدد الساعات التي تقضيها في التصفح	66
09	الوسيلة المعتمدة في التصفح	67
10	مكان تصفح هذه المواقع	68
11	طبيعة التفاعل على موقع الفيس بوك	69
12	مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية	69
13	كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك	70

71	استخدام الفيس بوك في السياسة	14
72	مساهمة الفيس ومواقفه السياسية في إيماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل السياسي	15
73	تطوير الفيس بوك الوعي السياسي	16
73	تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	17
74	مساهمة الفيس بوك في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي	18
75	تعويض الفيس بوك الإعلام التقليدي خلال الحراك	19
76	سبب اعتماد الفيس بوك لزيادة المعرفة السياسية	20
77	تناول المواضيع السياسية بكل حرية ودون قيود	21
77	دور	22
78	قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	23
***	تحليل الجداول بالمتغير الثاني {المستوى الجامعي}	***
79	استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	04
80	الشبكات الأكثر استخداما	05
81	استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي	06
82	الفترات المفضلة للتصفح	07
84	عدد الساعات التي تقضيها في التصفح	08

84	الوسيلة المعتمدة في التصفح	09
85	مكان التصفح هذه المواقع	10
86	طبيعة التفاعل على موقع الفيس بوك	11
87	مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية	12
89	كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك	13
90	استخدام الفيس بوك في السياسة	14
91	مساهمة الفيس بوك ومواضيعه السياسية في إثناء الوعي وزيادة القدرة على التحليل السياسي	15
92	تطوير الفيس بوك الوعي السياسي	16
92	تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	17
93	مساهمة الفيس بوك في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي	18
93	تعويض الفيس بوك الإعلام التقليدي خلال الحراك	19
94	سبب اعتماد الفيس بوك لزيادة المعرفة السياسية	20
95	تناول المواضيع السياسية بكل حرية ودون قيود	21
96	دور	22
96	قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	23
***	تحليل الجداول بالمتغير الثالث {مكان الإقامة}	***

97	استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية	04
98	الشبكات الأكثر استخداما	05
99	استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي	06
99	الفترات المفضلة للتصفح	07
100	عدد الساعات التي تقضيها في التصفح	08
101	الوسيلة المعتمدة في التصفح	09
102	مكان تصفح هذه المواقع	10
103	طبيعة التفاعل على موقع الفيس بوك	11
103	مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية	12
104	كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك	13
105	استخدام الفيس بوك في السياسة	14
106	مساهمة الفيس بوك ومواقفه السياسية في إثناء الوعي وزيادة القدرة على التحليل السياسي	15
106	تطوير الفيس بوك الوعي السياسي	16
107	تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	17
108	مساهمة الفيس بوك في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي	18
109	تعويض الفيس بوك الإعلام التقليدي خلال الحراك	19

109	سبب اعتماد الفيس بوك لزيادة المعرفة السياسية	20
110	تناول المواضيع السياسية بكل حرية ودون قيود	21
111	دور	22
111	قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك	23

مقدمة

شهد العقد الاخير 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.

وبدأت تقنية الاتصال تدخل في قطاع وسائل الإعلام، وكان للحاسوب دورا مميزا في عصر المعلومات، وبعد سنوات دخل البث الفضائي التلفزيوني نطاق الاتصال، الذي أتاح لكافة الشعوب متابعة الأخبار والمعلومات والأحداث التي تجري في العالم، ولم يتوقف هذا التطور عند هذه الحدود، ففي منتصف التسعينيات من القرن الماضي أحدث الإعلام الحديث نقلة نوعية كبيرة، فقد أعطى إمكانية للتواصل بين الأفراد في أي وقت وفي أي مكان بالعالم، ولعل أبرز وسائل الاتصال تأثيرا شبكة الإنترنت وما تحويه من تقنيات للتواصل.

حيث أخذت شبكة الأنترنت تغزو كل مرافق الحياة، وأتاحت تواصل المواطنين مع بعضهم بعض، وتفاعلهم مع مختلف الأحداث والسياسات، إذ أحدثت التطورات التقنية الحديثة نقلة حقيقية في عالم الاتصال، ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، وجعلت العالم قرية صغيرة.

وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الأنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام، تعددت تصنيفاته ومسمياته لدى المهتمين والمختصين الإعلاميين، الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد، أو البديل، الذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعية الافتراضية 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 الأنترنت، وهذا شجع متصفحها شبكة من كافة أنحاء العالم على الإقبال المتزايد عليها.

وامتد هذا التطور التقني إلى الحياة السياسية، وأصبح المواطن يصنع المحتوى الإعلامي ويناقش القضايا المختلفة بكل جرأة وحرية ديمقراطية، لتصبح جزءا من تاريخ التغيير السياسي والاجتماعي أو الانتفاضة التي يسودها الفساد والظلام. الشعبية ضد الأنظمة الحاكمة.

حيث أدت مواقع التواصل الاجتماعي { فيسبوك } أدوار مختلفة في الحراك الشعبي الجزائري الذي قام به ابنائها الذي يمتلكون شريحة واسعة من المثقفين والطلبة الجامعيين رافضين للظلم والاستبداد الحاصل من أجل أحداث التغيير وإصلاح أحوال البلاد حيث ساهمت في خلق وعي سياسي ومعرفة الخلفيات السياسية والأحداث ، التعبير عن آرائهم بكل حرية وبدون أية قيود أو تضيق كما سمحت للأفراد بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة من خلال نشر معلومات ووثائق وصور فيديوهات لفضح ممارسات الفاسدة ونشر المحتوى الثقاني الهادف من أجل الوعي السياسي واستقطاب أكبر عدد من المؤيدين على المستوى المحلي أو العالمي .

ومن هنا ارتأينا أن تأتي هذه الدراسة للتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للطلبة خلال مرحلة الحراك الشعبي لعينة من طلبة جامعة الجيلالي بونعامة -خميس مليانة - وعالجنا موضوع الدراسة من خلال ثلاث أقسام رئيسية:

- تناول الفصل الأول الإطار المنهجي، حددت فيه إشكالية الدراسة وفرضياتها، إلى جانب مفاهيم الدراسة وأسبابها وأهميتها وأهدافها، وتم أيضا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، بالإضافة إلى عرض الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة.

- واحتوى الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة، حيث تم تقسيمه الى جزئين جزء تناول مواقع التواصل الاجتماعي {مفهومها، نشأتها، خصائصها، أهم مواقع التواصل، دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وما ينجر عنها من مزايا وعيوب}. والجزء الآخر تناول الوعي السياسي (مفهومه، مفاهيم ذات صلة بالوعي السياسي، أهميته، مستوياته، أدوات تكوينه، ودور مواقع التواصل في تشكيل الوعي السياسي)

- أما الفصل الثالث فتضمن الجانب التطبيقي للدراسة وشمل تحليل وتفسير نتائج إجابات المبحوثين وبياناتهم المتعلقة بمحاور البحث الثلاثة بصفة أولية ثم بالتطبيق على متغيرات الدراسة الوسيطة {الجنس، السن، مستوى الجامعي} وانتهى الفصل بعرض النتائج العامة المتواصل إليها والإجابة على أسئلتها ثم عرض خاتمة الدراسة، ومراجعتها وملاحظتها.

**الفصل الأول: الإطار المنهجي
لِلدراسة**

1- الإشكالية:

في ضوء التطورات التقنية الراهنة والانتشار الواسع لشبكات الإنترنت ، وتزايد إقبال المستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تحولت من أدوات للتعارف الاجتماعي إلى أدوات سياسية ، وأكثرها شعبية خاصة فيس بوك لما يمتلكه من خصائص تميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى ، والتي جعلته أكثر انتشارا على شبكة الأنترنت وأكثرها استخداما من طرف المجتمع الجزائري خاصة فئة الطلبة الجامعيين منهم ، حيث أتاح لهم التواصل مع بعضهم البعض والتفاعل في مختلف الأحداث والوقائع خاصة السياسية وتحريرهم من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي وتخلصهم من الضغوطات السياسية ، وكذلك أتاح لهم الفرصة لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تمهم بحرية لم تكون موجودة من قبل بغية التأثير في العملية وصنع القرار ، فأصبح الطالب الجامعي قادر على بناء وتشكيل معارف سياسية من خلال المعلومات المتداولة على صفحات الفيس بوك سواء كانت هذه المعلومات تخدم السلطة وتحسين صورتها الذهنية لدى الطالب الجامعي، أو تكون معلومات ووثائق صور وفيديوهات فاضحة لممارسة الأنظمة المستبدة .

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة خلال الحراك الشعبي.

2- أهمية الدراسة:

تنبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من كونها تدرس ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة ، حيث استطاع هذا الإعلام البديل تغيير العديد من المفاهيم في المجتمع وأمام الإيجابيات الالفة التي يقدمها بات موضوع تأثيرها على مختلف مناحي الحياة واضحا لاسيما على مستخدميها بدرجة عالية، بالإضافة إلى ما تتيحه شبكات التواصل الاجتماعي من فرص متنامية للحوار الديمقراطي الحر حول القضايا السياسية، إذا يمكن للمشاركين انشاء منتديات جديدة للحوار يطرحون فيها ما يشاءون من أفكار واتجاهات وآراء بتكاليف زهيدة ، كما يمكنهم التعبير من رؤيتهم من خلال المشاركة في المنتديات المختلفة على شبكة الأنترنت.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

كما ركز البحث على أهمية المشاركة الشبابية في مناقشة القضايا السياسية وضرورة بلورة اتجاهات واضحة نحو كل قضية باعتبار ذلك يساعد في ترشيد القرارات التي يتخذها المسؤولون، كما أنها من البحوث التي تعني بقضايا العصر، خاصة ما يتعلق بتنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي وإصلاح البلاد.

3- أسباب اختيار الموضوع:

✓ الأسباب الذاتية:

- كون الموضوع اختص بالبحث العلمي وله علاقة مباشرة كوننا طلبة.
- الاهتمام والرغبة والميول في دراسة هذا الموضوع.
- اهتمامي بكل ما يتعلق بالتكنولوجيا والاتصالات والأنترنت.
- وفرة المصادر والمراجع حول الموضوع.

✓ الأسباب الموضوعية:

- جودة الموضوع.
- الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى إقبال الطلبة على استخدامها في الجامعة.
- اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي مورد إعلامي واتصالي أساسي للطلاب الجامعي.
- التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في توعية وتعزيز الوعي السياسي.

4- أهداف الدراسة:

جاءت دراستنا لتسليط الضوء على حلقة من حلقات الإعلام الجديد وآفاقه الواسعة وأشكاله المتنوعة، والتعرف على مدى انتشار هذه المواقع في أوساط الطلبة وما تقدمه لهم من خدمات بالإضافة إلى معرفة مدى تنميتها للوعي السياسي لديهم.

5- نوع الدراسة ومنهجها:

✓ نوع الدراسة:

تدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وتحليلها تحليلاً دقيقاً، وتحديد خصائصها تحديداً كميًا وكميًا، كما يقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل¹.

✓ المنهج المستخدم:

يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة ومعلومة²، والمنهج الملائم لدراستنا هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العلمية المعتمد عليها في مختلف الدراسات، حيث يعتمد على تحليل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقاً من تحديد المكان والمجال والناس المعنيين بالدراسة³.

6- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

✓ مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكوناً من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما⁴.

¹ محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر، الهرم، 2003، ص280.

² أنجريس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف وآخرون، دار القصبية للنشر، 2004، ص98.

³ محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010، ص93.

⁴ عليا شكري وآخرون: قراءات معاصرة في الإعلام الاجتماعي، دار الكتاب والنشر والتوزيع، القاهرة، 1975، ص206.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ويسعى الباحث دائما في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، وفي دراستنا هذه يتمثل مجتمع البحث في طلبة جامعة جيلالي بونعامة - خميس مليانة - المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك".

✓ عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا¹.

وتعرف أيضا على أنها عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع البحث يتم اختيارها بطريقة معينة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي².

والعينة التي قمنا باختيارها هي العينة العشوائية وهذا من أجل إعطاء فرصة الظهور لأكبر قدر من أفراد العينة دون تحيز أو تمييز.

حيث تعرف العينة العشوائية بتلك العينة التي يختار الباحث أفراد المجتمع عشوائية أي بالصدفة للبحث عن ظاهرة معينة، لذا فإن هذه العينة لا تمثل المجتمع الأصلي بدقة ومن ثم يصعب تعميم نتائج البحث على المجتمع الأصلي كله ولكن لا بد منها عندما يصادف الباحث مجتمع دراسة كبير الحجم³.

وعلى هذا الأساس فقد اخترنا 50 مفردة من طلبة جامعة خميس مليانة وهذا راجع إلى:

عدم حصر كل العدد الكبير لطلبة جامعة خميس مليانة، ضيق الوقت، وبسبب الظروف التي حلت بالبلاد والعالم أجمع.

¹ ربحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، عمان دار دجلة، 2008، ص97.

² احمد مرسلي: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعة، 2005، ص ص 182-183.

³ ابراهيم بن عبد العزيز الدعيلى: منهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط2010، ص1، ص94.

يعرفها فان دالين بأنها تفسير مقترح لمشكلة موضوع الدراسة حيث يقول بأنها تفسير مؤقت محتمل يوضح العوامل أو الأحداث أو الظروف التي يحاول الباحث أن يفهمها¹.

حيث تثير الدراسة الراهنة تساؤلا رئيسيا يدور حول " ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة " وللإجابة عليها قمنا بوضع مجموعة من الفرضيات:

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقة السياسية والوعي السياسي.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعرفة السياسية والقيام بنقاشات سياسية.
- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية بكل حرية وبدون قيود.

8- أدوات جمع البيانات:

الشائع حول أدوات البحث العلمي، هو أنها تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر².

واعتمدنا في دراستنا هذه على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة، على أساس أن هذه الأداة توفر قدرا جيدا من الموضوعية العلمية بعيدا على التحيز، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة.

¹ علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا، 2008، ص142.

² عمار بوحوش ومحمد الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995، ص107.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وتعرف الاستمارة على أنها: وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوث

الإجابة عنها، سواء كانت الإجابة بمساعدة الباحث أو بمعرفة المبحوث وحده¹.

واشتملت استمارتنا على جزئيين: الجزء الأول خصص للمتغيرات واحتوى على ثلاثة متغيرات فيما تضمن الجزء الثاني

ثلاث محاور: المحور الأول كان بعنوان عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " من طرف الطلبة

وقد احتوى على 8 أسئلة، أما فيما يخص المحور الثاني فكان عنوانه كالاتي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك "

يعزز الوعي السياسي لدى الطلبة واحتوى على 6 أسئلة، أما المحور الثالث كان تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في

تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة خلال مرحلة الحراك الشعبي واحتوى على 5 أسئلة، وقد وزعت الاستمارة بتاريخ

2020/07/02 ووزعت على شكل إلكتروني.

9- الدراسات السابقة:

لقد حظي موضوع دراستنا بالاهتمام من قبل العديد من الباحثين والدارسين من مختلف التخصصات ومن أهم هذه

الدراسات ذات صلة بالموضوع نجد:

- الدراسة الأولى:

وهي دراسة قدمت استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب رافت عبد الرزاق

بإشراف الدكتور: عبد الرزاق الديلمي وكانت بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي

سنة 2013 أو بالأحرى في الفترة الممتدة 2013/03/01 إلى غاية 2013/06/01².

وهي عبارة عن دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت، حيث

جاءت الإشكالية كالاتي: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في فيسبوك، التويتر، واليوتيوب على تشكيل

¹ علي عبد الرزاق جبلي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007، ص244.

² رافت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير جامعة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم وفي التأثير

على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لاسيما مما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

وانبثق عن الإشكالية ثلاث تساؤلات وهي:

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

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

- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي {فيس بوك، تويتر، يوتيوب} في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت؟

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

وبالنسبة لمجتمع الدراسة فتمثل في طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت في حين استخدم الباحث العينة العشوائية وقام بتوزيع 430 مفردة على عينة الدراسة وقام باسترداد 400 مفردة من عينة الدراسة.

كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة "0,05" في أثر مواقع التواصل الاجتماعي {الفيس بوك، اليوتيوب، تويتر} على الاتجاهات السياسية باختلاف متغيرات {النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، والفئة العمرية}.

- إن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام ثلاث مواقع للتواصل الاجتماعي هي فيس بوك بنسبة 75,5 بالمئة وتويتر بنسبة 11,75 بالمئة واليوتيوب 12,75 بالمئة.

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

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

- الدراسة الثانية:

دراسة مريم ناريمان نورمان وهي رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة. وكانت تحت عنوان " استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية " ¹.

وانطلقت الدراسة من إشكالية: ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، والذي تضمن بدوره تساؤلات فرعية كان أهمها:

- ماهي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " لدى الجزائريين؟

- ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع " الفيس بوك؟

- كيف يؤثر استخدام الفيس بوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص وأهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف.

¹ نورمان مريم ناريمان: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية ،مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012/2011.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد اعتمدت هذه الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات وهذا على عينة قصدية تتكون من 280 مفردة وكانت النتائج التالية:

- تقضي النسبة الأكبر من الباحثين أكثر من 3 ساعات في استخدام الفيس بوك.
- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع الفيس بوك بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل والثقيف، وقد بينت النتائج فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث مع الموقع.
- يؤثر استخدام هذا الموقع على الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل الباحثين مع أسرهم وغياب التفاعل الاجتماعي.

من خلال دراستنا التي قمنا بها وهذه الدراسة التي اعتمدنا عليها لاحظنا عدم وجود فرق كبير بينهما، حيث أن هذه الدراسة تناولت استخدام الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية، ودراستنا حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة. مع اختلاف في بسيط في الجانب النظري، والاعتماد على نفس الأداة لجمع المعلومات. وقد أفادتنا كثيرا من حيث المعلومات حيث تطرقت إلى مختلف الجوانب.

- الدراسة الثالثة:

قدمت هذه الدراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب: أشرف عصام فريد صالح والتي كانت تحت عنوان: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني سنة 2016¹." وكانت الدراسة على عينة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط أي أنها دراسة ميدانية، وتتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي بالقضايا السياسية المختلفة في حين كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

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

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ما طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟
 - ما الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية؟
- أما فيما يخص المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، كذلك تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس، كما اعتمد الباحث على العينة القصدية العشوائية، حيث تكونت عينة من 435 مفردة.

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

- حدود الاستفادة بشكل عام من الدراسات السابقة التي ذكرناها:

ما من شك أن لدراسات السابقة دور كبير في إثراء البحث العلمي من خلال الإسهامات العلمية والنتائج المهمة التي تقدمها لذا وجب الوقوف عندها لإعطاء البحث بعده التأصيلي النظري، ومن خلال استعراض الدراسات السابقة سجلنا الملاحظات التالية:

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة من خلال صياغة موضوع الدراسة الحالية، والتحديد الدقيق لإشكالية الدراسة.
- الاستفادة من تلك الدراسات من حيث بعض النقاط التي تتقاطع وتتشابه فيها الدراسة الحالية خصوصا.

في جانبها المنهجي من حيث تحديد المنهج وأدوات جمع البيانات وكذا في جانبها النظري.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- ساعدتنا الدراسات السابقة أيضا في جانبها التطبيقي من خلال صياغة بعض أسئلة الاستبيان.
- كذلك من خلال النتائج متوصل إليها من تلك الدراسات تم تسليط الضوء على بعض الجوانب بشكل أعمق في الدراسة الحالية.

10- مفاهيم الدراسة.

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

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

- مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: هي مواقع الكترونية تقدم لمستخدمها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية والإلكترونية ومشاركتها مع الآخرين¹.

وفي تعريف آخر هي: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لهم نفس الاهتمامات والهوايات أو جمعه مع الأصدقاء².

كما أنها هي كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدمها بمشاركة المعلومات عالمي، وتستخدم المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتلك المواقع.

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

² عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات، 2014، ص 65.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أيضا هي مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط، بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت.

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في دراستنا كل الحسابات والمساحات على شبكة الأنترنت التي تتيح التواصل لمستخدمها مع مختلف الأفراد في أي وقت وأي مكان في العالم، وهي المواقع التي ساهمت في خلق فضاءات افتراضية بديلة عن الواقعية.

- تشكيل أو تنمية:

لغة: مصدر نَمَى، نَمَى الشيء أي جعله ناميا¹.

اصطلاحا: هي عملية الانتقال بالمجتمعات من حالة ومستوى أدنى إلى حالة ومستوى أفضل، ومن نمط تقليدي إلى نمط آخر متقدم كما ونوعا وتعد حلا لا بد منه في مواجهة المتطلبات الوطنية في ميدان الإنتاج والخدمات.

اجرائيا: هي عبارة عن التغيير الإرادي الذي يحدث في المجتمع سياسيا، بحيث ينتقل من خلاله من الوضع الحالي الذي هو عليه إلى الوضع الذي ينبغي أن يكون عليه، بهدف تطوير وتحسين أفكاره سياسية والتعرف على الخلفيات السياسية واستغلالها في التحليلات والمشاركات السياسية في المناقشات، وهذا من اجل احداث التغيير في المجتمع.

- الوعي:

لغة: حفظ القلب، ووعي الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه: حفظه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم².

¹ يوم 2020/07/07 على الساعة 18:30 ar /https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar18:30 على موقع مفهوم التنمية

² عمر صالح بن عمر: مفهوم الوعي والتنوع وأهميتها، جامعة الشارقة "الإمارات العربية المتحدة" «، كلية الشريعة والدراسات

الإسلامية، ص 27

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

اصطلاحاً: هو محصل عمليات ذهنية شعورية معقدة فالتفكير وحده لا يتفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهناك المبادئ والقيم ومرتكزات الفترة والنظم الاجتماعية، والظروف التي تكتنف حياة المرء، وهذا الخيط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جدا لاكتساب الوعي حول كل ما يدور في البيئة الإنسانية من أحداث وظروف متسارعة وديناميكية من وقت لآخر¹.

اجرائياً: هو إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به، ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي والاستجابة لها، وهو ينعدم عندما يكون الإنسان نائماً أو في حالة إغماء، حيث يقابل الوعي اللاوعي أو اللاشعور².

- السياسة:

لغة: القيام على الشيء بما يصلحه. والسياسة: فعل السائس يقول: هو يسوس الدواب إذا قام عليها وراضها والوالي يسوس رعيته، كما يقال سوس له أمراً أي روضه³.

اصطلاحاً: هو مجموعة من المعارف والمفاهيم والأفكار التي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية بهدف التعرف على الإطار الأيديولوجي للمجتمع، وهي تمكن الفرد من تفسير وتحليل التصورات السياسية، المحلية، والعالمية في ضوء المنهج العلمي، والمشاركة في التنظيمات والعمليات السياسية والتعبير عن وجهة النظر من خلال الوسائل المشروعة⁴.

¹ عمر صالح بن عمر: مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها، مرجع سابق، ص 27.

² عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، الأردن، دار البازودي، 2007، ص 127.

³ نضال حميد الموسوي: ملامح الوعي الاجتماعي عند المرأة الخليجية، ط1، الكويت، دار سعاد الصباح، 1993، ص 51/52.

⁴ شيرين حربي جميل الضائي: دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة ماجستير في دراسات الشرق الأوسط، جامعة الأزهر، غزة 2010، ص 29.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- الوعي السياسي:

اصطلاحاً: هو مجموعة من المعارف والمفاهيم والافكار التي تساهم في تشكيل الثقافة السياسية، بهدف التعرف على الإطار الايديولوجي للمجتمع، وهي تمكن الفرد من تفسير وتحليل التصورات السياسية المحلية، والعالمية في ضوء المنهج العلمي، والمشاركة في التنظيمات والعمليات السياسية والتعبير عن وجهة النظر من خلال الوسائل المشروعة.

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

- الطالب الجامعي:

لغة: الطالب جمعه طلاب، وطلبة¹، وطالب العلم أي الراغب في تحصيل العلم، وطالب في المعهد بمعنى من يتابع دراسته في سلك أعلى، وطالب في الجامعة².

اصطلاحاً: هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية، إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجاربه واختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعد على مواكبة التطور العلمي والتقني والأدبي والثقافي، في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع جداً، وبامتلاكه لهذه المقدرات سيتمكن من اللحاق بركب التطور وإدراك³.

اجرائياً: ونقصد بالطالب في هذتي الدراسة جميع الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في حياتهم وفي الجانب السياسي خاصة من أجل معرفة الأحداث الجارية وتعبير عن آرائهم بكل حرية.

¹مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي: القاموس المحيط، ط 8، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت -لبنان، 2005، ص 109.

²عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط، "عربي، عربي"، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص 561.

³عاهد حسين الصفدي: دقات على الباب العتيق - مقالات اجتماعية، دون دار نشر عمان-الأردن، 2011، ص 10.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الحراك الشعبي:

تيار شعبي مؤثر كونه قادرا في مراحل عديدة على فرض أجندة التطورات والمواقف والسياسات في البلد، وهو ليس تيارا هزيلا بدليل قدرته على الاستمرار وضبط حركته صعودا وهبوطا في المشهد الوطني . ومع كل هذا فإن الحراك الشعبي يواجه بشكل دائم حالة من الإنكار من أطراف متعددة من الحكومة¹.

اجرائيا: ونقصد به الانتفاضة الشعبية التي قام بها ابناء الجزائر في 22 فيفري 2019 و يرجع هذا لعدة اسباب من بينها تراجع مصداقية واداء جميع أجهزة الدولة، سطوة المال من قبل بعض كوادر الدولة ولعل اهم شيء غياب الرئيس وتسيير الدولة من قبل الفاسدين فكل هذه الأسباب أثارت المواطنين وكسرت حاجز الصمت لديهم مطالبين بإحداث التغيير والقيام بإصلاحات كبرى على مستوى البلاد.

مفاهيم أخرى:

- شبكة الأنترنت:

ويقصد بيها أنها شبكة المعلومات العالمية التي يتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق النت والأقمار الصناعية ويكون لها القدرة على تبادل المعلومات بينها من خلال أجهزة كمبيوتر مركزي وتسمى باسم أجهزة الخادم التي تستطيع تخزين المعلومات الأساسية فيها باسم أجهزة المستفيدين².

في تعريف آخر هي شبكة ضخمة من أجهزة الحاسوب التي ترتبط ببعضها البعض، تصل الملايين من أجهزة الحاسوب حول العالم، تحتوي كما هائلا من المعلومات.

¹تاريخ الدخول 2020/07/07، على الساعة 15:00 <http://www.maqar.com/?id=2579> .ظاهر العدوان : على موقع

²عبد الفاتح عارف التميمي: شبكات الحاسوب والاتصالات ، دار اليزوي العلمية للنشر والتوزيع ، الردين عمان ، 2010 ، ص 09.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- الإعلام الجديد:

يعرف الإعلام الجديد بأنه: مصطلح يشير إلى مجموعة التقنيات الجديدة والتطبيقات الجديدة التي أدت إلى تغيير سلوك الشبكة الإعلامية الإنترنت¹.

- الفيس بوك:

يعتبر إحدى وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم وأماكنهم وأوقاتهم وأعمالهم، وهو موقع إلكتروني تملكه شركة الفاسبوك المساهمة العامة، كما تتعدد الأغراض أيضا من استخدام الفاسبوك فهناك من يستخدمها لأغراض تعليمية، سياسية، اجتماعية، أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو لأغراض ترفيهيه².

- المشاركة السياسية:

حيث تعد من أهم صور وخصائص الديمقراطية لأي نظام سياسي يشترك افراده في الحياة الاجتماعية والسياسية بالمجتمع، والذين يهدفون من خلال هذه المشاركة إلى تعزيز القيم والمبادئ والاتجاهات السائدة فيه، أو تغييرها بالقدر الذي يحقق لهم تنمية شاملة ومستدامة³.

إحداث التغيير:

هو التحول من نقطة أو حالة في فترة زمنية معينة إلى نقطة أو حالة أفضل منها في المستقبل⁴.

¹ أحمد حمودة : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية ، رسالة ماجستير ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، ديسمبر 2013 ، ص 53 .

² زغود بلقاسم ، سعدي وحيدة : الإعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب ، مجلة الأفاق للعلوم ، العدد 8، ج1 جامعة الجلفة ، 2017، ص ص 354/350 .

³ حمد الحورش : الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان-الأردن ، 2012، ص 78 .

⁴ م3- عثمان فاروق السيد : قوى إدارة التغيير في القرن الحادي والعشرون ، دار الوفاء للنشر، مصر ، ط 1 ، 2000 ، ص 09 .

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

كما يعرف أيضا: عملية تعديل التنظيم الحالي بغرض زيادة مستويات فاعليته وقدرته على تحقيق أهداف محددة.¹

11- حدود الدراسة:

تعتبر حدود أو مجالات الدراسة خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة، ذلك أنها تساعد على تحقيق المعارف النظرية في الميدان، وتمثل حدود دراستنا في ثلاثة حدود أساسية هي:

- الحد البشري:

يتمثل في طلبة جامعة الجليلي بونعامة - خميس مليانة - ومن كلا الجنسين، وكذلك كل تخصصات دون استثناء.

- الحد الجغرافي أو المكاني:

ويتمثل في جامعة الجليلي بونعامة - خميس مليانة - ولاية عين الدفلى، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص اتصال وعلاقات عامة، والتي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة.

- الحد الزمني:

امتد المجال الزمني لإنجاز هذه الدراسة منذ بداية شهر ديسمبر 2019، حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بالموضوع، وقد استمر ذلك إلى غاية شهر فيفري 2020، وبعد ذلك انطلقنا إلى الجانب التطبيقي ثم المنهجي وتحرير المذكرة في شكلها النهائي إلى غاية أواخر شهر أوت 2020.

12- صعوبات الدراسة :

- صعوبة الإحاطة بكافة المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة وهذا راجع إلى كثرة المراجع والدراسات المتعلقة بالموضوع .

¹ جمال الدين المرسي : الثقافة التنظيمية والتغيير ، الدار الجامعية للنشر ، مصر ، 2006 ، ص 47

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

- صعوبة في توزيع الاستثمارات بشكل شخصي وهذا راجع إلى جائحة كورونا التي حلت بالجزائر والعالم أكمل ، وتوزيعها بشكل إلكتروني وهذا منع من ملاحظة تعابير وجه المبحوث أثناء الإجابة وحتى أخذ إجابات ومعلومات إضافية على أسئلة الاستثمارة .

**الفصل الثاني: الإطار النظري
للدراصة**

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الخامس: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب السادس: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي علي الأنترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباع، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، واختلفت من باحث الى آخر. حيث تم تعريفها على أنها الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الصغرى من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بتوصيل صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع، فتعرف بأنها " تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والبريد الخطي والصوتي والمرئي ومشاركتها مع الآخرين"¹ " كما نجد مصطلح social media وفي تعريف آخر : باللغة الإنجليزية يطلق عليها "أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق، ومن حسن

¹ عبد الأمير : دراسات في الإعلام الإلكتروني ، دار الكتاب الجامعي ،العين-دولة الإمارات العربية المتحدة،2014 ، ص65.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الحظ أن المصطلح العربي "Social net-work" "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف¹، ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء....) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تترامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الأنترنت.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي علي أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به. ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها². وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني "اللويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعات افتراضية يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،....)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على ملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض³.

" تعريفا إجرائيا لإعلام الجديد بأنه: أحد أنواع الاعلام Cheridan وتضع كلية شريديان التكنولوجية" الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته⁴.

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

¹ خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن ،2013،ص24

² راضي زاهر : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية، عدد15، جامعة عمان الأهلية، 2003،ص23.

³ ليلي أحمد جزار: الفاسبوك والشباب العربي ،مكتبة الفلاح ،عمان ،2012،ص37.

⁴ عباس مصحفي صادق: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011،ص09.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

المطلب الثاني: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

- المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع سكس (دجريز) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساساً على فكرة بسيطة يطلق عليها -الدرجات الست- للانفصال¹، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضاً عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" وموقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.

- المرحلة الثانية:

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

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، ويتناسب ذلك مع تزايد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم.

حيث ظهرت بعض المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية التي نعرفها اليوم كان بداية عام 2002، حيث ظهر موقع "فزند ستر".

¹ عبد الأمير الفيصل: دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، العين-دولة الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص66.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي "كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل skyroc" النصف الثاني من نفس العام ظهر في موقع "سكا يروك" كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007. وقد استطاع موقع "سكا يروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق على "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات facebook الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيسبوك" والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي سبايس" حتى قام فيس بوك في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيارة أعداد مستخدمي "فيس بوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008 لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية twitter، Youtube « أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى في التنوع والتطور¹.

المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

تشارك مواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية Profile page:

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

¹ زاهرراضي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ،مجلة التربية ،ع15، جامعة عمان الأهلية ،عمان،2003،ص23.

المشاركة "Participation

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

الانفتاح :Openness

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة ، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى¹.

المحادثة "Conversation :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن الوسائل التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

الأصدقاء/العلاقات "Friends / connection :

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" على الشخص المضاف للقائمة².

- إرسال الرسائل:

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

¹ علي معبد : أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية للمواقع الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات

الحياتية ، مذكرة ماجستير ، كلية التربية جامعة أسيوط - مصر ، 2012 ، ص 51

² عبدالرحمان بن ابراهيم شاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، دارصفا للنشر، عمان، 2015، ص

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ألبومات الصور "Albums" :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

المجتمع "Community" :

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول¹ مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

المجموعات "Groups" :

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين أهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون "، أو الأحداث ودعوة events بمبتدى حوار مصغر، كما تتيح تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف " أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين .

الترابط "Connecteness" :

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

¹ قنديلجي، عامر ابراهيم والسامرائي: شبكة المعلومات والاتصالات، دار المسيرة للنشر، ط2، 2012، ص339.

ابتداع هذه الفكرة موقع { الفيس بوك } ، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة ، حيث يعمل حاليا على انشاء حملات إعلانية موجهة ، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحدونها من المستخدمين ، ويقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان ، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹ .

المطلب الرابع: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

منذ الظهور الأول لمواقع التواصل الاجتماعي تعددت وتنوعت بين شبكات شخصية وعامة تطمح لتحقيق أهداف محددة " تجارية مثلا" ومنذ بدايتها اختلفت المواقع التي تتصدر القائمة بين سنة وأخرى ،فتاريخيا كان لموقع "سكس دي فريز" أهمية كبيرة وصدى واسع مع بداياته الأولى ، وكذلك موقع "أو ماي نيوز" وغيرها، ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح تصنيفها يأتي بالنظر إلى الجماهيرية حيث تتصدر القائمة عدد من الشبكات و أهمها : "فيس بوك" "توتير" "يوتيوب" وهي المواقع التي نتحدث عنها باعتبارها أهم مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي وكذا بالنظر إلى اختلاف تخصص كل موقع .

- الفاسبوك:

1- التعريف:

هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي ، للأشخاص والشركات ليعززوا أنفسهم ويعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى ، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين².

¹ <https://books.google-dz/books.id1> -محمد سيد ريان : الفيس بوك والثورة المصرية ، متاح على الرابط التالي ص 53

تم اطلاع عليه بتاريخ 2020/03/03 على الساعة 15:30.

² على حجازي إبراهيم : التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد ،دار المعتز للنشر والتوزيع ، 2017 ،ص 73 .

أسس هذا الموقع "مارك زوكير" عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد ، الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم ، وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة¹، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا ، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاستدراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم ، وبلغ عددهم إحصائيات مليون 2011-800 مشترك .

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر اعرض الافكار السياسية وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض على الأرض ، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها ، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى مواقع تواصل متعدد الأغراض ، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في سنة 2013 إلى قرابة نصف مليار مشترك ، وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض².

3- أهم مميزات الفاسبوك³:

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

¹ حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي-أدوات ومصادر لتغطية الاعلامية ، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2014، ص 92 .

² مهاب نصر : الفاسبوك صورة المثقف وسيرته العصرية ، وجوه المثقف المثقف على الفاسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع افقا مقابرا ؟جريدة القيس اليومية ، العدد 03 ، 13446، نوفمبر 200 ، ص 08.

³ حسنين شفيق : مرجع سابق، ص ص 96/95 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- إضافة صديق: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.
- إنشاء مجموعة: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا بالعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.
- لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- النكزة: منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- الصور: وهي الخاصية التي تمكن من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها¹.
- الحالة: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- التغذية الإخبارية: التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجمع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم².
- الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية³.

¹فتححي حسين عامر : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك ،العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2011 ، ص 204 .

²على شقرة : الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي ، الاردن -عمان ، ط1 ، 2014 ، ص ص71/67 .

³ آمال عساسي : أنتوجرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري ، دليل أولياء الامور لاستخدام الفاسبوك ،2012، ص

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- السوق: وهو المكان أو الصفحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.
- إنشاء صفحة خاصة على موقع فيسبوك: ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة، والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفاسبوك.
- التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين¹.

- التوتير:

1. التعريف:

يرى أحد الباحثين أنه " إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط ، وأخذ توتير اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له ، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة ، ويجوز للمرء أن يسميها نصا مكثفا لتفاصيل كثيرة²، ويمكن لمن لديه حساب في موقع توتير أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التوتيرات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة ، وتتيح شبكة توتير خدمة التدوين المصغرة ، وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني ، كذلك "SMS2" عبر الرسائل النصية "RSS أهم الأحداث من خلال خدمة ".

¹ محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ،دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجا" ، رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص37.

² سلام محمد توفيق : التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015، ص20.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

2. النشأة والتطور :

"الأمريكية في مدينة Obvius وقد ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة " مدينة سان فرانسيسكو ، بعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعدها بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقدم التداوين المصغرة وفي أبريل " twitter " بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم " 2007obvius قامت شركة "1.

ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك "غوغل" أن يظهر ضمن نتائجه تدوينته كمصدر للبحث اعتباراً من 2009 واليوم يعتبر توتير مصدراً معتمداً للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين أو وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلاً مصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة التواصل مع الشعب كما يحدث اليوم غي الأحداث العربية عقب "الربيع العربي" وتأثير التوتير القوي فيه

3. مميزات التوتير:

لموقع التوتير مميزات مفيدة وعديدة أهمها²:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني تصبح مشتركاً من الموقع وتستطيع أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة، كما يتيح لك الموقع إرفاق صورة شخصية لك أو إشعار مع كل تدوينه قصيرة.
- محمول ومتحرك: فموقع توتير يعبر من المواقع الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تتيح إرسال الرسائل القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

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

² على خليل شقرة : الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الأردن -عمان، ط1، 2014، ن ص 75 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- مجاني: إرسال التداوين القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول وهي خاصة مكنت الملايين من التدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول بسهولة ويسر مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو المتابعين لك على الموقع وفي لحظات.
- مناسب للتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح لك أن تدوين ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع¹.
- الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع التويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فورا وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا تنسى تأثير هذه الخاصية فب نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الوطن العربي على حد سواء.
- أداة تسويق فعالة: فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة فبرسالة قصيرة ومجانبة تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجانا.
- شعار: يوفر التويتر امكانية تحميل صور خاصة بشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن، مما يعطي طابعا شخصيا وموثقا java أو html يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل:
 - مع كل تدوينه.

¹ علي حجازي ابراهيم: التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دار المعترف للنشر والتوزيع، 2007، ص 77 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- ميزة التتبع: فمن مميزات التوتير الأساسية هو خاصية التتبع لمدون معين على الموقع لكي تصل لك ، ومع الفترة followتدوينته أولا بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع يصح لك شبكة من معارف و متتبعون خاصون بك لكم نفس الاهتمامات و يجمع بينكم هموم مشتركة¹.

اليوتيوب:

1- التعريف:

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

أي أن اليوتيوب موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومحلي ، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها².

2- النشأة والتطور:

Pay pal وقد تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة 3 موظفين سابقين في شركة " باي بال " وهم " تشاد هيرلي " و " ستيف تشين " و جاود كريم " في مدينة كاليفورنيا ، ويستخدم الموقع الأذوي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام ، التلفزيون ، ومقاطع الموسيقى، و الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

¹ حلمي خضر ساري : تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية ، { دراسة ميدانية في المجتمع القطري }، مجلة الجامعة ، دمشق، المجلد 24 ، العدد الأول ، 2008 ، ص302 .

² محي الدين اسماعيل محمد الدلهي :تأثير شبكات التواصل الاعلامية على جمهور المتلقين ،مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الاسكندرية-مصر، 2015، ص471.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان " أنا في حديقة الحيوان " أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 وتبلغ مدته 0:19 ثانية، ومنذ ذلك تم رفع الملبارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الأنترنت ولتشرته شركة غوغل عام 2006 وتضمنه لها، وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين وللهاواة على حد سواء لبت مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم، وأغانيتهم، ومنتجاتهم للعالم ومجانا، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبت برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبره¹.

3- مميزات اليوتيوب:

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها²:

- **عام ومجاني:** فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.
- **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام " وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة mp3 أو الأغاني "Avi، mp4، wmv من جميع الأنواع " الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.
- **سهل الاستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- **سهل المشاهدة:** فمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، « Real Player " بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برامج موسيقي مثل

¹ عبد الله على محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، 2012، ص 20.

² ابراهيم اسماعيل: الاعلام المعاصر-وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة- قطر، 2014، ص ص185/186.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعمامة، وكل ذلك يظهر بمحرك البحث كغوغل.
- أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العمامة فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع أفراد كانوا أم شركات¹.
- ميزة البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر².

المطلب الخامس: دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حساباً واحداً له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أبرز أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب لاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

¹ رامي حسين حسن أ لصرافي : دور الاعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة الازهر ، غزة ، 2012 ، ص 53.

² محمود القاضي : الوعي هو السلاح في عصر المعلومات (الشبكات الاجتماعية ، الفرص المحفوفة بالمخاطر)،
http://www.Luxorlink.com/bank39html تاريخ الدخول : على 10/01/2020 على الساعة : 15:00 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- المشاكل الأسرية:

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

- الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلاً لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفاسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحو الوسائل المليء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم¹.

- البطالة:

وهي العملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصاً ناقماً على المجتمع مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب².

¹ مشري مرسى : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ،مجلة المستقبل العربي ، العدد 395، لبنان، يناير 2012،ص157.

² الوافي الطيب وبهلول لطيفة : البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات . <http://www.Kankji.com/figh/fhles/> . c.d /7830/ doc تاريخ الدخول : 2020/01/12 على الساعة 18:30.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفضول:

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

- التعارف وتكوين الصداقات:

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

- التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال ، كونها منخفضة التكاليف ، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل ، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها¹.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب اعمار والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها .

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما هو الحال في شبكة " لينكدانا " فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف المهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب الأخرى.

¹الوفاي طيب و بهلول لطيفة : نفس المرجع .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب السادس: التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

- التأثيرات الإيجابية:

من بين أهم الإيجابيات لهذه المواقع الاجتماعية نذكر ما يلي:

✓ نافذة مطة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية

نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

✓ فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع

التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

✓ أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات

والتقاليد، واللون، والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو

على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.

✓ منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك

حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالجال مفتوح أمام حرية التعبير¹ مما

جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة

المصيرية.

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

✓ تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات. متابعة أخبار

بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

¹ جمال معنوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الفرد في المجتمع، ملتقى دولي

حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي، بسكرة، 10/9، ديسمبر 2012.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

✓ تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة : حيث بإمكانك من خلال هذا المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبيي أو الاختطاف أو الهجرة السرية، فيتم العثور على أبناء¹.

- التأثيرات السلبية :

إن مواقع التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين ، ومن أبرز تلك الآثار السلبية ما يلي:

✓ يقلل من مهارات التفاعل الشخصي : فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقبل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحيلة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر².

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

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

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

¹ موسي جواد الموسوي وآخرون : الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، ط1 ، مكتبة الاعلام المجتمع ، بغداد ، 2011 ، ص 47 .

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

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- ✓ **انعدام الخصوصية:** تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.
- ✓ **الصدقات قد تكون مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان:** فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً ففيه نوع من النفاق.
- ✓ **انتحال الشخصية:** أين يقوم المستخدم بانتحال شخصية واستغلالها لنشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة أو في الجريمة كالديعارة أو السرقة أو الاختطاف¹.
- ✓ **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية:** أضحت استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثات فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أدى إلى زوال اللغة العربية الحقيقية.

¹ محمد عجم: الأنترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب - عالم افتراضى يتصل بالواقع وينفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط، العدد 10، ديسمبر 2010 الموافق 8 محرم 1432 هـ، ص 12 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: ماهية الوعي السياسي.

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي.

المطلب الثاني: مفاهيم ذات صلة بالوعي السياسي.

المطلب الثالث: أهمية الوعي السياسي.

المطلب الرابع: أدوات تكوين الوعي السياسي.

المطلب الخامس: مستويات الوعي السياسي.

المبحث السادس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الوعي السياسي.

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي.

1- تعريف الوعي: هو إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل المعرفة، ويمكن إرجاع مظاهر الشعور

أو الوعي إلى ثلاثة أقسام: «الإدراك والمعرفة، الوجدان، النزوع والإرادة.

2- تعريف الوعي السياسي: هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات،

وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستترة وراء مواقفها

وتحركاتها ومشاريعها.

ويعرف الوعي السياسي أيضا بأنه إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة،

وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا.

والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة ماله من حقوقه وما عليه من واجبات في كل الأنظمة الديمقراطية، فالجتمعات التي

تسعى إلى التحول إلى النظام الديمقراطي بحاجة إلى منظومة من المعارف السياسية التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يستطيع للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها¹.

ويعرفه محمد علي محمد: بأنه إدراك الشباب أو أي فئة للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعهم ودورهم في العملية السياسية ومشاركتهم في التصويت والسلوك الانتخابي واتجاهاتهم السياسية وانتمائهم لأحزاب القائمة وكيفية الاعتماد على كل هذه المتغيرات في تقويم الوعي السياسي لمجتمعهم وما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع².

ويعرفه جلال معوض: الوعي السياسي بأنه معرفة المواطن لحقوقه السياسية وواجباته وما يجري حوله من أحداث ووقائع وكذلك قدرة ذلك المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به كحقيقة كلية وليست كوقائع منفصلة وأحداث متناثرة ولا يجمعها رابط بإضافة إلى قدرة المواطن علي تجاوز خبرات الجماعة أو الجماعات الصغيرة التي تنتمي إليها خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي³.

كما تعرفه ماري إبراهيم: بأنه التفاعل بحكمة مع الأحداث السياسي والتحرك بسلاسة في الميدان السياسي والتعرف على الخطوط والأبعاد السياسي التي يجب أن يلتزم بها⁴.

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

² محمد علي صلاح : أصول الاجتماع السياسي " سلسلة علم الاجتماع المعاصر ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 1984 ، ص56.

³ جلال عبد الله معوض: أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي ، مجلة المستقبل العربي ، بيروت ، مركز الدراسات الوحدة العربية ، العدد 1994، ص 144 .

⁴ ماري كامل إبراهيم : الوعي القومي ، الاسكندرية ، معهد العلوم الاجتماعي ، 1989 ، ص 185 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب الثاني: مفاهيم ذات صلة بالوعي السياسي.

- المشاركة السياسية:

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ماهيته والأنشطة السياسية المختلفة التي تنطوي تحته ويقوم بها الأفراد المشاركون¹.

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

"بأنها الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكم أو التأثير في القرارات وسياسات التي يتخذونها ، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في حملة الانتخابية بالمال ودعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن اساليب الشكوة والتظاهر والإضراب ، وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون" ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي :

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

¹ شيرين حربي جميل الضائي : دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة ، رسالة ماجستير كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر ، فلسطين ، 2010 ، ص 80 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- التنشئة السياسية:

يقول "هامين" في كتابه "التنشئة السياسية" بأنها "عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة «، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكتسب الفرد الاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة تخلف إلى التقدم¹.

- الثقافة السياسية:

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

المطلب الثالث: أهمية الوعي السياسي.

تكمن أهمية الوعي السياسي فيما يلي:

- إن الوعي السياسي العلمي يعمل على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف والتأثيرات البيئية، حيث يساعد الوعي السياسي للمحيط الذي يعيش فيه الإنسان على تحليل الأمور السياسية من زوايا متعددة، بحيث يعطي الواقع مشهداً علمياً وأكاديمياً يخدم الدارسين في هذا المجال، وأهمية الوعي السياسي هو إعادة ترتيب وصياغة

¹ محمد الحواش : الوعي السياسي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان ، الرذن ، مارس 2012 ، ص 78 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الأفكار والمعتقدات التي سادة في حياة الشعوب فب البلدان المختلفة خلال العقود الماضية، وماتزال عن طريق نشر المعرفة وثقافة الحوار وقبول الآخر¹.

- إن الوعي السياسي يساعد في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم المشاكل، وأخطر الأزمات إذ يعد هذا الاستبداد السبب الرئيسي وراء التخلف في العديد من المجالات الأخرى الاجتماعية، الثقافة الاقتصادية...، وأن أفضل طريقة لتخلص من الاستبداد والقمع هو معرفة الشعب لما له وما عليه، وأن الشعوب المتقدمة قد تغيرت وتطورت نتيجة لنمو الوعي السياسي لديهم، إذ تحولت الدول الأكثر عداوة إلى حلفاء في مسائل الحرية والديمقراطية وغيرها من المسائل المتعلقة بحريات الأفراد والجماعات².

- قضية النهضة الحضارية: فالوعي هنا يساعد على النهضة الحضارية من خلال معرفة الأفراد بالظروف والتطورات، ودور التكنولوجيا الحديثة في مجال التزويد بالمعلومات، كل هذا يكون بمثابة سبيل إلى الوعي السياسي باتجاه تطور المجتمع ونهضته. وأن النهضة الحضارية والفكرية لا يمكن تحقيقها دون الربط بين الوعي التاريخي والوعي بالأمور التي يمر بها أفراد، لأن بناء الوعي السياسي لا يمكن أن يتحقق في مرحلة ما، وإنما يتطلب ذلك عدة مراحل لا بد من توفيرها في سبيل النهوض بالواقع السياسي للمجتمع³.

- عن طريق الوعي السياسي يحدد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا الحيوية التي تحدث داخل المجتمع، وأن الوعي السياسي الموجود لدى الأفراد غالبا ما يقيد حركة الدولة، ولا يسمح لها بأن تعمل بشكل مطلق في الساحة الداخلية وحتى على المستوى الدولي.

¹نعيم إبراهيم الضاهر: مدخل إلى العلوم السياسية، ط1، الأردن عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2015، ص 181 .
²عبدالله بن علي الفردي: الوعي السياسي في الإسلام، ط1، الرياض "السعودية"، دار طريق النشر، 2010، ص ص 28/29.
³زير فان سليمان البرواري: الوعي السياسي وتطبيقاته " الحالة الكردستانية " ، ط 1 ، دهوك -العراق ، مطبعة خاني ، 2006 ، ص ص 17/14.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- يعزز الوعي السياسي الديمقراطي في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته، وكذلك رؤيته للظروف التي تأثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية.

- يمنح الوعي السياسي الشعوب القدرة على فهم الواقع السياسي، وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية، فالوعي السياسي بقضايا الأمة العربية يمثل أساسات العمل الوحدوي فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب، لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية¹.

- كذلك يرفع الوعي السياسي من قدرة الأفراد على التحليل الموضوعي والعلمي وللأحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية، ويساعد على استقرار المجتمع، فهو من الركائز الأساسية لبناء الأمة والنهوض بها².

وإن قوة الوعي السياسي للمجتمع هي قوة لسياسة الدولة واستقرارها السياسي وقوة لبنائها الاقتصادي والثقافي والاجتماعي وبالتالي توحد أفراد المجتمع مع مؤسسات الدولة في تحقيق الأهداف ، وتلاشي المشاكل الاجتماعية وعدم هدر الأموال في الإصلاح الاجتماعي، والإقلال من الخسائر المادية والتكاليف المتنوعة التي تخصصها الدولة لمعالجة المشاكل الاجتماعية مما يرفع نسبة النفقات العامة في جانب يبطئ مسيرة التقدم والتطور فب البناء ، ففي تطور الوعي السياسي لأبناء المجتمع يتم تجنب المظاهر الهدامة يتم التقرب من المظاهر البناءة فيتم تخصيص النفقات العامة لنفقات حقيقية إنتاجية³.

¹ محمد عبدالله الحورث : الوعي و المشاركة السياسية لدى المواطن اليمني ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان-الأردن ، مارس 2012، ص 49 .

² يحاوي عبد الحق : نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي والصراع العربي الإسرائيلي ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2010/2011 ، ص 59 .

³ إحسان محمد الحسن : علم الاجتماع السياسي ، عمان الأردن ، دار وائل للنشر ، 2005 ، ص 151.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب الرابع: أدوات تكوين الوعي السياسي.

أولاً: الأسرة.

تعتبر الأسرة هي المؤسسة الأولى التي يتلقى فيها الطفل أسس التنشئة الاجتماعية والسياسية، حيث يبدأ الطفل اكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقومات ذاتية وكذلك اكتساب الوعي السياسي بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به¹.

وتعتبر الأسرة أهم آليات نقل القيم على الإطلاق، وخصوصاً في مرحلة التطبيع الاجتماعي التي تبدأ من قبول الطفل لمختلف أنماط سلوك التلقائي، فالأسرة تشرع في توجيه سلوكيات الطفل بما يتفق مع قيمهم ومبادئهم ومعاييرهم واتجاهاتهم إلى أفضل مستوياتها، ويعمل الطفل على تعديل سلوكه طبقاً لما يتفق مع النسق القيمي الذي يعتنقه الكبار، فالأسرة تعتبر أول نمط للسلطة يعايشه الطفل، فالطفل يكتشف في هذه المرحلة طبيعة السلطة²، وتؤثر طريقة ممارسة هذه الأسرة للسلطة على قيمه واتجاهاته. كما يظهر دور الأسرة في عملية تنمية الوعي السياسي من خلال علاقات السائدة بين أفرادها من حيث الممارسة السياسية والوعي السياسي. بالإضافة إلى ما تسمح به الأسرة من حريات لأبنائها، وماهي حدود الحرية ومفهومها، هل تقيد هذه الأسرة سلوك أبنائها أم تمنحهم الثقة وتسمح لهم باستقلال التفكير واتخاذ القرار، هل يسمح للأبناء بالمناقشة والحوار وتقبل الرأي الآخر أم أن التسليط والإكراه، والسلبية واللامبالاة هي السائدة.

فقد أكد عالم الاجتماع الفرنسي " دوركايم " على دور الوالدين والأسرة في تنشئة الطفل السياسية، وذلك لأن جميع المكونات الثقافية الأولى تكون من الأسرة والوالدين، فالعائلة هي البداية الأساسية والأولى للبنية السياسية للطفل وهذا يتضح في علم النفس السياسي لدى الأطفال.

¹ أحمد بدر : الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، 2009 ، ص 170 .
² أحمد بدر : الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، 2009 ، ص 170 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ثانيا : المدرسة .

تعتبر قضية التعليم في أي مجتمع من المجتمعات قضية على جانب كبير من الأهمية بل إنها أهم قضية يتعرض لها المجتمع في أي مرحلة من مراحلها التاريخية المختلفة، حيث إن التعليم حيث إن التعليم بمثابة الوسيلة التي تستخدمها المجتمعات المختلفة من أجل تدعيم ما تؤمن بيه من أفكار ومبادئ فالنظام التعليمي في معظم المجتمعات يعمل على خدمة النظام السياسي القائم في المجتمع ويستهدف إكساب الفرد للمبادئ والقيم التي تتفق مع الإيديولوجيا السائدة في المجتمع.

حيث تعد المدرسة عاملا آخر من عوامل التنشئة السياسية التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي ضمن المؤسسة الأولية للتنشئة السياسية، وللمدرسة دور هام في تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد العائلة، حيث تمثل دور المدرسة في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها وأدواتها المعروفة، وقد أكد عالم السياسة الأمريكي "ماريام" على دور المدرسة باعتبار المدرسة النظام التربوي الرسمي التي تقوم بعمليات التدريب المدني، وأن التلاميذ يكتسبون أولى عمليات التنشئة من خلال المدرسة¹.

ثالثا: الجامعة .

إن الجامعة هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والأفكار وتطويرها وكذلك توليدها ، وللجامعة دور حيوي بارز في حياة المجتمعات البشرية وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة كانت الجامعات بمثابة قوة ضغط على الحكومة من خلال تقييد بعض ممارستها السياسية ، وتمارس الجامعة دورها الإيجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج ، أي : ربط الجامعة بمشاكل المجتمع والعمل تثقيف المواطنين ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز أبحاث التي تعمل زيادة الوعي السياسي من خلال اهتمامات الجامعة بالأحداث والظروف التي يمر بيها المجتمع ، وخاصة في العلوم الإنسانية .

¹نعيم إبراهيم الظاهر: نفس المرجع ، ص ص 187 / 188 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتعد الجامعة من أهم المؤسسات التربوية التي تلعب دورا هاما في نقل وتبادل المعلومات. وتؤثر تأثير عميقا على اتجاهات الفرد والمجتمع ، وعلى الهياكل السياسية وعلى الحالة النفسية للمجتمع بأكمله ، كما أنها تلعب دورا مؤثرا في عملية صنع القرار السياسي . ويمتد دور الجامعة ليشمل عملية التنمية السياسية ، فهي مصدر للخبرة السياسية ونشر الثقافة السياسية ، وتكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي .

وكذلك تعمل الجامعة على زيادة الوعي السياسي لطلابها من خلال إتاحة مجالات واسعة لمشاركة الشباب ومنها: المشاركة في الاتحاد الطلابي، والمشاركة في الأسر الطلابية بما يتوافق مع قدراته ومهاراته، والمشاركة في الرحلات الجماعية والمعسكرات، والمشاركة في الانتخابات والاتحادات الطلابية سوء الترشيح أو الانتخاب، والمشاركة بين الزملاء في المناقشات المختلفة حول الموضوعات والقضايا المختلفة. بالإضافة إلى المشاركة في تنظيم دورات وندوات ثقافية، ودينية، والسياسية، والاجتماعية، والاقتصادية ورياضية... .

غالبا ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضعيفا بالنسبة للتوعية السياسية وغالبا ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الأحزاب في دول المتقدمة المنسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة والمدرسة، أما في البلدان المتخلفة عن القيم التي تلقاها البالغون غي طفولتهم حيث يقتصر التغيير والتطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات.

وتقوم الأحزاب السياسية بدور فعال في تكوين الوعي السياسي، حيث تعمل على تبسيط العملية السياسية وتكوين الإحساس السياسي للمواطنين، وتقوم بتزويد أعضائها بالمعارف السياسية، وإعداد الكوادر السياسية وتسعى الأحزاب السياسية إلى التأثير على الأفراد من غير أعضائها بهدف الترفي ببرامجها وانضمام أفراد جدد لها، فهي بحاجة إلى جماهير تؤيدها¹.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

خامسا: وسائل الإعلام .

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

حيث تقوم هذه الوسائل بتزويد المواطن سياسيا بالقضايا القومية بل والقضايا العالمية، وتقوم أيضا بنقل القيم الجديدة إلى الجماهير وتقديم النماذج السلوكية المدعمة لها¹.

وإن الإعلام في الوقت الراهن يمارس دورا أكبر من حيث تعدد الوسائل كالشبكة العنكبوتية وتحويل العالم إلى قرية صغيرة لذا أصبح بإمكان الأفراد الذين يعيشون تحت نبر الاستبداد من التعرف على العالم الواسع واقتناء الأفكار الحرة من خلال الأنترنت والأقمار الاصطناعية. وهنا لابد من الفرق بين الأثر الذي يجلبه الإعلام العالمي في اكتساب نوع من الوعي السياسي، فالإعلام العالمي اليوم يؤثر بصورة واضحة في تفكير الشعوب نظرا لسرعة التنقل في المعلومات بين الشرق والغرب والشمال والجنوب، ويتجلى هذا الأثر بقوة في المجتمعات النامية والمغلقة وذلك لكون الأفراد في المجتمعات تقيم الأحداث السياسية من زاوية ردود الأفعال الآنية والمرحلية دون التفكير في العواقب والآثار التي تفرزها الظروف السياسية المتنوعة لذا نرى بأن الظواهر التي تعبر عن الوعي السياسي كالمظاهرات والمطالبة بالتغيير غالبا ما تكون مرحلية ويتلاشى في الوقت الذي رسمته الأنظمة الحاكمة في هذه البلدان².

¹ شدان يعقوب خليل: أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين، 2015، ص 24 / 25 .

² محمد عبد الله محمد الحورش: الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن، مارس 2012، ص38.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المطلب الخامس: مستويات الوعي السياسي .

أولاً : المستوي النظري .

ويقصد به مستوى الأفكار والإيديولوجيات كالتالي يحتويها موضوع الوعي من ثقافة ومعايير وعواطف ، ويمر هذا المستوى بمراحل ثلاثة هي :

أ- مرحلة المعرفة والإدراك :

وهي المرحلة التي أطلق عليها هيجل مرحلة الاستكشاف ويكون الفرد فيها على مستوى الإدراك المباشر ، كما تعتبر هذه المرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها¹.

ب- مرحلة الاهتمام السياسي :

أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد ذلك الارتباط الذي يخلف الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها ، وبلوغها أهدافها ، وعناصر الاهتمام تتمحور حول أربع مستويات:

1- الانفعال مع الجماعة.

2- الانتقال مع الجماعة.

3- التوحد مع الجماعة.

4- تعقل الجماعة.

¹ يحيياوي عبد الحق: نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي وبالصراع العربي الإسرائيلي ،رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، ص64.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ت-مرحلة الانضمام السياسي:

حيث يحتاج الوعي أي مؤسسة لتكوينه فكريا، قد تكون مؤسسة تربوية أو سياسية أو دينية، والانضمام إلى هذه المؤسسات قد يوجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد.

ثانيا: مستوى الممارسات.

وهي مرحلة يصبح فيها وعي الفرد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو بعضها مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنها، أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفضها اتجاه الموافقة في حال تجاهل السلطة، وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي، والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الطلبة، وإذا كان الوعي السياسي عاملا مساعدا على الممارسة السياسية فإن دوره لا يتأتى إلا بتوفير مجموعة من الشروط

- الشعور بالافتقار السياسي : إذ هو حالة ذهنية يشعر فيها الفرد بأنه يمتلك القدرة على فهم مواطن الصواب في النظام الاجتماعي العام، فيؤازرها ويسعى إلى تثبيتها وتنميتها وفهم مواطن الخلل، فيسعى إلى التنديد بها وكشف عواقبه السلبية على الفرد والجماعة ثم يبدي رأيه الصائب دون خوف من لوم أو عقاب .
- الاستعداد للمشاركة السياسية: يعني توجب وعي الفرد بأن ممارسة الحرية السياسية ممارسة فعلية، تفتضي بمد يده إلى غيره من أفراد المجتمع السياسي بغية المشاركة في صياغة السياسات والقرارات واختيار الحكام وأعضاء المجالس النيابية على الصعيدين: المحلي والمركزي.
- التسامح الفكري المتبادل: وهو أن يكون النظام السياسي مرنا بحيث يسمح لكافة التوجهات السياسية بأن تعبر عن نفسها من خلال قنوات مشروعة على المستويين الرسمي والشعبي.
- توافر روح المبادرة: فينبغي على كل فرد في المجتمع أن يشعر شعور إيجابيا اتجاه الدولة التي تحكمه، بحيث لا ينتظر قضاء الأمور من الأعلى إلى الأسفل فتكون نظرتة إلى الدولة نظرة أبوية ينتظر منها أن تتكفل به.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- احترام المبادئ قبل الأشخاص: إذ لا بد من توافر القناعة بأن السلطة السياسية مودعة في المؤسسات فهي مستقرها ومستودعه، وأن هذه المؤسسات تقوم على فلسفة سياسية تعبر عن الضمير السياسي للجماعة، وبالتالي فإن الشخص الحاكم ليس بإنسان المقدس أو المنزه عن الخطأ بل هو شخص يمكن أن يحظى باحترام أو عدمه بقدر وفائه من عدمه للمبادئ التي كلف بالمحافظة عليها.
- الثقة المتبادلة: بين الحاكم والمحكوم وبين المؤسسات السياسية والدستورية الحاكمة وبعضها البعض من جهة أخرى¹.

المطلب السادس: دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم الوعي السياسي .

- أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية وهو المطلب المطروح حالياً على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفير ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة مثل: الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري والتي تؤثر بدورها بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال اهتمام الأفراد ووعيهم تجاه النظام السياسي وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم نشيطين يلعبون دوراً فاعلاً في العملية السياسية بوجه عام².
- وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تدعيم الممارسة الديمقراطية عبر إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد وتدعيم دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة

¹ نعيم إبراهيم الظاهر : مدخل إلى العلوم السياسية ، ط1، الأردن، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2015، ص ص184/185.

² أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص42.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية بما يزيد من المشاركة الناشطة للأفراد وتعد أولى خطوات التنمية السياسية¹.

- إضافة إلى أنها تقوم بإضعاف سطوة الأنظمة الحاكمة حيث أصبحت تلعب دورا كبيرا في إحداث التغيرات الفكرية والأيدولوجيا عبر تناقل وتصدير المعلومات، المتمثلة في الأخبار والأفكار والثقافات المختلفة، حيث أن التطور السريع في تكنولوجيا الاعلام والمعلومات أصبح يهدد سلطة ومسؤولية الدولة، وهذا ما يسمى بطريق المعلومات السريع، ودور الأنترنت في الانفتاح المعلوماتي الرهيب حول العالم².

- برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي في المجتمع، كما أنها تلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في مواقف السياسية الهامة³.

- عولمة قضايا النظام السياسي المحلية، فمن فوائد مواقع التواصل أنها عملت على نشر الآراء والافكار السياسية لمناضلين والأحزاب المحلية، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم، ولو أرادت أن تتعرض لمثل هذا المدى الواسع للانتشار كما حدث مع قضايا ثورات الربيع العربي لاحتاج الأفراد والأحزاب لدفع الملايين والمليارات كحملات إعلانية لأنشطتهم وأفكاره وتصوراتهم⁴.

- ويرى الخبراء أن السر في هذا يكمن في الكيفية التي بنيت عليها هذه المواقع ، فهي ذات طابع شخصي حميمي ، صادق وبسيط ، سهل الاشتراك والتفاعل عبره ، ذو رسالة قصيرة و واضحة ، فلا مجال لخطب النفاق البرلماني فيه ،

¹ رأفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ،مذكرة ماجستير، جامعة البتراء الأردنية، 2013، ص48.

² الدناني عبد المالك ردمان : الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت ، دار الرتب الجامعية ، 2001، ص61

³ عبدالكافي إسماعيل عبدالفتاح : السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، هبة النيل للتوزيع ، 2010، ص25،

⁴ العبيد الطيب عبد القادر أحمد: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون ، 2017 / 1438 ، ص187.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

ولا لعنف المظاهرات ومطاردات الشرطة ولا لتخلف الخطاب الرجعي لحركات التشدد ، بل تستطيع أن تشارك الحراك السياسي وإظهار دعمك لسياسي أو حزب أو فكر معين بمجرد الضغط على زر يعجبني على الفاسبوك أو من خلال إتباع نشاط سياسي معين عبر توتير للتعرف على آخر الأخبار عن التجمعات والمظاهرات ومواقعها ، كذلك فقد نجحت وسائل الإعلام الاجتماعي كالصور والأفلام على اليوتيوب أن تزيل الغشاوة التي كانت أمام عيون الشعوب وتسقط ورقة التوت الساترة لعورات النظم الفاسدة ، ولتبين حقيقتها القمعية المتوحشة ، مما عمل على إيقاظ مشاعر النخوة والخوة العربية الكامنة ، ولتزيل الحواجز الطائفية والأحقاد القبلية العمياء ، ولتوحيد الأمة ، شباها وشيوخها ، فقراءها وأغنياءها ، مسلميها ومسيحيها ، حول هدف مشترك واحد ، ألا وهو المطالبة بالإصلاح والتغيير من أجل غد أفضل للأجيال القادمة.

- توزع القيادة المطلقة على مجموعة كبيرة من القياديين، فمن مميزات مواقع التواصل توفير قاعدة لإطلاق نشاط سياسي متعدد التحركات والرؤوس.
- حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال، أي جمع أشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات وسرعت التحركات بحيث بات ما كان يتطلب سنوات يتم في أسابيع وأشهر¹.
- التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية، فقد أثبتت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفاسبوك وتوتير وغيرها تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط بها، إما خلال المشاركة بالفعاليات التي تنظم عبر تلك المواقع أو المشاركة بالانتخابات المحلية الخاصة بهم، مما عمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول المتخلفة والقمعية، وساهم في انخراط الملايين من الشباب الذين ملوا من الكذب والنفاق السياسي الرسمي وأبواق المعارضة التقليدية المتواطئة سرا مع الأنظمة الحاكمة مقابل اقتسام الغنائم وانخرطوا تحت راية المجتمع الإلكتروني الواحد والمطالبة بالتغيير نحو عالم أكثر حرية وديمقراطية ومساواة وعدالة اجتماعية واقتصادية .

¹ العبيد الطيب عبد القادر أحمد : مرجع سابق ، ص 168 .

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي، فمن خلال خدمات كتكوين المجموعات الخاصة على مواقع التواصل، وكذلك توفير خطوط تواصل أمن مثل برامج سكايب أو المحادثات الخاصة عبر فيسبوك أو تطبيقات الرسائل القصيرة والتحدث عبر أجهزة الموبايل الذكية وأجهزة البلاك بيري والتي لا يمكن تتبعها لعدم ارتباط تلك الرسائل بخوادم الاتصال التابعة لمؤسسات الاتصال الرسمية في الدولة، وهذا ما ساهم في حفاظ سرية الحراك والنشاطات المطالبة بالتغيير.

وكان لشبكات التواصل أربعة أدوار خلال الاحتجاجات والحراك الشعبي:

- ✓ نجحها في حشد الجمهور وتحقيق الشعبية.
- ✓ ساهمت في بروز المواطنة الفاعلة والإيجابية.
- ✓ كانت أدوات مضادة للدعاية والشائعات.
- ✓ ساعدت الناس في تحليل البيانات التي تصدر عن الحكومة.

**الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
للدراسة**

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

بعدها قمنا بجمع المعلومات النظرية والمعرفية حول مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي والتي سنطبقها في الميدان، وذلك على مجموعة من طلبة علوم الإعلام والاتصال في جامعة الجيلالي بونعامة-خميس-مليانة، وذلك من أجل معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعية إلى تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة، وذلك من خلال الانطلاق من الإجراءات الميدانية وتحليل وعرض البيانات وصولاً إلى استخلاص النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

المبحث الأول: تحليل الجداول

المحور الأول: بيانات شخصية

جدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

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

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أنّ نسبة الإناث بلغت %52 وبعدها تكرارات 26 تكرار، بينما وصلت نسبة الذكور إلى %48 وبعدها تكرارات وصل إلى 24 تكرار.

ويعود ارتفاع نسبة الإناث إلى كون المجتمع الجزائري مجتمع تفوق فيه نسبة الإناث على الذكور بالإضافة إلى أن الجامعة الجزائرية تستحوذ على نسبة كبيرة من الإناث عكس الذكور الذين يتوجهون إلى الأعمال الحرة أو في القطاع العسكري.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

المستوى	التكرار	النسبة
ليسانس	33	66%
ماستر	17	34%
دكتوراه	0	0%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (02) نرى أنّ طلبة ليسانس وصلت إلى 66% بالمئة بتكرار 33 يليها طلبة الماستر وبتكرار 17 أما طلبة الدكتوراه فكانت النسبة منعدمة، أو نقول إن احتلال طلبة الليسانس المرتبة الأولى راجع إلى التعداد الكبير لهم علماً أنّ الليسانس يشمل سنة أولى وثانية وثالثة في حين نلاحظ قلة طلبة الماستر وهذا راجع إلى انشغالهم بالترقيات وإعداد مذكرات التخرج (ماستر 02).

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مكان الإقامة.

مكان الإقامة	التكرار	النسبة
المدينة	33	66%
الريف	17	34%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) بأن نسبة الطلبة اللذين بأن نسبة الطلبة الذين يعيشون في المدينة تحتل المركز الأول من العينة الاجمالية بنسبة 66% و33 تكرار، أما نسبة الطلبة الذين يعيشون في الريف احتلت المرتبة الثانية بنسبة 34% و17 تكرار.

ونستنتج من هذه النتائج بأن الجامعة أغلبية طلابها يعيشون في المدينة وهذا لقرهم منها، وارتفاع معيار الدراسة فيها على عكس الذين يعيشون في الريف وهذا يرجع إلى عدة أسباب من بينهم الظروف المادية والعادات والتقاليد كمنع الاناث من مواصلة التعليم في الجامعة وبعد الجامعات عن المناطق الريفية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل الجداول وفق المتغير الأول (الجنس).

الجدول رقم (04): استخدام الشبكات الاجتماعية الحياة اليومية.

المتغيرات	الجنس		المجموع	
	الذكور		النسبة %	
	التكرار	%	التكرار	%
دائماً	20	%80	43	%86
أحياناً	05	%20	07	%14
نادراً	0	%00	00	%00
المجموع	25	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية وفق متغير الجنس، يبين لنا أغلبية أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية دائماً في حياتهم اليومية بنسبة 86% بالنسبة للجنسين بتكرار 43، بينما جاءت الفئة التي تستخدم الشبكات الاجتماعية أحياناً بنسبة 14% بالنسبة للجنسين بتكرار 07، وأخيراً جاءت الفئة التي تتقدم الشبكات الاجتماعية وهذا يرجع إلى مواكبة التطور التكنولوجي والاهتمام به.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 05: الشبكات الأكثر استخداماً:

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

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الذين يستخدمون الفيس بوك هي 90% وبتكرار 45، منها 87.5% للذكور وبتكرار 21 و92.31% للإناث بتكرار 24، يليها اليوتيوب بنسبة 10% وبتكرار 5، بنسبة 12.5% و 7.69% للإناث أما فيما يخص اليوتيوب فكانت نسبة الإجابة منعدمة ويرجع ارتفاع نسبة الفيس بوك إلى شعبية وسهولة الاستخدام ومميزاته واليوتيوب اعتماده في مشاهدة الفيديوهات وأفلام وغيرها.

الجدول رقم 06: استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعية:

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		الخيارات
		%	التكرار	%	التكرار	
76%	38	86.6%	13	71.5%	25	اسم مستعار
24%	12	13.3%	02	28.5%	10	اسم الحقيقي
100%	50	100%	15	100%	35	المجموع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يوضح الجدول رقم 06 أنّ أغلبية أفراد العينة يستخدمون حسابهم الشخصي باسم المستعار بنسبة 76% حيث تأتي في المرتبة الأولى نسبة الذكور بـ 71.4% بتكرار 25، ثم تليها نسبة الإناث بنسبة 86.6% بتكرار 13.

يليهما الاستخدام باسم حقيقي بنسبة 24% وتأتي مرتبة الأولى نسبة الذكور بنسبة 28.5% وبتكرار 10 أما الإناث بنسبة 13.3% وبتكرار 02.

ويرجع استخدامهم إلى اسم مستعار إلى التصرف بحرية وتعبير عن آرائهم بكل حرية ودون تخوف وكذلك حتى لا يعرف الآخرون هويتهم وتقمص شخصية غير شخصيتهم، والتخوف على معلوماتهم الشخصية والتطفل على حياتهم الخاصة.

الجدول رقم 07: الفترات المفضلة للتصفح:

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
12%	06	15.38%	04	8.33%	02	صباحاً
02%	01	3.84%	01	00%	00	ظهيرة
86%	43	80.76%	21	91.67%	22	مساءً
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 86% وبتكرار 43 أي الأغلبية الساحقة عادة للإجابة "مساءً" حيث كان نصيب الذكور منها

91.67% في حين الإناث وصلت نسبتهم إلى 80.76% أما الفترة صباحية فوصلت نسبتها إلى 12% وبتكرار ما فيها يخص فترة

الظهر، فوصلت النسبة الإجمالية إلى 02% بتكرار 01.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ويرجع سبب ارتفاع خياره المساء لأنها الفترة التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة للأنترنت وبالنسبة لخيار الصباح فبعض الطلبة يفضلون التصفح صباحاً خاصة عندما تكون هناك ساعات فراغ أما فترة فيما يخص فترة الظهر فنجد القليل من يفضل التصفح في هذه الفترة وذلك لتواجدهم في الجامعة وأماكن الدراسة.

الجدول رقم 08: عدد الساعات التي تقضيها في التصفح.

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%16	08	%11.53	03	%20.83	05	
%40	20	%30.76	08	%50	12	ظهيرة
%44	22	%57.69	15	%29.16	07	مساءً
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

أظهرت النتائج المتعلقة بعدد الساعات بعدد الساعات التي يقضيها الطالب في التصفح في الفيس بوك بأن أكثر يحرصون على أوقات مختلفة، حيث جاءت إجابة أكثر من أربع ساعات بالمرتبة الأولى وبنسبة %44 وبتكرار 22، حيث توزعت بين الإناث بنسبة %57.69 وبتكرار 15 أما نسبة الذكور %29.16 وبتكرار 07 فكانت للأفراد الذين يتصفحون من 02 إلى 03 ساعات فقد كان للذكور منها %50 والإناث %30.76 في حين نالت إجابة أقل من ساعة %16 وبتكرار 08 منها الذكور %20.83 والإناث %11.53.

وهنا يمكن أن نقول إن ارتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل مع الأصدقاء في مختلف الأماكن والتسليية والترفيه، وتبادل الأفكار والمعلومات، كما يمكننا أن نقول إنهم وصلوا إلى حد الإدمان أو عدم تجديدهم لهذا المواقع كثيراً.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 09: الوسيلة المعتمدة في التصفح:

المجموع		الجنس				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	أنتى		ذكر		
		%	التكرار	%	التكرار	
%86	43	%80	20	%92	23	هاتف ذكي
%00	0	%00	0	%00	0	حاسوب
%14	0	%20	05	%8	02	لوحة الكترونية
%100	50	%100	26	%100	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أنّ الأغلبية الساحقة من أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية لتصفح الشبكات الاجتماعية بنسبة %86 وبتكرار 43 حيث يتوزعون على الذكور بنسبة %92 وبتكرار 23 أما الإناث فكانت النسبة %80 وبتكرار 20 تليها في المرتبة الثانية اللوحة الالكترونية حيث بلغت نسبة الذكور %20 وبتكرار 02 أما الإناث %20 وبتكرار 05 أما فيما يخص الحاسوب فكانت نسبة الإجابة منعدمة.

ويرجع ارتفاع نسبة الهاتف الذكي إلى مواكبة التكنولوجيا وتوفره على الأنترنت 36 ولم تعد الأنترنت مقتصرة على جهاز الحاسوب فقط، كذلك التواصل عبره بكل سهولة وفي أي وقت ومكان.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 10: مكان التصفح هذه المواقع

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%16	24	%60	15	%256	09	
%40	03	%00	0	%12	03	مقهى الأنترنت
%44	23	%40	10	%52	13	الجامعة
%100	50	%100	25	%100	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 الذي يمثل أماكن تصفح المفضلة لدى المبحوثين وكانت أعلى نسبة كانت في المنزل بـ 48% وبتكرار 24 وتصدرتها نسبة الإناث بـ 60% والذكور بنسبة 36% تليها الجامعة بنسبة 46% ومقهى الأنترنت 06% ويمكن تفسير صدارتها المنازل بحيث الطلبة يكون لديهم أوقات فراغ أكثر من أي مكان، أيضاً كثرة الاشتراكات في خدمة الأنترنت في الجزائر التي أدت توفيرها في المنازل على غرار "موبيليس" و"جيزي" وأريديو حيث أتاحت لمستخدميها المنزل دون مقهى الأنترنت وفي الجامعات بعيد عن المنازل، ومنه نستنتج أنّ كل شخص يتصفح الشبكات الاجتماعية حسب المكان المتواجد فيه خاصة في المنازل.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 11: طبيعة التفاعل على موقع الفاييسوك

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%64	32	%65.21	15	%62.96	17	
%20	10	%13.04	03	%25.92	07	نشر الصور
%16	8	%21.73	05	%11.11	03	الإعجاب
%100	50	%100	26	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدور رقم 11 نجد أنّ إجابة التعليق قد احتلت الصدارة بنسبة 64% وبتكرار 32، حيث كان للإناث منها 65.21%

والذكور 62.9% أما فيما يخص نشر الصور فكانت النسبة 20% تلتها إجابة الإعجاب بنسبة 16% .

ومن هذه النتائج يمكننا أن نقول أنّ الطلبة يفضلون التعليق وهذا من أجل التعبير عن آرائهمخ وتقدم إقتراحاتهم في مختلف المجالات خاصة في المجال السياسي.

الجدول رقم 12: مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية.

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%16	46	%95.23	20	%89.65	26	
%40	4	%4.76	01	%10.34	03	لا

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	29	%100	21	%100	50	%100
---------	----	------	----	------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول أنّ إجابة الطلبة كانت متباينة، حيث نجد نسبة 92% وبتكرار 46 أجابوا بـ"نعم" حيث توزعت هذه النسبة على الذكور بنسبة 89.65% وبتكرار أما الإناث بنسبة 95.23% وبتكرار 20، بينما كانت نسبة الطلبة الذين أجابوا بـ"لا" 8% كما توزعت أيضاً هذه النسبة بين الذكور بنسبة 10.34% والإناث 4.76% .

وهذا راجع للدور الفعال الذي يلعبه الفيس بوك في زيادة المعرفة للأوضاع السياسية للمجتمع المحلي وحتى العالمي، في حين يرى من أجابوا ب: أنّ الفيس بوك موجود لربط علاقات الصداقة فقط.

الجدول رقم 13: كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك.

المتغيرات	الجنس		المجموع			
	ذكر		النسبة %			
	التكرار	%	التكرار	%		
الإحتكاك بالصفات السياسية والتفاعل معها.	08	%33.33	13	%50	21	%42
تقديم المعلومات.	07	%28.16	06	%23.07	13	%26
التعليق وإبداء الرأي	09	%37.5	07	%26.92	16	%32
المجموع	24	%100	26	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أنّ نسبة 42% وبتكرار من النسبة الإجمالية ترى بأن الوعي السياسي يتشكل من خلال احتكاك بالصفحات، حيث نجد أن نسبة الذكور المؤيدة لهذه الإجابة وصلت إلى 42% و 21 من الإناث، أما بالنسبة للتعليق وإبداء الآراء فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 32% وبتكرار 16، في حين جاءت إجابة تقديم معلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة 26% وبتكرار 13.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أي أنّ الوعي يتشكل من خلال احتكاك بالصفحات السياسية والدخول في مناقشات مع الأعضاء واستسقاء المعلومات منها عن طريق طرح أسئلة والحصول على إجابات، أما فيما يخص التعليق وإبداء الرأي فهي أيضاً طريقة لاكتساب الوعي وذلك يكون بإبداء الرأي سواء بالمعارضة أو الموالاتة، النقد... الخ، نفس الشيء بالنسبة لتقديم المعلومات والتأكد من صحتها.

الجدول رقم 14: استخدام الفيسبوك في السياسة

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%40	20	%30.76	08	%50	12	
%44	22	%53.84	14	%33.33	08	فشل في السياسة مباشرة
%16	08	%15.38	04	%16.66	04	التقرب من المواطنين
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أن نسبة 44% وبتكرار 22 ترى بأن استخدام الفيس بوك في السياسية هو فشل في السياسة المباشرة، حيث نجد أنّ نسبة الإناث بلغت 53.84% أما للذكور فكانت النسبة 33.33% في نالت الإجابة تطور في مجال السياسة نسبة 40% بتكرار 20 حيث استحوذ الذكور بنسبة 50% والإناث على نسبة 30.76% أما فيما يخص إجابة التقرب من المواطنين فكانت نسبتها 16% وبتكرار 08، 16.66% منها للذكور و 15.38% للإناث.

ويرجع حصول إجابة "فشل في السياسة المباشرة" على أعلى نسبة إلى فشل الدولة أو السلطة في سياستها الموجهة إلى المواطنين عامة والطلبة بشكل خاص التي تعتمد على وسائل الإعلام التقليدي كحجر لربط بين الدولة والمواطن، وعدم القدرة على معرفة اتجاهات الشعب والرأي العام وذلك يرجع لظروف الطلبة عن وسائل الإعلام التقليدية والتوجه نحو الفيسبوك وبالتالي عوضت الدولة إخفاقها في السياسة المباشرة بالاعتماد على الفيسبوك في المجال السياسي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 15: مساهمة الفيس بوك ومواضعه السياسية في إنماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل السياسي

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنتى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
		%58	29	%46.15	12	
%42	21	%53.16	14	%29.17	07	لا
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 أنّ نسبة 58% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 29 قد أجابوا بـ "نعم" حيث كان للذكور منها نسبة 70.83% و 46.15% للإناث، أما بالنسبة لطلبة الذين "أجابوا" بـ "لا" فوصلت إلى 42% وبتكرار 21 وتوزعت 29.17% للذكور و53.85% للإناث.

إن هذه النتائج تدفع بنا إلى القول بأنّ موقع الفيس بوك يقدم معلومات بكم هائل كما يقدم الأخبار للإعلام، أي أنّ الفيسبوك يساهم في المشاركة السياسية الذين أجابوا بنعم، أما من أجابوا بـ "لا" فيرون بأن الفيس بوك في نظرهم لا يزيد من القدرة على التحليل لأن مثل هذه المواقع تفتقد للمصداقية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 16: تطوير الفيس بوك الوعي السياسي.

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أثى		ذكر		الخيارات
		%	التكرار	%	التكرار	
%26	13	%21.73	05	%29.62	08	معرفة الخلفية السياسية
%74	37	%78.26	18	%70.37	19	إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية
%100	50	%100	23	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أنّ نسبة 74% وبتكرار 37 حيث راحت نسبة 70.37 للذكور و78.26 للإناث، في نالت إجابة معرفة الخلفية السياسية نسبة 26% وبتكرار 13 29.62 % للذكور و21.73% للإناث.

ومن هنا يمكن أن نقول إن معظم الطلبة يرون أنّ الفيس بوك يتيح لهم طريق من أجل إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية من أجل القراءة الحكيمة للمواضيع والقضايا السياسية والقيام بالتحليلات والنقاشات للوصول إلى المعرفة الحقة.

جدول رقم 17: تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيس بوك

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أثى		ذكر		الخيارات
		%	التكرار	%	التكرار	
%48	24	%53.85	14	%41,67	10	نعم
%52	26	%46.15	12	%58.33	14	لا
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ما نلاحظه من خلال الجدول رقم 17 أن نسبة 52% من أفراد العينة وبتكرار 26 لم يغيروا موقفهم إزاء قضية معينة بسبب معلومات في الفيس بوك، حيث بلغت نسبة الذكور 58.33% أما الإناث 46.15% في حين نالت إجابة "نعم" 48% وبتكرار 24 41.67% للذكور أما الإناث 53.85%.

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

جدول رقم 18: مساهمة الفيس بوك في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أثني		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
46%	23	44%	11	48%	12	
54%	27	56%	14	52%	13	تسليط الضوء على الواقع الحقيقي
100%	50	100%	25	100%	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول تساوي في نسبة الإجابتين حيث نالت إجابة " تسليط الضوء على الواقع الحقيقي نسبة 54% وبتكرار 27 وزعت كالتالي الذكور 52% و 56% للإناث أما إجابة فضح الممارسات السياسية فتحصلت على نسبة 46% وبتكرار 23، 48% للذكور و44% للإناث.

ومن خلال الإجابتين نستنتج أن الفيس بوك قد ساهم وبشكل كبير في الكشف عن الفساد في السلطة وفي أجهزة الحكم أو التنظيم وإزالة الغبار عنها وكسر حاجز الصمت والتعبير عن آرائهم وتسليط الضوء على الواقع الحقيقي للبلاد.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 19: تعويض الفيس بوك الإعلام التقليدي في خلال الحراك

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

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 19 أنّ أغلبية أفراد العينة يرون بأن الفيس بوك قد عوض الإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة السياسية، حيث قدرت نسبة من أجابوا " بنعم " ب 72% وبتكرار 36، منها 70.83% للذكور و73.08 للإناث، أما من أجابوا ب "لا" فوصلت نسبتهم إلى 28% حيث نال الذكور نسبة 29.17% والإناث نسبة 26.92%.

ويرجع هذا التباين لما يتميز به الفيس بوك من سرعة وسهولة الاستخدام والتفاعلية بالإضافة إلى الحرية المطلقة، عكس الإعلام الذي يتميز بالفبركة بأسلوب يخدم السلطة خاصة في مرحلة الحراك حيث شهدنا شبه غياب للإعلام التقليدي وهذا يرجع إلى ضغط الدولة عليهم وتهديدهم إما بالغلق أو منع الإشهار عنهم هذا ما أدى إلى إسكاتهم.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 20: سبب إعتقاد الفاييس بوك لزيادة المعرفة السياسية

المجموع		الجنس				المتغيرات
النسبة %	التكرار	أنثى		ذكر		
		%	التكرار	%	التكرار	
%14	07	%13.04	03	%14.81	04	السرعة
%18	09	%17.39	04	%18.51	05	التنوع في المعلومات
%68	34	%69.56	16	%66.66	18	القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي
%100	50	%100	23	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 أن إجابة القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي حصلت على المرتبة الأولى بنسبة 68% ويتكرر 34 موزعة على 66.66% للذكور و 69.56% للإناث في حين جاءت إجابة التنوع في المعلومات في المرتبة الثانية بنسبة 18% ويتكرر 09 وتلتها إجابة الرغبة بنسبة 14% ويتكرر.

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

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 21: تناول المواضيع السياسية في الفيس بوك بكل حرية ودون قيود.

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
		%54	27	%50	13	
%46	23	%50	13	%41.67	10	لا
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 21 أن نسبة 54% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 27 أجابوا ب "نعم" حيث توزعت على 58.33%

للذكور و 50% للإناث، أما الفئة المتبقية أ [46% أجابت ب "لا" حيث كانت نسبة 41.67% للذكور و 50% للإناث.

ونستخلص من ذلك أنّ نسبة كبيرة من أفراد العينة ترى بأن الفيس بوك يساعدهم على الفيس والتعبير بكل حرية على غرار وسائل الإعلام

التقليدية، والفئة التي أجابت ب "لا" ترى بأن الحرية وحدها ليست كافية للاعتماد الفيس بوك كوسيلة لإنماء الوعي السياسي.

جدول رقم 22: دور الفيس بوك خلال الاحتجاجات والحراك الشعبي.

المجموع		الجنس				المتغيرات
		أنثى		ذكر		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
		%68	34	%69.56	16	
%14	07	%13.04	03	%14.81	04	أداة مضادة للدعاية
%18	09	%17.39	04	%18.51	05	مساعدة في تحليل البيانات

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	27	%100	23	%100	50	%100
---------	----	------	----	------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 أنّ إجابة حشد الجمهور وتحقيق الشعبية حصلت على المرتبة بنسبة 68% وبتكرار 34 موزعة على 66.66% للذكور و69.56% للإناث، في حين جاءت إجابة مساعدة في تحليل البيانات المرتبة الثانية بنسبة 18% وبتكرار 09 ثم تلتها إجابة مضادة للدعاية المرتبة الأخيرة بنسبة 14% وبتكرار 07.

وتعود صدارة الإجابة الأولى حيث حقيقة شهادنا توحد الشعب الجزائري في مطالبه وخرجاته وشعاراته وكان كالجسد الواحد موحد في كل توجهاته ومطالبه وأهدافه وهو إحداث التغيير وإصلاح أحوال البلاد

جدول رقم 23: قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك.

الخيارات	المتغيرات		الجنس		المجموع	
	نعم	لا	ذكر		أنثى	
			التكرار	%	التكرار	%
نعم	05	%20.33	02	%7.69	07	%14
لا	19	%78.17	24	%92.31	43	%86
المجموع	24	%100	26	%100	50	%100

يوضح الجدول رقم 23 أن نسبة 86% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 43 لم يقرروا الانتخاب حيث نجد أن نسبة 79.17% من الذكور 92.31% من الإناث، أما فيما يخص الإجابة " بنعم " فقد نالت نسبة 14%، 20.83% منها للذكور و79.69% للإناث.

حيث أن الذين أجابوا ب "لا" أنهم كانوا رافضين للانتخابات بسبب وجود عناصر تابعة للنظام السابق من أتباعه أي استمرار نظامك السابق الفاسد، أما فيما يخص من أجابوا ب "نعم" قد غيروا موقفهم من الرفض إلى زيادة الرغبة في المشاركة الانتخابات وذلك تأثيراً بما ينشر في الفيس بوك من حملات تحسيسية ومقالات تؤكد على ضرورة الانتخاب.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل الجدول وفق المتغير الثاني (المستوى التعليمي).

الجدول رقم 04: استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
90%	45	00%	00	88.24%	15	90.91%	30	دائماً
10%	05	00%	00	11.76%	02	9.09%	03	أحياناً
00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	نادراً
100%	50	00%	00	100%	17	100%	33	المجموع

يتضح لما من خلال الجدول رقم 04 الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدام الشبكات الاجتماعية في حياتهم اليومية وفق متغير المستوى الجامعي أنّ كل المستويات الجامعية يستخدموها بشكل دائم في حياتهم حيث بلغت نسبة إجابة 90% بتكرار 45 موزعة على 90.91% لطلبة ليسانس و88.24% لطلبة ماستر، في حين نالت إجابة أحياناً المرتبة الثانية بنسبة 10% موزعة 9.09% ليسانس و11.76% ماستر، أما فيما يخص إجابة نادراً فهي منعدمة بالإضافة إلى انعدام صنف أو مستوى الدكتوراه في العينة.

ونستنتج أنّ الاستخدام الكبير لهذه الشبكات من طرف الطلبة وفي كافة المستويات يرجع دوره وأهميته في البحث العلمي من خلال البحث بواسطة محرّكاته أو الولوج عبر المكتبات الرقمية التي أبحث توفر الجهد والراحة للطلاب، بالإضافة إلى الجانب الترفيه والتواصل مع الأصدقاء.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 05: الشبكات الأكثر استخداماً.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماجستير		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%82	41	%00	00	%88.24	15	%78.78	26	الفايسبوك
%06	03	%00	00	%00	00	%9.09	03	تويتر
%12	12	%00	00	%11.76	02	%12.12	04	يوتوب
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

أظهرت نتائج الجدول رقم 05 أنّ أكبر نسبة وكما موضح أعلاه بلغت %82 لاستخدام موقع الفاييسبوك وبعد تكرارات وصل 41، وتليها %12 لموقع اليوتوب وبعدها تكرار 06، وقد بلغت نسبة التويتر %06 وبتكرار 03.

حيث وجدنا نسبة %78.78 لدى مستوى الليسانس وبتكرار بلغ 26 تكرار، وماجستير بنسبة %88.24 وبتكرار 15 ثم يليها موقع اليوتوب %12.12 لطلبة الماجستير، أما فيما يخص موقع تويتر فقد حصد نسبة %9.09 وبتكرار 03 لطلبة الليسانس فقط وانعدامها في مستوى الماجستير.

استحوذ موقع الفاييسبوك على أكبر نسبة في كلا المستويين (الليسانس/ الماجستير وهذا عائد لسهولة استخدامه ولإرتباطه بعدة مواضيع وصفحات مختلفة التخصصات مما يسمح للطلاب التواصل والاستفادة من كل المواضيع والمجالات وكذلك طلب وتقديم المساعدة في المجال العلمي من خلال موقع الفيس بوك.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 06: استخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%46	23	%00	00	%86.6	13	%28.5	10	إسم حقيقي
%54	27	%00	00	%13.3	02	%71.4	25	إسم مستعار
%100	50	%00	00	%100	15	%100	35	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أنّ نسبة 54% وبتكرار 27 يستخدمون حسابهم الشخصي باسم مستعار حيث احتلت نسبة ليسانس المرتبة الأولى بنسبة 71.4% وبتكرار 25 ثم تلتها ماستر بنسبة 13.3% وبتكرار 02، أما مستخدمين الحسابات باسم حقيقي فكانت نسبتها 46% وبتكرار 23 موزعة على 28.5% وبتكرار 10 لطلبة ليسانس و86.6% وبتكرار 13 وانعدامها في الدكتوراه.

ونستنتج من النتائج التالية أن ارتفاع نسبة طلبة ليسانس في استخدام الحساب باسم مستعار يرجع إلى عدة أسباب من بينهم فتح حسابات ممكن دون معرفة الأهل بهذه الحسابات التأثير ببعض الشخصيات خاصة ممثلين مغنين أو رياضيين وتسمية حسابهم بشخصي عليهم، كما نلاحظ ارتفاع نسبة حسابات باسم حقيقي لدى طلبة الماستر وهذا يرجع إلى أنهم أشخاص ذوي وعي وشخصية بالغة والتعبير عن آرائهم بكل حرية والخوض في نقاشات سياسية لتقصي الحقيقة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 07: الفترات المفضلة للتصفح.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%82	04	%00	00	%5.88	01	%9.09	03	صباح
%06	03	%00	00	%11.76	02	%3.03	01	الظهر
%12	43	%00	00	%82.95	14	%87.88	29	مساء
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم 07 أنّ أكبر نسبة هي 86% والتي تعود لفترة المساء وبتكرار 43 ونجد منها نسبة 87.88 % لدى مستوى الليسانس بتكرار يصل إلى 29 تكرار، أما فيما يخص مستوى الماستر فالنسبة بلغت 82.35% بتكرار 14، أما النسبة الثانية فبلغت 08% حيث بلغت نسبة الليسانس 9.09% بتكرار 03 في حين بلغت نسبة الماستر 5.88% وبتكرار 1 أما فترة الظهيرة فبلغت 06% وبتكرار 03 توزعت على 3.03% وبتكرار 01 لدى الليسانس أما الماستر كانت النسبة 11.76% وبتكرار 02.

يعود ارتفاع نسبة خيار المساء وذلك لفراغ الجميع من الدراسة والعودة إلى المنزل أما فيما يخص فترة الصباح فيمكن أن يكون لمجموعة من الأفراد لمن يستعملون وسائل النقل للوصول إلى الجامعة، أي يستغلون مسافة الطريق من خلال التصفح، أما فترة الظهيرة فهي قليلة جداً وهذا يعود إلى وجود وقت فراغ لدى بعض الأفراد.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 08: عدد الساعات التي تقضيها في التصفح.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%16	08	%00	00	%5.88	01	%21.21	07	أقل من ساعة
%22	20	%00	00	%11.76	02	%54.55	18	من 02 إلى 3 ساعة
%44	22	%00	00	%82.95	14	%24.24	08	أكثر من 04 ساعة
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 تصدر إجابة أو خيار الثالث بنسبة %44 بتكرار 22 مقسمة %24.44 لطلبة الليسانس بتكرار 08، أما الماستر بلغت %82.35 وبتكرار 14 والخيار الأخير %16 وبتكرار وصل 08 حيث كانت نسبة ليسانس %21.21 وماستر %5.88.

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

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 09: الوسيلة المعتمدة في التصفح

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماجستير		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%86	43	%00	00	%80	20	%92	23	هاتف ذكي
%00	03	%00	00	%00	0	%00	0	حاسوب
%14	07	%00	00	%20	05	%08	02	لوحة إلكترونية
%100	50	%00	00	%100	25	%100	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 صدارة خيار الهاتف الذكي بنسبة %86 وبتكرار 43 موزعة كالتالي ليسانس %92 وبتكرار 23 ، أما الماجستير فبلغت نسبته %80 وبتكرار 20، ثم تلتها اللوح الإلكتروني بنسبة %14 وبتكرار 07، وبتكرار 02 بالنسبة لطلبة الليسانس و %20 وبتكرار 05 لطلبة الماجستير، وانعدام النسبة لخيار الحاسوب لكلا المستويين.

ونستنتج من هذه النتائج بأن أغلبية الطلبة يمتلكون هواتف ذكية بالإضافة إلى توفره بأسعار معقولة أي يمكن اقتناؤه، وسهولة استخدامه والتصفح والتواصل في أي مكان وزمان وهو في غاية الخفة ولا يسبب تعب والجهد في جملة مثل الحاسوب.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 10: مكان تصفح هذه المواقع

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%56	28	%00	00	%60	15	%52	13	المنزل
%06	03	%00	00	%00	0	%12	03	مقهى الأنترنت
%38	19	%00	00	%40	10	%36	09	الجامعة
%100	50	%00	00	%100	25	%100	25	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 أنّ الأغلبية الساحقة للأفراد العينة الإجمالية اختارت المنزل بنسبة 52% وبعدها تكرر 28 تكرار حيث كان نصيب ليسانس 52% وبتكرار 13 أما الماستر 60% وبتكرار 15 ثم تلتها الجامعة بنسبة 38% وبتكرار 19، 36% وبتكرار 09 بالنسبة ليسانس و40% وبتكرار 10 للماستر، أما في المرتبة التالية فكانت لمقاهي الأنترنت 06% وبتكرار 03 وكانت تخص طلبة الليسانس 12% وبتكرار 03.

نستخلص من هذه النتائج أنّ في كل المستويات قاموا باختيار المنزل كأفضل مكان للتصفح وفي المنزل يكون أكثر راحة وتفرغ لهذه المواقع عكس الجامعة كما يتجنبون الزحمة المقاهي الأنترنت وضجيجها.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 11: طبيعة التفاعل على موقع الفيسبوك

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%44	22	%00	00	%52.94	09	%39.39	13	التعليق
%28	14	%00	00	%11.76	02	%36.36	12	نشر الصور
%28	14	%00	00	%35.29	06	%24.24	08	الإعجاب
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 أنّ أكبر نسبة للسؤال المتعلق بطبيعة التفاعل على موقع الفيسبوك قدرة ب44% وبتكرار وصل إلى 22 لخيار التعليق، حيث حاز مستوى الماستر على نسبة 52.94% وبتكرار 09، أما الليسانس فقدت نسبته ب39.39% وبتكرار 13، أما الخيارين الأخيرين فقد حاز على نفس النسبة والتكرار 28% وبعدها تكرار 14 تكرار.

يعود ارتفاع نسبة خيار التعليق وذلك من خلال فتح مجال للأشخاص للتعبير عن آرائهم وتقديم إقتراحاتهم في مختلف المجالات من خلال تعليقاتهم، وهناك من يعبر عن رأيه " بصورة" لأن حسب رأيهم الصورة تعبر أكثر من الكلمات وهناك فئة تكتفي بالإعجاب فقط

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 12: مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا السياسية.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
76%	38	00%	00	70.59%	12	78.79%	26	نعم
248%	12	00%	00	29.41%	05	21.21%	07	لا
100%	50	00%	00	100%	17	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر نسبة بلغت 76% لخيار "نعم" وبعدهد تكرارات 38 تكرار ومنها 70.59% للماستر وبتكرار 12 و78.79% وبتكرار 12 لطلبة الليسانس، أما الخيار الثاني "لا" فقد بلغت "لا" فقد بلغت نسبته 24% وبتكرار 12، حيث حاز الماستر بنسبة 29.41% وبتكرار 05 تكرارات، أما مستوى الليسانس فقد بلغت النسبة 21.21% و 7 تكرارات.

ونستنتج أن ارتفاع خيار "نعم" يعود لاحتواء موقع الفيس بوك على العديد من الصفحات ذات الصلة بالمواضيع السياسية وهذا ما ساعد

على الاطلاع على المجال السياسي بقوة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 13: كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		الخيارات
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
42%	21	00%	00	58.85%	10	33.33%	11	الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها.
26%	13	00%	00	35.29%	06	21.21%	07	تقديم المعلومات
32%	16	00%	00	65.88%	01	45.45%	15	التعليق وإبداء الآراء
100%	50	00%	00	100%	17	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أن أكبر نسبة كانت 42% وبتكرار 21 وذلك الخيار الأول حيث نجد نسبة 58.82% للماستر و 10 تكرارات للمنساتر، أما الليسانس 33.33% و 11 تكرار أما النسبة الثانية كانت 32% و 16 تكرار وكانت للخيار الثالث مقسمة على 5.88% للماستر و 01 تكرار أما مستوى الليسانس 45.25% و 15 تكرار، أما النسبة الأخيرة كانت للخيار الثاني وقدرت بـ 26% حيث كان للماستر 35.29% و 6 تكرارات، أما الليسانس بلغت 26.26% و 7 تكرارات.

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

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 14: استخدام الفايس بوك في السياسة

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%40	20	%00	00	%47.05	08	%36.36	12	تطور في مجال السياسة
%16	08	%00	00	%11.76	02	%18.18	06	التقرب من المواطنين
%44	22	%00	00	%41.18	07	%45.45	15	فشل في السياسة المباشرة
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أنّ أكبر نسبة كانت %44 وبعدد تكرارات قدر ب 22 تكرار لخيار فشل في السياسة المباشرة، فوجدنا نسبة %41.18 للماستر وب 7 تكرارات، ونجد نسبة الليسانس %45.45 وبتكرار 15، وتليها نسبة %40 وبتكرار 20، أما آخر نسبة فبلغت %16 وبعدد تكرارات 08.

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

فالسياسة اليوم أجت فقط حرب على الكرسي وقضاء المصالح الشخصية، في حين يراها البعض تطور في مجال السياسة من حيث مواكبة تطورات العصر وبلوغ جميع شرائح المجتمع وهذا بالتقرب منهم.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 15: مساهمة الفاييس بوك ومواضيعه السياسية في إنماء الوعي وزيادة القدرة على التحليل السياسي.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%58	29	%00	00	%58.82	10	%57.57	19	نعم
%42	21	%00	00	%41.18	07	%42.42	14	لا
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 أنّ أكبر نسبة كانت لخيار "نعم" حيث قدرت النسبة بـ 58% وتكرر قدره بـ 29 تكرار، حيث وجدنا لدى الماستر 58.82% و 10% تكرارات، أما الليسانس فقد وجدنا نسبة 57.58% و 19% تكرار، أما النسبة الثانية لخيار "لا" فقد بلغت 42% وبعدهد تكرارات قدر بـ 21 تكرار، 41.18% للماستر، أما الليسانس 42.42%.

يعود ارتفاع هذه النسبة لتعرض الطلاب للمواضيع السياسية على صفحات الفيسبوك، وهذا ما ساهم في إنماء رصيدهم معرفي يساعد على زيادة الوعي بالسياسة وهذا الأخير يفتح له المجال لممارسة التحليل السياسي وفق ما تقتضيه إمكاناته ورصيده المعرفي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 16: تطور الفاييس بوك الوعي السياسي

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%74	37	%00	00	%78.26	18	%70.37	19	معرفة الخلفية السياسية
%26	13	%00	00	%21.73	05	%29.62	08	إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أنّ أكبر نسبة راحت إلى "معرفة الخلفية السياسية" بنسبة 74% و 37 تكرار، لطلبة الماستر فيما يخص طلبة الليسانس بلغت النسبة 70.37% و 19 تكرار، أما الخيار الثاني فكانت نسبته 26% و بعدد تكرار 13 تكرار حيث حاز طلبة ماستر على نسبة 21.73% و 05 تكرارات، أما طلبة الليسانس 29.62% و 08 تكرارات.

ويعود ارتفاع النسبة ما يرد في الفاييس بوك من معلومات ومواضيع سياسية من معلومات ومواضيع سياسية، تم على إثرها إدراك الطلبة ومعرفتهم للخلفية السياسية ومارهم السياسي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 17: تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفاييس بوك

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%48	24	%00	00	%17.65	03	%63.64	21	نعم
%52	26	%00	00	%82.35	14	%36.36	12	لا
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 أن أكبر نسبة كانت لخيار "لا" بـ 52% و 26 تكرار فكان نصيب طلاب الماستر 85.35 % و 14 تكرار أما الليسانس 36.36 % و 12 تكرار، أما خيار "نعم" فكانت نسبته 48% و 24 تكرار 63.64% لليسانس و 17.65% للماستر.

يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم تأثير في الطلبة بالمعلومات المقدمة في الموقع من أجل تغيير موقفهم إزاء معينة بالإضافة إلى الأفكار المتبناة والراسخة من قبل المواضيع.

جدول رقم 18: مساهمة الفيس بوك في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%46	23	%00	00	%44	11	%48	12	افضح الممارسات السياسية

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تسليط الضوء على الواقع الحقيقي	13	%52	14	%56	00	%00	27	%54
المجموع	25	%100	17	%100	00	%00	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 أنّ النسب تساوت وقد وازن الطلبة بين الخيارين حيث نالت إجابة تسليط الضوء على الواقع الحقيقي 54% وبتكرار 27، 56% للماستر وفيما يخص الليسانس فبلغت النسبة 52% أما إجابة فضح الممارسات السياسية فبلغت 46% و 23 تكرار 48% لطلبة الليسانس و44% لطلبة الماستر.

من خلال الإجابتين نستنتج أن الفيس بوك أصبح الأداة الوحيدة للإبلاغ عن مطالبهم وإيصال أصواتهم وإزالة ستار الفساد الذي كان يستر فساد النظام وحكامه وإعطاء الصورة الحقيقية عما يعانيه المواطنين.

جدول رقم 19: تعويض الفيس بوك الإعلام التقليدي خلال الحراك.

المجموع	المستوى الجامعي						المتغيرات	الخيارات		
	النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر				ليسانس	
			%	التكرار	%	التكرار			%	التكرار
%72	36	%00	00	%64.7	11	%75.76	25	نعم		
%28	14	%00	00	%35.29	06	%24.24	08	لا		
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع		

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 أنّ أعلى نسبة كانت 72% وبتكرار 36، 64.71% للماستر و11 تكرار، 75.76% و25

تكرار لطلبة الليسانس، أما الخيار الثاني فقد حاز على 28% و 14 تكرار منها 35.29% للماستر و 24.24% لدى الليسانس

ويعود ارتفاع هذه النسبة لاهتمام غالبية الطلبة بموقع الفيس بوك وتخليهم عن وسائل إعلام التقليدي وذلك لانشغالهم بالدراسة وأيضاً توفير

من المواضيع وفي مجالات متعددة في موقع الفيس بوك.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 20: سبب اعتماد الفيس بوك لزيادة المعرفة السياسية.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
14%	07	00%	00	14.81%	04	13.04%	13	السرعة
18%	09	00%	00	18.51%	05	17.39%	04	التنوع في المعلومات
68%	34	00%	00	66.66%	18	96.56%	16	القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي
100%	50	00%	00	100%	27	100%	23	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 أن أكبر نسبة كانت 68% و 34 تكرار حال طلبة ليسانس 96.56% أما ماستر 66.66%، تلتها النسبة الثانية ب 18% و 09 تكرارات 18.51% للماستر و 17.39% لليسانس، أما في المرتبة الأخيرة فكانت مسبتها 14% و 07 تكرارات حاز طلبة الماستر على 14.81% و 13.04% لدى الليسانس

يعود ارتفاع نسبة الخيار الثالث لإمكانية تبادل الأفكار ووجهات النظر على موقع الفيسبوك بالإضافة إلى مناقشة ما يحدث في الساحة السياسية، وكذلك سهولة استخدام الموقع في أي مكان وفي أي زمان ويعود هذا للآليات الجديدة للأترنت.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 21: تناول المواضيع السياسية في الفاييس بوك بكل حرية ودون قيود

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%52	26	%00	00	%58.82	10	%48.48	16	نعم
%48	24	%00	00	%41.18	07	%51.52	17	لا
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أنّ أكبر نسبة بلغت 52% وتكرار رجعت للخيار الأول 58.82% للماستر 48.48% ليسانس، أما فيما يخص الخيار الثاني فبلغت نسبته 48% 51.52% لدى ليسانس وماستر 41.18%.

يعود ارتفاع هذه النسبة لتمتع الغالبية الطلبة بحرية التعبير من خلال موقع الفاييسبوك، أي أنه يسمح لكل فرد بالتعبير عن رأيه في مختلف المواضيع السياسية المتعلقة بالبلاد على عكس وسائل إعلام تقليدية التي تعمل ضمن قانون الإعلام وخاضعة لسلطة الضبط التي تضع خطوط حمراء يمنع تجاوزها.

جدول رقم 22: دور الفاييس خلال الاحتجاجات والحراك الشعبي.

المجموع		المستوى الجامعي						المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	دكتوراه		ماستر		ليسانس		
		%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%68	34	%00	00	%69.56	09	%66.66	18	حشد الجمهور وتحقيق الشعبية
%14	07	%00	00	%13.04	02	%14.81	04	أداة مضادة للدعاية

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

مساعدة في تحليل البيانات	05	%18.51	06	%17.39	00	%00	09	%18
المجموع	33	%100	17	%100	00	%00	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة الأعلى حاز بها الخيار الأول بنسبة 68% و 34 تكرار، 66.66% لدى ليسانس و 69.56% للماستر، كما حاز الخيار الثالث على ثاني نسبة 18% و 09 تكرارات و 18.51% لدى ليسانس أما ماستر فحازو على نسبة 17.04%، أما الخيار الثاني جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 14% و 07 تكرارات 14.81% لدى ليسانس و 13.04% لدى الماستر ويعود ارتفاع هذه النسبة لثمتع الفايسبوك بالشعبية على غرار باقي المواقع فهو يستخدمه كافة الشرائح والمستويات دون تميز حيث قام بتوحيد 48 ولاية من حيث مطالبه وشعاراته وبمخرجاته من أجل بلوغ أهداف حراك 22 فيفري.

جدول رقم 23: قرارا الانتخابات بسبب معلومات وردت في الفيسبوك.

المجموع	المستوى الجامعي						المتغيرات	
	النسبة %	التكرار	دكتوراه		ليسانس			
			%	التكرار	%	التكرار		
%14	07	%00	00	%11.76	02	%15.15	05	نعم
%86	43	%00	00	%88.24	15	%84.85	28	لا
%100	50	%00	00	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 ان أكبر نسبة كانت للخيار "23" حيث بلغت 86% و 43 تكرار وجدنا 84.85% لدى الماستر و 88.24% لدى ليسانس، أما نسبة الثانية فقد بلغت 14% و 07 تكرارات 11.76% للماستر وفيما يخص طلبة الليسانس 15.15% يعود ارتفاع هذه النسبة لعدم تأثر الطلبة بوعود السلطة وخطاباتها الموجهة عبر مواقع التواصل المحمولة بأكاذيب.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل الجداول وفق المتغير الثالث: مكان الإقامة.

الجدول رقم 04: استخدام الشبكات الاجتماعية في الحياة اليومية.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
		الريف		المدينة		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
%14	38	%69.56	16	%81.48	22	
%86	08	%13.04	03	%18.51	05	أحياناً
%00	00	%00	00	%00	00	نادراً
%100	50	%100	23	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أنّ أكبر نسبة ذهبت للاستخدام دائماً بنسبة 76% وب 38 تكرار حيث حاز الطلبة الذين يعيشون في المدينة على نسبة 81.48% و 22 تكرار أما الذين يقطنون في الريف على 69.56% و 16 فيما يخص النسبة الثانية فعادت للخيار "أحياناً" بنسبة 16% و 8 تكرارات، 18.51% لفئة المدينة و 13.04% لفئة الريف، وانعدام النسبة في الخيار الثالث.

ونستنتج من النتائج ارتفاع نسبة استخدام المواقع في المدينة راجع إلى توفير خدمات الأنترنت بكثافة واعتماد عليها بشكل أساسي في كل المجالات الحياة مثل طلب خدمات شراء أكل أو ملابس عبر الأنترنت مع خدمة التوصيل، استعمالها في التواصل والدراسة وتمضية الوقت وكما تعتبر انخفاض نسبة الاستخدام في المناطق الريفية يرجع إلى قلة أو عدم وجود شبكة الأنترنت، حيث يتم استخدام الأنترنت من خلال متعاملين شبكات الإتصال موبيليس أو جيزي أو أوريدو.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 05: الشبكات الأكثر استخداما.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%84	42	%87.5	07	%83.33	35	فايسبوك
%06	03	%00	00	%7.14	03	توتير
%10	05	%12.5	01	%9.52	04	يوتوب
%100	50	%100	26	%100	42	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 أنّ الفيس بوك أكثر الشبكات استخداما بنسبة %84 و 42 تكرار حيث كان نصيب فئة المدينة %83.33 أما فئة الريفية %87.5 أما اليوتيوب جاء في المرتبة الثانية بنسبة %10 و 5 تكرارات %9.52 لأصحاب المدينة و%12.5 لأحاب الريف، واحتل توتير المرتبة الأخيرة بنسبة %6 و 3 تكرارات حيث انعدمت النسبة لأصحاب الريف، %9.52 لأصحاب المدينة

ويرجع سبب ارتفاع خيار الفايس بوك إلى شعبيته وشيوعه وسهولة الاستخدام أنه متعدد الاستعمال "تسلية، الترفيه، التثقيف....."، أما اليوتيوب فبدأ بالاستعمال في الآونة الأخيرة إلا أنه يبقى أقل تفاعلية من الفيس بوك والتطبيقات في تصفح، وكلما كان في مناطق ريفية كلما قل استخدام هذه التطبيقات والشبكات.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 06: إستخدام الحساب الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%54	27	%13.3	02	%71.4	25	إسم حقيقي
%46	23	%86.6	13	%28.5	10	إسم مستعار
%100	50	%100	15	%100	35	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أن نسبة 54% وبتكرار 27 يستخدمون حسابهم الشخصي باسم حقيقي حسي حاز سكان المدن على 71.4% و 25 تكرار أما سكان الريف حازوا على 13.3% وبتكرار 02، أما نسبة الذين يستخدمون باسم مستعار بلغت 46% و 23 تكرار 28.5% و 10 تكرارات لفئة المدن و 86.6% و 13 تكرار لفئة الريف.

ومنه نستنتج أن متغير الإقامة يؤثر من حيث استخدام الأسماء الشخصية على تلك المواقع باعتبار سكان المدن يتميزون بالجرأة وبالتالي لا يخافون من عرض أسمائهم الحقيقية على عكس سكان الريف متحفظون في عرض أسمائهم الحقيقية خوفاً من التطفل على معلوماتهم الشخصية والتعرض للمشاكل.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 07: الفترات المفضلة للتصفح

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%08	04	%5.88	01	%9.09	03	الصباح
%06	03	%11.76	02	%3.03	01	الظهر
%86	43	%82.95	14	%87.88	29	مساء
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 أنّ نسبة هي 86% وبتكرار 43 والتي تعود لفترة المساء حيث وزعت على 87.88% لسكان المدينة و82.95% لسكان الريف، أما فيما يخص المرتبة الثانية " الصباح " فكانت النسبة 08% و 4 تكرارات 9.09% لدى المدن 5.88% لدى الريف، وجاء في المرتبة الأخيرة " الظهر " بنسبة 6% و 3 تكرارات.

ونلاحظ من هذه النتائج أن كل من سكان المدن والريف يستخدمون هذه المواقع خلال الفترة المسائية، لكون الطالب يكون خارج إطار الدراسة ويكون أكثر تفرغ لها حيث تتيح له بالترفيه والتقاء الأصدقاء من العالم الافتراضي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 08: عدد الساعات التي تقضيها في التصفح

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%86	43	%90.90	20	%82.14	23	هاتف ذكي
%00	00	%00	00	00	00	حاسوب
%14	07	%9.09	02	%17.85	05	لوحة الكترونية
%100	50	%100	22	%100	28	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 أنّ الهاتف الذكي تحصل على أعلى نسبة 86% و 43 تكرار 82.14% وبتكرار وصل إلى 23 بالنسبة لسكان المدينة و 90.90% وبتكرار 20 لسكان الريف وحازت لوحة الكترونية على المرتبة الثانية ب 14% و 07 تكرارات حاز سكان المدينة على 17.85% و 5 تكرارات أما 9.09% و 02 تكرار لسكان الريف، وانعدام النسبة في إجابة الحاسوب.

ونستنتج بأن القاطنين بالمدينة هم أكثر من يستغرقون من الوقت في التصفح أكثر من الريف وهذا يرجع إلى ضعف تغطية لشبكة الأنترنت في المناطق الريفية التي تبعد كثيراً عن المدينة وبالتالي صعوبة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 09: الوسيلة المعتمدة في التصفح.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%86	43	%90.90	20	%82.14	23	هاتف ذكي
%00	00	%00	00	%00	00	حاسوب
%14	07	%9.09	02	%17.85	05	لوحة الكترونية
%100	50	%100	22	%100	28	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 أنّ الهاتف الذكي تحصل على أعلى نسبة 86% و 43 تكرار، و 82.14% وبتكرار وصل إلى 23

بالنسبة لسكان المدينة و 90.90% وبتكرار 20 لسكان الريف وحازت لوحة الكترونية على المرتبة الثانية ب 14% و 07 تكرارات حاز

سكان المدينة على 17.15% و 5 تكرارات أما 9.09% و 02 تكرار لسكان الريف، وانعدام النسبة في إجابة الحاسوب

ونستنتج من النتائج التالية أن كل من سكان المدينة والريف يفضلون الهواتف الذكية في التصفح، وهذا لسهولة حمله واستخدامه والتصفح

عبره في أي مكان وزمان.

جدول رقم 10: مكان التصفح هذه المواقع

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%50	25	%20	03	%62.85	22	المنزل
%20	10	%46.66	07	%8.57	03	مقهى الأنترنت
%30	15	%33.33	05	%28.57	10	الجامعة
%100	50	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 أكبر عادت للإجابة المنزل بنسبة 50% و 25 تكرار 62.85% و 22 تكرار لسكان المدينة أما سكان الريف فكانت النسبة 20% و 03 تكرارات، فنحن احتلت الجامعة المرتبة الثانية 30% و 15 تكرار 28.57% لسكان المدينة و 33.33% لسكان الريف، واحتلت المرتبة الأخيرة مقاهي الأنترنت بنسبة 20% و 10 تكرارات 8.57% لسكان المدينة و 46.66% لسكان الريف.

نستنتج من النتائج التالية أنّ سكان المدن يفضلون التصفح في المنزل حيث يكونون أكثر تفرغ لهذه المواقع وغير مشغولين في أمور الدراسة لكن الفئة التي يعيشون في الأرياف لضعف شبكة الأنترنت وعدم وجودها في بعض الأماكن يفضلون مقاهي الأنترنت والجامعة لأن مكتباتها تتوفر على الأنترنت.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 11: التفاعل على موقع الفيسبوك

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%44	22	%50	04	%42.85	18	التعليق
%28	14	%25	02	%28.57	12	نشر الصور
%28	14	%25	02	28.57	12	الإعجاب.
%100	50	%100	26	%100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 أنّ أكبر نسبة بلغت %44 لخيار التعليق بعدد تكرارات 22 تكرر حاز سكان المدينة على %42.85 و 18 تكرر أما سكان الريف %50 و 4 تكرارات، أما المرتبة الثانية فقد تساوى فيها الإحابتين "نشر الصور والإعجاب" و 14 تكرر. نستنتج من خلال النتائج التالية أنّ الطلبة الذين يعيشون في المدينة هم أكثر جرأة في التعليق على أي موضوع والدخول في مناقشة وحوارات جدلية على عكس الطلبة الذين يعيشون في الريف الذي يتميزون بنوع من الخجل وتجنب التعليق واكتفاء بالإعجاب والمزور مرور الكرام.

جدول رقم 12: مساهمة الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا السياسية.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%58	29	%58.82	10	%57.58	19	نعم
%42	21	%41.18	07	%42.42	14	لا

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	33	%100	17	%100	50	%100
---------	----	------	----	------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 أن: أكبر نسبة حازت عليها إجابة: نعم" 58% وبتكرار 29، 57.58% و 19 تكرار نسبة سكان المدينة، أما 58.82% و 10 تكرارات ذهبت لسكان الريف إما إجابة "لا" فحازت على 42% و 21 تكرار 42.42% لسكان المدينة و 41.18% لسكان الريف.

ونستنتج من خلال النتائج التالية بأن الفاييس بوك كان له دور كبير في تعزيز الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالقضايا السياسية والقضايا المحلية وهذا لما يحتويه من امتيازات تفرد به من نوعه عن باقي المواقع الأخرى.

جدول رقم 13: كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيس بوك.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
42%	21	58.82%	10	33.33%	11	الإحتكاك بالصفحات السياسية
26%	13	35.29%	06	21.21%	07	تقديم المعلومات
32%	16	65.88%	01	45.45%	15	التعليق وإبداء الآراء.
100%	50	100%	17	100%	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 13 أن أكبر نسبة كانت 42% و 21 تكرار للخيار الأول 33.33% و 11 تكرار لسكان المدينة و 58.82% و 10 تكرارات لسكان الريف، في حين حصل الخيار الثالث على النسبة الثانية 32% و 16 تكرار وجاء في المرتبة الأخيرة الخيار الثاني بنسبة 26% و 13 تكرار

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

نستنتج من خلال النتائج التي حصلنا عليها من الجدول بأن الطلبة الذين يعيشون في المدينة هم أكثر من الطلبة الذين يقطنون في الريف في احتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها من خلال التعليق على ما ينشر على هاته الصفحات من مواضيع سياسية تدفع بهم للمناقشة وإبداء الرأي الشخصية، وهذا ما ساهم في تنمية الوعي السياسي داخلهم أكثر من طلبة سكان الريف.

جدول رقم 14: استخدام الفايس بوك في السياسة

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
30%	15	29.16%	07	30.76%	08	تطور في مجال السياسة
16%	08	20.83%	05	11.53%	03	التقرب من المواطنين
54%	27	50%	12	57.69%	15	فشل في السياسة المباشرة
100%	50	100%	24	100%	26	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 بأن أكبر نسبة عادت خيار " فشل في السياسة المباشرة بنسبة 54% و 27% تكرار لسكان الريف و 57.69% و 15 تكرار لسكان المدينة وجاء في المرتبة الثانية الخيار الأول بنسبة 30% و 15 تكرار، حاز سكان المدينة على 30.76% و 08 تكرارات أما سكان الريف فبلغت النسبة 29.16% و 07 تكرارات وجاء في المرتبة الأخيرة الخيار الثاني بنسبة 16% و 8 تكرارات نستنتج من خلال النتائج أنّ كل من طلبة الذين يعيشون في المدينة والريف أجمعوا على خيار الفشل في السياسة المباشرة والتواصل مع السلطة، بالإضافة إلى فقدان الثقة المصدقية في سياسة الدولة وذلك لما نراه على الساحة من حرب المصالح وكرسي الحكم في حين يراه البعض مواكبة التكنولوجيا الحديثة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 15: مساهمة الفاييس بوك ومواضيعه السياسية في إنماء الوعي السياسي وزيادة

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%66	33	%66.66	10	%70.83	11	نعم
%34	17	%41.66	06	%29.17	07	لا
%100	50	%100	17	%100	33	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 بأن أعلى نسبة 66% وب 33 تكرار كانت لخيار "نعم" 70.83% و 16 تكرار لفئة المدينة و 66.66% و 16 تكرار لفئة الريف، أما نسبة خيار "لا" كانت 34% و 17 تكرار، 41.66% لفئة الريف و 29.17% لفئة المدينة.

ونستنتج من هذه النتائج بأن كل الأجابة بنسبة كبيرة حيث في خيار "نعم" وهذا بالنسبة للطلبة الذين يعيشون في المدينة والريف فقد اتفقوا بمساهمة الفاييس بوك ودوره في تنمية وعيهم السياسي وهذا من خلال الصفحات السياسية والمجموعات التي من خلالها يتواصل الطلاب ويتناقشوا في أي موضوع.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 16: تطوير الفيس بوك الوعي السياسي.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		الخيارات
		%	التكرار	%	التكرار	
%68	34	%69.56	16	%66.66	18	معرفة الخلفية السياسية
%32	16	%30.43	07	%33.33	09	إدراك الأفكار الإيديولوجيا السياسية
%100	50	%100	23	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 16 أكبر نسبة ذهبت إلى الخيار الأول 68% و 34 تكرار تحصل سكان المدينة على 66.66% و 18 تكرار ، كما تحصل سكان الريف على 69.56% و 16 تكرار، في حين حاز الخيار الثاني على النسبة الثانية بـ 32% و 16 تكرار 33.33% لسكان المدينة و 30.43% لسكان الريف.

نستنتج بأن التطوير الفيس بوك الوعي السياسي تجلى في إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية ومعرفة الخلفية السياسية، كون الفيس بوك الناشط الوحيد في الساحة السياسية حيث يتيح الحرية المطلقة ويسمح بتعرف على مختلف الآراء ومعرفة الأهداف الباطنية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 17: تغيير موقف إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفايسبوك

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
40%	20	25%	02	42.85%	18	نعم
60%	30	75%	06	57.14%	24	لا
100%	50	100%	08	100%	42	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 17 بأن أكبر نسبة حصل عليها الخيار "لا" بنسبة 60% و 30 تكرار 75% وبتكرار 06 لفئة الريف و 57.14% و 24 تكرار لفئة المدينة، في حين حاز خيار "نعم" على 40% و 20 تكرار 42.85% و 18 تكرار لدى سكان المدينة وفيما يخص سكان الريف فلغت 25% وبعدهد تكرارات بلغ 02.

ونستنتج من خلال النتائج التالية أن الذين يقطنون في المدينة مستعدون دائما للتغير وتقبل الجديد على عكس سكان الأرياف

جدول رقم 19: تعويض الفايسبوك الإعلام التقليدي خلال الحراك

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
72%	36	64.19%	11	75.76%	25	نعم
28%	14	35.29%	06	24.24%	08	لا
100%	50	100%	26	100%	33	المجموع

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 أنّ أعلى نسبة كانت 72% وب 36 تكرار للخيار نعم حيث حاز سكان المدينة على 75.76% و 25 تكرار أما سكان الريف 64.71% و 11 تكرار في حين كانت نسبة خيار "لا" 28% و 14 تكرار حصل سكان المدينة على 24.24% و 8 تكرارات و 35.29% و 06 تكرارات لأصحاب الريف.

ونستنتج من خلال هذه النتائج بأن الفاييس بوك قد عوض الإعلام التقليدي وهذا لما يتميز به من مواصفات، كسهولة الوصول إلى المعلومات السياسية، وتميزه بالعمق في تناول الأحداث بالإضافة إلى كثرة المعلومات عكس الإعلام التقليدي الذي يتميز بالسطحية وتكتم على بعض القضايا السياسية التابعة لسلطة بالإضافة إلى تمهيشه المناطق الريفية وسكانها ويفضل الفيس بوك أصبح لديهم منبر يوصلون مطالبهم واحتياجاتهم.

جدول رقم 20: سبب اعتماد الفيس بوك لزيادة المعرفة السياسية.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات
		الريف		المدينة		
النسبة %	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	الخيارات
14%	07	13.04%	03	20.33%	05	السرعة
18%	09	17.39%	04	78.17%	19	التنوع في المعلومات
68%	34	69.56%	16	66.66%	18	القدرة على التعرف على الآراء
100%	50	100%	26	100%	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 20 إحتلال الخيار الثالث بنسبة 68% و 34 تكرار وزعت على 66.66% و 18 تكرار لأصحاب المدينة 69.56% و 16 تكرار لأصحاب الريف، في حين إحتلال الخيار الثاني على النسبة الثانية 18% و 09 تكرارات 18.51% لأصحاب المدينة و 17.39% لأصحاب الريف وجاء في المرتبة الأخيرة الخيار الأول 14% و 07 تكرارات حاز أصحاب المدينة على 14.81% و 13.04% لأصحاب الريف.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ونستنتج من هذه النتائج في كلا المناطق التي يعيش في الطلبة بأن هذه التباين في النسب يرجع إلى كون الفيس بوك يتيح للطلبة فرصة الاطلاع على الرأي والرأي الآخر ومعرفة اتجاه الرأي العام خاصة حول القضايا السياسية، بالإضافة إلى قدرة على التعليق وإبداء الرأي والنقد.

جدول رقم 21: تناول المواضيع السياسية في الفيس بوك بطل حرية ودون قيود.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%14	41	%77.27	17	%85.71	24	نعم
%86	09	%22.72	05	%14.28	04	لا
%100	50	%100	22	%100	28	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 بأن الخيار الأول حاز على النسبة الأكبر بـ 82% و 41 تكرار حصدها أصحاب المدينة على 85.71% و 24 تكرار فيما بلغت نسبة الريف 77.27% و 17 تكرار أما النسبة الثانية للخيار "لا" بلغت 18% و 09 تكرارات 14.28% و 04 تكرارات لدى طلاب المدينة و 22.72% و 05 تكرارات لدى طلاب الذين يعيشون في الريف.

حيث لاحظنا توافق في الإجابة بين الطلاب في كلا المنطقتين ونستنتج بأن معظم الطلبة يفضلون تنمية ثقافتهم السياسية بالدخول في نقاشات وحوارات سياسية عبر الفيس بوك لتمتع بقدر كبير من الحرية حيث لم ولن تكون في وسائل الإعلام التقليدي بالإضافة إلى إبداء الرأي دون خوف وحرية.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

جدول رقم 22: دور الفيس بوك خلال الاحتجاجات والحراك الشعبي.

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%68	34	%69.56	16	%66.66	18	حشد الجمهور وتحقيق الشعبية
%12	06	%13.04	03	%11.11	03	أداة مضادة للدعاية
%20	10	17.39	04	%22.22	06	مساعدة في تحليل البيانات
%100	50	%100	23	%100	27	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 بأن أعلى نسبة هي 68% و 34 تكرار راح للخيار الأول حيث حصل طلاب المدينة 66.66% و 18 تكرار وطلاب الريف 69.56% و 16 تكرار، أما المرتبة الثانية فكان لصالح الخيار الثالث بنسبة 20% و 10 تكرارات والمرتبة الأخيرة كانت للخيار الثاني بنسبة 12% و 1 تكرارات.

نستنتج من هاته النتائج ساهم في تحقيق الشعبية ولم شمل البلاد وتقريب وربط سكان المدينة بسكان الأرياف وتوحيد مطالبهم وشعاراتهم من أجل تحقيق الأهداف وتخليص البلاد من الفساد الشامل

جدول رقم 23: قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفيس بوك

المجموع		مكان الإقامة				المتغيرات الخيارات
النسبة %	التكرار	الريف		المدينة		
		%	التكرار	%	التكرار	
%14	07	%25	02	%11.90	05	نعم

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

لا	37	%88.09	06	%75	43	%86
المجموع	42	%100	08	%100	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم 23 بأن 86% وب43 تكرار رافضة للإنتخابات 88.09% وب37 تكرار لدى طلبة المدينة و 75%

وب06 تكرارات لطلبة الريف، أما خيار نعم فبلغ 14% 07 تكرارات 11.90% لطلبة المدينة و 25% لطلبة الريف

ويرجع هذا الرفض التام للإنتخابات بسبب انعدام المصداقية والثقة، بالإضافة إلى نفس المعلومات المتكررة في الإنتخابات السابقة وحتى

الأشخاص أنفسهم والوعود الكاذبة.

نتائج الدراسة

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

الفرضية الأولى:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقة والوعي السياسي فمن خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول 12 حسب متغير الجنس، المستوى الجامعي، مكان الإقامة استطعنا إثبات هذه الفرضية حيث نجد أنّ أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعية تزيد من الثقافة السياسية للطلبة، وتعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية بالإضافة إلى زيادة القدرة على التحليل السياسي والمشاركة السياسية وصناعة القرار.

الفرضية الثانية:

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعرفة السياسية والقيام بنقاشات سياسية من خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول 20 حسب متغير الجنس، المستوى الجامعي، مكان الإقامة استطعنا إثبات هذه الفرضية حيث وجدنا أنّ أغلبية الطلبة كانت مواقع التواصل الاجتماعية وسيلة لزيادة المعرفة السياسية والقدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي.

الفرضية الثالثة:

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية بكل حرية وبدون قيود.

استطعنا كذلك إثبات صحة هذه الفرضية من خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول 21 حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي ومكان الإقامة بأن الطلبة وجدوا فيه منبر لإيصال صوتهم ومطالبهم ورفضهم للوضع السياسي للبلاد والوضع العام، وهذا التمتع بقدر كبير من الحرية حيث لم دلنا تكون وسائل الإعلام التقليدية، حيث اتاحة لهم حرية التعبير دون خوف أو قيود.

نتائج العامة:

- نتائج أغلبية المبحوثين من جنس الإناث بنسبة 52% من العينة الإجمالية، إضافة إلى أغلبية المبحوثين من طلبة الليسانس بنسبة 66% من العينة الإجمالية .
- وجدنا أنّ أغلبية أفراد العينة يعتمدون على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر المواقع استخدمًا بنسبة تفوق 90%.
- ساهم الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية وذلك من خلال المضامين السياسية المتداولة عبر صفات الفيس بوك.
- غالبية الطلبة يقولون بأن استخدام الفيس بوك وموضوعه السياسية ساهم في إنماء وعيهم السياسي.
- أصبح الفيس بوك وسيلة اجتماعي وسياسي لها دورها السياسي نشر المعلومات والأخبار السياسية في كل وقت وزمان.
- كما يرون أنّ من دوافع استخدام هذه المواقع إتاحة الفرصة للتعبير عن الآراء بكل حرية وبدون خوف.
- سيطرة السلطة على أقلام الحقيقة دفع بالأغلبية إلى التوجه إلى صفحات الفيس بوك لتناول المواضيع السياسية بكل صدق وشفافية.

الخاتمة

الخاتمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعية من أحدث وأهم ما خلفته تكنولوجيا الاتصال خاصة مواقع "الفييس بوك" الذي يتميز بحيز واسع من الاستعمال وأكثر شعبية وهذا يرجع إلى عدة أسباب من بينها سهولة الاستخدام تعدد المواضيع التي يطرحها ومجالاته التعليم، تثقيف، ترفيه، التواصل وتكوين صداقات، وقد غيرت كثيراً من ملامح العالم حيث جعلته قرية صغيرة، فعلى الرغم من أنها أنشئت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أنها تعدت وامتدت لتشمل مختلف المجالات ومن بينها السياسي من خلل تداول المعلومات الخاصة بالأحداث والقضايا السياسية وكشف قضايا الفساد.

فقد حاولنا من خلال دراستنا استطلاع الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في تشكيل وتكوين الوعي السياسي للطلبة خلال الحراك الشعبي، باعتبارهم أكثر عرضة لهذه المواقع.

ومن بين النتائج المتوصل لها بأن، واقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" لعبت دور هاماً في مظاهرات 22 فيفري حيث ساهمت في تسليط الضوء على الواقع الذي يسوده الفساد.

الشامل في مختلف المجالات وكشف بعض الكوادر التابعة لنظام السابق التي كانت تنهب أموال الشعب الجزائري، كما أن غياب الرئيس أفاض الكأس وتسيير الدولة من قبل الفاسدين فهذه الأسباب كسرت حاجز الصمت والخوف لديهم، كما ساهمت حشد الجمهور وتحقيق الشعبية والوحدة الوطنية وتوحيد توجهاتهم ومطالبهم وخرجاتهم وشعاراتهم من أجل بلوغ الأهداف وتخليص البلاد من الفساد وإحداث التغيير وإصلاح شؤون البلاد، كما ساهمت أيضاً في رفع الثقافة السياسية لديهم واكتساب العديد من الأفكار السياسية التي تحول لهم في المشاركة نقاشات وحوارات سياسية.

وفي الأخير يمكن أن نقول بأن مواقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك أتاحت الفرصة للطلبة ومنحهم مساحة واسعة للتعبير بكل حرية عن آرائهم وتطلعاتهم السياسية دون قيود أو حواجز.

**قائمة
المصادر
والمراجع**

1. ابراهيم اسماعيل: الاعلام المعاصر-وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث للنشر، الدوحة - قطر 2014.
2. إحسان محمد الحسن: علم الاجتماع السياسي، عمان الأردن، دار وائل النشر، 2005.
3. أحمد بدر: الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، القاهرة، دار غريب للطباعة، 2009.
4. أنجوس موريس: منهجية البحث العلمي، في العلوم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف وآخرون، دار القصبه للنشر، 2004.
5. أحمد مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
6. ابراهيم بن عبد العزيز الدعيلي: مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010.
7. جمال الدين المرسي: الثقافة التنظيمية والتغيير، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2016.
8. وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفاسبوك على المجتمع، ط 1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011.
9. زير فان سليمان البرواري: الوعي السياسي وتطبيقاته " الحالة الكردستانية "، ط1، دهوك -عراق، مطبعة خاني، 2006.
10. حسنين شفيق: مواقع التواصل الاجتماعي -أدوات ومصادر التغطية الإعلامية، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2014.
11. ليلى أحمد جزار: الفاسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012.
12. محي الدين اسماعيل محمد الدلهي: تأثير شبكات التواصل الاعلامية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، الاسكندرية-مصر، 2015.

13. موسى جواد الموسوي وآخرون: الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الاعلام المجتمع، بغداد، 2011.
14. محمد على صلاح: أصول الاجتماع السياسي " سلسلة علم الاجتماع المعاصر "، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1984.
15. ماري كامل ابراهيم: الوعي القومي، الاسكندرية، معهد العلوم الاجتماعية، 1989.
16. محمود إسماعيل: التنشئة السياسية، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، دون دار نشر، 1997.
17. محمد شفيق: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2010.
18. محمود حسن اسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر، الهرم، 2003.
19. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز اباي: القاموس المحيط، ط8، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 2005.
20. نعيم ابراهيم الظاهر: مدخل الى العلوم السياسية، ط1، الأردن، عالم الكتب والنشر والتوزيع، 2015.
21. نضال حميد الموسوي: ملامح الوعي الاجتماعي عند المرأة الخليجية، ط1، الكويت، دار سعاد الصباح، 1993.
22. سلام محمد توفيق: التنشئة السياسية وتعزيز قيم الولاء والانتماء عند القائد الصغير، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2015.
23. عباس مصطفى صادق: الاعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال، 2011.
24. عبد الأمير الفيصل: دراسات في الاعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، العين - دولة الامارات العربية المتحدة، 2014.
25. عبد الرحمان بن ابراهيم شاعر: مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الانساني، دار الصفاء للنشر، عمان 2015.
26. علي حجازي ابراهيم: التكامل بين الاعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، 2017.
27. علي شقرة: الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، الاردن - عمان، ط1، 2014.

28. عبد الله علي محمد: شباب الفيس بوك والعالم الافتراضي، وكالة الصحافة العربية للنشر، 2012.
29. عبد الله علي الفردي: الوعي السياسي في الاسلام، الرياض " السعودية "، دار طريق النشر، 2010.
30. عبد الكافي إسماعيل عبد الفتاح: السياسات الإعلامية في مصر والعالم العربي، هبة النيل للتوزيع، 2010.
31. عبيد طيب عبد القادر أحمد: فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، 2017.
32. عليا شكري وآخرون: قراءات معاصرة في الاعلام الاجتماعي، دار الكتاب والنشر والتوزيع، القاهرة، 1975.
33. علي معمر عبد المؤمن: مناهج البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، منشورات جامعة 7 أكتوبر، ليبيا، 2008.
34. عمار بوحوش ومحمد الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
35. علي عبد الرزاق جبلي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007.
36. عبد الحافظ سلامة: علم النفس الاجتماعي، الاردن، دار البازودي، 2007.
37. عصام نور الدين: معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
38. عاهد حسين الصفدي: دقات علي الباب العتيق - مقالات اجتماعية، دون دار نشر، عمان - الاردن، 2011.
39. عبد الفاتح عارف التميمي: شبكات الحاسوب والاتصالات، دار البزوي العلمية للنشر والتوزيع، الرदन - عمان، 2010.
40. عثمان فاروق السيد: قوى إدارة التغيير في القرن الحادي والعشرون، ط1، دار الوفاء للنشر، مصر، 2000.
41. فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفيس بوك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
42. صالح خليل الصقور: الاعلام والتنشئة الاجتماعية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، 2012.
43. قنديلجي، عامر ابراهيم ، والسامرائي : شبكة المعلومات والاتصالات ، ط2 ، دار المسيرة للنشر 2012 .
44. رحيم يونس كرو العزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، ط1 ، عمان ، دار دجلة ، 2008 .

45. خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس للنشر ، الاردن ، 2013 .

46. دناني عبد المالك ردمان : الوظيفة الاعلامية لشبكة الانترنت ، دار الرتب الجامعية ، 2001 .

ملتقيات :

47. جمال معتوق وشريهان كريم : دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الفرد في المجتمع ، ملتقي

دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي والتغيير الاجتماعي ، بسكرة 2012 .

48. سليمة راجحي : الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة وأنماط

التبليغ التقليدية ، ملتقي دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي ، بسكرة ، 2012 .

مجالات وجرائد :

49. آمال عساسي : أنوجرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري ، دليل أولياء الامور لاستخدام الفاسبوك

، 2012 .

50. جلال عبد الله معوض : أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي ، مجلة المستقبل العربي ، بيروت ، مركز الدراسات

الوحدة العربية ، العدد 1994 .

51. زغود بلقاسم ، سعدي وحيدة : الاعلام الجديد كمحرك للوعي السياسي لدى الشباب ، مجلة الأفق للعلوم ، العدد

8 ، ج 1 ، جامعة الجلفة ، 2017 .

52. حلمي خضر ساري : تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية ، " دراسة ميدانية في المجتمع القطري "

، مجلة الجامعة ، دمشق ، المجلد 24 ، العدد الأول ، 2008 .

53. مشري مرسي : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 395 ، لبنان

، 2012 .

54. مهاب نصر : الفاسبوك صورة المثقف وسيرته العصرية ، وجوه المثقف على الفاسبوك هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع

افقا مقابرا؟ ، جريدة الفيس اليومية ، العدد 03 ، 13446 ، 2000 .

55. محمد عجم : الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب – عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه،
جريدة الشرق الأوسط، العدد 10، 11704، 2010 .
56. راضي زاهر : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، عدد 15 ، جامعة عمان الاهلية
، 2003 .
- * رسائل جامعية :
57. أشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي
الأردني، مذكرة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، 2016 .
58. أحمد حمودة : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعة ، رسالة
ماجستير ، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، 2013 .
59. يجاوي عبد الحق : نشرات قناة الجزيرة الاخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الاسرائيلي ، رسالة ماجستير منشورة
، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
60. لبنا العلمي : العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح
الوطنية، مذكرة تخرج درجة البكالوريوس في العلوم السياسية ، فلسطين ، 2011 .
61. محمد الحواش : الوعي السياسي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط،
عمان - الرذن ، 2012 .
62. محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع
الإلكترونية " العربية نموذجاً " ، رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في
الدنمارك ، 2012 .
63. نورمان مريم نريمان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة ماجستير في
علوم الاعلام والاتصال ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012 .

64. عمر صالح بن عمر: مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها ، جامعة الشارقة "الإمارات العربية المتحدة" كلية الشريعة والدراسات الاسلامية .

65. علي معبد : أثر استخدام طلاب الدراسات الاجتماعية الإلكترونية على تنمية الوعي السياسي وبعض المهارات الحياتية، مذكرة ماجستير ، كلية التربية ، جامعة أسيوط - مصر ، 2012 .

66. رأفت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، مذكرة ماجستير ، جامعة البتراء ، الأردنية ، 2013 .

67.رامي حسين أ لصرافي : دور الاعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني ، رسالة ماجستير كلية الآداب و العلوم الانسانية ، جامعة الأزهر ، غزة ، 2012 .

68.شدان يعقوب خليل : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ، مذكرة ماجستير في التخطيط والتنمية السياسية ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس - فلسطين ، 2015 .

69.شيرين حربي جميل الضائي : دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة ، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة الأزهر، فلسطين، 2010.

* مواقع إلكترونية :

70..الوابي الطيب وبهلول لطيفة : البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات ،

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc>

71.بوعزيز محمد : دور مواقع التواصل الاجتماعي " فاسبوك " في الثورة التونسية ،

http://mohamedb.ouaziz.blogspot.com/2011/03/blog-post_1791.html?g_q

72.طاهر العدوان : http://www.maqar.com/?id=2579 طاهر

73.محمد سيد الريان : الفييس بوك والثورة المصرية ، <https://books.google-dz/books.id>

74.محمود القاضي : الوعي هو السلاح في عصر المعلومات " الشبكات الاجتماعية ، الفرص المخفية بالمخاطر" ،

جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة : علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان بعنوان :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة
خلال الحراك الشعبي

- الفاسبوك نموذجاً -

دراسة ميدانية بجامعة الجيلالي بونعامة

إشراف الدكتور :

بويحي نصر الدين بويحي نصر الدين

من إعداد الطالبتين :

- إكرام أنساعد

- عاليا عرباوي

السنة الجامعية

2020 / 2019

هذه البيانات سرية وتستعمل لغرض علمي محض

ملاحظة : الإجابة بوضع علامة X في الخانة المناسبة

- البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر انثى
- 2- المستوى الجامعي : ليسانس ماستر دكتور
- 3- مكان الإقامة : المدينة الريف

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " .

4 - هل تستخدم الشبكات الاجتماعي في حياتك اليومية ؟

- دائما أحيانا نادرا

5 - أي من هذه الشبكات الأكثر استخداما عندك ؟

- فاسبوك تويتر يوتيوب

6 - هل تستخدم حسابك الشخصي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال :

- اسمك الحقيقي اسم مستعار

7 - ماهي الفترات المفضلة لديك للتصفح ؟

- الصباح الظهيرة المساء

8 - ماهي عدد الساعات التي تقضيها في تصفح الموقع ؟

- أقل من ساعة من 2 إلى 3 ساعات أكثر من 4 ساعات

9 - عبر ماذا تقوم بتصفح هذه المواقع ؟

- هاتف ذكي حاسوب لوحة إلكترونية

10 - هل تتصفح هذه المواقع الاجتماعي في :

المنزل مقهى الأنترنت الجامعة

11- ماهي طبيعة تفاعلك على موقع الفاسبوك ؟

التعليق نشر الصور الاعجاب

المحور الثاني : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفاسبوك " يعزز الوعي السياسي لدى الطلبة .

12- هل يساهم الفاسبوك في تعزيز الوعي السياسي لديك بالقضايا المحلية ؟

نعم لا

13- يتشكل الوعي السياسي عند استخدام الفاسبوك من خلال ؟

الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها

تقديم المعلومات

التعليق وإبداء الآراء

14- استخدام الفاسبوك في السياسة هو :

تطور في مجال السياسة

التقرب من المواطنين

فشل في السياسة المباشرة

15- هل يساهم الفاسبوك ومواضعه السياسية في إنماء وعيك وزيادة قدرتك على التحليل ؟

نعم لا

16- طور الفاسبوك وعيك السياسي من خلال ؟

معرفة الخلفية السياسية إدراك الأفكار والايديولوجيات السياسية

17- هل أثرت فيك النقاشات السياسية إزاء قضية ما غيرت موقفك بسبب معلومات وردت في موقع

الفاسبوك ؟

 لا نعم

المحور الثالث: دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفاسبوك " في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة خلال مرحلة

الحراك الشعبي .

18- كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي " الفاسبوك " في خدمة الحراك وزيادة الوعي السياسي ؟

فضح الممارسات السياسية

تسليط الضوء على الواقع الحقيقي

19- حسب رأيك هل عوض الفاسبوك الاعلام التقليدي خلال مرحلة الحراك ؟

 لا نعم

20- إذا كانت الإجابة " بنعم " إلى ما يعود سبب اعتماد الفاسبوك كوسيلة لزيادة المعرفة السياسية ؟

 السرعة التنوع في المعلومات القدرة على التعرف على الآراء والمشاركة وإبداء الرأي

21 - هل تناول المواضيع السياسية بكل حرية ودون رقابة ضمن موقع الفاسبوك هو الشيء الذي دفع بك إلى

اعتماده كوسيلة للتوعية والانماء السياسي لديك ؟

لا

نعم

22 - دور مواقع التواصل "الفاسبوك" خلال الاحتجاجات والحراك الشعبي ؟

أداة مضادة للدعاية والشائعات

حشد الجمهور وتحقيق الشعبية

مساعدة الناس في تحليل البيانات

23 - بناء على ما ورد في الفاسبوك من معلومات سياسية هل قررت بسببها أن تنتخب من أجل إحداث التغيير ؟

لا

نعم