

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

قسم: علم الاجتماع

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الرقم التسلسلي: .....

رقم التسجيل: .....



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الإتصال

بعنوان:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية لطلبة ليسانس علم اجتماع في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -  
الفايسبوك نموذجا

إشراف الأستاذة: د/ عيادي نادية

إعداد الطلبة

• قنور ريان

لجنة المناقشة

الصفة	مؤسسة الانتساب	الرتبة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر - أ -	د/ عثمان مريم
مشرفا و مقررا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر - أ -	د/ عيادي نادية
ممتحنا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر - ب -	د/ مناعي وسيلة

السنة الجامعية: 2023/2022 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسين

نعبد الله ونشكره إلى يوم الدين، وله الفضل والمنة على نعمة العلم التي أنعمنا بها

نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة العلوم الانسانية والاجتماعية لجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-

وبالأخص الدكتورة عيادي نادية.

إلى زملائنا وزميلاتنا في الدراسة، الذين لم نعرف منهم إلا الودّ والاحترام.

إلى كل من وسعتهم قلوبنا.....، ولم تسعهم هذه الورقة.....



## الإهداء

الحمد لله وكفى، والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفي أما بعد

الحمد لله الذي وفقني لتتمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسة لمشروع مذكرة تخرجي هذه ثمرة الجهد

والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى

نبي الحنان ومن علمتني التواضع والصمود مهما تبدلت الظروف أُمِّي العزيزة التي لو حل السجود لغيرها

لسجدت لها "بن بريك نورة"

إلى سبب وجودي في الحياة صاحب السواعد المكافحة والذي حفظه الله "عبد الحكيم"

إلى سندي ومن إعتمدت عليهم في كل شيء اخواتي الأحباء بدأ من أخي العزيز فاتح وإلى أختي هيبية

واختي الكبيرة سماح وأولادها ضياء الدين وتقي الدين وإلى أختي العزيزة التي كان لها الفضل في

مساعدتي في مشروع تخرجي جهينة أدامها الله لنا

إلى خالي وخالتي حفظهم الله نور الدين وغنية

إلى من هي انطلاقة الماضي وعون الحاضر وسندي العزيزة على قلبي ورفيقة دربي نور الهدى

إلى رفيفات المشوار الاتي عبروا بصدق المواقف أو كلمة مساندة أو دعاء في ظهر الغيب بنية خاصة

رشا-كريمة-هنا-أميرة-ملاك-بلقيس-غفران بثينة

وإلى كل لم يدخر جهدا في مساعدتي، وإلى كل من ساهم في تلقيني ولو بحرف في حياتي الدراسية

ريان قنور

## الملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين وذلك من خلال محاولة التعرف على عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم اجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف، وكذلك معرفة دوافع هذا الاستخدام إضافة الى معرفة مدى مشاركتهم في نشر الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك.

ولقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي حيث تم تطبيق الاستمارة على عينة قوامها 58 طالبا وطالبة، وقد كانت عينة الدراسة عينة عشوائية طبقية من طلبة علم اجتماع ليسانس (1،2،3) يقسم علم اجتماع بكلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة الشاذلي بن جديد الطارف كما اعتمدت هذه الدراسة على الاستثمار كأداة لجمع البيانات.

بعد تحليل البيانات توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

**فيما يتعلق بعادات وانماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم اجتماع ليسانس:**

-نستنتج أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفايسبوك دائما

-ان الطلبة الذين احتلوا المرتبة الاولى هم الذين يقضون يوميا في استخدامهم للفايسبوك لمتابعة المنشورات السياسية.

-ان أعلى نسبة تعود للطلبة الذين يستخدمون الفاسبوك لأكثر من أربع ساعات لمتابعة المنشورات السياسية

-ان على نسبة من الطلبة يستخدمون الهاتف النقال لمتابعة المنشورات السياسية

-ان أكبر نسبة من الطلبة يستخدمون الفايسبوك في المنزل لمتابعة المنشورات السياسية.

-ان أعلى نسبة للطلبة يبدون الاعجاب بالمواضيع السياسية في نشاطاتهم على الفايسبوك فيما يتعلق بالمواضيع السياسية

فيما يتعلق بدافع استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلب علم اجتماع ليسانس أولى - ثانية - ثالثة

-ان أكبر نسبة من الطلبة يستخدمون الفايسبوك نظر لسرعته وسهولة استخدامه وذلك لمتابعة المنشورات السياسية.

-ان أغلبية الطلبة يهتمون بممارسة نشاط سياسي معين لمتابعه المنشورات السياسية عبر موقع الفايسبوك

-ان أغلبية الطلبة نشاطهم هو الاشتراك في مجموعات سياسية معينة

-ان أكبر نسبة من الطلبة جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية هي مكافحة الفساد

-ان أعلى نسبة من الطلبة يشاركون في نشاط سياسي معين تم الدعوة اليه عيد الفاسبوك

-ان الطلبة احتلوا المرتبة الاولى في النشاطات السياسية والاجتماعية التي تثير انتباههم في الفايسبوك.

-أن أعلى نسبة تهتم بالمنشورات السياسية دائما حسب رأيهم.

-ان أكبر نسبة من الطلبة يشاركون في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك.

يتعلق بمشاركة طلبة علم اجتماع ليسانس أولى -ثانية - ثالثة في نشر الوعي السياسي عبر موقع

الفايسبوك

-ان أعلى نسبة من الطلبة يساهمون في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك من خلال نشر صور وفيديوهات.

-أعلى نسبة من الطلبة يتأثرون بالنقاشات السياسية عبر الفايسبوك

- أن أعلى نسبة من الطلبة يشاركون المواضيع السياسية عبر الفاييبوك من خلال إدراك الأفكار  
والايدولوجيات السياسية

- ان أعلى نسبة من الطلبة يشاركون القضايا السياسية الوطنية عبر الفاييبوك.

## **Abstract**

This study aims to know the rôle of social networks in spreading political awareness among university students, by trying to identify the habits and patterns of using Facebook by students of sociology at the University of Shazly bin Jadid El-Taref, as well as knowing the motives for this use in addition to knowing the extent of their participation in spreading Political awareness via Facebook.

The study relied on the descriptive approach, where the questionnaire was applied to a sample of 58 male and female students. The sample of the study was a stratified random sample of BA Sociology students (1, 2, 3), Department of Sociology, Faculty of Social Sciences and Humanities, Shazly Bin Jadid Al-Tarif University. This study on investment as a data collection tool.

After analyzing the data, the study reached the following results:

With regard to the habits and patterns of using Facebook by students of Bachelor of Sociology:

- We conclude that the majority of students always use Facebook
- The students who ranked first are the ones who spend a day using Facebook to follow up on political publications.

The highest percentage belongs to students who use Facebook for more than four hours to follow up on political publications

- A percentage of students use mobile phones to follow up on political publications
- The largest percentage of students use Facebook at home to follow up on political publications.
- The highest percentage of students express admiration for political topics in their activities on Facebook regarding political topics

With regard to the motive for using Facebook by a first-second-third bachelor's degree in sociology

- The largest percentage of students use Facebook due to its speed and ease of use, in order to follow up on political publications.
- The majority of students are interested in practicing a specific political activity in order to follow up on political publications on Facebook

The majority of students are active in participating in certain political groups

- The largest percentage of the students made them follow the political publications, which is the fight against corruption

- The highest percentage of students participate in a specific political activity that was called for on Facebook

- The students ranked first in the political and social activities that arouse their attention on Facebook.

The highest percentage is always interested in political publications, according to their opinion.

- The largest percentage of students participate in publishing political topics on Facebook.

It is related to the participation of first-second-third bachelor's sociology students in spreading political awareness via Facebook

The highest percentage of students contribute to the dissemination of political issues on Facebook by posting pictures and videos.

- The highest percentage of students affected by political discussions on Facebook

- The highest percentage of students share political topics via Facebook through realizing political ideas and ideologies

The highest percentage of students share national political issues via Facebook

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرهان
	الاهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس الجداول
أ-ب	المقدمة
<b>الفصل الأول: موضوع الدراسة</b>	
04	1-1 تحديد الإشكالية والتساؤلات
05	2-1 أسباب اختيار الموضوع
06	3-1 أهمية الدراسة
07	4-1 اهداف الدراسة
07	5-1 تحديد المفاهيم والمصطلحات
13	6-1 الدراسات السابقة والخلفية النظرية
<b>الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي</b>	
28	تمهيد
29	1-2 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
30	2-2 خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
33	3-2 أهمية شبكات التواصل الاجتماعي
32	4-2 فوائد شبكات التواصل الاجتماعي
34	5-2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
39	6-2 إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
41	خلاصة
<b>الفصل الثالث: الوعي السياسي</b>	
43	تمهيد
44	1-3 نشأة الوعي السياسي
45	2-3 خصائص الوعي السياسي
45	3-3 أهمية الوعي السياسي

48	3-4 أنماط الوعي السياسي
49	3-5 أدوات تكوين الوعي السياسي
50	3-6 علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي
52	خلاصة
الفصل الرابع: الاجراءات المنهجية والميدانية للدراسة	
54	4-1 منهج الدراسة
54	4-2 أداة الدراسة
55	4-3 مجتمع وعينة الدراسة
57	4-4 مجالات الدراسة
58	4-5 تحليل وتفسير بيانات الدراسة
82	4-6 نتائج الدراسة
82	4-6-1 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة على الأسئلة الفرعية
84	4-6-2 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
85	4-6-3 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع
87	4-6-4 مناقشة النتائج العامة للدراسة
90	الخاتمة
92	قائمة المراجع
98	الملاحق

# فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع مجتمع الدراسة	56
02	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	58
03	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن	60
04	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السنة	61
05	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدامهم لموقع الفايسبوك	62
06	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدامهم للفيسبوك في متابعة المنشورات السياسية	63
07	يوضح توزيع افراد العينة حسب الحجم الساعي الذي يقضونه في التصفح على موقع الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية	64
08	يوضح توزيع افراد العينة حسب الوسيلة التي يتصفحون بها الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية	65
09	يوضح توزيع افراد العينة حسب الأماكن التي يتابعون فيها السياسة عبر الفايسبوك	66
10	يوضح توزيع افراد العينة حسب كيفية نشاطهم على الفايسبوك فيما يتعلق بالمواضيع السياسية	68
11	يوضح توزيع افراد العينة حسب سبب اختيارهم للفيسبوك في متابعة المنشورات السياسية	69
12	يوضح توزيع افراد العينة حسب إمكانية جعل موقع فايسبوك للمبحوثين يهتم بممارسة نشاط سياسي معين	70
13	يوضح توزيع افراد العينة حسب الدوافع التي جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية عبر الفايسبوك	72
14	يوضح توزيع افراد العينة حسب إمكانية المشاركة في نشاط سياسي تم الدعوة اليه عبر الفايسبوك	73
15	يوضح توزيع افراد العينة حسب طبيعة النشاطات التي تثير الانتباه في الفايسبوك	74
16	يوضح توزيع افراد العينة حسب رأيهم فيما إذا كان الفايسبوك يهتم بالمنشورات السياسية	75

17	يوضح توزيع افراد العينة حسب مشاركة طلبة علم اجتماع ليسانس في نشر المواضيع السياسية	76
18	يوضح توزيع افراد العينة حسب شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك	77
19	يوضح توزيع افراد العينة حسب تأثير النقاشات السياسية على الفايسبوك وقرار انضمامهم الى حزب ما	78
20	يوضح توزيع افراد العينة حسب رأيهم في مشاركة المواضيع السياسية عبر الفايسبوك	79
21	يوضح توزيع افراد العينة حسب أكثر القضايا التي يشاركونها عبر الفايسبوك	80
22	يوضح توزيع افراد العينة حسب تأثيرهم على المنشورات السياسية في الفايسبوك	81
23	يوضح توزيع افراد العينة حسب	82

# مقدمة

ساعدت تكنولوجيا الاتصال على ربط الشعوب بمختلف أشكالها الحضارية. متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والسياسية. إذ يشهد العالم اليوم تحولات كبيرة في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والعلمية والثقافية وغيرها. فأصبحت بذلك تغزو كل مرفق من مرافق الحياة. ومن أهم أشكال تكنولوجيا الاتصال التي أحدثت نقلة نوعية في مجال الاتصال الانترنت وما خلفته هذه الوسيلة من أشكال جديدة للتواصل عبر مختلف شبكات التواصل التي عرفت كيف تتحكم في مستخدميها وجذبهم لها من خلال مميزاتا وخصائصها كالتفاعلية وغيرها. كما ساعدت في تشكيل وعيهم ومواقفهم اتجاه العديد من القضايا والموضوعات.

إذ برز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك بشكل واضح في الحياة الاجتماعية خصوصا في القضايا التي تمس المجتمع. حيث يعتبر مصدرا للآراء والتعليقات والتحليلات وغالبا ما يكون نابع من التوجيهات السائدة لدى الرأي العام والقضايا التي تشغل مستخدميها. سواء على المستوى المحلي أو الاقليمي أو الدولي. فهو بمثابة المنبر الحر للتعبير والتفاعل عن الآراء من خلال النشر والتعليق والمتابعة، وبالتالي ساهم في خلق فضاء اتصالي جديد اتسم بالافتراضية.

وقد غدت شبكات التواصل الاجتماعي أكثر الوسائل استخداما لدى الشباب الجزائري. لا سيما الطلبة الجامعيين الذين أدركوا ان وسائل الإعلام التقليدية لم تعد بمفردها قادرة على إشباع رغباتهم ودوافعهم المعرفية وأصبح دورها يزداد يوما بعد يوم. خاصة في خضم التحولات السياسية والاجتماعية التي شهدتها الجزائر في الآونة الأخيرة. بحيث أثرت شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء والاتجاهات مما دفع العديد من النشطاء في العالم الافتراضي

إلى إنشاء صفحات على الفايسبوك لمسايرة الأحداث ولمعرفة الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الطارف قمنا بدراسة ميدانية على عينة من طلبة

علم اجتماع ليسانس كلية العلوم الاجتماعية والانسانية جامعة الشاذلي بن جديد الطارف. وللوصول الى نتائج تجيب عن إشكالية وأسئلة الدراسة قمنا بتقسيم الموضوع إلى أربعة فصول:

**الفصل الأول: موضوع الدراسة:** تضمن اشكالية الدراسة والتساؤلات أسباب اختيار الموضوع اهمية وأهداف الدراسة. تحديد المفاهيم والمصطلحات ثم تحديد الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة.

**الفصل الثاني:** جاء بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي تطرقنا فيه إلى نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، أهميتها، فوائد، أنواعها، ايجابياتها وسلبياتها.

**الفصل الثالث:** جاء بعنوان الوعي السياسي تناولنا فيه نشأة الوعي السياسي، خصائصه، أهميته، أنماطه ادوات تكوينه، علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي

**الفصل الرابع:** جاء بعنوان الإجراءات المنهجية والميدالية للدراسة تطرقنا فيه إلى منهج الدراسة عينة الدراسة مجالات الدراسة، اداة الدراسة تحليل البيانات وتفسيرها. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الاجابة على الأسئلة الفرعية. مناقشة الدراسة في ضوء الدراسات السابقة. مناقشة الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباكات مناقشة النتائج العامة للدراسة. خاتمة قائمة المراجع. الملاحق.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة

1-1- تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- تحديد المفاهيم والمصطلحات

1-6- الدراسات السابقة والخلفية النظرية للدراسة

## 1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

ساهم التطور التكنولوجي المتصارع في تفعيل النقاش والحوار حول مختلف مناحي الحياة الثقافية والاجتماعية وحتى الفكرية، وهو ما يدل على فتح آفاق وتطلعات مستقبلية جديدة سببها الرئيسي تحول العالم الى قرية صغيرة ألغيت فيها الحدود الزمانية والمكانية.

وفي هذا السياق أحدثت الشبكة العنكبوتية ثورة في عالم الاتصال حيث ساهمت بشكل كبير في التأثير على كافة أنماط الاتصال الإنساني كونها متاحة لمختلف فئات المجتمع، ونتيجة التطور التقني لهذه الشبكة ظهرت ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الافراد، الا انها أحدثت تغيرات جوهرية مست جميع جوانب الحياة، حيث كان لها تأثيرات مباشرة التنظيمات والبنية الاجتماعية ولعل من أبرز المواقع وأكثرها انتشارا موقع الفايسبوك.

حيث يعتبر موقع الفايسبوك من بين اهم وسائل الاتصال في عالمنا اليوم باعتباره فتح بابا للحوار والنقاش ونقل الأفكار وتبادل المعلومات والآراء، حيث استخدامه امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول المعلومات في مختلف الحالات وأصبح اليوم من أهم المواقع الذي يقوم بدور مهم في اكتساب سلوكيات صحيحة وأداة مهمة من أدوات الوعي السياسي وذلك من أجل الاستفادة من اشغال وقت الشباب بما يفيدهم كما أصبح مصدرا مهما للمشاركة السياسية وتوعيتهم بما يدور حولهم من أحداث ومواقف.

فالوعي السياسي هو المفتاح الرئيسي الذي يحدد مشاركة الافراد في السياسة ومعرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا، ويشير أيضا لمعرفة الفرد لحقوقه وواجباته في ظل الدولة والنظام السياسي.

ونظرا لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفايسبوك على وجه الخصوص في الحياة والمنظومة الاجتماعية الى جانب دوره الكبير في تحريك ونشر الوعي السياسي جاءت هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيسي:

ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي ثلاث تساؤلات فرعية كما يلي:

1. ماهي عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى،

ثانية، الثالثة) في نشر التوعية السياسية؟

2. ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى، ثانية،

الثالثة) لموقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي؟

3. هل يشارك طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى، ثانية، الثالثة) في نشر الوعي السياسي عبر

موقع الفايسبوك؟

1-2-أسباب اختيار الموضوع:

- الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية لدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك في نشر الوعي السياسي؛

- الرغبة الشخصية في دراسة المواضيع المتعلقة بالطابع السياسي؛

- الميل الشخصي للمواضيع السياسية عبر موقع الفايسبوك؛

- طموح ذاتي في معرفة دور موقع الفايسبوك على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

### - الأسباب الموضوعية:

- أهمية الموضوع في حد ذاته، ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفايسبوك بصفة خاصة كظاهرة في الاعلام الجديد أتاح العديد من التطبيقات وتغلغل في العديد من المواضيع وخاصة ذات الشأن السياسي، يظهر في مقدمتها موضوع الوعي السياسي؛

- جدية الموضوع من خلال المساهمة التي يقدمها موقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، الامر الذي دفعنا الى تسليط الضوء على الدور الذي يؤديه هذا الموقع لاسيما في نشر الوعي السياسي.

### 1-3- أهمية الدراسة:

- تظهر أهمية هذه الدراسة من كونها تدرس ظاهرة من الظواهر الإعلامية المعاصرة والتي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي عموما وموقع الفايسبوك على وجه الخصوص، الذي أصبح أحد أهم الوسائل الإعلامية، حيث أتاح الفرصة لمختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب لنقل أفكارهم ومناقشة مختلف القضايا متجاوزين في ذلك الحدود الزمانية والمكانية ليكون بذلك أحد عوامل التغيير لما يتيح من إمكانية التواصل والتفاعل والسرعة في إيصال المعلومة؛

- يستمد الموضوع أهميته عن الوعي السياسي الذي أصبح من أهم القضايا المتداولة خاصة مع تنامي الاحداث التي شهدتها الجزائر مؤخرا (منذ حراك 22 فيفري 2019) حيث أصبح للوعي السياسي أهمية كبيرة في حياة أفراد المجتمع خاصة فئة الشباب باعتباره يعمل على مساعدتهم في التعرف على حقوقهم السياسية وواجباتهم إضافة الى رفع درجة المعرفة السياسية لديهم واكتسابهم القيم السياسية المختلفة التي تدفعهم الى المشاركة الفعالة في العملية السياسية وصنع القرار السياسي بشكل عام.

1-4- أهداف الدراسة:

- معرفة عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى، ثانية، ثالثة) في نشر التوعية السياسية؛
- معرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى، ثانية، ثالثة) لموقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي.
- معرفة مدى مشاركة طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى، ثانية، ثالثة) في نشر الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك.

1-5- تحديد المفاهيم:

- الدور:

\* لغة:

يمكن فهم كلمة الدور بدلالة الحركة في المحيط أو بيئة معينة من الفعل دار دوراً، ودورات، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضوع الذي أبتدأ منه.<sup>1</sup>

\* اصطلاحاً:

هو رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات ما تقتزن مع المواقع الاجتماعية فهو نتاج عمليات التفاعل التي يبيلورها الافراد.<sup>2</sup>

- كما يعرف أنه نمط من الدوافع والاهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوكيات المتوقعة ممن يشغل وظيفة ما أو وضع اجتماعي معين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم مصطفى، وآخرون: المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972، ص302.

<sup>2</sup> معين خليل العمر: علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص362.

<sup>3</sup> أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993، ص395.

- كما يعرف بأنه: مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي<sup>1</sup>.  
\* اجرائي: 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.

- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

\* اصطلاحا:

- يطلق مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي على مجموعة من المواقع على الانترنت التي ظهرت في الجيل الثاني لويب أو ما يعرف باسم web2 تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمع بين افرادها اهتمام مشترك او شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، او شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض<sup>2</sup>.

- كما تعرف على أنها عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك ومن الأمثلة على ذلك مواقع Facebook, twitter. والشبكة الاجتماعية الرقمية هي هويات اجتماعية ينشئها افراد او منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية.

<sup>1</sup> لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية. رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص 2.

<sup>2</sup> حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص82.

– وهي تنشأ من اجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية او علاقات الصداقة ومن ابرز شبكات التواصل

الاجتماعي التي يستخدمها طلبة الجامعات الجزائرية هي الفايسبوك والتويتر واليوتيوب.<sup>1</sup>

– والشبكات الاجتماعية مصطلح يشير الى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف

بالجيل الثاني للويب web2 بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل او

المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض، وتتنوع

أشكال واهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها هام يهدف الى التواصل العام وتكوين الصداقات حول

العالم، وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين.<sup>2</sup>

\* إجرائيا:

شبكات التواصل الاجتماعي هي إحدى وسائل الاتصال الجديدة، من خلال شبكة الأنترنت التي تسمح

للأفراد والجماعات بإنشاء صداقات مع اشخاص تجمعهم نفس الاهتمامات التواصل عبرها مع بعضهم

البعض وتبادل الآراء واسماع آرائهم للعالم والنقاش في مختلف القضايا المطروحة، فهي تقدم خدمات متنوعة

في العديد من المجالات.

– الوعي:

\* لغة:

وعي، الوعي، حفظ القلب الشيء: وعي الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه، حفظه وفهمه فهو واع فلان

أوعى من فلان أي احفظ وأفهم.<sup>3</sup>

\* اصطلاحا:

<sup>1</sup> عبد الكريم على، وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد01، 2013، ص68.

<sup>2</sup> سعود صالح كاتب: الاعلام الجديد وقضايا المجتمع جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص09.

<sup>3</sup> بن منظور وآخرون: لسان العرب، دار الإحياء: التراث للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1986، ص76.

يعرف الوعي على أنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويقوم بتحليلها والحكم عليها ويحدد موقفه من تلك المشكلات وان يعمل على تطويرها وتغييرها.<sup>1</sup>

- كما يعرف أيضا على انه إدراك للحقائق المتعلقة بظاهرة او مشكلة ما وما فيها من علاقات تكشف عن طبيعة الظاهرة او المشكلة من ثم يمكننا من حسن فهمها وتدبر أنسب الأساليب المساهمة أو الحل.<sup>2</sup>

- ان الوعي هو الادراك والتتبع والفهم للنفس والعالم الخارجي والانتماء الاجتماعي وينتج عن التأمل للعالم الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي بكل أوجهه ويؤدي الوعي الى اتخاذ مواقف فردية وجماعية عملية أي ان الوعي مرتبط بالسلوك.<sup>3</sup>

\* اجرائيا:

الوعي هو إدراك وفهم الفرد لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا فهو نتاج إدراك الافراد وتصوراتهم للعالم المحيط بهم.

- السياسة:

\* لغة:

ترتبط كلمة سياسة politique في اللغة الأجنبية والإنجليزية منها على وجه الخصوص بالحكم فهي كما يعرفها القاموس the new English dictionry علم فن الحكم أو هي العلم الذي يهتم بشكل وتنظيم إدارة دولة ما فضلا عن اهتمامه بترتيب علاقات الدولة بالدولة الأخرى ومن ثم فهناك سياسة خاصة بكل دولة من الدول تقريبا.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمن المشاقبة: الاعلام الصحي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص92.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد7، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2003، ص2696.

<sup>3</sup> على أسعد وطفة: التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مقياس الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، العدد 3، الكويت، 2003، ص80.

<sup>4</sup> محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص621.

## \* اصطلاحا:

السياسة ترتبط بتجميع الافراد وانتظامهم في جماعة تتبادل المصالح والمنافع وتحاول تحسين أوضاعهم وأحوال معيشتها وان أدى ذلك الى صراع أو شقاق بين أفرادها.<sup>1</sup>

- يعرف: **lepetit larousse** السياسة بأنها إدارة الدولة وتحديد أشكال نشاطها ومجموعة الشؤون التي تهم الدولة ومؤسساتها وطريقة تسييرها مثلا السياسة الخارجية.<sup>2</sup>

## \* اجرائيا:

السياسة ترتبط بتجميع الافراد وهي دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها والمهام التي تقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشئت من اجلها، فهي تنظيم لأمر الدولة وممارسة السيادة والعناية بمصالح وشؤون الفرد والمجتمع.

## - الوعي السياسي:

## \* اصطلاحا:

هو أسلوب الرؤية والاهتمام والفعل في العالم، وهو يسير وفق تعهد بحقوق الانسان والعدالة وتفهم القوى وعدم المساواة في النظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ووفقا للعلاقات والقيم، فهو يتعلق برفض الظلم والأنظمة التي تمارس هذا الظلم، لكن ليس رفض الأفراد فهو فن احترام الاخر والعمل معه والنظر اليه على انه انسان تميزه قوى اجتماعية ويرتبط في صراع مستمر، من أجل احراز مكانة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل علي سعد: قضايا علم السياسة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص20.

<sup>2</sup> <http://droit2.ul.edu.lb> تاريخ الاطلاع: 2023/03/03 الساعة 17:00.

<sup>3</sup> عبد الأمير الفيصل: دراسات في الاعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014، ص65.

- كما يعرف أيضا على أنه إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به، والوظائف الفعلية والجسدية فضلا عن إدراك خصائص العالم الخارجي على أساس انه عضو في جماعة ويكون هذا الوعي نتيجة الفعل الاجتماعي.<sup>1</sup>

\* اجرائيا:

الوعي السياسي هو اكتساب الافراد للمعارف والمهارات والقدرات وكذلك المشكلات السياسية المحيطة بهؤلاء الافراد والاحساس بها ومن ثم محاولة البحث عن حلول لها.

- الطلبة الجامعيين:

\* اصطلاحا:

الجامعيين هم شباب والشباب فئة عمرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع وهم ذات حيوية وقدرة على النشاط كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي ليساعدها على التكيف والتوافق والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته.<sup>2</sup>

يعرف عبد الله محمد عبد الرحمان: الجامعيون بأنهم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية.<sup>3</sup>

\* اجرائيا: هو الذي تحصل على شهادة البكالوريا وانتقل الى الجامعة لإتمام دراسته ويمثل الطلبة الجامعيين في هذه الدراسة طلبة علم الاجتماع ليسانس بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية في جامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

<sup>1</sup> حمدان رمضان محمد: المشاركة السياسية لطلبة جامعة الموصل، دراسات موصلية، الموصل، العدد 11 كانون الثاني، 2006، ص 121.

<sup>2</sup> إسماعيل علي سعيد: الشباب والتنمية في المجتمع السعودي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1989، ص 37.

<sup>3</sup> عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا التعليم الجامعي، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص 25.

الفايسبوك:

\* اصطلاحاً:

يعرف شيري كنكوف كيونيت الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك بأنه واحد من مواقع أفراد المجتمع يستخدمونه للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع العائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم ويربط الأفراد داخل المدن والمناطق والعمل أو المدرسة أو أي مكان آخر، وتبنى هذه العلاقات على سطح صفحات الملف الشخصي الذي يسمح للمستخدمين بتبادل المعلومات والتواصل مع الآخرين.<sup>1</sup>

\* اجرائياً:

يعد الفاييسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي التي استأثرت بقبول كبير من الناس من مختلف فئات المجتمع، وهو وسيلة تواصلية يمكن أن يستخدمها الأفراد، بما فيهم الشباب الجامعي كطلبة علم الاجتماع ليسانس استخدامات متنوعة في مختلف المجالات بما فيها السياسة.

## 1-6-1- الدراسات السابقة والخلفية النظرية

### 1-6-1-1- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة أساس البحث العلمي الذي لا ينطلق من العدم، وإنما هو تكملة لبحوث سابقة، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا في عدد من النقاط والإجراءات المنهجية، حيث تم تصنيفها من الأقدم الى الأحدث وهي كما يلي:

- الدراسة الأولى:

دراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حسين محمد هيثمي ، مرجع سبق ذكره، 2015، ص 89.

<sup>2</sup> عبد الكريم الديسي وزهير ياسين الطاهات : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ،دراسة وصفية مسحية، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2013.

السؤال الرئيسي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات الأردن؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما دور التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
2. ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
3. ما مزايا شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعلها مؤقتة، جامعة البقاء، جامعة آل البيت، جامعة

الطفيلة وجامعة البترا؟

ولقد اعتمدا الباحثان على المنهج الوصفي المسحي من خلال توزيع استمارة على عينة من طلبة الجامعات الأردنية وتكونت العينة من 300 مفردة، ولقد تم اختيار العينة القصدية.

حيث توصلت الدراسة الى النتائج أهمها:

- أن نسبة عالية ( 97 %) من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الأنترنت، وقد احتل موقع فيس بوك المرتبة الاولى بنسبة ( 83 %) يليه موقع توتير بالمرتبة الثانية، ويوتيوب بالمرتبة الثالثة، وهو ما يؤكد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات الأردنية وارتفاع نسبة المشاركين فيها .

- كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

- أن الشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية وخلال مدة زمنية قصيرة .

- إن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل له عدة إيجابيات وسلبيات ومن أبرز السلبيات: أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام وهو ما يمثل دور التحفيز للتغيير عن مظهر من مظاهر الرأي العام.

#### أوجه الاتفاق بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

تتشارك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي وكذلك على نفس المجال البشري المتمثل في الطلبة الجامعيين وبالتالي نفس المجال المكاني المتمثل في الجامعة، بالإضافة الى نفس أداة الدراسة والمتمثلة في الاستمارة.

#### أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

اختلفت الدراستين في المتغير التابع، بحيث هذه الدراسة تهدف الى تشكيل الرأي العام بينما دراستنا تهدف الى دراسة الوعي السياسي، كذلك اختلفتا الدراستين في استخدامهم للمنهج بحيث هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي المسحي في حين اعتمدت في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، بالإضافة الى اختلافهم في نوع العينة بحيث هذه الدراسة استخدمت العينة القصدية بينما في دراستنا العينة العشوائية الطبقية.

#### - الدراسة الثانية:

دراسة حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري.<sup>1</sup> هدفت الدراسة الى التعرف على درجة الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري كذلك عرض الأسباب التي دفعت الشباب الجزائري يتخذ من الفيس بوك منبر لنشر مكبوتاته السياسية، أيضا من أهداف هذه الدراسة

<sup>1</sup> بوطغان شيماء، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري (الفايسبوك نموذجاً)، مذكرة ليسانس في اعلام والاتصال تخصص اتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.

هو معرفة مدى تأثر المضامين السياسية المنتشرة عرب موقع الفيس بوك في توعية الشباب الجزائري، وتوسيع إدراكهم السياسي.

**السؤال الرئيسي:** ما هو دور موقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك) في تكوين الوعي السياسي لدى

الشباب الجزائري؟

**الأسئلة الفرعية:**

- هل استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية
- هل موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ينافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونه مصدر

للمعلومة؟

ولقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي من خلال توزيع استمارة الاستبيان على مجموعة من طلبة الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

حيث توصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

- أغلبية المبحوثين يعتمدون على الفايسبوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح.
- موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك يزيد من الثقافة السياسية للطلبة وتغرزها، ويفضلها يصبح الطالب قادر على التحليل والمشاركة السياسية.
- تفضل الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك على حساب الاعلام التقليدي في جمع المعلومات السياسية.
- ساهم الفايسبوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والعالمية لدى غالبية الطلبة وذلك من خلال المضامين المتداولة عبر صفحات الفايسبوك.

- غالبية الطلبة يرون بأن الفايسبوك ومواضيعه السياسية ساهم في انماء وعيهم السياسي من خلال التسريبات التي توضع أحيانا على صفحات الفايسبوك، وكذا اجراء بعض النقاشات التي تساهم في معرفة الخلفية السياسية لبعض الأحزاب والسياسيين.

#### أوجه الاتفاق بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

تتشارك هذه الدراسة مع دراستنا في كل من المتغيرين المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي، بالإضافة الى اشتراكهما في المجال البشري، الا وهو الطلبة الجامعيين وبالتالي في نفس المجال المكاني المتمثل في الجامعة، كذلك اشتراكهما في أداة الدراسة والمتمثلة في الاستمارة.

#### أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

اختلفت الدراستين في المنهج، بحيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي ودراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت هذه الدراسة على أسلوب المسح في حين اعتمدنا في دراستنا على أسلوب العينة وبالتحديد العينة العشوائية الطبقية.

#### - الدراسة الثالثة:

دراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية<sup>1</sup>  
- هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تطبيقات الاعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة واشكاليات ما يعرف بالاعلام البيئي انطلاقا من أدوات وسائل جديدة أفرزتها التطورات التكنولوجية المتلاحقة.

- معرفة الدور الذي يؤديه الفايسبوك لخدمة أغراض الارشاد والتوعية البيئية.

<sup>1</sup> فاطمة بروهشي وزينب صديقي : دور شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية، مذكرة ماستر في تخصص صحافة مكتوبة، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020.

- معرفة حجم اهتمام موقع الفايسبوك بقضايا البيئة ومشكلاتها وتحديدًا نوعية هذه الإشكالات والقضايا المطروحة على صفحاتها.

- معرفة درجة التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك وعلاقته بالوعي البيئي وذلك من خلال محاولة الإجابة على الأسئلة الآتية:

**السؤال الرئيسي:** هل تساهم شبكات التواصل الاجتماعي فايسبوك في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟

#### الأسئلة الفرعية:

- ما هو حجم تعرض طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟
- هل يهتم موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بقضايا البيئة؟
- ما هو حجم اعتماد طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار على شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك كمصدر للمعلومات البيئية؟
- هل توجد مظاهر بارزة للوعي البيئي من وجهة نظر طلبة العلوم الإنسانية بجامعة أدرار؟
- ولقد اعتمدتا الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استمارة على عينة من طلبة العلوم الإنسانية وتكونت العينة من 80 مفردة ولقد تم اختيار العينة القصدية.
- حيث توصلت الدراسة الى نتائج أهمها:

- ان مجتمع الدراسة يستخدم موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك بما يعادل ساعتين يومياً في المنزل وذلك باستخدام الهاتف.

- تمثلت مظاهر الوعي البيئي في القيام بالعمل التطوعي من خلال تنمية الوعي البيئي والمساهمة في حملات التنظيف والتشجير.

- تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي فايسبوك كمصدر للمعلومات البيئية من طرف الطلبة الجامعيين.

أوجه الاتفاق بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك وكذلك على نفس المجال البشري المتمثل في الطلبة الجامعيين وبالتالي نفس المجال المكاني المتمثل في الجامعة، إضافة الى نفس أداة الدراسة والمتمثلة في الاستمارة، كذلك يشتركان في استخدامهم لنفس المنهج والمتمثل في المنهج الوصفي التحليلي.

أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

اختلفت الدراسة في المتغير التابع بحيث هذه الدراسة تهدف الى الوعي البيئي بينما دراستنا تهدف الى دراسة الوعي السياسي، بالإضافة الى اختلافهما في تحديد أسلوب العينة فالدراسة الحالية استخدمت العينة القصدية، بينما استخدمت في دراستنا العينة العشوائية الطبقية.

- الدراسة الرابعة:

دراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية<sup>1</sup>.

- هدفت الدراسة الى التعرف على التعريف المعمق للثقافة الإعلامية ومفرداتها من خلال تحديد أولويات الثقافة الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كذلك الوصول إلى طريقة نشر الثقافة الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى تحديد أهم مصادر الثقافة الإعلامية، من خلال ارتباط شبكات التواصل الاجتماعي بالثقافة وكذا ارتباط الاعلام بالثقافة.

السؤال الرئيسي: كيف تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية؟

الأسئلة الفرعية:

- ماهي الثقافة الإعلامية؟

<sup>1</sup> زهية يعيشي وفاطمة هداجي : دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية، نادي البحوث الإعلامية، مذكرة ماستر في الاعلام والاتصال، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، 2021.

- ما مصادر الثقافة الإعلامية؟
- كيف يتم نشر الثقافة الإعلامية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- كيف تساهم صفحة فيسبوك نادي البحوث الإعلامية في نشر الثقافة الإعلامية لدى المجتمع الطلابي؟
- ولقد اعتمدت الباحثتين على المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدتا على أدوات جمع البيانات حيث استعانتا بالاستمارة والمقابلة، بالإضافة الى اعتمادهم على أسلوب تحليل المضمون.
- حيث توصلت الدراسة الى نتائج أهمها:
- قوالب وأنماط المادة الإعلامية في الصفحة وأكبر نسبة بها تعود لفئة الفيديوهات بنسبة 36%.
  - الجمهور المستهدف من الصفحة هو الجمهور العام بنسبة 84%.
  - اللغة المستخدمة بالصفحة هي اللغة العربية بنسبة 58%.
  - مساحة المنشور هي منشورات قصيرة بنسبة 53%.
  - فئات الفاعلين في المنشورات المتعلقة بالثقافة الإعلامية هم أعضاء الصفحة بنسبة 39%.
  - مستوى التفاعل مع منشورات الثقافة الإعلامية بالصفحة هو المشاهدات بنسبة 95%.
  - مجالات مواضيع الثقافة الإعلامية بالصفحة هو مجال تعليمي بنسبة 47%.
  - تأثير مهارات الثقافة الإعلامية يعود لمهارة القدرة على إنتاج رسائل إعلامية فعالة ومؤثرة بنسبة 63%.
  - تأثير مواضيع الثقافة الإعلامية بالصفحة هو إحداث ثورة نوعية في مجال الإعلام بنسبة 36%.

أوجه الاتفاق بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

تشارك هذه الدراسة مع دراستنا في المتغير المستقل المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة الى نفس أداة الدراسة والمتمثلة في الاستمارة كذلك يشتركان في استخدامهم لنفس المنهج المتمثل في المنهج الوصفي التحليلي.

أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسة الحالية:

اختلفت الدراستين في المتغير التابع بحيث هذه الدراسة تهدف الى نشر الثقافة الإعلامية في حين دراستنا تهدف الى دراسة الوعي السياسي، كذلك اختلفت الدراستين من ناحية الأسلوب بحيث هذه الدراسة اعتمدت على أسلوب تحليل المضمون بينما دراستنا اعتمدت على أسلوب العينة وبالتحديد العينة العشوائية الطبقية، بالإضافة الى اختلافهما في أداة الدراسة، فهذه الدراسة اعتمدت على أداة الاستمارة والمقابلة في حين دراستنا اکتفت بأداة الاستمارة فقط.

### 1-6-2- الخلفية النظرية:

#### - نظرية الاستخدامات والاشباع:

تعد من أهم النظريات التي ساهمت في ارجاع المكانة للجمهور على المستوى البحثي، وذلك لتركيزها على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل أسهل لتحقيق حاجات معينة وقد اهتمت البحوث والدراسات بدراسة دوافع استخدامها والاشباع المحققة جراء استخدام وسائل الاتصال الحديثة وقدرة وصول هذه الأخيرة لأكبر قدر من الافراد كل على حدى، وقد كشفت النظرية عوامل يمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة منها عوامل متعلقة بالأفراد أنفسهم وعوامل متعلقة بالوسيلة وهي تندرج ضمن نظريات التأثير الانتقائي.

## \* نشأتها وتطورها:

ان البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والاشباعات جاءت نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بداية القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الاعلام من مختلف فئات الجمهور محاولة الربط بين الأسباب والاستخدام، حيث تم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، ورغبة الافراد في استخدام وسائل الاعلام والتعرض الى محتواها وما يحققه هذا التعرض من اشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها حيث أطلق عليها الاستخدامات والاشباعات، فخلال أربعينات القرن العشرين أدى الى ادراك عواقب الفروقات الفردية.<sup>1</sup>

والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام وكان ذلك تحولا من رأي الجمهور على انه عنصر سلبي الى انه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الاعلام. وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الاعلام التي جاءت بها نظرية الرصاصة ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، حيث بدا الباحثون بدراسة هذه المداخل للوصول الى نموذج أو نظرية شاملة للعلاقة ما بين الاستخدام والاشباع.<sup>2</sup>

وقد أشار عدد من الباحثين أمثال وينر وتانكرد الى ان أنواع الاحتياجات قد بدأ في الثلاثينات من القرن الميلادي الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة، من هذا المنظور للتعرف على أسباب اختيار الجمهور وسيلة معينة.

وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كانزو بلومر 1974 و دار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مفادها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل

<sup>1</sup> منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص17.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص17.

الاعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض اليها من جانب آخر ، وحسب كانز وبلومر فإن مدخل الاستخدامات والاشباعات يعني ما يلي :

توقعات الجمهور من وسائل الاعلام تؤدي الى أنماط مختلفة من التعرض لوسائل الاعلام ينتج عنها اشباعات للاحتياجات.<sup>1</sup>

\* **مفهومها:** تعرف نظرية الاستخدامات والاشباعات بأنها دراسة جمهور وسائل الاعلام الذي يتعرض بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.<sup>2</sup>

بمعنى تعرض الجمهور بدوافع معينة لمواد غذائية استجابة لدوافع وحاجات فردية لأجل اشباع رغبات معينة يمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل.

\* **أهدافها:** تسعى نظرية الاستخدامات والاشباعات الى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي:

❖ **الهدف الأول:** التعرف على كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام وذلك بالنظر الى الجمهور النشط

الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه بمعنى السعي لاكتشاف كيف يستخدم الافراد وسائل الاتصال بالنظر الى الجمهور النشط

❖ **الهدف الثاني:** توضيح دوافع استخدام وسيلة باعتبارها من وسائل الاعلام وللتفاعل معها نتيجة،

ويعني ذلك شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض

❖ **الهدف الثالث:** هو التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال

الجماهيري، بمعنى التأكد من نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال

الجماهيري.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة : نظريات الاعلام ، دار النشر و التوزيع ، عمان ، 2011، ص 81.

<sup>2</sup> مرزوق عبد الحكيم العادلي : الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباعات، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2004، ص 38.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي: الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 214-215.

\* فروضها:

تعتمد نظرية الاستخدامات والاشباع على مجموعة من الفروض الأساسية ويمكن اجمال هذه الفروض

فيما يلي:

- ان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام تحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة واختيار وسيلة اعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل ومضمون وسائل الاتصال وليس الوسائل هي التي تستخدم الافراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه جراء استخدامه لوسائل الاعلام
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

\* الانتقادات:

على ضوء ما سبق قدمت بعض الانتقادات لنظرية الاستخدامات والاشباع ويمكن اجمالها في

النقاط التالية:

- ان هذه النظرية تتبنى مفاهيم تنسم بشيء من المرونة مثل الدوافع والاشباع الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن ان تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات
- ان الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فيزيولوجية ونفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر لتحقيق تلك الحاجات وتتعدد أنماط التعرض لوسائل الاعلام واختيار المحتوى

➤ تقوم النظرية على افتراض ان استخدام الفرد لوسائل الاعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك وهناك أيضا استخدامات غير هادفة<sup>1</sup>.

\* علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباعات المرجع الأول والأمثل للكثير من البحوث والدراسات التي لها علاقة كثيرة بقياس مدى استخدام وتعرض الجمهور لوسيلة ما، وهو ما ينطبق مع دراستنا الحالية بشكل مباشر باعتبار ان دراستنا تهدف لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

كما ان اغلب العارفين بأصول هذه النظرية من الباحثين و المفكرين أجمعوا على الأهمية الكبرى لنظرية الاستخدامات و الإشباعات في مجال وسائل الاعلام و الاتصال خاصة في ظل الثورة المعلوماتية الذي شهدها عصرنا الحالي و باعتبارها تركز على ثلاثة محاور أساسية تتمثل في:

➤ عادات وأنماط استخدام جماهير وسائل الاعلام وتعرضهم للرسالة الإعلامية

➤ دوافع استخدام جماهير وسائل الاعلام وتعرضهم للرسالة الإعلامية

➤ الإشباعات المحققة لدى جماهير وسائل الاعلام جراء استخدامهم لوسائل الاعلام وتعرضهم

للرسالة الإعلامية

كان من الأنسب تطبيق نظرية الاستخدامات و الإشباعات على هذه الدراسة باعتبار ان هناك تشابه كبير بين اهداف النظرية التي تسعى اليها دراستنا الحالية و التي يمكن تلخيصها في دراسة ما يلي :

➤ معرفة عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل الطلبة الجامعيين في نشر التوعية

السياسية.

<sup>1</sup>مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص215.

➤ معرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفايسبوك في نشر الوعي السياسي.

➤ معرفة مدى مشاركة طلبة جامعة الشاذلي بن جديد الطارف في نشر الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك.

## الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد

1-2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي

2-2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

3-2- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

4-2- فوائد شبكات التواصل الاجتماعي

5-2- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

6-2- إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

خلاصة

### تمهيد

لقد أدى التطور التكنولوجي الى نقلة نوعية في مجال الاتصالات، حيث اصبح هناك مجال افتراضي يلتقي فيه الأشخاص من خلال مقرات الكترونية في ضوء الانتشار المتعاظم لاستخدام الشبكة العنكبوتية، اين يمكنهم التواصل والمشاركة والتفاعل فيما بينهم من خلال تبادل النقاشات والمعلومات، وهو ما اطلقت عليه شبكات التواصل الاجتماعي التي اختصرت المسافة وتجاوزت الوقت، حيث ظهرت في هذه الشبكات العديد من التطبيقات مثل: التوتير، الانستغرام، وموقع الفايسبوك، وهذا الأخير لقي رواجاً اكثر من المواقع الأخرى وذلك لسهولة استخدامه والسمات الموجودة فيه.

2-1- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل بين الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001، وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم كان سنة 2002. مع بداية العام ظهرت friend star التي حققت نجاحاً كبيراً، دفع قوقل الى شرائها سنة 2003، وفي النصف الثاني من نفس الثاني من العام ظهرت في فرنسا Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2005، وقد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع.

مع بداية سنة 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من قوقل Google " ، "وهو موقع "ماي سبيس " الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل واكبر شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم ، ومعه منافسه الشهير " فيسبوك" الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس " حتى قام الفايسبوك فيس سنة 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين ، وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدميه بشكل كبير<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> ماهر عودة الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص ص201، 200.

➤ بمعنى بدأ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في أواخر التسعينات، بعدها ظهر موقع Six degrés سنة 1997 مكن المستخدمين من انشاء حساباتهم الخاصة، وبعدها ظهر موقع آخر للتواصل الاجتماعي عام 2002 حيث أصبح بعد فترة قليلة من أكبر شبكات التواصل وأكثرها شهرة.

## 2-2- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

- **التفاعلية والمشاركة:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالتفاعلية إذ يقوم كل عضو بإثراء صفحته الشخصية سواء ما يتعلق بشخصيته أو ما يتعلق بموطنه (أحداث سياسية ، خرائط او صور لمدينة و بعض المعالم الاثرية التي يرغب بتقديمها الى الاخرين او يتعلق بشخصية رياضية او أزياء او موسيقى) ،وتسمح شبكات التواصل الاجتماعي للأعضاء بمشاركة تلك المنشورات أو التعليق عليها أو ابداء الاعجاب بها، ويكون بمقدور العضو الذي قام بالنشر مشاهدة ردود الآخرين ومدى تفاعلهم والرد عليهم مباشرة وقد يحدد ذلك التفاعل استمرار العضو بالتواصل، ومشاركة المضامين مع الآخرين.
- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأنه تلقائي وغير رسمي ومتوقع، فليس هناك تخطيط أو تنسيق للتواصل بين الأعضاء وكذلك عدم وجود لوائح وقيود تنظيمية تحكم ذلك التواصل فهو يتسم بالتلقائية بين طرفي الاتصال.
- **قلة التكلفة:** إن التسجيل في شبكات التواصل الاجتماعي مجاني فعلى الصفحة الرئيسية لشبكة فيسبوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني".
- **سهولة الاستخدام:** لا يحتاج العضو إلى مهارات خاصة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعظم شبكات التواصل الاجتماعي توفر صفحات خاصة باللغة الرسمية لكل مجتمع.
- **الحضور الدائم غير المادي:** إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن للعضو الاتصال بعضو آخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات في اي مجال من مجالات اهتمام

الشخص الآخر، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة، وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.

– **الانفتاح:** يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك يزيد الرغبة لدى الأعضاء بالمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية انتاج المحتوى عكس وسائل الاعلام التقليدية التي يمثل لها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى<sup>1</sup>.

– **دعم التجمعات:** أي تتوافر في شبكة التواصل الاجتماعي خدمة تتيح للأشخاص بإنشاء مجموعات تشترك بالاختصاص او الانتماء الديني او الاجتماعي مثل الفيسبوك.

– **المرونة:** امكانية فتح الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل أن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تنمي برامج التواصل الاجتماعية.

– **عالم افتراضي للتواصل:** إن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تزاحم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطا لرؤية الأصدقاء، أو سماع أصواتهم أو للبيع أو الشراء أو الدراسة.

– **إذابة الفواصل الطبقيّة:** إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والادباء والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط<sup>2</sup>.

**التعقيب:** تتميز شبكات التواصل الاجتماعي لسهولة استخدامه، ومجاني يتسم بالتلقائية والتفاعل كما انه يقوم بدعم التجمعات وإذابة الفواصل الطبقيّة.

<sup>1</sup> حسين محمود هشيمي، مرجع سابق، ص 86، 85.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 87.

## 2-3- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا هاما في الكثير من الأمور اذ تمنح الانسان الفرصة للتعبير عن نفسه واهتماماته ومشاركة أفكاره ومشاعره مع من يشاطرونه الاهتمام والأفكار نفسها، حيث ان الانسان اجتماعي بطبعه ولا يمكنه العيش بمعزل عن البشرية، وتتيح إمكانية التواصل السريع مع الأشخاص الذين لا تسمح الفرصة بالتواصل معهم على ارض الواقع سواء كان ذلك لضيق الوقت او لأسباب طارئة. ولا يخفى على أحد مدى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي الحالية واعتمادها على تلقي المعلومات من قبل المستخدمين وثقافتهم الشعبية في التواصل الاجتماعي مع بعضهم البعض ضمن سياق الاحداث لذا سميت بالشبكات الاجتماعية.

وتكمن أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في سرعة التواصل مع الآخرين عبر شبكاتها المتنوعة سواء كانت تويتر او فايس بوك او سناب شات، بالإضافة الى طبيعة عرض المعلومات سواء من خلال الصورة، الصوت، الفيديو، اوي وسيلة أخرى من وسائل الوسائط المتعددة وهذا ما نمى شعبيتها في الآونة الأخيرة حيث استطاعت التأثير على فئات متنوعة من مستخدميها، واستطاعت ان تغطي احداثا كثيرة سواء في المجالات الاجتماعية، التعليمية، السياسية، الاقتصادية او أي مجالات أخرى.<sup>1</sup>

➤ ان الفرد يقوم بالتعبير عما يشعر به مع المقربين ويشعر بالراحة، ويمكن ان يساعدوا بعضهم البعض في حل المشكلات فالتواصل الاجتماعي يعلمنا مهارات التعامل مع الأشخاص والتي يمكن استخدامها في مختلف مجالات العمل.

## 2-4- فوائد شبكات التواصل الاجتماعي:

لا شك في ان مالك هذه الشبكات هو تجاري بحت، لكن بوسع المستخدم ان يحصل على الكثير من الفوائد من خلال استخدامه لهذه الشبكات ومنها:

<sup>1</sup> هديل العبيدي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين، 2017، ص54.

- إمكانية التعارف على اشخاص يقدمون المساعدة في الحياة العامة، مثال ان يلتقي شخص يبحث عن عمل بوظيفة، كلقاء مبرمج مثلا بأحد المدراء في شركات البرمجة، وربما تجد شريكا لك في عملك او افكارك.<sup>1</sup>
  - بالإمكان استخدام هذه الشبكة بشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري، من خلال استخدام خاصية "الصفحات " page " التي تتوفر في معظم الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر لك فرصة للانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي عادة ما تكون واسعة الانتشار.
  - اكساب المعارف الجدد والمتوعين، فكافة الشبكات تتيح للمستخدم نشر مقالات خاصة به أو مواقع الكترونية مختلفة، وبصفتك مرتبط بهذا المستخدم تستطيع الاطلاع عليها. هذا يجعلك على اطلاع دائم ومتنوع باهتمامات الأفراد الذين تربطهم بك علاقة معينة داخل الشبكة.
  - منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفخرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم وأراءهم التي عادة ما تجد الكثيرين من المعجبين بها هو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه.<sup>2</sup>
- لمواقع التواصل الاجتماعي دورا هاما في عصر العولمة والتكنولوجيا الرقمية اذ ربطت الأشخاص ببعضهم البعض وساهمت في بناء وتطوير العلاقات وتقريب البعيد وجعلت العالم قرية صغيرة مفتوحة على الناس في انحاء العالم، حيث ان فوائد التواصل الاجتماعي تؤثر تأثيرا إيجابيا في كل المجالات.

<sup>1</sup> سلمان بكرين كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص163.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص164.

2-5- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

• الفايسبوك:

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي للأشخاص والشركات ليرزوا انفسهم ويعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع اشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع او عبر التواصل مع مواقع أخرى وانشاء روابط تواصل مع الآخرين.<sup>1</sup>

– نشأته وتطوره:

أسس هذا الموقع مارك زاكر بيرج عام 2004 وهو أحد طلبة هارفارد الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، وذلك بغرض التواصل بين الطلبة في هذه الجامعة، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية الى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فاسبوك التي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 ليتحدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم، وبلغ عددهم حسب احصائيات 2011، 800 مليون مشترك.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل الى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية الكترونية، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، ليتعدى موقع فيسبوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، وليصبح أكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الأرض.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مهتاب نصر: الفايسبوك، صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك.

<sup>2</sup> 1 المرجع نفسه، ص 8.

### - أهم مميزات الفاسبوك:

- الملف الشخصي: profile: عندما تشترك بالموقع عليك ان تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية صورك أمور مفصلة لك وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الاخرين
- إضافة friend وبها يستطيع المستخدم أيضا إضافة أي صديق او البحث عن أي فرد موجود على شبكة الفاسبوك
- انشاء مجموعة groupe تستطيع من خلاله انشاء مجموعة الكترونية على الفاسبوك ان تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سواء سياسية كانت ام اجتماعية
- الصور photos او هي الخاصة التي تمكن المستخدمين من تحميل الالبومات والصور من الأجهزة الشخصية الى موقع وعرضها
- الحالة statuts تتيح للمستخدمين إمكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي
- التغذية الإخبارية nues feud التي تظهر على الصفحة الرسمية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الاحداث المرتبقة.
- السوق: marquet plaise وهو المكان والفسحة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين كسر إعلانات مبوبة مجانية
- انشاء صفحة على موقع Facebook: ويتيح لك تروج لفكرتك او حزبك او جريدتك ويتيح الموقع أدوات الإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات.

■ التعليقات Facebook note وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها. وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات للتدوين<sup>1</sup>

● التويتر:

■ يرى أحد الباحثين انه احدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الاخيرة. ولعبت دورا كبيرا في الاحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة الشرق الأوسط. اخذ التويتر اسمه من مصطلح تويت. الذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزا له. وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين ارسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة. ويمكن لمن لديه حساب في موقع توتير ان يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات او توترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية او في حالة دخولهم على صفحاتهم الشخصية او في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة

-النشأة والتطور:

ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته obvias الامريكية في مدينة سان فرانسيسكو وبعد ذلك أطلقته الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وبعدها بدا بالانتشار على الساحة 2007 وفي فريل 2007 قامت شركة obvias بفصل الخدمة عن الشركة وتكون شركة جديدة باسم .twitterواليوم أصبح التوتير مصدر للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن السياسيين او الصحفيين او وجهاء المجتمع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور متلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذجاً، رسالة الماجستير الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.

<sup>2</sup> سلمية راجحي: الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة وأنماط التبليغ التقليدية، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي، بسكرة، 9-10 سبتمبر 2012.

• مميزاتة:

- سهل وسريع: فبمجرد ادخال بريدك الإلكتروني تصبح مشتركا من الموقع وتستطيع ان تبدأ بالتدوين

وارسال الرسائل القصيرة

-الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع التويتر. فمن أي مكان تستطيع ان

نراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فورا وترسل تعليقات الى الملايين في العالم اجمع. كذلك وهو ما

تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة او الرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي

-أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بالتويتر ممكن ارساله من الحاسوب المحمول

او الهاتف المحمول بسهولة مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمتابعين

-شعار مميز unique badge: يوفر الامكانية تحميل صور خاصة بشعار يميزك عن الاخرين

عند التدوين. ويسمح بان يكون هذا الشعار صور عادية او باللغة مبرمجة

-مميزة التتبع fallouling: فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع. اي ان التتبع لمدون

معين على الموقع لكي تصل لك تدوينتاه أولا بأول وكذلك يمكن للغير ان يتبعوك.<sup>1</sup>

• اليوتيوب YouTube:

اختلف الآراء حول موقع يوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولا، حيث تميل بعض الآراء إلى

اعتباره موقع مشاركة الفيديو

**Vidéo sharing site**: غير أن تصنيفه كنوع من المواقع التواصل الاجتماعي نظر لإشترائه معها في

عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا لأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر

الفيديوهات واستقبال التعليقات ونشرها بشكل واسع

<sup>1</sup> حلمي خضر ساري: تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24،

العدد الأول+ العدد الثاني، ص302.

### -النشأة والتطور:

تأسس هذا الموقع سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة باي بال paypal وهم تشاد هيرلي، ستيف تشين، جاود كريم، في مدينة كاليفورنيا حيث أن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى وغيرها، ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم: أنا في حديقة الحيوان أول فيديو رفعه على موقع اليوتيوب كان ذلك بتاريخ 23 أفريل 2005 مدته 0:19 ثانية ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة ولتشيته غوغل سنة 2006 وتضمنه لها. وقد أصبح اليوتيوب موقعا رئيسيا للفنانين والسياسيين والهواة.

ويتميز الموقع بخاصية تمكنه من العمل مع مواقع ووسائط اجتماعية أخرى مثل الفيسبوك أو المدونات من خلال تضمين ملفات فيديو اليوتيوب داخل وبيته المجال لمستخدمي الفيسبوك بمشاهدتها

### -مميزات اليوتيوب:

- عام ومجاني: فمن خلاله تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط مع الالتزام بشروط التحميل بأن لا تحمل أفلاما لها حقوق النشر أو الأفلام الإباحية
- سهل الاستعمال: فالموقع سهل الاستعمال لتحميل والتنزيل مقارنة بغيره من المواقع
- سهل المشاهدة: فقط بمجرد الضغط على وصلة الفلم تستطيع مشاهدته مباشرة وتستطيع الاحتفاظ به
- أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئا مثل: الحملات الترويجية التقليدية. وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات

- الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل أن مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، او العامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كغوغل
- 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 أن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة على اليوتيوب<sup>1</sup>

### 2-6 إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

يتميز استخدام الشبكات الاجتماعية كغيرها من المواقع الأخرى على شبكة الإنترنت بالعديد من الإيجابيات والسلبيات ويرجع التبيان في الاستخدام إلى طبيعة المستخدمين في حد ذاتهم

### 2-6-1 إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

-التحفيز على التفكير الإبداعي وبأنماط وبطرق مختلفة بسبب التواصل مع الأشخاص المنقفين من بيئات مختلفة

-تعميق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين وتعلم أساليب التواصل الفعال

-المساعدة على قبول القضايا الأخلاقية

-المساعدة على التعلم وذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين

-توفير فرصة التعلم بالرمزيات والمحسوسات أيضا

- المساعدة في تنشيط المهارات لدى المستخدم

-المساعدة في الحصول على وظيفة مناسبة<sup>2</sup>

<sup>1</sup>محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات، الشبكات الاجتماعية، القرص المحفوفة بالمخاطر، <https://www.luxorlink.com/banle39html> تاريخ الدخول: 10/03/2023.

<sup>2</sup>فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2010، ص 151.

2-6-2 سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

- الإدمان عليها يؤدي إلى تعطيل الكثير من الاعمال
- نشرها لأفكار ضالة مثل الترويج للعنف والمشاركة فيه
- التعرض للجرائم الإلكترونية، كما أخبر بذلك موقع كاسبر سيكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث
- عام 2008 تم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك
- ظهور لغة جديدة بين الشباب حيث أثبت بذلك الدكتور علي صباح حمود من خلا دراسته أن حروف اللغة العربية تحولت إلى رموز وأرقام وياتت الحاء-7-والهمزة -2-والعين -3-وكلمة سعاد تكتب so3ad.إلخ<sup>1</sup>

➤ تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي سلاح ذو حدين له جوانب مفيدة وفي نفس الوقت له جوانب ضارة أيضا، وتحديد أي نوع من هذين الجانبين قد يؤثر على مستخدم هذه الشبكات ويعتمد على غاية المستخدم وهدفه من استخدام هذه الشبكات

<sup>1</sup>المرجع نفسه، ص153.

### خلاصة الفصل:

ختاما لهذا الفصل يمكن القول بأن مواقع الشبكات الاجتماعية شكلت نقلة في عالم الاتصالات والتكنولوجيا عموما نظرا للتقنيات والخدمات العالمية التي اتاحتها لمستخدمي الشبكة العالمية فضلا عن التفاعلية التي تتمتع بها هذه المواقع، مما يسمح لأي نشاط اتصالي فعال أن يمارس من خلالها .

## الفصل الثالث: الوعي السياسي

### تمهيد

- 3-1- نشأة الوعي السياسي
- 3-2- خصائص الوعي السياسي
- 3-3- أهمية الوعي السياسي
- 3-4- أنماط الوعي السياسي
- 3-5- أدوات تكوين الوعي السياسي
- 3-6- علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي

### خلاصة

**تمهيد:**

يعتبر الوعي السياسي ضرورة لا بد من أن تتوفر بين كل أفراد المجتمع، فمن خلاله يستطيع الفرد المشاركة في الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، كما يمكنه من التفاعل مع مختلف القضايا السياسية والتأثير في العملية السياسية ويعتبر الوعي السياسي أحد المفاهيم، الشائعة والمتداولة بين الأفراد ومن العوامل التي شهدت على انتشاره هو كثرة النقاشات والتفاعلات بين الأفراد مع متلف الأحداث والوقائع السياسية.

## 3-1- نشأة الوعي السياسي:

تعد نشأة الوعي السياسي عند الانسان اثناء عملية الانتاج الاجتماعي ولهذا فهو ثمرة من ثمار التطور الاجتماعي حيث يرتبط النشوء السياسي بشكل عام عند الانسان بتطور اللغة هذه الاخيرة التي اثرت تأثيرا بالغا في تكوين الوعي وتطوره و كانت للحضارات الانسانية باختلافها تجليات واضحة على ابراز الوعي السياسي لدى الشعوب فالرومان كانت لهم اسهامات كبيرة في معرفة الفرد لحقوقه السياسية و القانونية و الدور الجلي على تحليل الاحداث السياسية.

اما اليونانيون فيرجع لهم الفضل في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي اصبحت بمثابة قواعد فكرية أرسيت فيما بعد للانطلاق الديمقراطي خاصة في اوروبا ويعتبر عصر النهضة من الظروف المساهمة على نمو الوعي لدى الفرد التي هدفت الى احداث التغيير، الابتكار ليس هذا فقط بل كان المفكرين الذين ظهوروا في تلك الفترة التأثير الواضح على الافكار السياسية على غرار ميكافيلي صاحب كتاب الامير والذي ارجع سبب التخلف في ايطاليا وعدم استقرارها الى وجود السلطة الدينية المطلقة.

والامر الهام في افكار مفكري عصر النهضة والانوار هو النهوض بالوعي السياسي وزيادة اهتمام الناس بالأمور السياسية.

وعلى العكس من ذلك تجد في الشرق استقرار سياسيا وهذا نتيجة لظهور الاسلام وقيام الحضارة الاسلامية

1

➤ بمعنى ينشأ الوعي السياسي من خلال عملية التفاعل الاجتماعي اذ نجد اللغة تؤثر بشكل كبير في

تكوين الوعي، الشيء الذي جعله ذو اهمية لدى الشعوب باختلاف حضاراتها فكل حضارة اسهامات

<sup>1</sup> زيرفان سليمان البرواري: الوعي السياسي وتطبيقاته (الحالة الكوردستانية أ نموذجاً)، ط1، مطبعة خاني، دهوك، 2006 ص14.

## 3-2- خصائص الوعي السياسي:

للوعي السياسي خصائص ومميزات نجملها فيما يلي:

- الوعي السياسي هو إدراك قائم على لإحساس بالمجتمع
- يهتم الوعي السياسي بمعرفة المشكلات والاسباب والاثار المترتبة عليها
- يتكون الوعي السياسي ويتبلور اثناء مراحل نمو الفرد ومسيرة حياته
- الوعي السياسي هو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي
- يتوقف الوعي السياسي للفرد على ثقافته السياسية، حيث يتكون نتيجة ما يتوفر للفرد من معرفة وفهم الامور
- ينمو ويتطور هذا الوعي خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محصلة للمؤتمرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد
- يعتمد الوعي السياسي على الادراك بصفة اساسية حيث ان الادراك عملية عقلية يقوم الفرد من خلالها بعملية انتقاء الفرد للمعلومات وتنظيمها وتفسيرها.
- يتلازم المكون المعرفي والمكون الوجداني في الوعي السياسي، حيث أن الوعي ينبع من الوجدات ومشبع بالمعرفة<sup>1</sup>

➤ ومنه فان الوعي السياسي يتميز بخصائص اهمها الانية والمشاركة و الادراك كذلك التفاعلية و

التي ساهمت في التفسير، فهي تمارس دورا فعالا في التأثير على الافراد و المجتمع.

## 3-3- أهمية الوعي السياسي:

تتضح اهمية الوعي السياسي من خلال:

<sup>1</sup> احسان محمد الحسن: علم الاجتماع السياسي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص15.

- الوعي السياسي يدفع الى متابعة الاحداث السياسية الجارية بفهم وإدراك صحيح عن طريق الصحف والاذاعات المحلية والاجنبية.
- الوعي السياسي يحمي المواطنين من الحزبية ومن التكتلات المذهبية والطائفية.
- الوعي السياسي يحفظ حقوق العمال من استغلال اصحاب العمل.
- الوعي السياسي ضرورة لخلق جيل متعلم قادر على خدمة مجتمعه والقيام بدوره في البناء والتقدم.
- الوعي السياسي يمكننا من توفير احتياجات بلادنا من الخيرات في الزراعة والصناعة والتعليم والصحة.... الخ<sup>1</sup>.

وايضا يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته وكذلك للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الاساس التطبيقي والفعل للديمقراطية، لمنح الوعي السياسي القدرة على فهم الواقع السياسي وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية، فالوعي السياسي بقضايا الامة العربية يمثل اساسا العمل الوحدوي فيتوحد شعور ووجدان كل الشعوب كمناصرة قضايا ذات اهتمام مشرف كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية.

وكذلك يرفع الوعي السياسي من قدرة الافراد على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية الخاصة ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية ويساعد على استقرار المجتمع فهو من الركائز الاساسية لبناء الامة والنهوض بها، ولغياب الوعي السياسي آثار سلبية على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا فغيابه ينقد الرؤية الواضحة للنضوج المجتمع سياسيا و ثقافيا و يجعل قيم الحياة تنهار و تفقد توازنها و بريقها من فضاء المجتمع.

<sup>1</sup>خالد بوعيشة: مفهوم الثقافة السياسية <http://mawdoo3.com> تاريخ الدخول 2023/03/06 على الساعة 19:15.

وإن أي تراجع أو ضمور في مسيرة بناء الوعي السياسي يعطل دور المجتمع وفي ظل غياب الوعي السياسي لا يمكن لأي شعب أو مجتمع التعرف على واقعة ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه وبذلك من الصعوبة جدا التكهن بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع.

و ذلك بسبب عدم فهم اسلوب اللغة السياسية المثالية التي يستقرئ بها العالم المتحضر احداثه السياسية و يرى عساف ان غياب الوعي السياسي يؤدي الى وجود نوع من الفراغ السياسي و انخفاض مستوى المعرفة السياسية مما يؤدي الى عدم الاكتراث لما يجري على ارض الوطن و انحصار الفكر و عدم ادراك قضايا الوطن و قضايا العالم الادراك الصحيح بل ظهور بعض السلوكيات الغير مرغوب فيها بالإضافة الى وجود بعض مظاهر عدم الانتماء وزيادة الاحساس بالاغتراب، فالوعي السياسي يخلق ثقافة عالية و اطلاعا واضحا على مجريات الاحداث ليستطيع من خلالها الفرد ان يدرك ما يدور حوله من احداث و متغيرات و يحافظ على انتمائه الوطني و العربي الاسلامي<sup>1</sup>

➤ ومنه تكمن اهمية الوعي السياسي بانه حالة ذهنية تستند الى قاعدة معرفية و ثقافية عريضة تمكن الفرد من التفاعل مع محيطه الاجتماعي و القدرة على تفسيره و العمل على تغييره، أي يتجاوز الفرد بهذا الوعي همه الشخصي الى همه الوطني للمجتمع الذي يعيش فيه، فالوعي السياسي طاقة دافعة للإنسان للإسهام الفعال في حركة و قوة دافعة للمساهمة في تغييره نحو الأفضل، كذلك هو الركيزة الاساسية لبناء الامة و النهوض بها.

<sup>1</sup>خالد بوعيشة، المرجع نفسه.

## 3-4- أنماط الوعي السياسي:

يرى اولدولف انه مادام المجتمع يتصف بالتباين والتنوع ومادام الوعي السياسي لا يوجد من فراغ و انما ينشأ من خلال الممارسة الواقعية للحياة الاجتماعية فإن الوعي السياسي لا بد ان يتصف بالتنوع ايضا و منه يرى انه يمكن ان نجد تنوعا في انماط الوعي السياسي.

## • الوعي الفردي والوعي الجماهيري:

- **الوعي الفردي:** هو العالم الروحي للفرد يتحدد بالخصائص الفردية في وعي الانسان مثل المشاعر والعواطف والافكار والعادات الشخصية،<sup>1</sup> كما لا يمكن عزله عن الوعي الجماعي الذي يوجه سلوك الافراد والذي تزداد معه شدة او ضعف ذلك الوعي الفردي.

- **الوعي الجماهيري:** هو الوعي الذي يعبر عن ذكر الجماهير ويشكل في إطار الممارسة العملية ويرتبط بالواقع القائم وموجود على شكل افكار وتوجهات، مشاعر ورغبات تتميز بها مجموعة من الناس ويعبر عن المصلحة المشتركة لها.<sup>2</sup>

## • الوعي الاعتيادي والوعي النظري:

- **الوعي الاعتيادي:** يعد الوعي الاعتيادي أحد انماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس من خلال ممارستهم لنشاطاتهم اليومية وكذا حياتهم الطبيعية في الواقع الاجتماعي والعالم المحيط بهم، سواء كانت تصورات واقعية او تصورات ساذجة، وتتبنى تلك التصورات عن الظروف المباشرة لحياة الناس واخرى عن الواقع المحيط بهم.

<sup>1</sup>عبد الله بن علي الفردي: الوعي السياسي في الاسلام، ط1، دار طريق للنشر، الرياض، 2010، ص ص28-29.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص ص70، 71.

- **الوعي النظري:** فغالبا ما يرتبط بالانخب لأنه يعني محاولات تحديد القوانين والقواعد التي تحكم الواقع المعاش وكذا تحديد الكيفيات التي يتم بها التغيير او تحقيق الثبات لجماعة ما وتساهم النخب العالمية في صياغة هذا الوعي النظري بشكل منظومة معرفية تخص الجماعة التي ينتمون اليها.

### 3-5- أدوات تكوين الوعي السياسي:

تتعدد الادوات التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي لدى الافراد، و التي يمكن للفرد ان يكتسب من خلالها معلوماته و حقائقه و قيمه و مثله السياسية و يكون بواسطتها موافقة اتجاهاته الفكرية و الايديولوجية التي تؤثر في سلوكه و ممارساته اليومية، و يتكون عندما يشعر الفرد انه مواطن في بلده و له حقوق و عليه واجبات و من هذه الادوات نجد:

❖ **الاسرة:** تعتبر الاسرة النواة الاساسية لبناء المجتمعات وهي اول مؤسسة ينشأ فيها الطفل و يتم تلقينه المبادئ التي تمكنه من التكيف مع مجتمعه، فبداخل الاسرة يبدا الفرد باكتساب اتجاهات و افكار جديدة، فهي المصدر الاول للمعلومات و القيم و المعتقدات السياسية، حيث يتجلى دور الاسرة في نقل المعاني الوطنية و ما يدخل في نطاق ذلك من مفاهيم الوطن و الهوية و الارض.

❖ **الاصدقاء:** هم بناء اجتماعي غير رسمي يضم عدد من الافراد ولهم دور اساسي في تكوين وعي الفرد وتوجهاته السياسية وآرائه وقيمه.

❖ **المؤسسات التعليمية:** تعتبر المؤسسات التعليمية بكل عناصرها احدى ادوات تكوين الوعي السياسي لدى الافراد، فهي تقوم بأهم دور من خلال التعليم وغرس القيم والفضائل في نفوس الافراد مثل: حب الوطن والانتماء، وكذلك تنمية المهارات المشاركة السياسية ويكون تأثيره من

عدة جوانب هي التنقيف السياسي من خلال الانشطة المدرسية، والتنقيف من خلال تدريس مواد لها علاقة بالسياسة، وكذا دور المعلم وثقافته ووعيه السياسي.

❖ **الاحزاب السياسية:** تقوم الاحزاب السياسية بدور فعال في تكوين الوعي السياسي، حيث تعمل على تبسيط العملية السياسية وتكوين الاحساس السياسي للمواطن، وتقوم بتزويد أعضائها بالمعارف السياسية واعداد الكوادر السياسية، وتسعى الاحزاب السياسية الى التأثير على الافراد من غير اعضائها بهدف الارتقاء ببرامجها وانضمام افراد جدد لها، فهي بحاجة الى جماهير تؤيدها.

❖ **وسائل الاعلام:** تعتبر وسائل الاعلام أحد العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي، فهي تلعب دورا في ترسيخ القيم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها للأفراد، و التي تسهم في تقوية قيم و اتجاهات سياسية و لها دور في عملية التنشئة السياسية و حث الافراد على المشاركة السياسية<sup>1</sup>

### 3-6- علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي:

ساعد الفايسبوك على الغاء الحواجز و الحدود التقليدية بين الدول و الشعوب و أظهر مدى الضعف الذي اصاب المؤسسات الاعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب و الحكومات و بناء الانتماءات و رفع الحركات السياسية، كما وفر الموقع عالم افتراضي تفاعلي و اتاح الفرصة امام الافراد المشتركين فيه لبناء قاعدة اساسية للانطلاق باتجاه اهداف التحقيقات، انطلاقا من الايمان العميق بدورهم في الحياة المجتمعية و بضرورة الارتقاء بالمجتمع و من خلال فتح المجال امام المشاركين لإبداء آرائهم و التعبير عنها و المشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا و اصبح بإمكان اي مشترك ان يطلع عل

<sup>1</sup> زينة بوشوارب: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقة عامة، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2014/2015، ص74.

كل ما ينشره زملاؤه في الفايسبوك، كما أصبح الفايسبوك اداة اتصال مباشرة بين الحاكم و المحكومين حيث تحول الى مستوى الفاعل و المؤثر الاقوى في مختلف المجالات خاصة الساسي منها و ذلك من خلال قدرته على نشر الاخبار بسرعة هائلة و موثقة بالصوت و الصورة و زيادة مستوى الوعي و المعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا و احداث تهم الراي العام و خاصة فئة الطلبة منهم بالإضافة الى طرح آراء متعددة في هذا المجال<sup>1</sup>.

➤ بمعنى ان الفايسبوك يساهم بشكل كبير في اعداد الفرد بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولا الى تشكيل آرائه اتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي كما يساهم في تزويد الشعوب بالخبرات السياسية والتي من خلالها يتشكل الراي العام كما انه يلعب دورا هاما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية الهامة.

<sup>1</sup> امام عبد الفتاح: الديمقراطية والوعي السياسي، ط1، نحنة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص107.

خلاصة الفصل:

وخلصنا لما سبق فان الوعي السياسي يمنح للأفراد القدرة على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورا هام في عملية الاصلاح السياسي و التعبئة الجماهيرية بالإضافة الى تشكيل وعي، و عليه توجيه مستخدميها نحو الاستخدام الامثل.

## الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية والميدانية للدراسة

1-4 منهج الدراسة

2-4 أداة الدراسة

3-4 مجتمع وعينة الدراسة

4-4 مجالات الدراسة

5-4 تحليل وتفسير بيانات الدراسة

6-4 نتائج الدراسة

1-6-4 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة على الأسئلة الفرعية

2-6-4 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

3-6-4 مناقشة نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والاشباع

4-6-4 مناقشة النتائج العامة للدراسة

4-1- منهج الدراسة:

لفهم وتحليل أي ظاهرة من الظواهر المراد دراستها لابد من اتباع مجموعة من الإجراءات ثم وضعها من طرف علماء المنهجية، حيث تختلف هذه المناهج باختلاف طبيعة الموضوع.

ويعرف المنهج بأنه: تلك الطريقة التي يستخدمها الباحث من أجل الوصول إلى النتيجة المرغوب فيها.<sup>1</sup>

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى التعرف على الدور الذي ستلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، فإنها دراسة وصفية تتدرج ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة من الظواهر المهمة، والمنهج الملائم لهذا النوع من الدراسات هو المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه يقرب الباحث من الواقع، ويدرس الظاهرة كما هي في الواقع ويهدف هذا المنهج إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث، لتفسير والوقوف على دلالاتها.<sup>2</sup>

4-2- أداة الدراسة:

اعتمدنا في بحثنا هذا على استمارة الاستبيان وذلك للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، بحيث يتم ذلك وفقا لأهداف الدراسة.

واعتمدت الدراسة على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة على أساس أن هذه الأداة توفر قدرا جيدا من الموضوعية العلمية بعيدا عن التحيز كما تعد أداة هامة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة

<sup>1</sup> إسماعيل شعباني: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005، ص93.

<sup>2</sup> عبد العزيز وبركان: مناهج البحث الإعلامي - الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، دار الكتاب الحديث، 2012، ص47.

المصممة بعناية و دقة بحيث تكون متسلسلة و واضحة الصياغة<sup>1</sup> حيث اعتمدت على بعض الدراسات السابقة في تعداد هذه الاستمارة و قد صممت الاستمارة بالتعاون مع الأستاذة المشرفة.

حيث احتوت استمارة الدراسة على اثنان وعشرون سؤال (22) مقسمة الى ثلاثة محاور إضافة الى محور البيانات الشخصية كالاتي:

#### محور البيانات الشخصية

المحور الأول: يتعلق بعادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع في نشر التوعية السياسية

المحور الثاني: يتعلق بدوافع استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع في نشر التوعية السياسية

المحور الثالث: يتعلق بمشاركة طلبة علم الاجتماع في نشر الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك

#### 4-3-مجتمع وعينة الدراسة

#### 4-3-1-مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هو المجتمع المستهدف الذي يصعب الوصول اليه بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الذي يمكن الوصول اليه والاقتراب منه لجمع البيانات<sup>2</sup>.

ويتمثل مجتمع الدراسة في كل طلبة علم اجتماع ليسانس (أولى-ثانية-ثالثة) بكلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-خلال الموسم الجامعي 2022-2023 والذي يقدر عدده

ب 579 مفردة وهذا حسب ما يبيئه الجدول الاتي:

<sup>1</sup> محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن، 1999، ص63.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، نشر وتوزيع وطباعة، القاهرة، 2010، ص 130.

جدول رقم (01) يوضح توزيع مجتمع الدراسة

عدد الطلبة	المستوى
222	أولى ليسانس
197	ثانية ليسانس
160	ثالثة ليسانس
579	المجموع

4-3-2- عينة الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة العشوائية الطبقية، حيث تعرف هذه الأخيرة على أنها تؤخذ من كل طبقة منفردة وتجمع معا لتكوين العينة الكلية، يعكس حجم العينة العشوائية من كل طبقة حجم هذه الطبقة داخل المجتمع الاحصائي، ومن ثم تكون الطبقات ممثلة في العينة النهائية ونستخدم الصيغة الآتية لحساب حجم العينة:

وتأخذ نسبة 10% من كل طبقة.

$$\frac{222 \times 10}{100} = 22$$

النسبة الأولى ليسانس

المجتمع الأصلي: 222

النسبة المأخوذة: 10%

$$\frac{197 \times 10}{100} = 20$$

السنة الثانية ليسانس

المجتمع الأصلي: 197

$$\frac{160 \times 10}{100} = 16$$

السنة الثالثة ليسانس

المجتمع الأصلي: 160

فبالتالي فإن عينة الدراسة كالاتي:

$$ط3+ط2+ط1=عينة الدراسة$$

$$22+20+16=58$$

4-4-مجالات الدراسة:

اتفق كثير من الباحثين بمناهج البحث العلمي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات وعليه تتمثل مجالات هذه

الدراسة في:

\* المجال المكاني:

ويقصد به المكان أو المجال الذي أجريت فيه الدراسة [حيث تم إجراء الدراسة الميدانية في جامعة الشاذلي

بن جديد وهي جامعة بولاية الطارف الجزائرية] ففي أكتوبر 1992 تم انشاء ملحقة تابعة لجامعة برج باجي

مختار عنابة متكونة من معهد العلوم الزراعية والبيطرية، وفي سنة 2001 تحصلت على الاستقلالية، وتم

انشاء المركز الجامعي بالطارف، بموجب مرسوم تنفيذي رقم 1,276 المؤرخ رقم 30 جمادى الثانية عام

1422 الموافق لـ 18 سبتمبر 2001 الجريدة الرسمية رقم 53 بتاريخ 2001/09/18 صفحة 24-25-

26 متكونة من معهدين العلوم الزراعية والبيطرية وفي 2006 تم تدعيم المركز الجامعي بالطارف

باختصاصات أخرى وهذا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 6,297 المؤرخ في 2006/8/18 والجريدة الرسمية

رقم 52 المؤرخة في 2006/08/20 من 11-12

أما عن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية تم تشكيلها بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف بموجب المرسوم

التنفيذي رقم 12-242 المؤرخ في 2012/6/4 حيث كان قسم علم الاجتماع ملحقا بمعهد اللغات والآداب

\* المجال البشري:

يمثل المجال البشري الخاص بهذه الدراسة في كل طلبة علم الاجتماع ليسانس أولى-ثانية-ثالثة-ذكورا وانات الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف وذلك بما يتفق مع متطلبات اجراء هذه الدراسة

\* المجال الزمني:

يعد المجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة وهنا انطلاقا من اختيار العنوان ، وتعيين المشرف الى غاية تسليم المذكرة في شكلها النهائي، حيث امتد المجال الزمني الخاص بإنجاز هذه الدراسة ما بين أواخر ديسمبر 2022 الى أوائل جوان 2023 حيث تم اعداد الجانب النظري أولا، والذي اخذ الجزء الأكبر من زمن الدراسة فاستغرق 3 اشهر من جانفي الى مارس 2023، وهذا لأجل جمع المادة النظرية للدراسة ثم الانتقال الى الجانب الميداني اين استغرق اعداد الاستمارة مدة أسبوع، وتأتي بعدها مرحلة توزيع هذه الاستمارة حيث استغرقت فترة توزيعها على المبحوثين مدة يومين 23 و 24 افريل على طلبة العلوم الاجتماعية ليسانس أولى-ثانية-ثالثة و أخيرا تحليل البيانات وتفسيرها واستنباط نتائج الدراسة والذي امتد الى غاية 18 ماي 2023 .

4-5- تحليل وتفسير بيانات الدراسة

محور البيانات الشخصية

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الخيارات	التكرار	النسبة
ذكر	08	% 13,79
أنثى	50	%86,21
المجموع	58	%100

التعليق:

بين الجدول أعلاه أن 50 طالب من أصل 58 و ذلك بنسبة %86,21 اناث بعدها 08 طلاب من أصل

58 و ذلك بنسبة %13,79 ذكور

ومن خلال هذا نستنتج أن نسبة الاناث أكبر من نسبة الذكور ذلك أن طبيعة المجتمع الحالي يتسم بطغيان

العنصر النسوي بصفة اكبر كذلك راجع الى تعداد الطلبة المسجلين في مستوى ليسانس أولى-ثانية-ثالثة

لكلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية جامعة الشاذلي بن جديد \_الطارف\_ للسنة الجامعية 2022\_2023.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلي	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%82,72	48	%8,63	05	%74,14	43	22سنة _ 25 سنة
%12,06	07	%3,44	02	%8,62	05	26 سنة _ 30 سنة
%5,17	03	%1,73	01	%3,44	02	31 سنة فما فوق
%100	58	%13,8	08	%86,2	58	المجموع

تبين من خلال الجدول أعلاه أن 58 من الطلبة بنسبة %82,77 يتراوح أعمارهم ما بين 22\_25 سنة حيث نجد ان نسبة الاناث %74,14 والذكور %8,63 أما 07 من الطلبة بنسبة %12,06 تتراوح أعمارهم ما بين 26\_30 سنة بحيث قدرت نسبة الاناث ب %8,62 و الذكور ب %3,44 في حين ان 03من الطلبة بنسبة %5,17 تتراوح أعمارهم ما بين 31 فما فوق بحيث قدرت نسبة الاناث %3,44 و الذكور %1,73

وعليه نستنتج أن نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم 22\_25 هي الأكثر تواجدا بالتخصص ويرجع

سبب ذلك للحد الأدنى للدراسة فهو سن الطالب الجزائري العادي للدراسة في هذا المستوى

جدول رقم(04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السنة:

الجنس السنة	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار الكلية	النسبة المئوية الكلية
سنة أولى ليسانس	16	%27.58	04	%6.90	20	%34.48
سنة ثانية ليسانس	20	%34.48	02	%3.45	22	%27.93
سنة ثالثة ليسانس	14	%24.14	02	%3.45	16	%27.59
المجموع	50	%86,2	08	%13,8	58	%100

أظهرت نتائج الجدول أن 22 طالبا أي نسبة 37.93% ذو مستوى سنة ثانية ليسانس حيث أن 34.48% إناث و 3.45%، في حين 20 طالبا أي بنسبة 34.48% ذو سنة أولى ليسانس، ويتضح أن 27.58% إناث و 6.90% ذكور، أما 16 طالبا أي نسبة 27.59% ذو مستوى ثالثة ليسانس ويتضح أن 24.14% إناث و 3.45% ذكور.

وعليه نستنتج أن النسبة الأعلى كانت للطلبة المسجلين في السنة ثالثة ليسانس وهذا أمر عادي نظرا لتواجد لهذا المستوى في الدراسة.

المحور الأول: يتعلق بعادات وأنماط استخدام موقع الفيسبوك من قبل طلبة علم اجتماع ليسانس ( أولى

ثانية -ثالثة ) في نشر التوعية السياسية

الجدول رقم (05): يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع الفيسبوك

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
المئوية الكلية	الكلي	المئوية		المئوية		
%89.65	52	%10.34	06	%79.32	46	دائما
%8.62	05	%3,44	02	%5.17	03	غالبا
%1.72	01	%0.00	00	%1.72	01	نادرا
%100	58	%13,78	08	%86,21	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 52 طالب أي نسبة %89.65 يستخدمون موقع الفيسبوك بصفة دائما، في حين نجد 05 من الطلبة أي بنسبة %8.62 غالبا ما يستخدمونه، أما عن الذين يستخدمونه نادرا نجد طالب أي بنسبة %1.72

وعليه نستنتج أن أغلبية طلبة علم اجتماع الليسانس يستخدمون موقع الفيسبوك وهذا راجع إلى الاستخدام الكثيف والواسع لهذا الموقع خاصة من قبل الطلبة الجامعيين، فهو بالنسبة لهم فضاء واسع الالتقاء وتبادل الأفكار والحوار، أما عن الذين يستخدمونه غالبا راجع إلى التزامهم بالدراسة وحضور المحاضرات أو ليس لديهم متسع من الوقت بذلك، تليها الفئة الذين يستخدمونه بنسبة ضئيلة الذين أجابوا نادرا هذا راجع لعدم الاهتمام كثيرا أو لم يروه بالنسبة لهم كذلك.

الجدول رقم (06): يمثل توزيع أفراد العينة حسب معدل استخدام للفيسبوك في متابعة المنشورات

السياسية

المجموع		ذكور		إناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلية	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
60.36%	35	8.63%	05	51.73%	30	يومية
13.78%	08	1.72%	01	12.06%	07	مرة في الأسبوع
25.86%	13	3.44%	02	22.42%	13	أكثر من اسبوع
100%	58	13.79%	08	86.21%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 35 طالب أي نسبة 60.36% يستخدمون الفيسبوك لمتابعة المنشورات السياسية يوميا، حيث كانت نسبة الإناث 51.73% أما نسبة الذكور كانت 8.63% ، في حين 13 طالب أي بنسبة 25.86% يتابعون المنشورات السياسية أكثر من مرة في الأسبوع حيث نجد ان 22.42% من الإناث و 3.44% من الذكور، في حين 8 من طلبة يتابعون المنشورات السياسية مرة في الأسبوع وهم اقل نسبة وذلك ب 12.06% إناث و 1.72% ذكور.

وعليه نستنتج أن أعلى نسبة لفئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك يوميا وهذا يبين ان الطلبة بالرغم أنهم طلبة ومنشغلون بالدراسة، إلا أن هذا لم يمنعهم من متابعة المنشورات السياسية، كذلك راجع لزيادة وعيهم حول المواضيع السياسية، كذلك راجع إلى ميول فئة الإناث إلى القضايا السياسية.

الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحجم الساعي الذي يقضونه في التصفح على موقع الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلي	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
15.51%	09	3.44%	02	12.07%	07	أقل من ساعة
18.97%	11	1.72%	01	17.25%	10	من 2 إلى 3 ساعات
65.52%	38	8.63%	05	56.89%	33	أكثر من 4 ساعات
100%	58	13.79%	08	86.21%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الحجم الساعي الذي يقضيه الطلبة على الفايسبوك لمتابعتهم للمنشورات السياسية حيث أغلب فئة تقضي في استخدامهم أكثر من 4 ساعات وهم 38 طالب من أصل 58 بنسبة 65.52% ويتضح أن 56.89% إناث و 8.63% ذكور تليها فئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك من 2 إلى 3 ساعات وهم 11 طالب من أصل 58 بنسبة 18.97% ويتضح أن 17.25% إناث و 1.72% ذكور،

وتأتي في المرتبة الأخيرة الفئة التي تقضي أقل من ساعة وهم 09 طلبة من أصل 58 ويتضح أن 12.07% إناث و3.44% ذكور.

ومنه نستنتج أن الطلبة يقضون أوقات طويلة في استخدامهم للفيسبوك للتعرض للمحتوى التوعوي بالإضافة إلى مواكبة الأحداث السياسية والاطلاع على الأخبار السياسية الدولية منها والوطنية، فأعلى نسبة تعود للطلبة الذين يستخدمون الفيسبوك أكثر من 4 ساعات

الجدول رقم (08): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يتصفحون بها على الفيسبوك في متابعة المنشورات السياسية

الجنس الخيارات	اناث		ذكور		المجموع	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار الكلية	النسبة المئوية الكلية
الهاتف النقال	34	56.67%	06	10%	40	66.67%
الكمبيوتر	15	25%	02	3.33%	17	28.33%
اللوحة الإلكترونية	03	5%	00	0.00%	03	5%
المجموع	52	86.67%	08	13.33%	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أن فئة الطلبة الذين يستخدمون الهاتف النقال لمتابعة المنشورات السياسية على الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى وهذا أحسب إلقاء 40 طالب أي بنسبة 66.67% ويتضح أن 56.67% إناث و10% ذكور، ويليه استخدام الكمبيوتر في المرتبة الثانية وهذا حسب إلقاء 17 طالب

أي بنسبة 28.33% ويتضح أن 25% إناث و 3.33% ذكور، وأخيرا استخدام اللوح الإلكتروني في ثالث مرتبة وهذا حسب إلقاء 03 طلاب أي بنسبة 05% ، ويتضح أن 05% إناث أما عند الذكور منعدمة .

ومنه نستنتج أن أكبر نسبة هي لفئة الطلبة الذين يستخدمون الهاتف النقال وذلك لصغر حجمه وخفته وبالتالي إمكانية حمله من طرف الطلبة لأي مكان، وبالتالي إمكانية متابعة المنشورات السياسية بأي مكان وفي أي وقت، خاصة وأن الطلبة بإمكانية، امتلاكه وإبصاله بالإنترنت، وجاء بعد ذلك استخدم الكمبيوتر في المرتبة الثانية لأنه إذا كان الكمبيوتر الموصول بالإنترنت هذا كذلك نستنتج ان الطلبة تستخدمه لفتح الفايسبوك في أي زمان ومكان واستخدامه لمتابعة المنشورات السياسية.

الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأماكن التي يتابعون فيها المنشورات السياسية عبر

الفايسبوك

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلي	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
67.03%	63	6.39%	06	60.63%	57	المنزل
11.71%	11	0.00%	00	11.71%	11	الجامعة
21.26%	20	2.12%	02	19.14%	18	الشارع
100%	94	8.51%	08	91.48%	86	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن المرتبة الأولى جاءت لفئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك لمتابعة المنشورات السياسية من المنزل وذلك بما يعادل 63 طالب من الطلبة أي بنسبة 67.03% وذلك بنسبة 60.63% إناث و 6.39% ذكور، في حين جاء في المرتبة الثانية فئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك في الشارع لتتبع المنشورات السياسية وذلك بمعدل 20 طالب أي بنسبة 21.26% ، حيث أن نسبة 19.14% تعود إلى الإناث و 2.12% تعود إلى الذكور، وتأتي في المرتبة الثالثة والأخيرة فئة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك لمتابعة المنشورات السياسية من الجامعة بما يعادل 11 طالب أي بنسبة 11.71%، حيث أن نسبة 19.14%، إناث و 8.51% ذكور.

وعليه ترجع أكبر نسبة لاستخدام الفايسبوك من طرف الطلبة لتتبع المنشورات السياسية من المنزل باعتباره المكان الذي يجد فيه الطالب الراحة أكثر لتصفح تلك المنشورات بعد انتهائهم من مزاولة دراستهم بالجامعة، وأيضا هناك بعض الطلبة يستخدمون الكمبيوتر الثابت في المنزل.

المحور الثاني: يتعلق بدوافع استخدام موقع الفيسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى -

ثانية-ثالثة) في نشر التوعية السياسية

الجدول رقم (10): يمثل توزيع الأفراد العينة حسب كيفية نشاطهم على الفيسبوك فيما يتعلق بالمواضيع

السياسية

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
المئوية الكلية	الكلية	المئوية		المئوية		
%20.30	14	%4.35	03	%15.95	11	تكتفي بقراءة المنشورات السياسية
%50.72	35	%4.35	03	%46.37	32	تبدي إعجابك بالمواضيع السياسية وإبداء رأيك
%28.98	20	%2.89	02	%26.09	18	تشارك المواضيع السياسية مع أصدقائك
%100	69	%11.59	08	%86.41	61	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن فئة الطلبة الذين أجابوا بإبداء إعجابهم بالمواضيع السياسية وإبداء رأيهم جاءت في المرتبة الأولى وذلك من خلال 35 أي بنسبة %50.72، حيث أن نسبة الإناث %46.37 والذكور %4.35، أما الذين يشاركون المواضيع السياسية مع أصدقائهم جاءت في المرتبة الثانية وذلك من خلال 20 طالباً بنسبة %28.98، ويتضح أن %26.09 إناث و %2.89 ذكور، في حين الذين أجابوا

بالاكتفاء بقراءة المنشورات السياسية جاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة وذلك من خلال 14 طالب أي بنسبة 20.30% ويتضح أن 15.95% إناث و 4.35% ذكور.

وعليه نستنتج أن الفايسبوك يتيح للطلبة فرصة الاطلاع على مختلف الآراء حول موضوع معين ومعرفة توجه الرأي العام حول قضية ما، كما يضمن لهم إبداء إعجابهم والتعليق على أي موضوع سياسي كان، عكس وسائل الإعلام التقليدي الذي يتميز بأحادية الاتجاه أي أن من السلطة إلى الجمهور

الجدول رقم(11): توزيع أفراد العينة حسب سبب اختيارهم الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية

المجموع		ذكور		اناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلي	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
33.66%	35	7.69%	08	25.96%	27	سرعة وسهولة استخدامه
25.97%	27	6.74%	07	19.23%	20	مجانيه
25.95%	27	5.77%	06	20.19%	21	يمكنك من التفاعل والمشاركة
14.42%	15	2.88%	03	11.54%	12	نقص الطرح في الوسائل الإعلامية الأخرى
100%	104	23.08%	27	76.92%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 35 طالب أي بنسبة 33.66% يستخدمون الفايبروك لمتابعة المنشورات السياسية لسرعة وسهولة استخدامه وذلك بنسبة 25.96% إناث و 7.69% ذكور، أما 27 طالبا أي بنسبة 25.97% ويتضح أن 19.23% إناث و 6.74% ذكور، يستخدمونه لمجانيته، أما 27 طالبا أي بنسبة 25.95% يستخدمونه لأنه يمكنهم من التفاعل والمشاركة و يتضح أن 20.19% إناث و 5.77% ذكور، في حين 15 طالب أي بنسبة 14.42% يستخدمونه لنقص الطرح في الوسائل الإعلامية الأخرى

ومنه نستنتج أن أعلى نسبة للطلبة الذين يستخدمون الفايبروك نظرا للسرعة ولسهولة استخدامه وقد احتلت المرتبة الأولى وهذا لأنه يمدهم بمختلف المعلومات حول المواضيع السياسية وفي أسرع وقت، وفي نفس الوقت سهولة استخدامه لبساطة تطبيقاته وإمكانية استخدامه من طرف أي مبحوث أما فئة الذين يستخدمونه لمجانيته فقد احتلت المرتبة الثانية وهذا لما يوفر لهم إمكانية تتبعهم في أي وقت، أما فئة الذين يستخدمونه لأنه يمكنهم التفاعل والمشاركة فجاءت في المرتبة الثالثة وذلك لأنه يمكنهم من الاستفسار حول المواضيع السياسية كالانتخابات واعتماد السفراء وفي نفس الوقت المشاركة في مناقشة المواضيع السياسية، أما بالنسبة للطلبة الذين يستخدمونه نظرا لنقص الطرح في الوسائل الإعلامية الأخرى لان دائما وسائط الإعلام الإلكترونية تكون الأسرع في نقل وتحديث المعلومات .

جدول رقم(12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية جعل موقع فيسبوك المبحوث يهتم بممارسة

نشاط سياسي معين

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	47	81.05%
لا	11	18.96%
الموضوع	58	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 47 طالب أي بنسبة 81.04% جعلهم الفايسبوك يهتمون بنشاط سياسي معين فاحتلوا المرتبة الأولى، أما عن الذين ليس لديهم اهتمام بالنشاطات السياسية 11 طالب 18.86% فقد جاءت في المرتبة الثانية والأخيرة.

وعليه نستنتج أن الطلبة معظمهم لديهم جانب كبير بالاهتمام بالمواضيع والنشاطات السياسية، كذلك يمكن ان يكون راجع لولائهم للأحزاب التي لديهم انتماء لها.

إذا كانت الإجابة بنعم بين ماهية هذا النشاط

الخيارات	التكرار	النسبة
الاشتراك في التنظيمات الطلابية الجامعية	12	25.54%
الاشتراك في مجموعات سياسية معينة	33	70.21%
الانضمام إلى أحزاب سياسية معينة	02	4.25%
المجموع	47	100%

تعليق:

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه الذي يبين ماهية النشاط السياسي الذي أتاحه موقع فايسبوك وجعل المبحوثين يهتمون به، نجد أن الاشتراك في مجموعات سياسية معينة قد حظى بالمرتبة الأولى بنسبة بلغت 70.21% حيث مكن موقع فايسبوك الطلبة من تشكيل مجموعات سياسية والاشتراك بها لأجل التعبير عن آراءهم بكل حرية، أما الاشتراك في التنظيمات الطلابية الجامعية فقد قدرت بنسبة 25.54% حيث يعتمد الطلبة إلى الاشتراك في تنظيمات جامعية تخضع لقانون وتعتبر عن رأي وموقف خاص بها تليها الانضمام إلى الأحزاب سياسية معينة بنسبة بلغت 4.25% .

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدوافع التي جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية عبر الفايسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة
المطالبة بالإصلاح السياسي	23	21.90%
تحسين الأوضاع المعيشية	32	30.48%
مكافحة الفساد	43	40.96%
محاولة إيصال رأيك الشخص	04	3.81%
المشاركة في الحملات الانتخابية	03	2.85%
المجموع	105	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الدوافع التي جعلت الطلبة يتابعون المنشورات السياسية عبر الفايسبوك، حيث جاءت في المرتبة الأولى دافع مكافحة الفساد ل 43 طالب أي بنسبة 40.96%، أما بالنسبة للدافع تحسين الأوضاع المعيشية وكان 32 طالب أي بنسبة 30.48% فاحتلت المرتبة الثانية، في حين جاءت في المرتبة الثالثة دافع المطالبة بالإصلاح السياسي ل 23 طالب أي بنسبة 21.90% ، أما دافع محاولة إيصال رأيك الشخص جاءت في المرتبة الرابعة وكانت ل 04 طلاب أي بنسبة 3.81%، وجاءت في المرتبة الخامسة والأخيرة دافع المشاركة في الحملات الانتخابية وكانت ل 03 طلاب أي بنسبة 2.85% وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة يتابعون المنشورات السياسية عبر الفايسبوك بدافع مكافحة الفساد وهذا من خلال العمل على مكافحة مختلف قضايا الفساد الحاصلة في المؤسسة الجزائرية.

الجدول رقم (14): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية المشاركة في نشاط سياسي تم الدعوة إليه عبر

فيسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	36	62.07%
لا	22	37.93%
المجموع	58	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين إمكانية المشاركة في نشاط سياسي تم الدعوة إليه فإيسبوك حيث يرى أغلبية الطلبة أن موقع فيسبوك مكنهم من المشاركة في نشاط السياسي تمت الدعوة إليه من خلاله وكان عددهم 36 طالب أي بنسبة 62.07% في حين أن 22 طالب أي بنسبة 37.93% من طلبة جامعة الشاذلي بن جديد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية لم يشاركوا في نشاط في سياسي تمت الدعوة إليه عبر فيسبوك.

ومن خلاله نستنتج أن موقع الفايسبوك مكن الطلبة من المشاركة في نشاط سياسي وهذا راجع ربما على الضغوط الممارسة ضدهم إذا يعتبر هذا الموقع المنتفس الوحيد لديهم بتعبير بكل حرية، أما بالنسبة للذين لم يشاركوا في هذه النشاطات راجع إلى تخوفهم من الانخراط في تجمعات وأحزاب سياسية أو القيام بأحداث ونشاطات نظرا لتحفظهم.

الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النشاطات التي تثير الانتباه في فيسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة
سياسية	50	33.33%
اجتماعية	50	%33.33
ثقافية	36	%24
بيئية	14	%9.34
المجموع	150	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة الطلبة الذين يتابعون النشاطات السياسية والاجتماعية تمثلت في 50 طالب لكل منهما أي بنسبة %33.33 فاحتلوا المرتبة الأولى، أما الذين يتابعون المنشورات الثقافية وهم 36 طالب أي بنسبة %24 فقد احتلت المرتبة الثانية، في حين الذين يتابعون المنشورات البيئية فتمثلت بـ 14 طالب أي بنسبة %9.34 وهي المرتبة الثالثة والأخيرة

وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة تثير انتباههم في الفيسبوك النشاطات السياسية والاجتماعية معا وهذا يعود بطبيعة الحال إلى أن أغلب المشاكل والقضايا اليومية هي إما قضايا اجتماعية أو مشاكل سياسية والطالب معرض بشكل يومي لها إذ أصبحت كل من الحياة الاجتماعية والسياسية جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للطالب.

الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم فيما إذا كان الفايسبوك يهتم بالمشورات السياسية

المجموع		ذكور		إناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلية	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%49.99	29	%10.35	06	%39.65	23	دائما
%32.76	19	%1.73	01	%31.03	18	أحيانا
%17.24	10	%1.73	01	%15.51	09	نادرا
%100	58	%13.81	08	%86.19	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن فئة الطلبة الذين اجابوا بأن الفايسبوك يهتم "دائما" بالمشورات السياسية قد احتلت المرتبة الأولى وهذا حسب إلقاء 29 طالب أي بنسبة %49.99، منهم %39.65 إناث و %10.35 ذكور، أما الإجابة ب "أحيانا" فقد احتلت المرتبة الثانية وهذا حسب إلقاء 19 طالب أي بنسبة %32.76، منهم %31.03 إناث و %1.73 ذكور، ونالت الإجابة "نادرا" المرتبة الثالثة والأخيرة وهذا حسب إلقاء 10 طلاب أي بنسبة %17.24، ويتضح أن %15.51 إناث و %1.73 ذكور.

نستنتج من خلال معطيات الجدول أعلاه أن أعلى نسبة من الطلبة ترى بأن الفايسبوك يهتم دائما بنشر المعلومات السياسية لأنهم يعتبرون الفايسبوك مصدرا رئيسيا في حصولهم على المعلومات ففي بعض الأحيان يفوق استخدامهم للفايسبوك أكثر من استخدامهم للوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى.

المحور الثالث: يتعلق بمشاركة طلبة علم اجتماع ليسانس أولى-ثانية-ثالثة-في نشر الوعي السياسي عبر الفاييبوك

جدول رقم (17): يوزع أفراد العينة مشاركة طلبة علم الاجتماع ليسانس (أولى-ثانية-ثالثة) في نشر مواضيع سياسية عبر الفاييبوك

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	37	63.79%
لا	21	36.21%
المجموع	58	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مشاركة المبحوثين في نشر مواضيع سياسية عبر يتضح أن نسبة كبيرة من هؤلاء المبحوثين يقومون بنشر المواضيع عبر هذا الموقع وتمثلت في 37 طالب أي بنسبة 63.79%، في حين يرى 21 طالب أي نسبة 36.21% لا يقومون بالمشاركة في نشر المواضيع السياسية وعليه نستنتج أن اغلبية الطلبة يفضلون نشر مثل هذه المواضيع السياسية لشعورهم بالانتماء للوطن وكذا ممارسة لحقوق وواجباتهم كما يرون في هذه المشاركة تفاعل وتواصل مع واقعهم والتعبير عن أوضاعهم هو ما يؤكد الاستخدام الواسع لهؤلاء الافراد موقع الفاييبوك والتفاعل أكثر مع مختلف المواضيع المتداولة

الجدول رقم (18): يمثل توزيع أفراد العينة حسب شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية عبر

الفايسبوك

الخيارات	الكرار	النسبة
نشر صور وفيديوهات	15	40.55%
إضافة تعليق معين	10	27.03%
مشاركة الآخرين الرأي	07	18.91%
الإشتراك في مجموعة سياسية معينة	05	13.51%
المجموع	37	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي بين شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية حيث أن نشر صور وفيديوهات هي أبرز أنواع المساهمات من قبل المبحوثين وتمثلت في 15 مبحث أي بنسبة 40.55% وقد احتلت المرتبة الأولى تأتي بعدها المرتبة الثانية إضافة تعليق معين حيث قدرت بـ 10 مبحوثين أي بنسبة 27.03% في حين نرى أن 7 من المبحوثين أي بنسبة 18.91% يشاركون الآخرين في الرأي.

وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة يفضلون نشر الصور والفيديوهات الخاصة بالمواضيع السياسية وذلك راجع لما يتميز به الفاييسبوك من سرعة وأنية التفاعل بالإضافة على الحرية المطلقة عكس الإعلام التقليدي الذي يعتبر مقيد وفاقد للتفاعلية.

أما عن الذين يفضلون التعليق على المواضيع السياسية سواء كان هذا التعليق ساخراً بناءً أو ناقداً، المهم أن يخرج الطالب مكبواته ويعبر ويناقش.

جدول رقم (19) يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير النقاشات السياسية على الفايسبوك وقرار إنضمامهم إلى حزب ما

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	27.58%
لا	42	72.42%
المجموع	58	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 42 طالب أي بنسبة 81.04% جعلهم الفايسبوك يتأثرون بالنقاشات السياسية وقرروا الانضمام إلى حزب ما فاحتلوا المرتبة الأولى اما عن الذين لم يتأثروا بالنقاشات السياسية 16 طالب أي بنسبة 27.58% فقد جاءوا في المرتبة الثانية والأخيرة

وعليه نستنتج أن أغلبية الطلبة لا يتأثرون بالنقاشات السياسية على الفايسبوك وعدم انضمامهم إلى حزب ما فقد يكون راجع لعدم ثقة الطلبة بالأحزاب السياسية وكذلك لانكشاف الستار حول حقيقة جل السياسيين فكل واحد منهم له أطماع بالسلطة فحسب، أما عن الفئة التي تتأثر بالنقاشات السياسية وقرار انضمامهم إلى حزب ما فهذا عائد لولائهم للأحزاب التي لديهم انتماء لها

الجدول رقم (20) يمثل أفراد العينة حسب رأيهم في مشاركة المواضيع السياسية عبر الفيسبوك

المجموع		ذكور		إناث		الجنس الخيارات
النسبة المئوية الكلية	التكرار الكلي	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%24.14	11	%1.73	01	%17.24	10	تطور في مجال السياسية
%13.79	09	%3.45	02	%12.06	07	تجسس على آراء الشعب
%22.41	12	%1.73	01	%18.96	11	تنمي وعيك السياسي
%39.66	26	%6.90	04	%37.93	22	إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية
%100	58	%13.81	08	%86.19	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 26 طالب أي بنسبة 39.66% يشاركون المواضيع السياسية عبر الفيسبوك وذلك لإدراك الأفكار الإيديولوجيات السياسية ويتضح أن 37.93% إناث و 6.90% ذكور قد احتلوا المرتبة الأولى في حين جاءت المرتبة الثانية الفئة الذين يشاركون المواضيع السياسية عبر الفيسبوك لتنمية وعيهم السياسي وكانت ل 12 طالب أي بنسبة 22.41% منهم 18.96% إناث و 1.73% ذكور تأتي بعدها فئة الذين يشاركون المواضيع السياسية عبر الفيسبوك لتطور مجال السياسية وكانت 11 طالب بنسبة 24.14% منهم 17.24% إناث و 1.73% ذكور فقد احتلوا المرتبة الثالثة أما عن الذين يشاركون المواضيع السياسية عبر الفيسبوك لتجسس على آراء الشعب فقد احتلوا المرتبة الرابعة والأخيرة وهم 09 طلاب أي بنسبة 13.79% منهم 12.06% إناث و 3.45% ذكور

وعليه نستنتج ان الطلبة يشاركون المواضيع السياسية عبر الفايسبوك لأنه يعمل على زيادة مدركاتهم حول المواضيع السياسية، وكذا تنمية وعيهم السياسي.

جدول رقم (21) يمثل أفراد العينة حسب أكثر القضايا السياسية التي يشاركونها عبر الفايسبوك

الجنس الخيارات	اناث		ذكور		المجموع	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
السياسية العالمية	12.06%	07	1.73%	01	13.78%	08
السياسية المحلية	18.96%	11	3.45%	02	22.41%	13
السياسية الوطنية	55.17%	32	8.63%	05	63.90%	37
المجموع	86.19%	50	13.81%	08	100%	58

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن طلبة علم اجتماع جامعة الشاذلي بن جديد الطارف يتابعون القضايا السياسية ويشاركونها عبر الفايسبوك حيث جاءت في المرتبة الأولى أنهم يتابعون القضايا السياسية الوطنية وتمثلت في 37 طالب أي بنسبة 63.90% ويتضح أن 55.17% إناث و 8.36% ذكور، تأتي بعدها المرتبة الثانية فكانوا يتابعون القضايا السياسية المحلية وتمثلت في 13 طالب أي بنسبة 22.41% ويتضح أن 18.96% إناث و 3.45% ذكور، في حين جاءت المرتبة الثالثة والأخيرة الذين يتابعون القضايا السياسية العالمية والتي كانت ل 08 من الطلبة أي بنسبة 13.78% منهم 12.06% إناث و 1.73% من الذكور

وعليه نستنتج أن الفيسبوك دور فعال في زيادة المعرفة للأوضاع السياسية والقضايا السياسية الوطنية وحتى المحلية والعالمية، كذلك راجع إلى اهتمام طلبة علم اجتماع بالقضايا السياسية الوطنية لأنها تخص الوطن الذين ينتمون إليه

الجدول رقم(22) يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثيرهم على المنشورات السياسية في الفيسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	43	%74.13
لا	15	%25.87
المجموع	58	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 43 طالب أي بنسبة %74.13 يتأثرون بالمنشورات السياسية في الفيسبوك حيث احتلوا المرتبة الأولى. أما عن الذين لم يتأثروا بالمنشورات السياسية في الفيسبوك 15 طالب أي بنسبة 25.84 فقد احتلوا المرتبة الثانية.

وعليه نستنتج أن الطلبة لديهم اهتمام كبير بالمنشورات السياسية ويتابعون أهم الأحداث السياسية لذلك يتأثرون بها.

الجدول رقم (23) يمثل توزيع افراد العينة حسب دور استخدام الفايسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دور ايجابي	37	63.79%
دور سلبي	21	36.21%
المجموع	58	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن فئة الطلبة الذين اجابوا بان استخدام الفايسبوك له دور إيجابي في نشر التوعية السياسية فد احتلت المرتبة الأولى وذلك حسب ادلاء 37 طالب أي بنسبة 63.79% اما عن فئة الطلبة الذين اجابوا بان له دور سلبي قد احتلت المرتبة الثانية والأخيرة وهذا حسب ادلاء 21 طالب أي بنسبة 36.21%

وعليه نستنتج ان استخدام المبحوثين للفايسبوك له دور إيجابي في نشر التوعية السياسية وهذا حسب ادلائهم حيث يعتبرون الفايسبوك مصدر لهم في انتقائهم للمعلومات السياسية.

4-6- نتائج الدراسة

4-6-1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة على الأسئلة الفرعية

أولاً: فيما يتعلق بعادات وانماط استخدام طلبة علم اجتماع ليسانس سنة أولى-ثانية-ثالثة الفايسبوك في نشر التوعية السياسية

النتيجة المتوصل إليها أن اعلى نسبة من الطلبة يستخدمون موقع الفايسبوك دائما بنسبة (89.65%) إذ يفضلون استخدام الفايسبوك يوميا بنسبة (60.38%) ويقضون أكثر من 4 ساعات بنسبة (65.52%) عن طريق استخدام الهاتف النقال بنسبة (66.67%) ويتابعون المنشورات السياسية من المنزل بنسبة (67.03%)

ثانياً: يتعلق بدوافع استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم اجتماع ليسانس أولى-ثانية-ثالثة في نشر التوعية السياسية

النتيجة المتوصل إليها من خلال الدراسة هي أن أعلى فئة من الطلبة يشاركون في نشاط سياسي تم الدعوة إليه عبر موقع الفايسبوك بنسبة 62.07% إذ يختارون الفايسبوك لسرعته وسهولته بنسبة 33.66% بالإضافة على الدوافع التي جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية عبر الفايسبوك هو مكافحة الفساد بنسبة 40.96% كما تبين لنا أن طبيعة النشاطات التي تثير انتباه الطلبة في الفايسبوك هي نشاطات سياسية بنسبة 33.33% وإن نشاطهم على الفايسبوك فيما يتعلق بالمواضيع السياسية هو ابداء اعجابك بالمواضيع السياسية بنسبة 50.72% كما يهتمون دائماً بالمنشورات السياسية بنسبة 49.99% .

ثالثاً: يتعلق بمشاركة طلبة علم اجتماع ليسانس أولى-ثانية-ثالثة في نشر الوعي السياسي عبر

الفايسبوك

النتيجة المتوصل إليها من خلال الدراسة هي أن أغلب الطلبة يشاركون في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك بنسبة 63.79% إذا من خلال رأيهم في مشاركة المواضيع السياسية عبر الفايسبوك هو غدرارك الأفكار والإيديولوجيات السياسية بنسبة 33.66% أما من حيث مدى مساهمة استخدامهم للفايسبوك في توعيتهم السياسية فإن أغلبهم يرى أن الفايسبوك ساهم بشكل أساسي في ذلك

#### 4-6-2- نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

توصلنا في دراستنا حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين الفايسبوك نموذجا، الى جملة من النتائج منها ما توافقت ومنها ما اختلفت مع الدراسات السابقة وسنتطرق بالمناقشة على النحو الآتي:

#### 1-دراسة فاطمة بربوشي وزينب صديقي حول "دور شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك، في تنمية

#### الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية

تطابقت نتائج دراستنا الراهنة مع نتائج دراسة فاطمة وزينب، في إحدى النتائج أهمها: كلا أفراد عينة الدراستين يستخدمون الفايسبوك في المنزل كذلك يستعملون الهاتف النقال كذلك يستخدمون الفايسبوك يوميا. واختلفت دراستنا عن دراسة فاطمة وزينب في معدل استخدام الفايسبوك حيث دراستنا تستخدمه أكثر من 4 ساعات بينما دراسة فاطمة وزينب يستخدمونه ساعتين يوميا

#### 2-دراسة بوطغان شيماء حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب

#### الجزائري الفايسبوك نموذجا.

تطابقت نتائج دراستنا الراهنة مع نتائج دراسة بوطغان شيماء في إحدى النتائج أهمها. من حيث معدل استخدام الفايسبوك حيث ان دراستنا ودراسة فاطمة وزينب يستخدمونه أكثر من 4 ساعات

- اختلفت دراستنا عن دراسة بوطغان شيما في أكثر القضايا السياسية التي يشاركونها عبر الفايسبوك حيث أن دراستنا تشارك القضايا السياسية الوطنية بينما دراسة بوطغان شيما تشارك القضايا المحلية والعالمية

3-دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

- تطابقت دراستنا الراهنة مع نتائج دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين في احدى النتائج وهذا فيما يخص أن أغلبية الطلبة يستخدمون الفايسبوك ويتابعون المنشورات السياسية من المنزل كذلك يساهمون في نشر المواضيع السياسية من خلال صور وفيديوهات وأيضاً أكثر القضايا السياسية التي يشاركونها عبر الفايسبوك هي السياسية الوطنية.

- واختلفت دراستنا دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين في معدل استخدام الفايسبوك حيث دراستنا تستخدمه أكثر من أربع (4) ساعات بينما دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين يستخدمونه من 1 الى 2 ساعات كذلك من خلال الوسيلة التي يستخدمون بها على الفايسبوك لمتابعة المنشورات السياسية هي الهاتف النقال بينما دراسة عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين يستخدمون الحاسوب.

#### 4-6-3- نتائج الدراسة في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع

نظرية الاستخدامات والإشباع من أهم النظريات التي ساهمت في إرجاع المكانة للجمهور على المستوى البحثي، وذلك لتركيزها على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الاعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة. وقد اتفقت نتائج دراستنا مع ما تفرضه نظرية الاستخدامات والإشباع:

في أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال. وهذا ما أكدته دراستنا فطلبة علم اجتماع ليسانس. اولى -ثانية -ثالثة، هم جزء من جمهور وسائل الإعلام فأغلبهم منضمون إلى صفحات ومجموعات على

الفايسبوك ذات طابع سياسي يهتم بالنشر حول القضايا السياسية، كما أنهم يشاركون تلك المنشورات للإفادة بها ويشاركون في مناقشة الموضوع

كما افترضت هذه النظرية أن هناك فروقات فردية ما بين أفراد وسائل الاعلام وهذا ما يجدد اختلافهم في عادات وأنماط استخدامهم للوسيلة الاعلامية وهذا ما أكدته نتائج دراستنا فمن حيث:

- **عادات وأنماط الاستخدام:** يختلف الطلبة من حيث عادات وأنماط استخدامهم لموقع الفاييسبوك في التوعية السياسية فمن حيث درجة الاستخدام فالأغلبية يستخدمونه دائما يليه من يستخدمونه غالبا ثم نادرا. اما من حيث معدل الاستخدام الأغلبية يستخدمونه يوميا ثم يليه أكثر من اسبوع ثم مرة في الأسبوع. ومن حيث الحجم الساعي الذي يقضونه في التصفح عبر موقع الفاييسبوك في متابعة المنشورات السياسية فالأغلبية يستخدمونه أكثر من 4 ساعات ثم تليها من 2 الى 3 ساعات ثم أقل من ساعة عما يختلف الطلبة من حيث الوسيلة التي يستخدمونها لتتبع المنشورات السياسية على الفاييسبوك وذلك باستخدام أغلبيتهم الهاتف النقال يليه من يستخدم الكمبيوتر ثم من يستخدم اللوح الالكتروني. أما من حيث المكان فالأغلبية يستخدمون الفاييسبوك من المنزل يليه الشارع ثم الجامعة

- **واقع الاستخدام:** يختلف الطلبة من حيث دوافع استخدامهم للفايسبوك في نشر التوعية السياسية. فمن حيث سبب اختيارهم للفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية بينت أغلب النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمونه لسرعته ثم يليه تمكينهم من التفاعل والمشاركة ويليهم مجانيته ثم يليه نقص الطرح في الوسائل الإعلامية الأخرى.

أما من حيث الدوافع التي جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية عبر الفاييسبوك فالأغلبية من اجل مكافحة الفساد يليها تحسين الاوضاع المعيشية ثم المطالبة بالإصلاح السياسي ثم يليه محاولة ايصال الرأي الشخصي وأخيرا المشاركة في الحملات الانتخابية.

-المشاركة: يختلف الطلبة من حيث المشاركة المحققة جراء استخدامهم للفاسبوك في نشر التوعية السياسية حيث بينت النتائج أن أغلبية الطلبة يشاركون المواضيع السياسية عبر الفاسبوك فمن حيث المساهمة في نشر المواضيع السياسية فالأغلبية يقومون بشير صور وفيديوهات ثم تليها اضافة تعليق معين ثم مشاركة الاخرين الرأي وأخيرا الاشتراك في مجموعات سياسية معينة، اما من جيت أكثر القضايا السياسية التي يشاركونها عبر الفاييسبوك هي القضايا السياسة الوطنية ثم تليها السياسية المحلية ثم السياسية العالمية.

#### 4-6-4- النتائج العامة للدراسة:

اظهرت نتائج الدراسة أن:

- نسبة الطلبة الاناث أكثر من الذكور.
- الطلبة الذين يتراوح سنهم من 22 إلى 25 سنة احتلوا المرتبة الأولى
- ونستنتج أن أعلى نسبة كانت للطلبة المسجلين ثانية ليسانس بقسم علم الاجتماع
- نستنتج أن أغلبية الطلبة يستخدمون موقع الفاييسبوك دائما
- ان الطلبة الذين احتلوا المرتبة الاولى هم الذين يقضون يوميا في استخدامهم للفاييسبوك لمتابعة المنشورات السياسية.
- ان أعلى نسبة تعود للطلبة الذين يستخدمون الفاسبوك لأكثر من أربع ساعات لمتابعة المنشورات السياسية وذلك بنسبة
- ان على نسبة من الطلبة يستخدمون الهاتف النقال لمتابعة المنشورات السياسية
- ان أكبر نسبة من الطلبة يستخدمون الفاييسبوك في المنزل لمتابعة المنشورات السياسية.

- ان أعلى نسبة للطلبة يبدون الاعجاب بالمواضيع السياسية في نشاطاتهم على الفايسبوك فيما يتعلق بالمواضيع السياسية
- ان أكبر نسبة من الطلبة يستخدمون الفايسبوك نظر لسرعته وسهولة استخدامه وذلك لمتابعة المنشورات السياسية.
- ان أغلبية الطلبة يهتمون بممارسة نشاط سياسي معين لمتابعه المنشورات السياسية عبر موقع الفايسبوك
- ان أغلبية الطلبة نشاطهم هو الاشتراك في مجموعات سياسية معينة
- ان أكبر نسبة من الطلبة جعلتهم يتابعون المنشورات السياسية هي مكافحة الفساد
- ان أعلى نسبة من الطلبة يشاركون في نشاط سياسي معين تم الدعوة اليه عيد الفاسبوك
- ان الطلبة احتلوا المرتبة الاولى في النشاطات السياسية والاجتماعية التي تثير انتباههم في الفايسبوك.
- أنا اعلى نسبة تهتم بالمنشورات السياسية دائما حسب رأيهم.
- ان أكبر نسبة من الطلبة يشاركون في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك.
- ان أعلى نسبة من الطلبة يساهمون في نشر المواضيع السياسية عبر الفايسبوك من خلال نشر صور وفيديوهات.
- اعلى نسبية من الطلبة يتأثرون بالنقاشات السياسية عبر الفايسبوك
- أن أعلى نسبية من الطلبة يشاركون المواضيع السياسية عبر الفايسبوك من خلال إدراك الأفكار والايديولوجيات السياسية
- ان أعلى نسبة من الطلبة يشاركون القضايا السياسية الوطنية عبر الفايسبوك.

خاتمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي من احدث منتجات تكنولوجيا الاتصال و اكثرها شعبية فقد غيرت كثيرا من ملامح العالم حيث جعلته قرية صغيرة فعلى الرغم من أنها أنشأت للتواصل الاجتماعي بين الأفراد إلا أنها تعدت لإحداث التغيير في البنية الاجتماعية و الاقتصادية و امتدت أيضا ليشمل النشاط السياسي من خلال تداول معلومات الخاصة بالأحداث و القضايا السياسية .

قد حاولنا من خلال دراستنا الاستطلاع على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي " فائسبوك " في نشر الوعي السياسي للطلبة الجامعيين باعتبارهم أكثر عرضة لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات و من بين النتائج المتوصل إليها نجد أن طلبة جامعة الطارف يتعرضون إلى هذه المواقع " فائسبوك " بشكل متزايد و في الأخير يمكن أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي " الفائسبوك " أتاحت الفرصة للطلبة و منحهم مساحة أوسع خالية من القيود للتعبير عن آرائهم و متطلعاتهم السياسية.

# قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1- القواميس و المعاجم:

1. إبراهيم مصطفى، وآخرون: المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، 1972.
2. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1993.
3. بن منظور وآخرون: لسان العرب، دار الإحياء: التراث للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 1986.
4. محمد متير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.

2- الكتب:

1. احسان محمد الحسن: علم الاجتماع السياسي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
2. إسماعيل شعباني: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية، ط1، المعهد الوطني للتجارة، الجزائر، 2005.
3. إسماعيل علي سعد: قضايا علم السياسة، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
4. إسماعيل علي سعيد: الشباب والتنمية في المجتمع السعودي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 1989.
5. امام عبد الفتاح: الديمقراطية و الوعي السياسي، ط1، نهضة مصر للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 2006 ،
6. بسام عبد الرحمان المشاقبة: الاعلام الصحي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
7. بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الاعلام، دار النشر والتوزيع، عمان، 2011.
8. حسين محمود هيثمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

## قائمة المصادر و المراجع

9. زيرفان سليمان البروراي: الوعي السياسي وتطبيقاته (الحالة الكوردستانية أ نموذجاً)، ط1، مطبعة خاني، دهوك، 2006.
10. سلمان بكرين كران: الاتصال الجماهيري والخدمة الاجتماعية، ط1، دار الرأية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
11. عبد الأمير الفيصل: دراسات في الاعلام الالكتروني، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2014.
12. عبد العزيز وبركان: مناهج البحث الإعلامي -الأصول النظرية ومهارات التطبيق، ط1، دار الكتاب الحديث، 2012.
13. عبد الله بن علي الفردي: الوعي السياسي في الاسلام، ط1، دار طريق للنشر، الرياض، 2010.
14. عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا التعليم الجامعي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991.
15. فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
16. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
17. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، عالم الكتب، دار نشر وتوزيع وطباعة، القاهرة، 2010
18. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، القواعد و المراحل و التطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة و النشر، الأردن، 1999.
19. مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والاشباكات، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2004.

20. مصطفى يوسف كافي : الرأي العام و نظريات الاتصال ، ط1 ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 .

21. معين خليل العمر : علم الاجتماع المعاصر ، ط1 ، الشروق للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 .

22. منال هلال مزاهرة: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.

### 3- الموسوعات:

1. محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، المجلد 7، دار الفجر للنشر، القاهرة.

### 4- المجالات:

2. على أسعد وطفة: التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مقياس الوعي

السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، العدد 3، الكويت، 2003.

3. عبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين الطاهات : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام

لدى طلبة الجامعات الأردنية ،دراسة وصفية مسحية، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،

2013.

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

القطري، مجلة الجامعة، دمشق، المجلد 24، العدد الأول+ العدد الثاني.

5. حمدان رمضان محمد: المشاركة السياسية لطلبة جامعة الموصل، دراسات موصلية، الموصل، العدد

11 كانون الثاني، 2006.

5- الرسائل والمذكرات:

1. بوطغان شيما، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري (الفايسبوك نموذجاً)، مذكرة ليسانس في اعلام والاتصال تخصص اتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019.
2. زهية يعيشي وفاطمة هداوي : دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الإعلامية، نادي البحوث الإعلامية، مذكرة ماستر في الاعلام والاتصال ،تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، 2021.
3. زينة بوشوارب: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص اتصال و علاقة عامة ، جامعة العربي بن مهيدي ، ام البواقي ، 2015/2014 .
4. سعاد بلعربي: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة مستغانم، 2014-2015.
5. سعود صالح كاتب: الاعلام الجديد وقضايا المجتمع، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011.
6. عبد الكريم على وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2013.
7. فاطمة بربوشي وزينب صديقي :دور شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" في تنمية الوعي البيئي لدى طلبة العلوم الإنسانية، مذكرة ماستر في تخصص صحافة مكتوبة، بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أدرار، الجزائر، 2020.
8. لقصير رزيقة: دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية. رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006.

9. محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور متلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، العربية نموذجاً، رسالة الماجستير الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012.

10. هديل العبيدي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأداء الأكاديمي للطلبة، جامعة البحرين، 2017.

11. يحيى عبد الحق: نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال في المنظمات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016/2017.

#### 6- ملتقيات

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

#### 7- المواقع:

1. <http://droit2.ul.edu.ib> تاريخ الدخول 2023/03/03 على الساعة 17:00.
2. محمود القاضي: الوعي هو السلاح في عصر المعلومات، الشبكات الاجتماعية، القرص المحفوظة بالمخاطر، <https://www.luxorlink.com/banle39http> تاريخ الدخول: 10/03/2023.
3. خالد بوعيشة: مفهوم الثقافة السياسية <http://mawdoo3.com> تاريخ الدخول 2023/03/06 على الساعة 19:15

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علم الاجتماع

استمارة بحث حول موضوع:

## دور شبكة التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين الفايسبوك نموذجاً

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص: علم الاجتماع الاتصال

اشراف الاستاذة

د . عيادي نادية

اعداد الطالبة

قنور ريان

الملاحظة:

المعلومات الواردة في الاستمارة سرية لا تستخدم الا لغرض البحث العلمي لذا نرجو الإجابة بكل موضوعية  
وضع علامة ( ) امام الإجابة الصحيحة

## محور البيانات الشخصية

- 1- الجنس : أنثى  ذكر
- 2- السن : 22 سنة - 25 سنة  26 سنة - 30 سنة  31 سنة فما فوق
- 3- السنة : أولى ليسانس  ثانية ليسانس  الثالثة ليسانس

المحور الأول: يتعلق بعادات و أنماط استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم اجتماع ليسانس ( أولى - ثانية - ثالثة )

4- هل تستخدم موقع الفايسبوك؟

- دائما  غالبا  نادرا

5- ما معدل استخدامك للفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية؟

- يومية  مرة في الأسبوع  أكثر من أسبوع

6- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في التصفح على موقع الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية؟

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

7- ما هي الوسيلة التي تتصفح بها على الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية؟ بإمكانك اختيار أكثر

من إجابة

- الهاتف النقال  الكمبيوتر  اللوح الإلكتروني

8- ماهي الأماكن التي تتابع فيها المنشورات السياسية عبر الفايسبوك؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة

- المنزل  الجامعة  الشارع

9- كيف تنشط على الفايسبوك فما يتعلق بالمواضيع السياسية؟ بإمكانك اختيار أكثر من إجابة

تكتفي بالقراءة المنشورات  تبدي اعجابك بالمواضيع السياسية  تشارك المواضيع السياسية مع أصدقاءك

المحور الثاني: يتعلق بدوافع استخدام موقع الفايسبوك من قبل طلبة علم الاجتماع ليسانس ( أولى -

ثانية -ثالثة ) في نشر التوعية السياسية

10- ما سبب اختيارك الفايسبوك في متابعة المنشورات السياسية؟ بإمكانك اختيار أكثر من إجابة

سرعة وسهولة استخدامه   
مجانيته   
يمكنك من التفاعل والمشاركة   
نقص الطرح في الوسائل الإعلامية

11- هل جعلك الفايسبوك تهتم بممارسة نشاط معين؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم فما هو هذا النشاط ؟

الاشتراك في التنظيمات الطلابية   
الاشتراك في مجموعات سياسية   
الانضمام إلى أحزاب سياسية معينة

أخرى تذكر .....

12- هل الدافع الذي جعلك تتابع المنشورات السياسية عبر الفايسبوك؟ بإمكانك اختيار أكثر من إجابة

المطالبة بالإصلاح السياسية

مكافحة الفساد

تحسين الأوضاع المعيشية

محاولة إحصال رأيك الشخص للمعنين

المشاركة في الحملات الانتخابية

13- هل شاركت في النشاط أو حدث سياسي دعيت اليه عبر الفايسبوك؟

لا

نعم

14- ما طبيعة النشاطات التي تثير انتباهك في الفايسبوك؟

مواضيع بيئية

مواضيع اجتماعية

مواضيع سياسية

مواضيع ثقافية

15- حسب رأيك هل يهتم الفايسبوك بنشر المنشورات السياسية؟

نادرا

أحيانا

دائما

المحور الثالث: يتعلق بمشاركة طلبة علم الاجتماع ليسانس أولى- ثانية- ثالثة في نشر الوعي

السياسي عبر موقع الفايسبوك

16- هل تقوم بنشر مواضيع سياسية عبر الفايسبوك؟

لا

نعم

17- إذا كانت اجابتك بنعم فهل مساهمتك كانت في شكل؟

نشر صور وفيديوهات

إضافة تعليق معين

مشاركة الآخرين

الاشتراك في مجموعات سياسية معينة

18- هل أثرت فيك النقاشات السياسية على الفايسبوك وقررت الانضمام الى حزب ما؟

لا

نعم

19- هل ترى بأن مشاركتك في المواضيع السياسية عبر الفايسبوك؟

تطور في مجال السياسية

تجسس على اراء الشعب

تنمي وعيك السياسي

إدراك الأفكار والايديولوجيات السياسية

20- ماهي اكثر القضايا السياسية التي تشاركها عبر الفايسبوك؟

السياسية العالمية

السياسية المحلية

السياسية الوطنية

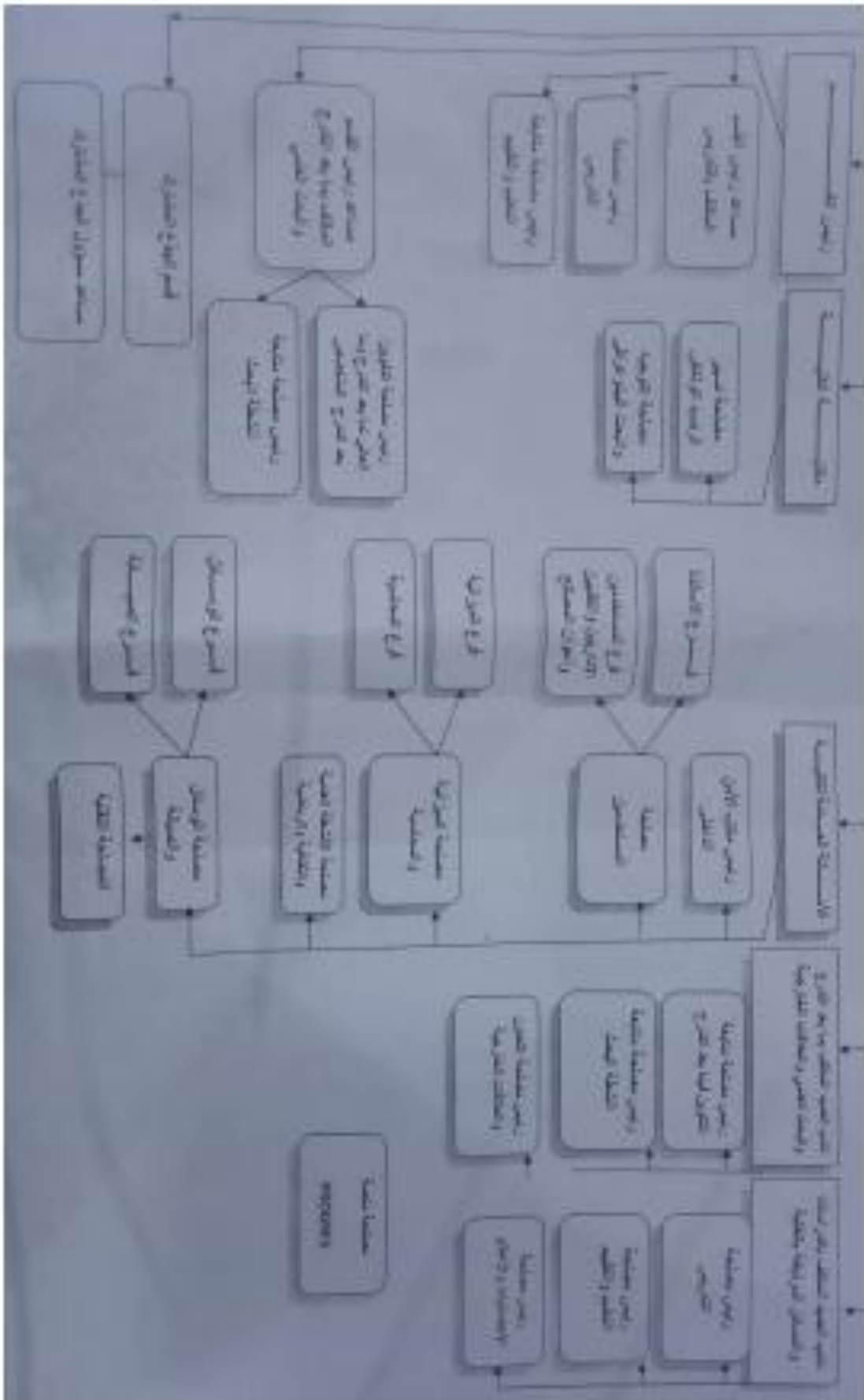
21- هل تأثر فيك المنشورات السياسية في الفاييبوك؟

لا

نعم

22- مادور استخدامك الفاييبوك في توعيتك السياسية؟

.....





جامعة الشاذلي بن جديد  
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

République Algérienne Démocratique et Populaire  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف  
Université Chadli Bendjedid - El Tarf  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
Faculté des sciences sociales et humaines  
قسم علم الاجتماع  
Département de Sociologie



جامعة الشاذلي بن جديد  
UNIVERSITÉ CHADLI BENDJEDID

الطارف في:

المرجع رقم:

السيد/ مدير المؤسسة

الموضوع : طلب إذن بدخول المؤسسة لإنجاز بحث علمي ميداني

نحن رئيس قسم علم الاجتماع بجامعة الطارف نلتبس منكم التفضل بالسماح للطلبة الآتية  
أسمائهم:

شمسور رياض

بدخول مؤسساتكم مع الالتزام بنظامها الداخلي و إجراءاتها التنظيمية و القانونية قصد إجراء  
بحث ميداني لمذكرة التخرج ماستر علم الاجتماع



- لسانس علم الاجتماع L.M.D

تحت عنوان: دور شبكات التواصل الإلكترونية في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

الغابسيون تحوة لدراسة ميدانية بمؤسسة: جامعة الشاذلي بن جديد... قسم علم الاجتماع

و ذلك لفترة من 08... 18... ما... على أن لا تتحمل المؤسسة المستقبلية  
أي تابعات مالية

و أخيرا نلتبس منكم في هذا الإطار تسهيل مهامهم ذات الصلة بالبحث العلمي.

تقبلوا منا فائق التقدير و الاحترام

توقيع الطلبة

*[Signature]*



رئيس قسم  
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف  
قسم علم الاجتماع  
جامعة الشاذلي بن جديد  
رئيس قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية  
الدكتور: محمد فوزان قسوي



رأي و توقيع مدير المؤسسة المستقبلة  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
جامعة الشاذلي بن جديد  
رئيس قسم العلوم الاجتماعية والإنسانية  
الدكتور: محمد فوزان قسوي

- تسليم نسخة الى المؤسسة المستقبلة
- تحفظ الطالب (ة) بنسخة ثانية