

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: علم الاجتماع

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

بعنوان:

دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد

الأستاذ المشرف:
عثمان مريم

إعداد الطالب(ة):
منور سلمى

لجنة المناقشة:

| الصفة | مؤسسة الانتساب | الرتبة | اسم ولقب الأستاذ |
|-------------|------------------------------|-----------------|------------------|
| رئيسا | جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف | أستاذ محاضر-ب- | مقدم سعاد |
| مشرفا ومقرا | جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف | أستاذ محاضر -أ- | عثمان مريم |
| عضوا ممتحنا | جامعة الشاذلي بن جديد-الطارف | أستاذ محاضر -ب- | ملاس حسبية |

السنة الجامعية : 2020 / 2019م

آية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
« وَقُلْ رَبِّ أَدْخُلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ
وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ صِدْقٍ
وَاجْعَلْ لِي مِنْ لَدُنْكَ سُلْطَانًا نَصِيرًا »
صدق الله العظيم

سورة الإسراء الآية 80

شكر و عرفان

الحمد والشكر لله عز وجل، والصلاة والسلام على معلم البشرية وهادي الإنسانية وعلى

آله وصحبه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين، أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الدكتورة

"عثمان مريم" على إشرافها، وإرشاداتها ونصائحها القيمة لي لإتمام هذه المذكرة.

كما أتقدم بالشكر لكل من ساعدنا في إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد

إهداء

إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله

إلى من آثروني على أنفسهم وضحوا لأجلي

أمي "برنية" وأبي "حسين" أطال الله في عمرهما

إلى زوجي الكريم "خالد" أطال الله في عمره

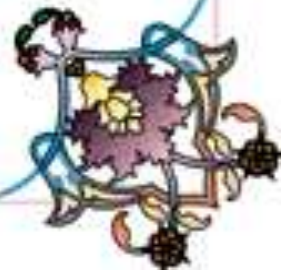
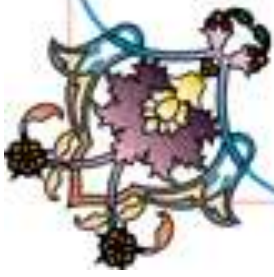
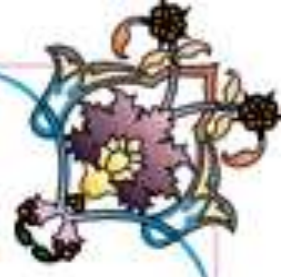
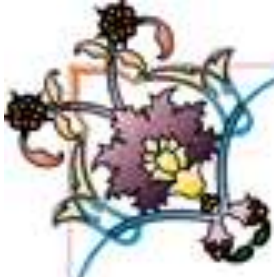
إلى من شاطرنني في حياتي إخوتي: حمدي وزجه نوال، فتحي وزجه صبرينة، جمال وزوجه أمال، خالد وباسم

إلى إخوتي: سهام وزوجها جمال، فضيلة وزوجها رشيد، حنان وزوجها وليد، راضية وزوجها حسين، حميدة.

إلى الكتاكيت الصغار: "أشرف، آية، نور الإيمان، أماني، محمد أنيس، إبتهاال، إسراء، هناء، ملاك، أيوب، لقمان، سجود، عبد الرحمان، صلاح، خديجة، فرح".

على إخوتي في الدراسة: "رميساء، أميرة، خولة، شيماء".

سلمى



فہرس

| الصفحة | المحتويات: |
|--------|--|
| - | شكر و عرفان |
| - | إهداء |
| - | فهرس المحتويات |
| - | قائمة الجداول |
| - | ملخص |
| أ-ب | المقدمة |
| 15-05 | الفصل الأول: الفصل التمهيدي |
| 05 | 1- الإشكالية. |
| 06 | 2- فرضيات الدراسة. |
| 07 | 3- أهمية الدراسة. |
| 07 | 4- أهداف الدراسة. |
| 08 | 5- أسباب اختيار الموضوع |
| 09 | 6- تحديد المفاهيم إجرائيا. |
| 11 | 7- الدراسات السابقة. |
| 15 | 8- التعقيب على الدراسات السابقة. |
| 38-17 | الفصل الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال |
| 17 | تمهيد |
| 18 | 1. وسائل الإعلام |
| 18 | 1.1. تعريف الإعلام |
| 18 | 2.1. تعريف وسائل الإعلام |
| 18 | 3.1. مراحل تطور وسائل الإعلام |

| | |
|-------|---|
| 20 | 4.1. حاجات وسائل الإعلام |
| 21 | 5.1. وظائف وسائل الإعلام |
| 22 | 6.1. أهداف وسائل الإعلام |
| 23 | 2. وسائل الاتصال |
| 23 | 1.2. تعريف الاتصال |
| 24 | 2.2. تعريف وسائل الاتصال |
| 24 | 3.2. مراحل تطور وسائل الاتصال |
| 26 | 4.2. تصنيفات وسائل الاتصال |
| 27 | 5.2. تطور وسائل الاتصال |
| 29 | 6.2. مميزات وعيوب وسائل الاتصال |
| 30 | 7.2. أهمية استخدامات وسائل الاتصال في المجتمعات النامية |
| 32 | 3. الفايسبوك |
| 32 | 1.3. تعريف الفايسبوك |
| 32 | 2.3. نشأة وتطور الفايسبوك |
| 33 | 3.3. خصائص الفايسبوك |
| 35 | 4.3. ماذا يمكنك أن تفعل في الفايسبوك |
| 36 | 5.3. استخدامات الفايسبوك |
| 38 | خلاصة الفصل |
| 57-40 | الفصل الثالث: الوعي الاجتماعي لدى الشباب |
| 40 | تمهيد |
| 41 | 1. الوعي الاجتماعي |
| 41 | 1.1. تعريف الوعي الاجتماعي |

| | |
|--------------|---|
| 42 | 2.1. شروط تحديد الوعي الاجتماعي |
| 43 | 3.1. مكونات الوعي الاجتماعي |
| 44 | 4.1. خصائص الوعي الاجتماعي |
| 45 | 5.1. أشكال الوعي الاجتماعي |
| 46 | 6.1. وظائف الوعي الاجتماعي |
| 47 | 7.1. وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي |
| 49 | 2. الشباب: |
| 49 | 1.2. تعريف الشباب |
| 50 | 2.2. فترات مرحلة الشباب |
| 50 | 3.2. أهم خصائص مرحلة الشباب |
| 52 | 4.2. معوقات مرحلة الشباب |
| 53 | 5.2. أهمية مرحلة الشباب |
| 54 | 6.2. أهداف العمل مع الشباب |
| 55 | 7.2. أثر العولمة الثقافية على حاجات الشباب |
| 57 | خلاصة الفصل |
| 97-60 | الفصل الرابع: الإطار المنهجي للدراسة |
| 60 | تمهيد |
| 61 | 1. المنهج المستخدم |
| 63 | 2. أدوات جمع البيانات |
| 64 | 1.2. الملاحظة |
| 64 | 2.2. الاستمارة |
| 64 | 3. مجالات الدراسة |

| | |
|-----|--|
| 66 | 1.3. المجال المكاني |
| 66 | 2.3. المجال الزمني |
| 66 | 3.3. المجال البشري |
| 66 | 4- عينة الدراسة |
| 67 | 5. عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج |
| 77 | 6. مناقشة فرضيات الدراسة |
| 77 | 1.6. مناقشة الفرضية الجزئية الأولى |
| 86 | 2.6. مناقشة الفرضية الجزئية الثانية |
| 94 | 3.6. مناقشة الفرضية الجزئية الثالثة |
| 95 | 4.6. النتائج العامة للدراسة |
| 99 | خاتمة |
| 102 | قائمة المراجع |
| - | الملاحق |

فهرس الجداول:

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس | 67 |
| 02 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير السن | 68 |
| 03 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق التخصص | 68 |
| 04 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم في طرح فكرة المواطنة | 69 |
| 05 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم المبحوثين في فهم العديد من المواضيع المتعلقة بوطنهم | 70 |
| 06 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تتيح للمبحوثين المشاركة في العديد من الأنشطة الاجتماعية | 71 |
| 07 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تعزز إحساس المبحوثين بالمسؤولية إتجاه وطنهم | 72 |
| 08 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تعمل على تنمية شعور المبحوثين بالانتماء والمسؤولية | 73 |
| 09 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تنمي حرية التعبير وإداء الرأي | 74 |
| 10 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تقدم حملات توعية وتثقيفية لوقاية المجتمع من المخاطر | 75 |
| 11 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تلعب | 76 |

| | | |
|----|---|----|
| | دروا في زيادة معرفة المبحوثين لحقوقهم وواجباتهم | |
| 78 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت الفاييسبوك دور في تنمية ثقافتهم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها الصفحات السياسية. | 12 |
| 79 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت الفاييسبوك يرفع من مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية | 13 |
| 80 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت الفاييسبوك يعمل على بناء جماعات ضغط تتاصر القرارات السياسية الهامة | 14 |
| 81 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت الفاييسبوك يسهم في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف أطياف المجتمع | 15 |
| 82 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت الفاييسبوك يلعب دورا في تغيير مواقف المبحوثين تجاه قضية ما بسبب المعلومات التي وردتهم من بعض الصفحات | 16 |
| 83 | يوضح ما إذا كانت النقاشات السياسية أثرت في المبحوثين عبر صفحات الفاييسبوك فقرروا مناصرة حزب سياسي معين. | 17 |
| 84 | يوضح ما إذا كان بناء على ما ورد في صفحات الفاييسبوك قرر المبحوثين أن ينتخبوا. | 18 |
| 85 | يوضح ما إذا كانت المعلومات الواردة من الفاييسبوك تقوم بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية. | 19 |
| 87 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المواضيع البيئية المتداولة عبر صفحة الفاييسبوك متنوعة لتصبح أكثر واقعية وشمولا | 20 |

| | | |
|----|--|----|
| 88 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك تعتبر من بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي | 21 |
| 89 | يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك ساهمت في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة | 22 |
| 90 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المعلومات التوعوية البيئية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك تحولت إلى ممارسات فعلية. | 23 |
| 91 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي | 24 |
| 92 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك تبرر جهود الدولة والمختصين في البيئة حول حماية الكوكب من الكوارث البيئية. | 25 |
| 93 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك تساهم في الكشف عن المناطق المتضررة بيئياً. | 26 |
| 94 | يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي للفايسبوك يحث على استغلال موارد صديقة للبيئة. | 27 |

ملخص

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي. وذلك من خلال طرح التسؤل الرئيسي التالي: هل لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف؟ وللإجابة على هذا التسؤل تم وضع الفرضية العامة التالية: لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف.

وقد شملت هذه الدراسة ثلاث (03) فرضيات جزئية كانت على النحو التالي:

1. للفيسبوك دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد، الطارف.
2. للفيسبوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد، الطارف.
3. للفيسبوك دور في التوعية البيئية لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد، الطارف.

تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 21 طالب وطالبة من جامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف.

وقد استخدم المنهج الوصفي في هذه الدراسة باعتباره أنسب المناهج البحثية لمثل هذه الدراسات، كما تم تطبيق الاستمارة كأداة لجمع البيانات. وبعد مناقشة وتحليل البيانات تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تبين أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور.

ملخص

- بالنسبة لعامل السن تبين أن أعلى نسبة مسجلة هي الفترة العمرية ما بين 23 إلى أقل تماما من 28. وذلك راجع إلى إختيار المجتمع الأصلي فئة الماستر بتخصيصه.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تتمي حرية التعبير وإبداء الرأي.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تلعب دورا في زيادة معرفة المبحوثين لحقوقهم وواجباتهم.
- تبين ان الفايسبوك يعمل على رفع مستوى الوعي الشعبي لدى المبحوثين في الديمقراطية.
- تبين أن الفايسبوك يساهم في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف أطراف المجتمع.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي.
- ومن خلال الدراسة الميدانية تحققت الفرضيات الجزئية الثلاث ومنه تحقق الفرضية العامة القائلة: لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف.

Summary

Study summary:

This study aims to identify the role of the media and communication in forming social awareness among university students, by asking the following main question:

Do media and communication have a role in shaping social awareness among university students at the University of Chadli Bin Jadid, in the state of El-Tarf? In order to answer this question, the following general hypothesis was established: The media and communication have a role in shaping social awareness among university students at the University of Chadli Ben Jadid, the state of El-Tarf.

This study included three (03) partial hypotheses as follows:

1. Facebook has a role in promoting the values of citizenship among university students in the Department of Sociology at Chadli Bin Jadid University, Al-Tarif.
2. Facebook has a role in developing the political participation of the university student at the Department of Sociology at El-Shazly Benjedid University, El-Tarf.
3. Facebook has a role in the environmental awareness of the university student at Chadli Ben Jedid University, Al-Tarif.

The study was applied to a random sample of 21 male and female students from the University of Chadli Bin Jadid in the state of El-Tarf.

The descriptive approach was used in this study as the most appropriate research method for such studies, and the questionnaire was applied as a tool for data collection.

After discussing and analyzing the data, the following results were reached:

- It was found that the percentage of females is more than that of males.
- With regard to the age factor, it was found that the highest percentage registered is the age period between 23 to less than 28. This is due to the community's original selection of the master's category with his specialization.
- Facebook social networks have been shown to promote freedom of expression and opinion.
- It was found that Facebook social networks play a role in increasing the respondents' knowledge of their rights and duties.
- It was found that Facebook is working to raise the level of popular awareness among respondents in democracy.
- It was found that Facebook contributes to providing a healthy environment for dialogue between the various spectrums of society.
- It was found that Facebook social networks helped instill a culture of preserving the environment on a daily and automatic basis.
- Through the field study, the three partial hypotheses were realized, and from it the general hypothesis was realized: Media and communication have a role in shaping social awareness among university students at the University of Chadli Bin Jadid in the state of El-Tarf.

مقدمة

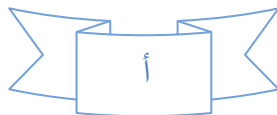
مقدمة:

لقد أدى التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال إلى إحداث ثورة حقيقية جوهرية مست جميع مجالات الحياة، وبدأت آثار هذه التغيرات على مستوى الجماعات والأفراد ليس على المستوى المحلي فقط بل تعدى ذلك إلى المستوى العالمي، محدثة ظواهر جديدة، وتأثيرات مباشرة على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية.

كما عملت هذه الوسائل الاتصالية على معالجة القضايا السياسية، الاجتماعية الثقافية والبيئية، عن طريق الشبكة العنكبوتية التي كان الهدف من إنشائها هذه الأخيرة اجتماعيا ترفيهيا لكن سرعان ما أصبحت ذات طابع توعوي، ومن هنا ظهرت مفاهيم وأشكال عديدة للوعي حيث نجد: الوعي الاجتماعي، البيئي، الوعي السياسي، الوعي الديني... الخ.

وقد عمل العالم الافتراضي على دعم هذه المفاهيم ونشرها على مدى واسع من خلال وسائط مختلفة أهمها الفايسبوك الذي أصبح من ضروريات الحياة اليومية بالنسبة لهم، وبالتالي فمن خلال الحملات الإعلامية المختلفة التي شارك فيها كل من مختصين وعلماء، وطلبة جامعيين وفئة من المجتمع المدني، ثم نشر وترويج سلوكيات واتجاهات تعمل على زيادة وعلى الجمهور بالمشكلات المختلفة التي يواجهها المجتمع بصفة يومية، وتعزيز روح التفاعل بين الأفراد في إطار واقع اجتماعي معين وانصهار مدركاتهم وتصوراتهم واتجاهاتهم وأحاسيسهم الذاتية والموضوعية، في صيغة حقائق معرفية قنوات إيمانية وتصورات ومسلمات، لأن الوعي الاجتماعي خطوة مهمة في تطوير الذات العاقلة.

وفي ضوء ما تم التطرق إليه آنفا تأتي هذه الدراسة لرصد دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد، الطارف، وتم تقسيمها إلى أربعة فصول:

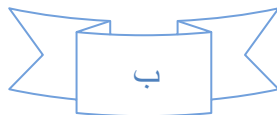


مقدمة

تم التطرق في الفصل الأول إلى كل من إشكالية البحث، أسباب الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، تحديد المفاهيم بالإضافة إلى الدراسات السابقة أما الفصل الثاني فيحتوي على الجانب النظري لوسائل الإعلام والاتصال حيث تم التطرق فيه على مفهوم كل منهما، والخصائص، الأهداف، الوظائف.

بعدها الفصل الثالث الذي يحتوي على الجانب النظري للوعي الاجتماعي وكذا الشباب.

أما الفصل الرابع فيشمل كل من المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة بالإضافة إلى العينة ومجالات الدراسة، وأخيرا عرض وتحليل البيانات والنتائج.



الفصل الأول:

الفصل التمهيدي

1- الإشكالية.

2- فرضيات الدراسة.

3- أهمية الدراسة.

4- أهداف الدراسة.

5- تحديد المفاهيم إجرائيا.

6- الدراسات السابقة.

7- التعقيب على الدراسات السابقة.

1- الإشكالية:

تطورت وسائل الإعلام والاتصال في السنوات الأخيرة تطورا هائلا، بفعل التقدم العلمي والتكنولوجي، وبالتالي فقد أصبح الإعلام عبر مختلف وسائله ومستوياته أداة لا يمكن الاستغناء عنها أو تهميشه دورها لكافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء.

وفي ضوء متغيرات العصر تضاعفت وظائف الوسائط الإعلامية والاتصالية، وزاد اعتماد الأفراد عليها لتلبية الكثير من احتياجاتها وإشباع رغباتهم، وتضاعف كذلك الوقت الذي يقضيه الفرد للتعامل معها، حتى أصبحت جزءا من حياته أيا كانت قدرته العقلية ومستواه الاقتصادي.

ولوعدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنه استخدموا الإعلام في علاقاتهم وتسيير شؤونهم وفي توثيق من في حياتهم لأنه يعمل على تزويدهم بالحقائق والأخبار الصحيحة بطريقة ديناميكية.

وفي هذا السياق يمكن الإشادة بأهمية وسائل الإعلام والاتصال ودورها في حياة المجتمعات لما لها من قدرة في التأثير على الأفراد في القضايا المهمة وخلق رأي عام حولها ومن بينها القضايا المتعلقة برفع نسبة الوعي الاجتماعي باعتبارها الناشر والمروج للفكر إلى جانب العديد من المؤسسات مثل: الأسرة، المدرسة، المسجد، ... الخ. لما تحمله من مضامين اقتصادية، سياسية، وإيديولوجية تساعد في ترسيخ ثقافة المجتمع وتشكيل وعي اجتماعي لدى الأفراد في عصر العولمة الإعلامية.

وعليه فإن الوعي الاجتماعي يركز على ضرورة تحديد مدى معرفة الأفراد بالقضايا المستجدة الخاصة بكل المنظومة الثقافية، السياسية، الاجتماعية والبيئية. لأن المعرفة هي

التي تتحكم في سلوكيات الأفراد من أجل تحسين تفاعلهم وإعطائهم تصورات واتجاهات إيجابية، وضمن هذا التوجه يمكن القول بأن الوسائل الاتصالية.

تلعب دورا مهما في حياة الطالب الجامعي، بوصفه شابا أتيحت له الفرصة في الحياة أن يتلقى تكوينا عاليا لكي يكون أكثر عطاءا من غيره ويساهم بدوره في ترشيد سلوكيات المجتمع الغير واعى.

ومما سبق يتضح جليا أهمية وسائل الإعلام والاتصال من جهة، ومن جهة أخرى قدرتها على التأثير في الطالب الجامعي بصفة خاصة وحتى يتسنى لنا معرفة دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، لا بد من طرح التساؤل الرئيسي التالي:

هل لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد - الطارف؟

2- الفرضيات:

الفرضيات العامة: لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد، بولاية الطارف.

الفرضيات الجزئية:

الفرضية الجزئية الأولى: للفائس بوك دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد-الطارف.-

الفرضية الجزئية الثانية: للفائس بوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف.-

الفرضية الجزئية الثالثة: للفيس بوك دور في نشر التوعية البيئية لدى الطالب الجامعي بقسم علم اجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-.

3- أهمية الدراسة:

يتخذ هذا الموضوع أهمية بالغة كون أن مثل هذه الدراسات تعتبر انطلاقة مفاهيمية تخول لنا ادراك موضوع الوعي الاجتماعي حسبما يقتضيه الواقع من جهة كما أنه يمسه مجموعة من الشباب "الطالب الجامعي" بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تساهم في إثراء المكتبة وتستفيد منها بالتحديد الجهات البحثية العلمية في الدراسات الأكاديمية وطلبة قسم الإعلام والاتصال كما تبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على وسائل الإعلام والاتصال وإبراز دورها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

4- أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى تحقيق:

- لفت الانتباه إلى ضرورة الاهتمام بالدراسات المتخصصة في الإعلام والاتصال والدور الذي تقوم به وسائل كل منهما في تكوين الوعي الاجتماعي لدى الشباب.
- معرفة الإشاعات المحققة من استعمال الوسائل الإعلامية من طرف الشباب.
- التعرف على دور وسائل الإعلام والاتصال في عملية بلورة الوعي الاجتماعي للشباب الجامعي بقضايا الفرد والمجتمع المختلفة.
- التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للوسائل الإعلامية وبين مستوى معرفتهم ووعيهم بالقضايا والأحداث الراهنة.

5- أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- ميل الباحثة الشخصي لهذا الموضوع.
- الرغبة في معرفة مدى وعي الشباب بالإحداث الاجتماعية الراهنة.
- الرغبة في التعرف على ما يبرزه الفاييس بوك من قيم إيجابية والذي بدوره نجح في استمالة عدد كبير من المستخدمين خاصة الشباب.
- اهتمامي بتطورات وموضوعات الفاييس بوك باعتباري من المهتمين لما يشير عبر صفحته.
- محاولة التعرف على أهمية وسائل الإعلام والاتصال في حياة الشباب.

الأسباب الموضوعية:

- انتماء الموضوع لحقل علم الاجتماع والاتصال.
- جعل المذكرة محل استنادة للطلبة.
- انتشار استخدام وسائل الإعلام والاتصال بشكل كبير بين مختلف الفئات في الجزائر خاصة موقع الفاييس بوك.
- أما اختيار فئة الشباب "الطلبة" فذلك راجع لأهمية هذه الفئة في المجتمع بافتراضها الأكثر وعيا وتعمل، إضافة إلى كبر حجمها كما أنها الطبقة الأكثر استعمالا للانترنت.

6- تحديد المفاهيم:

1- وسائل الإعلام: هي مجموعة التقنيات والوسائل التي تبث عبرها العديد من المواضيع المختلفة هدفها نشر الأخبار والترفيه والتسلية.

2- وسائل الاتصال: هي الوسائل التي تقوم بتوجيه رسائل إلى الجمهور وتوصيل الأفكار والآراء والمعلومات في كل مكان، هدفها التأثير على المرسل إليه.

3- الفاييس بوك: هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين أصدقاء من كل أنحاء العالم ويساعدهم على تبادل المعلومات والأفكار والخبرات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها ويساعد على تكوين علاقات في فترة وجيزة.

4- الوعي: معرفة الإنسان لما يحدث حوله من أمور وحوادث ويكون على دراية ومعرفة تامة به، من خلال وعيه ومدى المعلومات التي يمتلكها.

5- الوعي الاجتماعي:

الوعي الاجتماعي هو اتجاه عقلي يمكن للفرد من ادراك ذاته والبيئة المحيطة به ثم بدرجات متفاوتة بين أفراد المجتمع أي أن يستخدم الفرد كل القوى العملية حسب تطوره الاجتماعي بمعنى أنه الاستجابة الصحيحة للمؤشرات الخارجية.

6- الشباب:

هي فئة عمرية مهمة داخل المجتمع، يكون فيها الشباب قادر مستعد لتقبل القيم والمعتقدات الجديدة، والسائدة في مجتمعه هدف هذه الفئة هي إشباع الحاجات الاجتماعية الأساسية.

7- القيم:

يقصد بالقيم تلك العادات والأخلاقيات والمبادئ التي تستخدمها، وتمارسها في الكثير من تفاصيل الحياة اليومية.

8- المواطنة: هي الصفة التي تمنح للمواطن والتي تحدد بموجبها عدة أمور منها الحقوق والواجبات.

9- قيم المواطنة:

هي عبارة عن التزامات متبادلة بين الأشخاص والدولة من خلال حقوق تمنحها الدولة للأفراد، وواجبات يقومون بها، وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في غرس هذه القيم النبيلة فيما بينهم.

10- المشاركة السياسية:

هي طريقة شرعية للتعبير عن أفكار الفرد واحترام حقوقه ضمن إطار مؤسسات أو جماعات المجتمع من خلال الإسهام والممارسة في عملية اتخاذ القرارات أو السياسات المجتمعة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

11- الوعي البيئي:

هو درجة الإدراك على المستويين الفردي والمجتمعي لأهمية المحافظة على البيئة وحمايتها، والتعامل معها، دون الجور عليها لتطويعها من أجل تحقيق غايات فردية سريعة للإنسان في المدى القصير تلحق بالبيئة أضرار على المدى الطويل.

7- الدراسات السابقة:

يسعى الباحث في الكثير من العلوم إلى الإطلاع على الدراسات السابقة في مجال اختصاصه التي يمكن أن يعتمد عليها في إيضاح مختلف جوانب موضوع الدراسة ولما توفره للباحث من اطلاع وفهم أكثر للموضوع. كما أن الدراسات السابقة أهمية وفائدة في مجال البحث. وفي حدود الإطلاع فقد تم التوصل إلى مجموعة من الدراسات والأبحاث التي تناولت أحد المتغيرات الدراسة كما يلي:

دراسة حلس موسى عبد الرحيم، مهدي ناصر علي 2010م: بعنوان "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي":⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، وكذا استخدم الباحثان منهج المسح الاجتماعي، وأداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد تكونت عينة الدراسة من 219 طالب إناث وذكر.

توصل الباحثان في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- يتضح من خلال نسبة تعرض الطلاب لوسائل الإعلام مدى تأثير وسائل الإعلام على الوعي على الوعي الطلابي حيث وصلت نسبة الذين يتعرضون دائماً 92,7 % مما يؤكد نسبة ارتفاع في دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي وتمثل الراديو المرتبة الأولى من حيث الأهمية.

- تعتبر مشاكل الشباب والمراهقين من أهم القضايا التي تجذب انتباه الشباب في وسائل الإعلام.

- ساهمت وسائل الإعلام بإضافة معارف جديدة لدى عينة الدراسة بنسبة 80,8%.

¹ حلس موسى عبد الرحيم، مهدي ناصر علي (2010م): دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، كلية الآداب، جامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر، غزة.

دراسة السعيد بومعيرة 2006 م بعنوان: "أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر وسائل الإعلام على نشر القيم وتعزيزها وتغيير السلوكيات لدى الشباب الجزائري عامة. وقد استخدم الباحث أداة الاستمارة لجمع المعلومات، وتكوين عينة الدراسة من مجموعة من الشباب من الجنسين من مدينة البليدة. ومن أهم النتائج التي استخلصها الباحث ما يلي:

- أغلبية المبحوثين الشباب يعتقدون أن استعمالهم لوسائل الإعلام والتعرض لمحتوياتها تساعدهم على الارتباط أكثر بالقيم.
- أن دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم لدى الشباب يبقى مكتملا لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة والمدرسة والجماعات الأولية والمسجد. وكلما كان دور هذه المؤسسات قويا إلا وقل شأن وسائل الإعلام في تعزيز القيم.
- أن المبحوثين متشبعون بالقيم ذات البعد الاجتماعي التي تعلموها واستجمعوها بفعل عوامل التنشئة الاجتماعية والتي تضبط تفاعلاتهم اليومية وتجعلهم في سياق مجتمع انتقائي مثل المجتمع الجزائري بمعنى أنهم يعطون أهمية للآخرين في تفاعلاتهم وما سيصدره من أحكام بشأن أفعالهم وأفكارهم، وعليه فإن قيمهم هذه تمارس عليهم نوعا من الضبط الاجتماعي.
- أن وسائل الإعلام لا تقوم بتغيير قيم الشباب مثلما يعتقد البعض فلا تقوم بدور مكمل لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

¹ - السعيد بومعيرة (2006م): أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

دراسة محمد الفاتح حمدي 2009م بعنوان: "استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة وأثرها في قيمهم وسلوكياتهم اليومية"⁽¹⁾

الهدف من هذه الدراسة هو محاولا فهم وظائف استخدام وسائل الإعلام والاتصال وأثرها الإيجابي والسلبي في قيم وسلوكيات الشباب الجامعي في ظل موجة الغزو الثقافي داخل النسق الاجتماعي.

وقد تكونت عينة الدراسة من مجموعة من الشباب الجامعي وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن أغلبية المبحوثين يرون أن ما يعرض عبر مواقع القنوات الفضائية العربية من برامج وحصص يتنافى مع قيمنا وأخلاقنا الاجتماعية والدينية والثقافية السائدة في المجتمع بنسبة 97,32%.

- كشفت الدراسة أن ما يعرض عبر مواقع الانترنت من معلومات وصور مختلفة يتنافى مع قيمنا السائدة داخل الأسرة في نظر الشباب بنسبة 99,11%.

- من بين الأسباب التي أدت إلى تأثير وسائل الإعلام والاتصال في حياة الشباب الجامعي وتغيير نظرتهم إلى الحياة انطلاقا من هذه الوسائل هو تلبية رغباتهم، كذلك المضامين والتقنيات العالية والرفيعة التي توفرها هذه الوسائل.

¹ - محمد الفاتح حمدي (2009م): استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة وأثرها على قيمهم وسلوكياتهم اليومية، أطروحة ماجستير، جامعة باتنة.

دراسة مريم نريمان نومار 2011: بعنوان "استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى تأثير الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية التي تسمح بنسخ علاقات افتراضية، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، والاستمارة كأداة لجمع البيانات، وقد تكونت عينة الدراسة من 280 مفردة. توصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- بالنسبة لعادات وأنماط استخدام العينة فقد تبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمونه منذ سنة إلى ثلاث سنوات.
- يفضل 25,18% من المبحوثين خدمة التعليقات في الفايسبوك ثم الدردشة.
- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين يدخلون لموقع الفايسبوك بهويتهم الحقيقية.
- أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف والترفيه والتسلية.

¹ - مريم نريمان نومار 2011: ، استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة.

8- التعقيب على الدراسة:

استعرضت عدد من الدراسات ذات صلة بالدراسة التي أوضحت أن وسائل الإعلام والاتصال وكذلك الوعي الاجتماعي يعتبران من الموضوعات التي نالت اهتمام الباحثين. تختلف الدراسات وتتشابه أحيانا فيما بينهم من حيث الأبعاد والمتغيرات التي تم التركيز عليها من جانب كل دراسة.

وضمن هذا السياق فقد تشابهت الدراسة الحالية مع الدراسة الأولى:

جلس موسى عبد الرحيم وناصر علي إلى حد كبير، كون الموضوع نفسه وهو دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب. كما تشابهت الدراسة الثانية ل: السعيد بومعيرة، والدراسة الثالثة ل: الفاتح حمدي والدراسة الرابعة ل: مريم نزيهان نومان، مع هذه الدراسة في المتغير المستقل وهو وسائل الإعلام والاتصال.

أما بالنسبة للاختلاف فقد اختلفت هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم، وكذلك عينة الدراسة، بالإضافة إلى اختلاف في المجال المكاني والمجال الزمني والأهداف والأسباب.

وقد استفدنا من هذه الدراسات في جوانب عدة كونها تمتعت بالعديد من المراجع والمصادر، وبالتالي فقد ساعدتنا في صياغة الإشكالية وكذا في الجانب النظري للدراسة.

الفصل الثاني:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تمهيد

1- وسائل الإعلام.

2- وسائل الاتصال.

3- الفايبيوك

خلاصة الفصل

تمهيد:

لقد تطورت وسائل الإعلام والاتصال تطورا كبيرا جعلها تكتسح جميع مجالات الحياة، وتتميز هذه الوسائل بكونها فتحت للأفراد مجالا واسعا للمشاهدة والاستمتاع والقراءة، ومن مميزات هذه الوسائل أنها تدخلت في جميع المجالات الاجتماعية، التربوية، الثقافية، والاقتصادية. فأصبحت تؤثر على سلوكيات الفرد كالسلوك الاجتماعي والاقتصادي ...

فقد أصبحت جزء من الحياة المعاصرة كمعيار لمقياس مدى تطور المجتمعات للتحوّل نحو الحداثة والديمقراطية.

وبالتالي يقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية يندرج تحت المبحث الأول والمبحث الثاني ستة مطالب والمبحث الثالث يندرج تحته خمسة مطالب.

1- وسائل الاعلام

1-1- الاعلام:

لغة: أعلم فلان الخبر أي أخبره به.

أعلم الأمر وأعلم بالأمر: أي أطلعه عليه، وأعلم الشيء أي علمه.
والعلم جمع علوم وهو إدراك الشيء بحقيقته. (1)

اصطلاحا: هو تلك العملية التي يترتب عنها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي. (2)

1-2- وسائل الاعلام:

اصطلاحا: يقصد بها في الأصل جميع الأدوات التي تستعمل في صناعة الاعلام وايصال المعلومات إلى الناس بدءا من ورق الصحيفة وانتهاء بالحاسب الآلية والأقمار الاصطناعية، إلا أن وسائل الاعلام بصفة عامة تنقسم الى وسائل مقروءة سمعية ووسائل سمعية بصرية. (3)

التعريف الاجرائي:

هي مجموعة التقنيات والوسائل التي تبث عبرها العديد من المواضيع المختلفة هدفها نشر الأخبار والترفيه والتسلية.

1-3- مراحل تطور وسائل الاعلام

ارتبطت نشأة الاعلام وتطوره بتطورات تكنولوجيا على مستوى الوسائل والمستويات الأخرى كافة وقد مرت وسائل الاعلام بمرحلتين:

¹- المنجد في اللغة والاعلام: ط30، دار المشرق، لبنان، 1988، ص 527، 526.

²- محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، الاستخدام والتأثير، ط1، دار كنوز الحكمة، الجزائر، 2011، ص 03.

³- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 349.

- 1- مرحلة وسائل الاعلام التقليدية: وهي الصحافة الورقية، الاذاعة التلفزيون...
 2- مرحلة تكنولوجيا الاعلام: والمعلومات المتطورة متمثلة في الانترنت كوسيلة اتصال جماهيري.

وقد حولت الحاسبات الالكترونية التي أدخلت إلى المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية الستينات وطبقت في بداية السبعينات الجرائد والمجلات إلى خلايا أولية الكترونية مبشرة بتكوين نظام اجتماعي جديد للمعلومات تساعد فيه الحاسبات الالكترونية الناشرين على استقبال المعلومات وحفظها ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وتوزيعها أو نشرها بشكل يختلف تماما عن كل ما سبقها منذ صدور أول صحيفة.
 وترتكز تكنولوجيا المعلومات على النظم الحاسبات ونظم الاتصالات وأهم مكوناتها ما يلي:

أ-نظم الحاسوب: وتضم أوساط تخزين البيانات المختلفة ووسائل الاتصال المتعددة.

ب- تكنولوجيا البرمجيات: وتشتمل تصميم برامج تشغيل الكمبيوتر والتطبيقات المختلفة مثل قواعد البيانات.

ج- تكنولوجيا شبكات المعلومات: وهي تساعد على ربط الحاسبات ونظم المعلومات في أنظمة متكاملة على مستويات مختلفة.⁽¹⁾

¹- مصطفى يوسف كافي : الاعلام التفاعلي، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان،2015، ص 290،289.

1-4- حاجات وسائل الإعلام

تتطلب وسائل الإعلام عدة حاجات ضرورية نذكر منها: (1)

1-الجدارة الصحفية:

تقول براور Brower التي تتخصص شركتهما في خدمة الزبائن في مجال بيع وشراء العقارات وتطوير مراكز التسوق، أن اختبار الجدارة الصحفية هو ذاته في نشر العلاقات العامة والصحفية والمجلة أو محطة التلفزيون وتقول أن المبادئ الأساسية للفورية، الاهتمام المحلي، والغرابة تنطبق عليها، وبالنسبة للمجلات خاصة ما يعني بالتجارة منها، فإن المعلومات التي تطرح الجديد من المعرفة أو شيئاً يساعد القراء، لها أهمية استثنائية.

2- الكتابة الجيدة: Good writing

لا يوجد بديل عن الكتابة الجيدة، تقول براور "كلما كتبنا بالطريقة التي يريدها الصحفيون، كلما زادت فرص النشر، يجب أن تمتلك المهارات الأساسية لكتابة الأخبار"، حيث انها طبقت اختبارا للكتابة يجتازه الذين نريد تعيينهم.

وعلى الرغم من أوجه الشبه بين الكتابة للعلاقات العامة هم نواب عن زبائنهم.

3- المصادقية:

يؤكد الميثاق الأخلاقية لجمعية العلاقات العامة الأمريكية على أن عضو الجمعية يجب أن يلتزم بالحقيقة والدقة والمعايير العامة في حسن الذوق.

¹Carole Rich : كتابة الأخبار والتقارير الصحفية، ترجمة عبد الستار جواد، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2016، ص 353.

ويفضل هوكر النظر في اتصالات مشتركة على أنها كتابة من وجهة نظر وليس صحافة الرأي ويقول: "نحن لا نحاول أن نصبح كتاب تحقيقات ضمن حدود هذه الجدارة، نحن نكتب من وجهة نظر الشركة، ولا نحاول أن نذكر كل شيء"

1-5- وظائف وسائل الاعلام

لوسائل الإعلام عدة وظائف رئيسية هي:

أ- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

إن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الاعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الاعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوه ازداد تأثيرها فلا يعقل أن تخاطب من ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية. (1)

ب- زيادة الثقافة والمعلومات:

التثقيف العام هدفه هو زيادة الفرد بواسطة وسائل الاعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الاطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

والتوجيه العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الاعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم لها دون أن يكون هو المقصود، معلومات وأفكار وصوراً وأراء.

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير، لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية والاقتصادية أو سياسية تبث اليهم عبر الاذاعة والتلفزيون. (2)

¹- عبد الرزاق محمد الدليمي : وسائل الاعلام والاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2012، ص 218.

²- بن عودة العربي : اسهام وسائل الاعلام في ترقية المجتمع، مذكرة ماجستير ، في علوم الاعلام والاتصال، جامعة وهران، كلية العلوم السياسية والاعلام، 2006، ص 88.

ج- الاتصال الاجتماعي والعلاقات البيئية:

يعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الاعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية اليومي بين جميع فئات الجماهير.

د- الاعلان والدعاية:

تقوم وسائل الاعلام بوظيفة الاعلان عن السلع الجديدة التي تهتم المواطنين كما تقوم بدور مهم في حقوق العمل والتجارة عندما تتولى الاعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل، أو عندما تتولى الاعلان عن اجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ ... (1)

1-6- أهداف وسائل الاعلام

لوسائل الاعلام العديد من الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- نقل وتوصيل المعلومات للآخرين

تهدف وسائل الاعلام التي نقل المعلومات العلمية والأدبية والاجتماعية والسياسية التي تهدف في العالم ومما زاد في سهولة نقل المعلومات من جهة للأخرى توفر الأعمار الصناعية وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة المتطورة، ويشير عالم الاجتماع تشارلز رايت ميلر c.wright mills في كتابه the power elite الى أن جزءا بسيطا من معرفتنا عن العالم توصلنا اليه بأنفسنا وخبراتنا الشخصية أما الجزء الأكبر من التصورات والمعلومات فإننا توصلنا اليها عن طريق وسائل الاعلام والاتصال الجماهيري.

¹- بن عودة العربي : المرجع السابق، ص 89.

2- التأثير في آراء وأفكار الآخرين وتشكيلها:

ومن الأهداف التي تسعى إليها وسائل الاعلام التأثير في آراء وأفكار الأفراد وتشكيل هذه الآراء والأفكار سواء الدينية منها أو السياسية أو الاجتماعية أو غير ذلك. وكذلك فإنها ستستخدم للتأثير التجاري لترويج سلع معينة.

3- الترفيه والتسلية:

والهدف الثالث لوسائل الاعلام هو تحقيق الترفيه والتسلية لأفراد المجتمع سواء بما هو مكتوب في الصحف والمجلات وغيرها أو ما هو مشاهد على المسارح أو في دور السينما أو التلفزيون أو ما هو مسموع من المذياع وغيره. (1)

2- وسائل الاتصال

2-1- مفهوم الاتصال

لغة: تعني كلمة الاتصال والتي اشتقت من الأصل اللاتيني للفعل "communicate" بمعنى يشيع عن طريق المشاركة ويرجع أصل الكلمة في اللغة العربية الى الفعل يتصل والاسم بمعنى المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار والمعلومات عن طريق الكلام أو الاشارات. (2)

اصطلاحاً: يعرفه "محمود عودة" بأنه: العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه. (3)

1- علي كنعان : مدخل إلى الصحافة والاعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، لبنان، 2015 ص 5-6 .

2- الرازي محمد بن أبي بكر بن عبد القادر : مختار الصحاح، مكتبة النهضة، الأردن، 1984 ص 84-85.

3- جون كوليز، جيروم كاجان : أسس سيكولوجية الطفولة والمراهقة، ترجمة أحمد عبد العزيز، ط1، الأردن، 1986 ص

2-2- مفهوم وسائل الاتصال:

اصطلاحاً: تعرف بأنها الوسيلة التي بواسطتها توجيه رسائل للجمهور وتوصيل الأفكار والآراء والمعلومات في كل مكان يوجد فيه وهذه الوسائل قد تكون مطبوعة مثل الصحف والمجلات والكتب والنشرات والصور والرسم أو مسموعة مثل الراديو أو مسموعة مرئية مثل التلفاز والانترنت. (1)

التعريف الاجرائي:

هي الوسائل التي ساعدت على سهولة التواصل بين مختلف دول العالم وتبادل المعلومات فيما بينهم، وكذا نقل الأفكار إلى مختلف الأفراد.

2-3- مراحل تطور وسائل الاتصال (2)

لقد مرت وسائل الاتصال بكل مستجداتها واختراعاتها وتكنولوجياتها بتطورات تاريخية عديدة، ومن الممكن وضع تصور مناسب لتطور وسائل الاتصال المختلفة وكل المعارف المعتمدة على هذه الوسائل، ومن خلال النظام الاجتماعي الانساني الذي عاشه أسلافنا ونعيشه، بل وتتعايش معه نحو اليوم اتكون مراحل كالتالي:

أ- الرسوم والنقوش والكتابات الألفائية:

وهي مرحلة وسائل الاتصال والمعرفة المحددة، التي نتجت عن وسائل الاتصال والكتابات التصويرية والرسومات والنقوش السومرية والهيروغليفية، ومن أبرز الأمثلة عن ذلك، الكتابات والرسومات التي ظهرت في لغات وادي الرافدين في العراق القديم، وفي وادي النيل في مصر القديمة وقد كانت مثل تلك المعلومات والمعارف حكراً على طبقة محددة من الكهنة في الحضارتين المذكورتين، وغيرها من الحضارات التي ظهرت في تلك الفترة، والذين هم وبطبيعة نظامهم الاجتماعي والسياسي أصبحوا يحتكرون المعرفة. على

1- عماد سليمان موسى: المدخل الى الاتصال الجماهيري، مطبعة جامعة اليرموك، الأردن، 2004، ص 17.

2- عامر ابراهيم قنديلجي: الاعلام الالكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، لبنان، 2015، ص 31، ص 32.

مستوى الأمور الدنيوية الحياشية. مثل توزيع واستغلال الأراضي والانتاج وكذلك على المستوى الديني المتعلق بالطقوس الدينية، وعلى هذا الأساس فإن هذه المرحلة تتمثل في اختراع الكتابة البدائية والكتابة السومرية ثم تلتها الكتابة التصويرية، وبعدها مختلف أنواع الكتابة الألفبائية أو الكتابة الهجائية المتقدمة الأخرى.

ب- **الطباعة:** وقد تمثلت هذه المرحلة اللاحقة باختراع الطباعة التي كانت مراحلها

كالتالي:

1- الطباعة الحجرية.

2- الطباعة بالحروف المعدنية الثابتة. (1)

3- ثم بعد ذلك الطباعة المعدنية المتحركة .

4- ومن ثم مرحلة ظهور واكتشاف الطباعة الحجرية الثابتة في الصين أولاً.

5- ومن ثم الطباعة المعدنية المتحركة في أوروبا ثانياً، وهذه الأخيرة اعتبرت حالة

متقدمة على المرحلة التي سبقتها.

وقد أخذت هذه التحولات تغيراً، بل ثورة حقيقية شاملة في عالم الاتصال والإعلام، وتبادل المعلومات ونشر المعرفة فقد تغيرت وضعية المعلومات من مجرد تسجيل المعرفة التي نشرها والتعريف بها وقد ساعدت الطباعة على نشر التعليم وإلى تسهيل الاكتشافات العلمية والتطورات التكنولوجية التي قادت فيما بعد إلى ما هو معروف بالثورة الصناعية.

ج- **الوسائل المسموعة والمرئية:**

وتسمى أيضاً الوسائل السمعية والبصرية "audio_visuels" وهذه حالة جديدة

تمثلت في التحول نحو مختلف أنواع وسائل ومصادر الإعلام والمعلومات، المسموعة منها والمرئية، كالهاتف، المذياع، الراديو، ومن ثم التلفزيون وكل ما ظهر وما واكب ذلك من الوسائل السمعية والبصرية.

¹-عامر ابراهيم قنديلي: المرجع السابق ص 33.

د- الحاسوب:

لقد تطورت وسائل الاتصال بشكل ملحوظ، تمثل باختراع الحاسوب أو الكمبيوتر وكافة تطوراتها المختلفة اللاحقة، عبر مراحل وأجيال متعددة والتي منها:

- 1- مرحلة ظهور واكتشاف الحاسوب بجزأيه المتكاملين، المادي والبرمجي.
- 2- استثمار امكانات الحاسوب الهائلة في تخزين ومعالجة البيانات والمعلومات.
- 3- ومن ثم بث المعلومات واسترجاعها، وتحويلها الى معارف ديناميكية وفعالة في مختلف جوانب جوانب الحياة العلمية والعملية للانسان.

هـ- الانترنت والاعلام الالكتروني:

وقد تمثلت هذه المرحلة المتقدمة بالربط أو بالأحرى بالتزاوج بين تكنولوجيا الحواسيب المنظورة، التي تم تطويرها من جهة وبين تكنولوجيا الاتصال المختلفة الأنواع وتطوراتها لاوصولاً الى شبكات المعلومات المخوسية المختلفة وعلى رأسها الانترنت، والتي تعمل بالصورة والصوت بالاضافة الى الكتابة والطباعة.

ومن جانب آخر فإن هذه المرحلة الأخيرة هي مرحلة استخدام الإعلام المحوسب ونظام المعلومات المحوسب، وفي اتجاهين يبشران بمستقبل منظور جداً، معرفياً هما:

- 1- مرحلة شبكة المعلومات العالمية العملاقة الانترنت.

2- مرحلة الاعلام الالكتروني.

2-4- تصنيفات وسائل الاتصال

تمت تصنيفات حديثة لوسائل الاتصال، سنذكر مؤشرات تصنيفها وتسمياتها المختلفة على النحو التالي:

1- وسائل اتصال تبعا لمضمون الرسالة الاتصالية: وتتمثل في:

- وسائل اخبارية

- وسائل تسلية (ترفيه)

2- وسائل اتصال تبعا لتعميمات مفهوم: وتتمثل في:

- الاعلام العرضي (الطارئ)

- الاعلام غير العرضي.

3- وسائل اتصال تبعا لبعض انصار النظرية النقدية:

- وسائل الاتصال البديلة.

- وسائل الاتصال المسيطرة، ووسائل الاتصال الجماهيرية.

- وسائل الاتصال الشعبية.

2-5- تطور وسائل الاتصال:

يعتمد المجتمع المنظم على الاتصال بمختلف أنواعه، ومع تطور الوسائل الالكترونية الحديثة واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعد شديدة الأهمية ويمكن تمييز أنظمة الاتصال من خلال خمس ثورات أساسية هي:

1- الثورة الأولى:

وتتمثل عندما استطاع الانسان أن يتكلم إذ أصبح من الممكن ولأول مرة أن تجمع البشرية عن طريق الكلام خصيلة ابتكاراتها واكتشافاتها.

2- الثورة الثانية:

لقد حدثت هذه الثورة عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين اللين. وذلك منذ حوالي 3600 سنة قبل الميلاد، حيث حفظت هذه الألواح الطينية الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي في مراحلها الأولى. لقد استغرقت هاتين الثورتين الاتصاليتين معظم التاريخ البشري، وكانت السمة الرئيسية لهذا العصر هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديد والمشافهة أو حتى بعد اختراع الكتابة، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل.

3- الثورة الثالثة:

لقد اقترنت الثورة الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، ويتفق معظم المؤرخين على أن "يوحنا جوثنبيرج" هو أول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة وذلك حوالي سنة 1436م، وأن طباعة الكتاب المقدس باللغة اللاتينية في 1455م.

4- الثورة الرابعة: (1)

لقد بدأت معالم هذه الثورة الاتصالية خلال القرن التاسع عشر (ق 19) واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين وتتمثل هذه الثورة بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عنه الثورة الصناعية.

واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين (ق 20) وخاصة الوسائل الالكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه، وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأساليب معيشته وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية.

الثورة الخامسة:

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين، من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه، وقد تمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الالكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في حيز صغير للغاية، كذلك أتاحت التكنولوجيا ظهور خدمات عديدة ومتنوعة لتلبية حاجات الأفراد إلى المعلومات والترفيه مثل الحاسبات الشخصية المتقلة، والأقمار الصناعية والاتصال الكابلي، والميكرويف

¹- عامر ابراهيم قنديلجي: المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأنترنت، دار المسيرة، ط1، عمان،

والألياف الضوئية والاتصالات الرقمية وأدى ذلك إلى ظهور خدمات الاتصال الجديدة، التلفزيون ... والبريد الإلكتروني.

2-6- مميزات وعيوب وسائل الاتصال

وجد أن لكل وسيلة من وسائل الاتصال مميزات وعيوب فلا يوجد وسيلة مثالية كلها مميزات وليس بها عيوب، نذكر على سبيل المثال ما يلي:⁽¹⁾

الاتصال الهاتفي له مميزات مثل أنه يحقق السرعة في الاتصال وأنه اتصال من طرفين، ولكن من عيوبه أنه قد يسد فهم الرسالة، وأن المحادثة غير مسجلة ولا يمكن الرجوع إليها مدة أخرى ...

ومن المميزات الاجتماعية أنها وسيلة لعرض أفكار متعددة في وقت واحد، وأنه يمكن من خلالها استخدام أساليب التوضيح مثل الرسوم والأفلام والخرائط والتقارير ... أما عيوبها أنها اتصال من طرف واحد، وقد تستهلك وقتاً أكبر -مما هو مخطط له- من ساعات العمل ...

والمعاصرة تتميز بالسرعة والبساطة في تزويد المستقبل بالمعلومات وأنها مناسبة في توصيل معلومات كثيرة في وقت قليل، كذلك تعتبر المحاضرة هي الأسلوب التي لا بديل عنه في حالة وجود أسلوب اتصالي آخر لدى المرسل، أما من عيوبها أنها اتصال في اتجاه واحد في معظم الوقت، وقلة الفرص المتاحة أمام المستقبل للنقاش والحوار والمشاركة مع المرسل، كذلك من عيوب المحاضرة أنها لا تأخذ في اعتبارها الفروق الفردية بين المستقبلين، بل هم وجهة نظر المرسل سواء ...

¹- مدحت محمد أبو النصر: علم اجتماع الاتصال والإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر، مصر، 2016، ص 97
ص 98.

أما الحوار والنقاش الجماعي فمن مميزاته أنه اتصال في اتجاهين، ويتيح هذا الأسلوب فرص حقيقية أمام المستقبل للنقاش والحوار والمشاركة . ونادرا ما يشعر المستقبل بالملل ونادرا ما يحدث شروء المستقبل ولكن عيوب هذا الأسلوب أنه قد لا تتحقق هذه المميزات في حالة الأعداد الكبيرة من المستقبلين (الجمهور)، ويحتاج هذا الأسلوب إلى مرسل كفاء يستطيع أن يدير دفعة الحوار والنقاش تجاه تحقيق الأهداف الموضوعية، وقد يستأثر بعض الحضور بالحوار والنقاش... (1)

2-7- أهمية استخدامات وسائل الاتصال في المجتمعات النامية(2)

لوسائل الاتصال أهمية كبيرة في المجتمعات النامية، وتكمن هذه الأهمية فيما يلي:

1- تدعيم الشعور بالولاء والانتماء إلى أمة أو قومية:

يجب أن تعمل وسائل الاتصال في المجتمعات النامية على تنمية الشعور بالولاء والانتماء، وأن يدرك المواطنون مصلحتهم المشتركة وفائدة عملهم متعاونين من أجل تحقيق الأهداف.

¹- مدحت محمد أبو النصر، المرجع السابق، ص 98.

²- خيرى خليل الجميلي: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997م، ص66-67.

2- تعليم مهارات جديدة:

وسائل الاتصال تلعب دورا له أهمية في تحمل عبء ونشر التعليم في المجتمعات النامية حيث لا يمكن إعداد مدارس كافية لذلك يجب على وسائل الاتصال أن تراعي الاعتبارات التالية:

- وضع إستراتيجية واحدة للتعليم والإعلام.

- ربط وسائل الاتصال بالمناهج الدراسية التي تدرس في مدارس الأطفال وبرامج

تعليم الكبار

- استخدام وسائل الاتصال في جميع أوجه النشاط الزراعي والصحي و النظافة.

ويتم هذا من خلال تعليم الجماهير وإحياء الشعور بالأمل في حياة أفضل بين

الجماهير.

3- غرس الرغبة في التغيير وزيادة آمال الجماهير:

تهتم وسائل الاتصال في المجتمعات النامية بغرس الرغبة في التغيير وإدخال طرق

جديدة للتفكير والسلوك والشباب الجماهير معلومات واقعية وأخبار عن العالم الخارجي.

كذلك تعمل وسائل الإعلام على تمويل أولئك الذين قبلوا في الماضي حظهم بدون

اعتراض بحيث يصبحوا أكثر وعيا وإدراكا بالأفاق الجديدة.

3- الفاييبوك

3-1- مفهوم الفاييبوك:

أ- لغة: هو عبارة عن موقع اجتماعي تم إطلاقه في شهر شباط 2004 ويتبع شركة تقتل نفس الاسم ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية، والانضمام إليها، من نفس الموقع، وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عدة في دائرة فئة معينة، أو منطقة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة.(1)

ب- اصطلاحاً: الفاييبوك هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في عام 2004، في جامعة هارفارد، في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى مارك زوكربيرج (2)

ج- التعريف الإجرائي:

هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين أصدقاء من كل أنحاء العالم، ويساعدهم على تبادل المعلومات والأفكار والخبرات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها.. ويساعد على تكوين علاقات في فترة وجيزة.

3-2- نشأة وتطور الفاييبوك(3)

الفايبوك هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم، ومن مراحل تطوره نذكر مايلي:

¹ عامر إبراهيم قنديلجي: المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والانترنت، دار المسيرة، ط1، عمان، 2010، ص331

² مزري تش بن: قصة فايس بوك ثورة وثورة، ترجمة الهلالي، إصدارات سطور الجديدة، ط1، مصر، 2011، ص132

³ عامر إبراهيم قنديلجي: المعجم الموسوعي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والانترنت، دار المسيرة، ط1، عمان، 2010، ص331

تم إنشاءه في فيفري 2004 بواسطة أين التاسعة عشر من العمل مارك زوكر بيرج وذلك في غرفة بجامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية متاحا فقط لطلاب هارفارد ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية، ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيرا تم فتحه لأي شخص يرغب في فتح حساب به والآن يملك الموقع 880 مليون مستخدم، بمعنى آخر فإن شخصا واحدا من بين 31 شخص على الأرض لديه حساب في موقع فيس بوك بحوالي 57 لغة، ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعا أكثر من 500 مليون دقيقة على الموقع شهريا ومن الإحصائيات الأخرى لموقع فيس بوك مايلي:

- يبلغ متوسط عدد الاصدقاء لكل مستخدم 310 صديق.
- 48 % من مستخدمي الموقع ممن تتراوح أعمارهم بين 12 و 38 سنة يقومون بالاطلاع عليه بعد استيقاظهم من النوم منهم 28% يفعلون ذلك قبل حتى قياسهم من على السرير.
- نسبة المستخدمين من الذين تزيد أعمارهم عن 17 سنة تزيد باطراد وهي تمثل حاليا أكثر من 10% من اجمالي المستخدمين .
- المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 38 سنة و42 سنة هي الأسرع نموا بنسبة 52 سنويا.

3-3- خصائص الفايسبوك

هناك العديد من المميزات والخصائص التي يتسم بها موقع الفيس بوك لتجعله من أهم مواقع التواصل الاجتماعي الذي يمكن الاعتماد عليه في ترويج الحملات الاعلامية، وتتمثل تلك الخصائص فيما يلي:

- ان موقع الفيس بوك هو أكثر استخداما من بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، لدى الملايين من جمهور الانترنت في جميع أنحاء العالم وخاصة الشباب، وقد زاد عدد المستخدمين بشكل أسرع وأكثر من أي تكنولوجيا أخرى في التاريخ البشري.
- أكدت نتائج العديد من الدراسات الإعلامية، سواء الدراسات التي أجريت في الدول المتقدمة، أو الدول الأقل تقدما، على أن موقع الفيس بوك هو الموقع الأكثر تفضيلا والأكثر استخداما، والأشد تأثيرا على المستخدمين وخاصة الشباب، كما توصلت نتائج تلك الدراسات إلى أن أهم استخدامات الجمهور بصفة عامة، والشباب على وجه الخصوص للفيس بوك تتمثل في: التواصل الاجتماعي، والبحث على أصدقاء جدد، وتدعيم صداقات قديمة، والتعبير بحرية عن الآراء والأفكار.
- كما يتيح الفيس بوك عمل مجموعات، وإجراء المقابلات والمناقشات، والوصول إلى الجماهير المستهدفة من الحملة بسهولة.⁽¹⁾
- كما يتسم الفيس بوك بتطبيقاته المتعددة، حيث يمكنه العمل ضمن تطبيقات عديدة مثل: اليوتيوب، التويتر، خدمات الهاتف النقال، مما يتيح للقائم بالحملة ربط الفيس بوك بموقعه الإلكتروني وبالوسائل الاجتماعية الأخرى.
- كما يستخدم الفيس بوك في التعليم والمجال الأكاديمي، حيث توصلت نتائج العديد من الدراسات الأجنبية التي أجريت معظمها في الوم.أ والتي استهدفت التعرف على استخدام موقع الفيس بوك في التعليم وأثره في التحصيل الدراسي للطلاب، فله طرق في ابتكار طرق مختلفة للتعلم وتنمية القدرات العقلية والمهارات الإبداعية، بالإضافة إلى تدعيم التفاعل والتواصل الاجتماعي مع زملاء الدراسة والأصدقاء.

¹- حنان أحمد سليم: الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، مركز الدراسات الجامعية للبنات بالدرعية علي، الرياض، 2015، ص67.

- كما أصبح الفيس بوك بيئة افتراضية للحريات، والمطالبة بالمزيد من الحقوق، وسلاحاً لمواجهة الفساد والقهر، وطرح ومناقشة العديد من القضايا التي كان من الصعب إبداء الآراء فيها بحرية عبر وسائل الإعلام التقليدية، أو على أرض الواقع. (1)

3-4- ماذا يمكنك أن تفعل في الفيس بوك؟ (2)

1- البحث عن الأشخاص: لا يكون موقع الفيس بوك مجدياً في حال عدم استخدام الاسم الحقيقي عند التسجيل، ومن الممتع أن يجدهم أشخاص بعد قيامهم بعملية البحث عن اسمك (علماً أن سياسة الفيس بوك تحتم استخدام البيانات الحقيقية للأشخاص) لذلك نجد أن أعضاء موقع الفيس بوك يستخدمون أسماءهم الحقيقية، صورهم وبياناتهم الشخصية، وهناك من يستخدم أسماء رمزية كضوء القمر أو بسمة أمل أو الخزينة ...

2- الحصول على أصدقاء: يسهل موقع الفيس بوك عملية البحث عن الأصدقاء التي لديهم الاهتمامات نفسها. ذلك لأن البيانات الشخصية التي وضعتها عند التسجيل في موقع الفيس بوك سيطلع عليها باقي الأعضاء ومنها سيتعرفون عليك، فضلاً على أنه يمتلك محرك بحث سيساعد في قراءة بيانات الإحصاء والمساعدة في إيجاد أصدقاء لهم نفس الميول والاهتمامات .

3- الاستمرار على التواصل بين المعارف والأصدقاء والأقرباء: بإمكان الأشخاص التسجيل في الفيس بوك بسبب إعلان قمت بنشره لمناسبة معينة ونفس الشيء بالمقابل قد يصلك إعلان لمناسبة معينة يجعلك تنظم وتدخل الفيس بوك لمتابعة التفاصيل والانضمام .

4- سوق لنفسك واشتري وبع لنفسك: يمكنك استخدام الفيس بوك للإعلان عن نشاط أو مناسبة أو سلعة معينة.

1- حنان أحمد سليم: المرجع السابق، ص 68، 69.

2- أسامة بدري محمد العاني: احترف مواقع التواصل الاجتماعي، فيس بوك، تويتر، انستغرام، لينك ايدين، ط1، زمزمجو ناشرون وموزعون، عمان 2016 ص 17. ص 68، 69.

5-مراجعة تصرفات أبنائك: الفيس بوك لا يقتصر استخدامه على الطلبة ونشاطهم الاجتماعي إنما سيساعدك أيضا في التواصل مع أبنائك والتعرف على ميولهم وتصرفاتهم في موقع الفيس بوك وكيفية تواصلهم مع الآخرين.

3-5- استخدامات الفيس بوك⁽¹⁾

تشير احصائيات الاستخدام للفيس بوك أن تطورات مهمة قد حصلت وجعلت الشبكة العائدة له تتطور تطورا واضحا، وتشير إلى بعض من هذه الأرقام التي وثقت في نهاية عام 2011 والتي كانت كالتالي:

1- بلغ عدد مستخدمي شبكة الفيس بوك 800 مليون في نهاية عام 2011، وأن هذا الرقم قد وضعته في الصف الأول كأشهر وأكبر شبكة تواصل اجتماعي على الانترنت، ومن المتوقع أن يزداد هذا الرقم إلى المليار مستخدم ومشارك إن لم يكن أكثر في نهاية العام 2013.

2- ومن جانب آخر مثير فإن 50% من مستخدمي موقع الفيس بوك يدخلون الموقع كل يوم، والظاهر أنها أصبحت اجتماعية تجعل المستخدم يرتبط بها بشكل كبير ويزورها بشكل متكرر، فالكثير من المستخدمين لهذه الشبكة قد أصبحوا مولعين، بل وكما يقول البعض مدمنين على هذا الموقع ويعتبرونه جزءا من تحركاتهم اليومية، ومن الاحصاءات الأخرى بالنسبة الى شبكة الفيس بوك أن هناك ما يقدر بـ 510 الاف تعليق بكل دقيقة على الفيسبوك فضلا عن 136 ألف صورة جديدة تضاف إليه كل دقيقة وهكذا.

¹- عامر ابراهيم قنديلي: المرجع السابق، ص 315.

- 3- وبالإضافة إلى ما مر ذكره فإن دراسة مسحية أجرتها مؤسسة البحوث الوطنية في الـوم.أ كشفت أن العديد من المواطنين الأمر يتجهون إلى الشبكات الاجتماعية، بهدف الحصول على معلومات تتعلق بالصحة، وقد أجمع معظمهم على الآتي:
- أ- أن الموقع الشهير فيسبوك هو الوجهة أو الخيار الأفضل للحصول على مثل هذه المعلومات وكان ذلك بفارق شاسع حيث تلاه موقع يوتيوب، فيما بين آخرون أن موقعي ماي سبيس وتويتر، هما مقصدهم المفضل للبحث عن المعلومات.
- ب- ورجح واحد من بين كل أربعة مشاركين أن يكون لهذا المواقع الاجتماعية تأثيرا كبيرا للغاية أو مرجع حيال قراراتهم المتعلقة بالصحة مستقبلا.
- ت- ومن جانب آخر فإنه يشار إلى أن موقع تحول إلى سمة مشتركة لدى الجميع، وفي وقت قصير نسبيا، فهناك عدد كبير من المستخدمين العرب والأجانب يوجد لديهم اليوم حساب على المواقع الاجتماعية، وخاصة الفيس بوك.
- ث- كذلك فقد رصدت العديد من الصحف والمصادر الإعلامية الأخرى آراء الشباب في المنطقة العربية، حول مرجعية المواقع الالكترونية عموما، وموقع الفيس بوك، على وجه الخصوص. يكونها الملاذ الذي ينهلون منها المعلومات التي تهم حياتهم العامة والخاصة وأنهم يستخدمون المواقع الالكترونية للحصول على ماتريدونه من معلومات تهم الأسرة وتربية الأطفال، وطرق التعامل معهم، ويجدون بأن وسائل التربية الحديثة التي تنادي بها بعض المواقع لها أثر إيجابي على حياة الأسرة. (1)

¹ عامر ابراهيم قنديلي: المرجع السابق، ص 316.

خلاصة الفصل

حضي موضوع الإعلام والاتصال باهتمام المفكرين والأكاديميين والباحثين، وهذا راجع للدور الذي تلعبه هذه الوسائل في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة.

ومن بين أهم هذه الوسائل الأكثر استخداما في وقتنا الحالي، نجد الفيس بوك الذي انتشر بشكل كبير في الأوساط العالمية، ويعتبر الشباب الأكثر استعمالا لهذه الشبكة على غرار بقية الفئات الأخرى.

وقد حاولت في هذا الفصل تقديم أهم المفاهيم التي قدمت لمصطلح وسائل الإعلام وكذا وسائل الاتصال بالإضافة إلى الفيس بوك، كما تم التطرق إلى خصائص وأهداف ووظائف كل منهما إضافة إلى العديد من العناصر الأخرى المفسرة والمكملة لهذا الفصل.

الفصل الثالث:

الوعي الاجتماعي لدى الشباب

تمهيد

1- الوعي الاجتماعي

2- الشباب

خلاصة الفصل

تمهيد

يعتبر الوعي الاجتماعي من أهم المواضيع فالوعي هو همزة الوصل بين الفرد والعالم الخارجي الذي يعيش فيه، وبالتالي فمحاولة العديد من البلدان تغيير أوضاعها السياسية والاجتماعية، الثقافية والاقتصادية، راجع إلى ارتفاع وعي الجمهور وخاصة فئة الشباب. لأنهم الفئة الأكثر رغبة في إحداث التغيير في شتى الميادين بالنسبة لباقي الفئات المجتمعية الأخرى، وهذا بهدف تحقيق رغباتهم وطموحاتهم وأحلامهم المختلفة. ومن هنا تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية يندرج تحت المبحث الأول والمبحث الثاني (07) مطالب، أما المبحث الثالث فيندرج تحته مطالب.

1- الوعي الاجتماعي

1-1- مفهوم الوعي الاجتماعي

أ- الوعي:

لغة: من وعي الشيء أي حفظه وفهمه وقبله.⁽¹⁾

الوعي في القرآن الكريم: وردت كلمة الوعي في عديد من آيات القرآن الكريم

وبصيغ مختلفة.

قال تعالى: « لنجعلها لكم تذكرة ونعيها أذن واعية»⁽²⁾

وقوله تعالى: « والله أعلم بما يوعون»⁽³⁾

وكلمة يوعون من الإيعاء وهو ما يضر في الصدر والمقصود ما ترسب وخفي في

صدورهم من إثم وتكذيب وتدليس.

ب- الوعي الاجتماعي:

اصطلاحاً: يعرفه " أحمد اللقاني " بأنه: شحنة عاطفية ووجدانية قوية تتحكم في

كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد، ويتم تكوين وعي من خلال مراحل العمل التربوي في

مختلف مراحل التعليم، وكلما كان الوعي أكثر نموذجاً وثباتاً كان ذلك أكثر قابلية لدعم

وتوجيه السلوك الرشيد في الاتجاه المرغوب به.

التعريف الإجرائي: هو معرفة الانسان لما يحدث حوله من أمور وحوادث ويكون

على دراية ومعرفة تامة به من خلال وعيه ومدى المعلومات التي يملكها.

¹ -ابن منظور: تحقيق عبد الله علي الكبير وآخرون، دار العرب، مصر، 2000، ص748.

² -قرآن كريم: سورة الحاقة، الآية 12.

³ - قرآن كريم: سورة الانشقاق، الآية 23.

1-2- شروط تحديد الوعي الاجتماعي⁽¹⁾

إن تحديد الوعي وقولبته يتطلب جوانب مختلفة لدى الانسان لعضو أو كنفس، ولدى الفرد كأحد مكونات المجتمع، لذلك لتحديد الوعي يستوجب دوما الأخذ بنظر الاعتبار هذه الوضعيات والتي هي شروط ضرورية جدا للكشف عنها وهي:

1- الشروط العضوية الفاعلة في تحديد الوعي:

وهي طبيعة الجسم الذي يكون في حالات مختلفة من القوة والضعف والتركيب والخصائص المختلفة، ودون إقصاء للحياة النفسية ومؤشرات المحيط الاجتماعي، فطبيعة الجسم كبناء قائم محدد طبيعة الوعي ودرجة نموه، فالجسم المعتل يختلف عن الجسم السليم، والحكمة تقول "العقل السليم في الجسم السليم" فإصابات الجسم تؤثر سلبا في الوعي وسوء الهضم والألم المتقطع أو المتواصل يؤثر في التذكر وعمل العقل وهكذا...

2- الشروط النفسية الفاعلة في تحديد الوعي:

إن البعد العاطفي عند الأفراد لا يمكن إغفاله أو تحديده في تحديد الوعي لأنه هو من يحدد طبيعة العلاقة مع الأفراد الآخرين ومع البيئة المحيطة، فالانطباع الشخصي هو معنى ذاتي قد يختلف عن المعنى عند الآخرين، وقد تختلف قيم الفرد عن قيم الآخرين في طريقة بنائها أو في طريقة النظر إليها باعتبار عوامل ذاتية متفردة، وما يؤخذ كمثال يقتدي به.

3- الشروط الاجتماعية في تحديد الوعي:

البيئة الاجتماعية تؤثر على وعي الأفراد والجماعات، لأن الفرد مهما كانت درجة وعيه لا يأخذ دوره في إطار ينتج الوعي، وأفكار أفراد المجتمع هي ما يحدد اتجاه التفكير، وهي ما يؤثر على الوعي سلبا وإيجابا وقوة الوعي تتحدد حسب الظروف

¹ - أحمد طاهر مسعود: المدخل إلى علم الاجتماع العام، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص104، 103.

المساعدة لأن الدور الاجتماعي يحتم تطور مستوى التفكير، وإدراك العلاقات وبناء نمط متواصل من آليات التعامل مع المواقف والمجتمع هو المحفز لأي نشاط إبداعي في كافة المجالات.⁽¹⁾

1-3- مكونات الوعي الاجتماعي

يتكون الوعي الاجتماعي من ثلاث (03) مكونات رئيسية تميزه عن أشكال الوعي الأخرى يمكن أن نلخصها فيما يلي:

1-القيم:

وهي كل التفضيلات إزاء الأشياء والسلوك والوضعيات في الحياة الاجتماعية، والتي تنطلق من المبادئ المعتمد بها كأفكار ذات نجاعة ومردود، وكذا تلك الأحكام التي تنطلق على الأحداث والأشخاص والمواقف التي تؤسس لعلاقات اجتماعية، ومن ثمة فبلورة علاقة بين هذه القيم والسلوك المراد إنتاجه يفضي إلى وعي مستنبط من الواقع الذي هو المحك الأول دون إغفال المحكات الأخرى كما القانون ووسائل الضبط الأخرى كالعرف والتقاليد.

2- الاتجاهات:

عادة الاتجاه هو الميل والاستعداد للاستجابة إلى منه معين بطريقة أو أخرى في ظروف ومتطلبات معينة أيضا. ومادام الأفراد لهم ميول لفعل اجتماعي ما، فهذا يعني وجود اختيار بين أحكام ترجحها الحاجة الاجتماعية والحتمية البيولوجية، وما يلقي إقرار التوجه الاجتماعي السائد. لذلك فإنه بين المثير والهدف يوجد إشباع ويوجد تحقيق الدفاع عن الذات والتعبير القيمي والمعرفة وتحقيق المنفعة، وهي الوظائف الأربعة للاتجاه.

¹ - أحمد طاهر مسعود، المرجع السابق، ص104.

3- المعتقدات:

أن المعتقدات هي كل ما يدخل دائرة إيمان الفرد، ويفضله عن البدائل الأخرى سواء كانت هذه المعتقدات ذاتية تمتد على الفرد دون غيره بغض النظر عن أنها سوية أو مرضية، أو كانت اجتماعية بحيث يكون هذا الإيمان نابع لمعتقد الجماعة دون تمحيص أو حتى اعتراض في حال كان الاعتقاد إيديولوجي، ويوجد المعتقد الديني، ويكون في الغالب خارج محاولات تحرر الأفراد سواء كان الدين وضعياً أو سماوياً.

1-4- خصائص الوعي الاجتماعي

للووعي الاجتماعي العديد من المميزات والخصائص التي تميزه عن أشكال الوعي الأخرى نذكر منها:

1. إن ينشأ في سياق تكوين اجتماعي له خصائصه.
2. أن يتأثر بأنماط العلاقات الاجتماعية الأساسية في هذا التكوين الاجتماعي.
3. تدخل كل من الأفكار والآراء الدينية والفلسفية والأخلاقية في نطاقه.
4. إحاطته بكل الواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة ولهذا فهو أكثر شمولاً وتنوعاً وتعقيداً وأكثر ارتباطاً بالوجود الاجتماعي.
5. أن هناك مستويين للوعي الاجتماعي على أنه المستوى السيكولوجي أحدهما فردي والثاني جماعي.
6. أنه من يمكن التمييز على المستوى المعرفي والمباشر والوعي النظري الأكثر تجريداً فالیومی المباشر تعبيراً عن خبرة الحياة الیومیة المباشرة وحاجات البشر الیومیة أي أنه أكثر ارتباطاً بالوجود المباشر في الوعي النظري يحاول فهم جوهر الواقع الاجتماعي وظاهراته والقوانين الأساسية التي تحكمه.

1-5- أشكال الوعي الاجتماعي

للوعي الاجتماعي العديد من الأشكال نذكر منها :

أ- **الوعي الاجتماعي:** الوعي الاجتماعي وعي عام يشتمل على إحاطة أفراد المجتمع بمعدل القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وحتى العلمية التي لها دخل في حياتهم. (1)

ب- **الوعي السياسي:** إن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان فهو بحاجة إلى السياسة، فالحكم طبيعة في الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون فلا بد من نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري. (2)

ج- **الوعي الاقتصادي:** يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية اليومية مثل: تنظيم وإدارة وسائل الإنتاج على المستوى، وفاعلية البشر وروابطهم في عملية الإنتاج، التوزيع، التبادل والاستهلاك. (3)

د- **الوعي الديني:** يمثل الدين جزءا لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي. (4)

هـ- **الوعي الثقافي:** الثقافة هي في مجملها المعرفة والتعليم وأن الوعي بهما يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل، والوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل

1 - بوجلال عبد الله: الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد 1991، 147، ص42-45.

2 - ابن خلدون: العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر، ط2، لجنة البيان العربي، 1995، ص711-712.

3 - James Curran, ed, mass, communication ed. society, the open university first published. London ; 1979, p 50.

4 - عبد المعطي وعبد الباسط: الوعي الديني والحياة اليومية في القرية المصرية، مركز دراسات الوحدة العربية، مصر، 1989، ص7-8.

من عادات وتقاليد وأعراف وتدين وأحكام وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم. وهناك أشكال أخرى من أشكال الوعي وهي الوعي الأخلاقي، الوعي الديني والوعي القانوني، الوعي العلمي، الوعي بالذات، والوعي الطبقي. (1)

1-6- وظائف الوعي الاجتماعي (2)

الوعي آلية إدراك عالية المستوى وهو نشاط متكامل وموحد، لذلك فالقول بوظائف الوعي خاصة الاجتماعي فهو يؤدي وظائف متعددة كصقل شخصية الأفراد، ومساعدتهم في تحقيق مصالحهم وفق أحسن الطرق والأساليب. كما أنه هو السبيل للتواصل الجيد بين الأفراد وفق الضوابط المعمول بها ومن وظائفه ما يلي:

أ- **الوظيفة المعرفية:** باعتباره فعل تفكير ناتج عن ذات عارفة، في مقابل الطبيعة الاجتماعية كموضوع معرفة، ذلك أن الأفراد في سعيهم للمعرفة وإدراك العلاقات يبذلون جهداً كبيراً في التأمل والتقصي والاختيار، لذلك فالوعي الاجتماعي له وظيفة الإطلاع على أساليب الحياة عامة سواء المعرفة المتعلقة بالمصلحة الشخصية أو المتعلقة بالمصلحة الاجتماعية، ومن ثمة فالوعي الاجتماعي هو قولبة تفكير وسلوك الأفراد في مواقف معينة.

ب- **الوظيفة التربوية:** للوعي الاجتماعي وظيفة تربوية تتجسد بتواصل أفراد المجتمع حسب الأعمار والأجيال لنقل التجارب والخبرات، وما يتصل بحسن الأداءات الاجتماعية أي أن الوظيفة التربوية لا تقتصر على المعنى المعنوي بل أيضاً المعنى المادي أي كان، أي أنه له دور تربوي يسعى إلى إيجاد تجانس بين أفراد المجتمع وحفظ الانتماء والهوية الحضارية.

¹ - محمد علي محمد: الشباب والمجتمع، ط1، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1980، ص 222.

² - James Curran, ed, mass, communication ed. society, the open university first published. london ; 1979, p 50.

ج- الوظيفة الإعلامية: يطلع الوعي الاجتماعي أيضا بوظيفة الإعلام الذي يعني إيراد الخبر بكل مضامينه الإخبارية منها والتثقيفية، وذلك باعتبار وسائل الإعلام التي تمادت أكثر من أي وقت مضى في صنع التفاعل الاجتماعي الذي يخضع للتحقيق الاجتماعي وكل شيء قد يعاد فيه النظر أو يثبت أو يعدل أو يرفض من خلال صياغة الطرح في نقاش مفتوح قد يؤدي إلى إعادة إنتاج وعي اجتماعي بديل.

د- الوظيفة الإيديولوجية: وهي أن الوعي الاجتماعي لكمية ممتدة لها من مناحي قوة ومناحي قصور يسعى لإيجاد نسق فكري يخدم التوجهات والمثل العليا للمجتمع، وكل نظام اجتماعي قائم والوظيفة الإيديولوجية هذه لا تعني اجتماعا قيما سائدا بقدر ما يعني تخطيط فكري لتكريس توجه قائم يضبط النشاط والعلاقات الاجتماعية تحت إطار سياسي يهيمن على المجالات الأخرى.

هـ- الوظيفة العلمية والنفسية: وهي وظيفة تنطلق من الذات كإقبال على صياغة نموذج معرفي خاص لا يتعارض مع النموذج الاجتماعي السائد باعتبار مجموع المعارف والعلوم التي هي مقياس كل انجاز اجتماعي، هذا الانجاز الذي يلقي القبول اجتماعيا، ويحظى بقناعة شخصية في مواقف مختلفة. (1)

1-7- وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي

لوسائل الإعلام دور كبير في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الأفراد يمكن أن نلخصها في ما يلي:

أن تعدد الأشكال ومضامين وسائل الإعلام الحديثة المقروءة والمسموعة والمرئية التي تجمع بينها جعلها من المدخلات المؤثرة في الأفراد سواء تعلق الأمر بالجانب الشخصي أو الاجتماعي أو العلمي، وهذا نظرا لكم المعلومات والمعارف التي تتدفق على

¹ - شربال مصطفى: المرجع السابق، ص 144.

الأفراد والتي تتيح تباعا، وخاصة ما يعرف الآن بالإعلام الإلكتروني الذي يعتمد على الواقع الافتراض، ويتيح للأفراد خاصية التفاعل وإبداء الرأي مما يجعلهم غير متلقين بل متفاعلين ومصادر في ذات الآن. وهذا ما يتيح للأفراد تشكيل نماذج معرفية للخوض في مجالات الحياة المختلفة واكتساب المعارف والطرق وأساليب التعامل في المواقف المختلفة وسبل التكيف مع المستجدات ومن ثمة اكتساب وعي اجتماعي غير متاح سابقا لأن الوسائل تؤثر في طريقة إدراك الأفراد وترسم الصور الذهنية إزاء المواقف والقضايا المختلفة.⁽¹⁾

¹ - أحمد العاقد: من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح على التواصل الثقافي، المكتبة الأنجلومصرية، مصر، 1997، ص 238-239.

2- الشباب

2-1- مفهوم الشباب

لغة: يقصد بالشباب عادة الأفراد الذين هم في مرحلة المراهقة أي الأفراد ما بين مرحلة البلوغ الجنسي والنضج، والذين تتراوح أعمارهم بين 08 سنوات و24 سنة أي الذين أتموا الدراسة وتتميز هذه المرحلة بأنها مرحلة انتقالية إلى الشعور بالرجولة بالنسبة للرجال والأمومة بالنسبة للإناث، غير أن الفطرة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب غير محددة، قد يمدّها البعض إلى سن الثلاثين. (1)

اصطلاحا: يعد الشباب ظاهرة تخص أساسا مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة، حيث تبدو خلالها علامات النضج الاجتماعي والنفسي والبيولوجي، وتتوجه بعض المجتمعات إلى تحديد بداية مرحلة الشباب ونهايتها. (2)

اجرائيا: يعرف الشباب على أنه مرحلة أو فئة عمرية تتراوح ما بين 18-35 سنة تتميز بمميزات وخصائص تميزهم عن باقي الفئات الأخرى وهي مرحلة ما بين المراهقة والكهولة.

¹ - مليكة هارون: الاتصال في أواسط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص33.

² - سمير بعرج: دور التلفزيون الجزائري في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر 2006/2007، ص 17.

2-2- فترات مرحلة الشباب

تقسم فترات مرحلة الشباب إلى:

1- فترة ما قبل الحلم أو فترة المراهقة:

وتستمر من 12-15 سنة، وفي هذه الفترة يكون الفتى أو الفتاة في حالة عدم استقرار من النواحي الجسمية والانفعالية والإدراكية والاجتماعية نظرا لسرعة التحولات الجسمية وغير الجسمية التي يمران بها.

2- فترة الفتوة أو فترة الشباب الأولى:

تمتد من بداية سن المراهقة حتى سن الواحد والعشرين، وهي مرحلة انتقالية يتحول خلالها الشباب إلى رجل بالغ أو امرأة بالغة ويحقق فيها نضجه الجنسي ومستوى عاليا من النضج الانفعالي والاجتماعي.

3- فترة الرشد أو فترة الشباب الثانية:

تمتد هذه المرحلة من سن 21-30 سنة (1)

2-3- أهم خصائص مرحلة الشباب

يتسم الشباب كفئة عمرية بمجموعة من الخصائص، التي تجعلهم يتميزون عن باقي الشرائح العمرية الأخرى، لعل من أهمها ما يلي: (2)

1- الفاعلية والدينامية:

تتأتى هذه المرحلة من كون أن مرحلة الشباب تتميز بنمو واكتمال التكوين البيولوجي من ناحية، ونضوج واكتمال النمو النفسي والاجتماعي من ناحية أخرى مما يعني أنهم أصبحوا قادرين على تحمل المسؤولية، وبالتالي الاستعداد والقدرة على اتخاذ

1 - محمد السيد حلاوة: العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت والفايسبوك، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر 2011، ص14.

2 - نبيل عيسى جبريل موسى: الانعكاسات الاجتماعية لشبكة الانترنت، مؤسسة الجامعة للنشر، مصر، 2012، ص124.

القرارات الحاسمة التي تجعلهم أكثر فاعلية مع من يحيطون بهم سواء داخل الوسط الاجتماعي أو خارجه، وبهذا تصبح لديهم القدرة والرغبة في التواصل الاجتماعي بفاعلية أكثر ومهارة أكبر.

2- الميل للاستقلالية:

أي محاولة التخلص من الضغوط وكافة ألوان التسلط الاجتماعي لتأكيد الذات للتعبير عن الرغبة في التحرر والانفتاح، ومن ثم الخروج عن كافة أطياف الثقافة التقليدية السائدة، وبالتالي الإقبال المتزايد على وسائل الإعلام الجماهيري بشتى أنواعها كمتنفس لإشباع حاجاتهم وإرضاء تطلعاتهم ورغباتهم.

3- الرغبة في تغيير الواقع:

تتجلى هذه الخاصية من خلال قدرة الشباب على تقبل واستيعاب كل ما هو جديد ومستحدث سواء على الساحة الثقافية أو الاجتماعية... الخ. الأمر الذي يترتب عليه تصارع الأقطاب "صراع الأجيال" فالشباب لديهم طاقات وطموحات هائلة تتعارض مع ما هو سائد ومتعارف عليه داخل بيئة اجتماعية ما، ولهذا سوف يحاولون جاهدين من أجل تغيير الواقع وتطورهم بما يتماشى مع طموحاتهم وتطلعاتهم.⁽¹⁾

4- استيقاظ الغرائز:

من أبرز خصائص الشباب استيقاظ الغرائز وعادة ما تكون في مرحلة الشباب قوية وعنيفة جدا، ولذلك فهي تشكل خطرا على حياة المراهق والشاب إذا لم يتعامل معها بصورة صحيحة ويزيد من الهيجان الجنسي لدى الشباب والفتيات، انتشار الأفلام الخليعة وتزايد القنوات التليفزيونية الإباحية، وتكاثر المواقع الإباحية على شبكة الانترنت.

¹ - نبيل عيسى جبريل موسى: المرجع السابق، ص124.

5- حب الظهور والشهرة:

حيث يكون لدى الشباب رغبة جامحة في إثبات شخصياتهم وتوكيد ذواتهم وأنهم ليسوا أقل من الكبار في إنجاز وتوكيد ذواتهم وأنهم ليسوا أقل من الكبار في إنجاز الأعمال وغدارة المشاريع وتحمل المسؤوليات.(1)

2-4- معوقات إشباع الحاجات لدى الشباب(2)

هناك العديد من الاحتياجات الحقيقية للشباب، يطمحون لتحقيقها وإشباعها تلافياً للمشاكل المستقبلية، ولكن هناك العديد من المعوقات التي تعرقل طريق الحصول على هذه الاحتياجات نذكر منها ما يلي:

1- المعوقات الذاتية: وتتمثل في:

أ- **المرض الجسدي:** نعني بالمرض في هذا المقام ما يشمل الانحرافات الصحية المؤقتة والأمراض المزمنة، والانحرافات الجسمية وهي جميعاً تحد عادة من إمكانيات الشباب، وتقلل من كفاءته الجسمية والعقلية على السواء وتضعف من قدرته على المثابرة ومواصلة العمل والتركيز الذهني ومواجهة الأزمات.

ب- **النقص في الاستعداد العقلي:** سواء كان هذا النقص في الذكاء العام أو في العمليات العقلية والقدرات والمواهب الخاصة أو في المعارف والخبرات والمهارات العقلية أو في هذه المظاهر العقلية جميعاً، فالنقص العقلي في أي مظهر من مظاهره من شأنه أن يحد من فعالية الفرد ومن قدرته على تحقيق النجاح الدراسي والمهني، وبالتالي فإنه يكون سبباً من أسباب فشله في إرضاء بعض حاجاته وسوء توافقه النفسي الاجتماعي.

1 - محمد السيد حلاوة، رجاء علي عبد العاطي: العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة الانترنت والفايسبوك، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص16.

2 - أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم: العمل مع الشباب نظرة تحليلية اجتماعية، ط1، المكتب الجامع الحديث، مصر، 2016، ص80.

ج- **النقص الجسماني:**⁽¹⁾ إن رعاية الشباب الجسمانية أو نقصه الجسماني كبيراً ما يحد قدرته على التمييز والإدراك والمقارنة، فالأعمى والأبكم والأصم والكساح والمشلول ومقطوع اليدين أو الرجلين أو إحداهما تحول عاهاتهم هذه من غير شك بينهم ومن بين إرضاء كثير من حاجاتهم وتحقيق كثير من أهدافهم لأنها تحد من إمكانياتهم وفعاليتهم.

د- **تأصل بعض العادات:** الضارة لدى الشباب وسيطرة بعض العقد والمشاعر والاتجاهات السلبية عليه.

هـ- **عدم تكوين الشباب:** لفكرة واضحة عن الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها أو جهله بأهدافه الحقيقية أو تعدد أهدافه مع تعارضها.

2- المعوقات البيئية:

وهي العقبات التي ترجع إلى البيئة المحيطة بالشباب والتي يعيش فيها ويتفاعل مع عناصرها، وهي تشمل في مفهومها العام جميع العوامل الخارجية التي تقابل الشباب في حياته فتؤثر في سلوكه تأثيراً سلبياً أو ضاراً، وتحد من قدرته ومن نشاطه وفعاليتهم في تحقيق أهدافه وإرضاء حاجاته، سواء كانت هذه العوامل ترجع إلى البيئة المادية أو البيئة الاجتماعية أو البيئة الثقافية أو إلى هذه البيئات الثلاث جميعاً سواء كانت هذه العوامل توجد في البيت والأسرة أو في المدرسة وغيره من المؤسسات التي تنتمي إليها الشباب في أوقات فراغه أو إلى هذه الأوساط البيئية جميعاً.

2-5- أهمية مرحلة الشباب:

إن الشباب يمكن أن يكون لهم دوراً هاماً في إعادة تشكيل بناء المجتمع والعمل على الابتكار والإبداع في كافة المجالات... ولا يمكن أن يغيب عنا أن تزايد الدور الذي يمكن أن يقوم به الشباب خاصة في مجتمعات الدول النامية والمتخلفة حيث يكونوا أكثر قدرة

¹ - أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم: المرجع السابق، ص 80-81.

ورغبة في تحقيق التغيير في مجتمعاتهم وهم في هذا الشأن مدفوعين برغبة جارفة للتغيير بدافع ذاتي نابع من ثقافتهم المشتركة والحرص على تحقيق مصلحة المجتمع.

إن العمل مع الشباب هو عمل استثماري له عائد مضمون كما انه ليس من المصلحة عزل الشباب عن قضايا المجتمع ودفعه للركود والسلبية.

وتأتي أهمية مرحلة الشباب من أنها تمثل الثروة في قوة الإنسان وقدرته على العمل والعطاء وتتخلص مرحلة الشباب وأهميتها في النقاط التالية:

1- التمتع بالصحة والعافية.

2- الذروة في النشاط والعمل.

3- القدرة على تحمل المسؤوليات الكبيرة.⁽¹⁾

2-6- أهداف العمل مع الشباب:⁽²⁾

ويمكن تحديد أهداف العمل مع الشباب في النقاط التالية:

1- تنشئة الشباب اجتماعية كأفراد وكأعضاء في مجتمعهم عليهم واجبات

اجتماعية نحو غيرهم من خلال:

- الإيمان بالأهداف المشتركة.

- احترام النظم العامة والميل إلى إتباعها.

- القدرة على التعاون مع الغير.

- القدرة على الخدمة العامة وممارستها.

¹ - محمد السيد حلوة: مرجع سابق، ص13-14.

² - محمد سلامة غباري: الخدمة الاجتماعية ورعاية الشباب في المجتمعات الإسلامية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1983، ص56-64.

2- تنمية أحاسيس الشباب بمسئولياتهم:

من خلال زيادة الإنتاج وذلك لنهضة المجتمع ونموه ولن ينهض المجتمع وينمو إلا بزيادة الإنتاج ولكي يصبح الشباب قادرا على الإنتاج لا بد من إكسابهم لبعض المهارات التي تجعلهم قادرين على زيادة الإنتاج.

3- إشباع الحاجات الأساسية للشباب: وأهم حاجات الشباب:

- الحاجة إلى التغيير الابتكاري، الحاجة إلى الانتماء.
- الحاجة إلى المنافسة والحاجة إلى خدمة الآخرين والحاجة إلى الحركة والنشاط.

4- إتاحة الفرص التي يشعر الشباب من خلالها بالسعادة والرضا:

من أجل هذه الفرص تتكون الجماعات الصغيرة داخل مؤسسات رعاية الشباب وهي جماعات منظمة لها هدف محدد يتفق مع رغبات الأفراد ورغبات الجماعة في نفس الوقت ويسعى من خلال الأنشطة الترويجية المخططة لتحقيق هذا الهدف الذي يجعل الشباب يشعرون بالسعادة عندما يتحقق الهدف.

2-7- أثر العولمة الثقافية على حاجات الشباب: (1)

تلعب العولمة الثقافية دورا هاما في تشكيل البيئة الثقافية والشخصية الإنسانية بوجه عام كما تؤثر على الثقافة والوعي والإدراك الاجتماعي. ومن بين هذه الآثار الايجابية نذكر ما يلي:

1- إشباع حاجات الشباب المعرفية والعقلية حيث تزداد وتتنوع المعلومات والمعارف من خلال انتقال الأفكار والمعلومات والبيانات والقيم والأذواق ونمط الحياة على الصعيد العالمي.

1 - أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم: مرجع سابق، ص86.

- 2- زيادة وعي الشباب في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وتركيز الوعي والاهتمام من المجال المحلي إلى المجال العالمي أيضا.
- 3- الاستفادة من المعلومات والمعارف المتنوعة والتي لا حدود لها في تنمية الوعي الثقافي والتنوير العقلي للشباب.
- 4- الانفتاح على الثقافات الأخرى وعدم الانغلاق مع توجيه هذا الانفتاح لدى الشباب.
- 5- في ظل العولمة الثقافية قد يزداد وعي الشباب بهويته الوطنية.
- 6- أدت العولمة الثقافية وما صاحبها من تطور تكنولوجي في وسائل الاتصال المعرفية إلى زيادة مهارات الشباب في هذه الجوانب.

خلاصة الفصل:

يعتبر الوعي الاجتماعي لدى الشباب من أهم الأسباب المحركة لعجلة التطور والتقدم وكذا من أهم الأسباب التي أحدثت العديد من التغييرات في شتى المجالات، ففئة الشباب هي الفئة الأكثر نشاطا والأكثر تماشيا مع التطورات الحديثة في المجتمع كونهم يطمحون دائما إلى التجديد ومسايرة الأوضاع الاجتماعية المختلفة.

ومن هنا فقد تم التطرق في هذا الفصل إلى جملة المفاهيم الخاصة بمصطلح الوعي الاجتماعي وكذا الشباب كما تم التطرق كذلك إلى العديد من العناصر الأخرى المرتبطة بكلى المفهومين.

الفصل الرابع: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

1- المنهج المستخدم في الدراسة:

2- أدوات جمع البيانات.

3- مجالات الدراسة

4- مجتمع وعينة الدراسة:

5- تحليل البيانات وتفسير النتائج

6- مناقشة فرضيات الدراسة

تمهيد:

تكتسي الإجراءات المنهجية دورا مهما في مسار البحث العلمي، فهي التي ترسم معالم وآفاق البحث، وتعطي الباحث الأداة الفعالة لمتابعة خطوات بحثه وتحقيق الأهداف المتوقعة منه، فكلما كان الباحث على وعي تام بمجالات بحثه وكيفية التعامل معها متمكنا من المنهج الذي اختاره لبحثه، ويعلم مدى أهمية التكامل المنهجي في البحوث بكل أنواعها محددًا أدوات بحثه بدقة وعناية حتى يتجنب الوقوع في الأخطاء المنهجية، أو استعمال أدوات بحثه في غير محلها أو التقصير في توفير أداة ضرورية لبحثه، كل هذا دون أن نغفل عن جانب مهم وهو العينة المراد دراستها وكيفية إعدادها بحيث تكون ممثلة للمجتمع الأصلي، قدر الإمكان ولا تكون عينة مبتورة الجوانب لا تؤدي الغرض العلمي من إخضاعها للاختبار.

هذا ما حاولنا أن نتوفاه في مسار البحث قدر المستطاع.

1- المنهج المستخدم:

1-1- تعريف المنهج:

يختار الباحث العلمي منهجية البحث العلمي من أجل الحصول على المعلومات الدقيقة من العديد من المصادر والمراجع التي لها صلة بموضوع البحث العلمي الذي يتناوله الباحث.

ومن هنا يمكن تعريف المنهج على أنه:⁽¹⁾

" مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة".

ويعرف أيضا على أنه: ⁽²⁾

" الطريق أو الأسلوب المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، نهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته حتى تصل إلى نتيجة معلومة ".
ويعرف أيضا على أنه : ⁽³⁾

" مجموعة القواعد العامة التي يستخدمها الباحث للوصول إلى الحقيقة ".

1-2- المنهج الوصفي:

يرتبط اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الإشكالية التي تم تحديدها وبما أن هذه الدراسة تسعى التي جمع معلومات حول دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب.

1- موريس أنجلس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص98

2- أحمد بن مرسليل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات ، الجزائر، 2009، ص282-287

3- أحمد حسن الرفاعي: مناهج البحث العلمي، دار واصل للنشر، ط4-عمان، 2005، ص121.

فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع .

كما نحاول تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث بقصد الوصول إلى نتائج منطقية.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: (1)

" عبارة عن طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي للظواهر بطرق منظمة للوصول إلى حلول للمشكلة المراد علاجها، ولا يقتصر المنهج الوصفي على الوصف بل يتعدى ذلك بكثير فهو مظلة واسعة للبحوث والدراسات الإنسانية، يقوم على أساس وصف ظاهرة معينة ومحاولة تفسيرها وجمع البيانات وتصنيفها وتنظيمها والتعمير عنها كميًا وكيفيًا وصولًا لتعميمات وعلاقات وتفسير الظواهر".

وقد وقع اختيار المنهج الوصفي لتناسبه مع طبيعة البحث ومتطلباته وذلك في جانبه المتصل بطريقة الدراسات المسحية التي أثبتت نجاحها في دراسة مواقف الناس واتجاهاتهم وآرائهم بشأن مختلف القضايا والموضوعات والظواهر التي يعيشونها في حياتهم اليومية.

¹ - الحسن، السيد محمد الهاشم: الخصائص السيكومترية لأدوات القياس في البحوث النفسية والتربوية، مركز البحوث التربوية بجامعة الملك سعود، السعودية، 2006م، ص56.

2- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات من أهم الإجراءات المنهجية التي تقوم عليها الدراسة الميدانية، ويمكن اعتبارها كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، ومن هنا فقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على أداتين أساسيتين وهما الملاحظة والاستمارة وتم الاعتماد على هاتين الأداتين باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معمق.

2-1- الملاحظة:

يمكن تعريفها على أنها: "توجيه الحواس لمشاهدة ومراقبة سلوك أو ظاهرة معينة وتسجل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه".⁽¹⁾

وتعرف أيضا على أنها:

" وسيلة يستخدمها الاستبيان العادي في اكتسابه لخبراته ومعلوماته حيث نجح خبراته من خلال ما يشاهد أو يسمع عنه ".⁽²⁾

وقد تم استخدام الملاحظة في هذه الدراسة أثناء إجراء الزيارات الاستطلاعية للمؤسسة الجامعية، حيث وفرت لنا جملة من المعطيات التي جمعناها عن طريق الملاحظة وساعدتنا كثيرا في التحديد الدقيق لإطار هذه الدراسة.

بالإضافة إلى هذه الإدارة فقد تمت الاستعانة بأداة أخرى في هذه الدراسة ذات قيمة كبيرة في البحث العلمي وهي الاستمارة.

2-2- الاستمارة:

تعرف الاستمارة على أنها مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.

¹ - عماد بوحوش ومحمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، لبنان، 1995م، ص 89.

² محمد فتحي الكرادين: البحث العلمي، نظريات وتطبيقاته، مؤسسته عالم للنشر، ط1، مصر، 2015، ص 191.

وتعرف كذلك بأنها أداة لتجميع بيانات ذات صلة بمشكلة بحثية معينة وذلك عن طريق ما يقرره المستجيبون لفظيا في إجاباتهم عن الأسئلة المطروحة التي تتضمنها الاستمارة (1).

ولتحقيق أهداف الدراسة والكشف عن دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب، تم تصميم استمارة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من أفراد عينة الدراسة، وتم تقسيم هذه الاستمارة إلى أربعة محاور أساسية وهي كالتالي:

المحور الأول: يتضمن البيانات الأولية: ويحمل 5 أسئلة (من 1-5)

المحور الثاني: خاص بالفرضية الأولى: " للفايس بوك دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف".

وتضمن 8 أسئلة من (6-13).

المحور الثالث: خاص بالفرضية الثانية: " للفايس بوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف"

وتضمن 8 أسئلة من (14-20)

المحور الرابع: خاص بالفرضية الثالثة: " للفايس بوك دور في التوعية البيئية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف"

وتضمن 8 أسئلة من (21-29).

¹ - محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015م، ص293.

3- مجالات الدراسة:**3-1- المجال المكاني:** ويتمثل في المكان الجغرافي أو الجزء الذي ستجرى فيه

الدراسة الميدانية تحديداً، ويتطلب على الباحث التعريف الدقيق بالمكان الذي يمثل مجتمع بحثه والذي تتم سحب العينة منه.

وقد اخترت جامعة الشاذلي بن جديد الواقعة بولاية الطارف- والتي تشكلت بموجب

المرسوم التنفيذي رقم 12-242 في 04 جوان 2012م، حيث كان قسم علم الاجتماع ملحقا بمعهد اللغات والآداب.

تحتوي الكلية حالياً على قسم واحد وهو علم الاجتماع يؤطره مجموعة من الأساتذة

عدهم حالياً 42 من مختلف الرتب. أما عدد الطلبة الإجمالي في جميع المستويات والتخصصات هو 812 طالب وطالبة.

3-2- المجال الزمني:

ويتمثل في المدة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، حيث تمكنت من تحديد وضبط

إشكالية البحث من خلال جمع البيانات والمعلومات من المصادر، كما قمت بجمع كل المعطيات الخاصة بالجانب النظري، وأمتد هذا من شهر مارس إلى شهر أبريل.

بعدها تمت صياغة الاستمارة وتبويب البيانات وتفسيرها نتائجها بعد أن قمت بإرسالها إلكترونياً إلى عينته البحث.

وتم ذلك من 20 أوت 2020 إلى 30 من نفس الشهر والعام.

3-3- المجال البشري: يمثل المجتمع البشري للدراسة المجتمع الأصلي الذي تطبق

على أفرادهم جميع البيانات والمعلومات، والمجال البشري في هذه الدراسة هم طلبة علم

الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف. وكان عددهم واختلفت مستوياتهم فمنهم:

طلبة ماستر علم اجتماع الاتصال وطلبة ماستر تنظيم وعمل بجامعة الشاذلي بن جديد

المتكون عددهم من 100 طالب وطالبة.

4- عينة الدراسة:

تفرض العينة نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث حيث يلجأ عندها إلى اختيار عينة تجري عليها الدراسة.

وتعرف على أنها⁽¹⁾ : "عبارة عن تحديد عدد من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها المجتمع"

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة وهي أكثر أنواع العينات شيوعاً وتستخدم عندما يكون المجتمع الأصلي متجانساً.

وتعرف العينة العشوائية البسيطة على أنها⁽²⁾ : "وتعني أن الباحث يختار عينة الدراسة بحيث تكون الفرصة مساوية لعينة الدراسة في عملية الاختيار أي أن تكون ممكنة لمجتمع الدراسة، ويتم ذلك من حيث إعطاء كل فرد أو وحدة من عينة الدراسة رقماً، ومن ثم استخدام قائمة الأرقام الموجودة في معظم كتب الإحصاء لأخبار والأفراد أو الوحدات".

¹ - محمد زيان محمد: منهج البحث العلمي وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983م، ص 83

² - الضامن منذر عبد الحميد: أساسيات البحث العلمي، دار اليسر، الأردن، 2007م، ص 167.

05- عرض وتحليل البيانات:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

جدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|---------|---------|------------|
| 42,85 % | 9 | ذكر |
| 57,14 % | 12 | أنثى |
| 100 % | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 01 من المحور الأول من استمارة البحث.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور حيث قدرت نسبة الإناث 57,14% بينما نسبة الذكور 42,85%.

وهذا راجع إلى أن الإناث يتوجهن أكثر للتعليم بهدف إبراز ذاتهن في هذا المجال، وهذا ما جعلهن يكتسحن المراتب الأولى في حصولهن على شهادة البكالوريا في الجزائر خاصة في الآونة الأخيرة. أما الذكور فهم يفضلون التوجه للحياة العملية في سن مبكرة دون إتمام الدراسة بدافع تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي.

أما بالنسبة لهذه الدراسة فكانت نسبة الإناث أكبر كون الاستمارة قد وزعت بشكل عشوائي.

جدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير السن

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|---------|---------|------------------------|
| 42,85 % | 9 | 19 أقل تماما من 23 سنة |
| 47,61 % | 10 | 23 أقل تماما من 28 سنة |
| 9,52 % | 2 | أكثر من 28 سنة |
| 100 % | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 02 من المحور الأول من استمارة البحث

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع العينة وفق متغير السن أن نسبة المبحوثين الذين تصل أعمارهم إلى 19 وتقل عن 23 سنة هي 42,85 % أما الذين تصل أعمارهم إلى 23 وتقل عن 28 سنة تقدر نسبتهم بـ 47,61 % ونسبة المبحوثين الذين تجاوزت أعمارهم 28 سنة هي 9,52 %.

ومن هنا نستنتج أن أغلبية المبحوثين كانت أعمارهم من 23 سنة إلى أقل تماما من 28 سنة أي أنهم لا يزالون في مرحلة الشباب وهذه المرحلة بالذات هي محل دراستنا كونهم الأثر اتصالا بشبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك. كما أن هذه الفئة المتوقع أنها تميل إلى تحسين معارفها ومهاراتها ووعيتها عن طريق آلية التكوين الجامعي، كما أن العينة مكونة من طلبة السنة الثانية ماستر بتخصصيه " اتصال، تنظيم وعمل".

جدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد العينة وفق التخصص

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|---------|---------|-----------------------|
| 61,90 % | 13 | علم اجتماع الاتصال |
| 38,09 % | 8 | علم اجتماع تنظيم وعمل |
| 100 % | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 03 من المحور الأول من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة وفق التخصص، والذي تبين من خلاله أن نسبة 61,90% من اجمالي المبحوثين ضمن تخصص علم اجتماع الاتصال في حين نسبة 38,09% من اجمالي المبحوثين ضمن تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل. ومن هذا نستنتج أن أعلى نسبة هي نسبة تخصص علم اجتماع الاتصال والسبب في ذلك كون الاستمارة قد وزعت إلكترونياً، فكانوا طلبة ماستر علم اجتماع الاتصال هم الفئة الأكثر تجاوبا مع هذه الاستمارة.

المحور الثاني: للفيسبوك دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف

جدول رقم 04: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تسهم في طرح فكرة المواطنة:

| الإحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| موافق | 19 | 90,47% |
| محايد | 02 | 9,52% |
| معارض | 00 | 00% |
| المجموع | 21 | 100% |

المصدر: السؤال رقم 01 من المحور الثاني من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك تسهم في طرح فكرة المواطنة.

فكانت نسبة 90,47% من اجمالي المبحوثين موافقين على هذا الطرح وهذا بسبب مضمون الرسالة الإعلامية الاتصالية الذي يحتوي على ضرورة أن يتصف الفرد بالمواطنة وهي تعبر عن صفة الفرد الذي ينتمي للوطن، كما تعمل الحملات التوعوية على طرح قيم المواطنة والمتمثلة في: الحرية، المساواة، المشاركة، الولاء، الدفاع، المسؤولية... الخ. كونها

تعتمد على الإنفاق الجماعي القائم على أساس التفاهم من أجل تحقيق ضمان الحقوق الفردية والجماعية، وكانت نسبة 9,52 % من إجمالي أفراد العينة محايدين لهذا الطرح. كونهم لا يستعملون الفايسبوك بكثرة ولا يشاهدون الموضوعات التي يقدمها أو يمكن إرجاعها على اعتبارات شخصية تخص المبحوثين.

جدول رقم 05: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي

الفايسبوك ساعدهم في فهم العديد من المواضيع المتعلقة بوطنهم.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 00% | 00 | محايد |
| 00 % | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 02 من المحور الثاني من استمارة البحث.

من خلال هذا الجدول الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساعدهم في فهم العديد من المواضيع المتعلقة بوطنهم، فكان جميع المبحوثين موافقين على هذا الطرح أي بنسبة 100% ومن هنا نستنتج أن الفئة المدروسة تعتمد بشكل كبير على شبكات التواصل الاجتماعي في اكساب معلومة حول النظام السياسي والقوانين الخاصة بوطنهم كما تساعدهم في معرفة الوضع الاجتماعي والوضع الاقتصادي للدولة، وبالتالي فهذه الشبكات أصبحت بمثابة مكتبة عامة توجد بها الكثير من العناوين والمواضيع المتعلقة بالشأن الوطني والتي بدورها تعطي وعي عام للجمهور بالمستجدات الخاصة بوطنهم مع مراعاة المصداقية وكذا عامل الزمان والمكان.

جدول رقم 06: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تتيح للمبحوثين المشاركة في العديد من الأنشطة الاجتماعية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 33,33% | 7 | موافق |
| 38,09% | 8 | محايد |
| 23,80% | 5 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 03: من المحور الثاني من استمارة البحث

يتضح من خلال هذا الجدول الذي يمثل رأي المبحوثين في ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تتيح لهم المشاركة في العديد من الأنشطة الاجتماعية، فكانت نسبة 38,09% منهم محايدين لهذا الرأي وهي أكبر نسبة، وهذا راجع إلى طبيعة تفكيرهم حيال هذا الموضوع وكذا قلة ثقتهم بهذا الموقع، في المقابل كانت نسبة 33,33% من المبحوثين موافقين على كون شبكات التواصل الاجتماعي ساعدت في التعريف بالكثير من الأنشطة الاجتماعية المختلفة التي كانت يجهلها الكثير منهم وقد ساعدت هذه الشبكات الاتصالية في مشاركتهم فيها.

أما بنسبة 23,80% من المبحوثين معارضين لهذا الطرح، كون شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك، لا تحمل صفة المصداقية كما أنهم لا يميلون كثيرا للمشاركة في مختلف الأنشطة الاجتماعية.

جدول رقم 07: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك تعزز إحساس المبحوثين بالمسؤولية اتجاه وطنهم.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 95,23% | 20 | موافق |
| 4,76% | 1 | محايد |
| 00% | 0 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 4 من المحور الثاني من استمارة البحث

يتضح من خلال هذا الجدول الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تعزز إحساسهم بالمسؤولية والوطنية.

أن نسبة 95,23 % من إجمالي أفراد العينة موافقين على هذا الطرح وهذا راجع إلى كون شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على نشر عدة مفاهيم مثل: الهوية وحب الوطن وغيرها. من أجل حث الأفراد بأن يكونوا مسؤولين من خلال إخلاصهم في أداء الواجبات والالتزامات، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك تعمل أيضا على تعزيز الولاء والانتماء الوطني في صورة سلوك ممارس يلامسه البعد الوجداني كالمحافظة على الممتلكات العامة واحترام الأنظمة والقوانين وكذلك تقبل المواطنين الآخرين على الرغم من اختلاف عاداتهم وتقاليدهم ولهجاتهم.

كما أن نسبة 4,76 % أي معدل فرد واحد من إجمالي المبحوثين محايد لهذا الطرح، ويمكن ارجاع هذا إلى اعتبارات شخصية تخص المبحوث.

جدول رقم 08: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تعمل على تنمية شعور المبحوثين بالانتماء والمسؤولية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 00% | 00 | محايد |
| 00% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 05 من المحور الثاني من استمارة البحث

يتضح من خلال الجدول الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تعمل على تنمية شعورهم بالانتماء والمسؤولية أن نسبة 100% أي جميع المبحوثين موافقون على هذا الطرح، وهذا يدل على دور هذه الشبكات في زرع القيم والمفاهيم حول المسؤولية وهي لعب دور ما في الشؤون العامة. بالإضافة إلى التحفيز على الانتماء لأنه بحاجة ضرورية على الفرد إشباعها ليقهر عزلته وغربته ووحدته وهو قيمة جوهرية متعدد المستويات. كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تعمل على رصد سلوكيات الأفراد باعتبارها مؤشرات للتعبير عن الهوية والانتماء والمسؤولية. ودعوتهم إلى التمسك بالمعايير والنظم الاجتماعية وضرورة محاربة الاغتراب وما يصاحبه من مظاهر سلبية والعمل على زرع الشعور بالمواطنة.

جدول رقم 09: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تنمي حرية التعبير وإبداء الرأي

| الإحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| موافق | 15 | 47,42% |
| محايد | 00 | 00% |
| معارض | 06 | 28,57% |
| المجموع | 21 | 100% |

المصدر: السؤال رقم 06 من المحور الثاني من استمارة البحث

يتبين من خلال هذا الجدول الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تنمي حرية التعبير وإبداء الرأي. أن نسبة 47,42% من إجمالي المبحوثين موافقين على هذا الطرح بسبب ظهور مسألة حرية التعبير الإلكتروني من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، وتقوم هذه الفضاءات على منطلق الديمقراطية في المشاركة إلى حد ما بين الجمهور. وهي تأخذ شكل الدردشة أو الحوار ويتمثل المبدأ العام الذي يميز هذه الفضاءات أن الأفراد المشاركين فيها لديهم نفس الأهداف وشواغلهم مشتركة، قرروا الالتفاف ضمن مجموعة افتراضية ليتناقشوا ويتبادلون الآراء حول موضوع معين، دون قيود أو حواجز وذلك باستخدام هوياتهم الحقيقية أو الهويات المستعارة. ونجد نسبة 28,57% من إجمالي المبحوثين معارضين لهذا الطرح وهذا بسبب تعرض الكثير من المواقع إلى المراقبة القضائية أو المراقبة من قبل المالكين وبالتالي فهم لا يتوقعون تعبيرهم عن آرائهم أفكارهم اتجاه موضوع معين، بكل حرية.

جدول رقم 10: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تقدم حملات توعوية وتنقيفية لوقاية المجتمع من المخاطر.

| الإحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| موافق | 21 | %100 |
| محايد | 00 | %00 |
| معارض | 06 | %100 |
| المجموع | 21 | %100 |

المصدر: السؤال رقم 07 من المحور الثاني من استمارة البحث

يتبين من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تقدم حملات توعوية وتنقيفية لوقاية المجتمع من المخاطر. فكانت نسبة 100% أي جميع أفراد العينة موافقون على هذا الطرح، ويمكن إرجاع هذا إلى كون هذه الشبكات الاتصالية تقدم الكثير من المعارف والخبرات والعلوم بهدف توعية وتنقيف الأفراد من خلال العديد من الحملات التي يقودها مختصين وعلماء في شتى العلوم وكذا أفراد عاديين من المجتمع.

وقد تنوعت أشكال هذه الحملات فمنها على شكل فيديوهات ومنحها على شكل صور عادية أو صور تعبيرية كاريكاتير أو كتابات على الجدران. وكل حملة تحمل اسم معين أو شعار معين يرمز إلى ضرورة الحفاظ ووقاية المجتمع من العديد من المخاطر المختلفة سواء تحدثت على المستوى الداخلي والخارجي.

كما أن هذه الحملات ذات نمط جديد من حملات التسويق الاجتماعي والبعيد عن النمط الاستهلاكي والتجاري المعروف، وبالتالي فالجمهور يلتفت دائما حول ما هو جديد ومثير للاهتمام لذا تعتبر السبة العالية مؤشر إيجابي يساعد على رصد أثر الحملات التوعوية على فئة المبحوثين.

جدول رقم 11: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تلعب دورا في زيادة معرفة المبحوثين لحقوقهم وواجباتهم.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 95,23% | 20 | موافق |
| 4,76% | 01 | محايد |
| 0% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 08 من المحور الثاني من استمارة البحث

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تلعب دورا في زيادة معرفتهم لحقوقهم وواجباتهم أن نسبة كبيرة من المبحوثين قدرت بـ 95,23 % يوافقون على الطرح، وهذا راجع إلى كون شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك يعمل على ستر كل الحقوق التي يستحقها الأفراد وكذا إبراز الواجبات التي يجب على كل الأفراد التقيد بها، وهذا من خلال نشر الصور المعبرة على هذا أو الفيديوهات أو التعليقات أو من خلال النصوص المكتوبة، فهذه كلها طرق ووسائل للتعبير عن جملة الحقوق والواجبات سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذا ما نلاحظه في حياتنا اليومية التي أصبحت فيها الوسائل الاتصالية همزة وصل بين الفرد ومجتمعه. في المقابل ظهرت نسبة 4,76 % أي بمعدل فرد واحد من عينة البحث محايد لهذا الطرح ويرجع هذا كله إلى كونه لا يتلقى أو يقوم بمشاركة مثل هذه الأفكار الخاصة بالحقوق والواجبات، أو يرجع الأمر إلى اعتبارات شخصية أخرى غير معروفة.

6- مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة

6-1- مناقشة بيانات الفرضية الجزئية الأولى: والتي كان نصها: للفايسبوك دور في

تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

تحققت الفرضية وهذا ما كشفته نتائج الدراسة الميدانية حيث صرحت نسبة 90,47% من إجمالي أفراد العينة موافقة على كون شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك تسهم في طرح فكرة المواطنة أي بمعدل 19 فرد وفي المقابل كانت نسبة 09,52% من إجمالي أفراد العينة معارضين أي بمعدل فردين.

كما كشفت الدراسة أيضا أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهم في فهم المبحوثين للعديد من المواضيع المتعلقة بوطنهم بنسبة 100% لأي بمعدل جميع أفراد العينة كما كشفت هذه الدراسة أيضا أن شبكات التواصل الاجتماعي عززت إحساس المبحوثين بالمسؤولية اتجاه وطنهم بنسبة 95,23% أي بمعدل 20 فرد من إجمالي عينة البحث.

كما كشفت الدراسة أيضا أن شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك تنمي حرية التعبير وإبداء الرأي بنسبة 71,42% أي بمعدل 16 فرد من إجمالي عينة البحث.

نستنتج من هنا أن إجابات المبحوثين كانت في الاتجاه الإيجابي بنسب كبيرة وهذا يدل على اهتمامهم بالمواضيع الخاصة بالمواطنة التي تنتشر في صفحات الفاييسبوك.

أي أن هذه الفرضية قد تحققت وهذا ما كشفته نتائج الدراسة الميدانية.

المحور الثالث: للفايسبوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي

بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

جدول رقم 12: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك دور في تنمية ثقافتهم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها الصفحات السياسية.

| الإحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| موافق | 21 | %100 |
| محايد | 00 | %00 |
| معارض | 00 | %00 |
| المجموع | 21 | %100 |

المصدر: السؤال رقم 01 من المحور الثالث من استمارة البحث

يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل رأي المبحوثين حول ما إذا كانت للفيسبوك دور في تنمية ثقافتهم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها الصفحات السياسية. أن نسبة 100% أي جميع أفراد العينة يوافقون على هذا الطرح ويمكن إرجاع هذا الحزب، وكذا يبرز خصائصه وتوجهاته السياسية، ومن هنا يستطيع كل فرد من المجتمع أن يكون رصيد معرفي ثقافي في المجال السياسي من خلال ما تنشره هذه الأحزاب من نصوص مكتوبة وفيديوهات وصور... الخ.

وبالتالي فهذه النسبة العالية من الموافقة تدل على اهتمام فئة المبحوثين بالصفحات السياسية، وكذا تعتبر مؤشر لرصد الأثر الإيجابي الذي تلعبه هذه الصفحات في تنمية ثقافة المبحوثين سياسيا.

جدول رقم 13: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يرفع من مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 00% | 00 | محايد |
| 00% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 02: من المحور الثالث من استمارة البحث.

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يرفع من مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية.

حيث تبين من خلال هذا ان نسبة 100 % أي جميع المبحوثين موافقين على هذا الطرح ويرجع هذا لعدة أسباب نذكر منها أن الفايسبوك لعب دورا هاما في الآونة الأخيرة خلال المظاهرات والانتقالات التي كانت ترفض العهدة الخامسة في الجزائر. فقد كان الفايسبوك همزة وصل بين الأفراد وأهدافهم ومتطلباتهم السياسية المتمثلة عموما في ممارسة الديمقراطية وزيادة وعي الشعب بضرورة اتحاده في اتخاذ القرارات المتعلقة بالشأن العام. كما كان للفايسبوك دور كبير في نشر معاني كثيرة للديمقراطية وكذا كيفية تجسيدها على أرض الواقع.

بالإضافة إلى تجسيد مبدأ الحراك السلمي الواعي الذي يعبر عن ثقافة الشعب المتحضر الذي يهدف إلى التغيير والرقي ومحاربة الفساد في شتى المجالات.

وهذه النسبة العالية تدل عموما على اهتمام المبحوثين بالشأن السياسي ودورهم الفعال في إنجاح ممارسة الديمقراطية من خلال المشاركة في التعليقات ونشر الفيديوهات والصور والنصوص المتعلقة برفع مستوى الوعي الشعبي الديمقراطي.

جدول رقم 14: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يعمل على بناء جماعات ضغط تتاصر القرارات السياسية الهامة.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 85,71% | 18 | موافق |
| 14,28% | 3 | محايد |
| 00% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 03 من المحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يعمل على بناء جماعات ضغط تتاصر القرارات السياسية الهامة، حيث تبين أن نسبة 85,71 % من المبحوثين يوافقون الرأي وهذا راجع إلى كون الفايسبوك هو المرجع الأساسي والهام لجماعات الضغط التي تضم أفراد تجمعهم مصالح مشتركة ويمارسون نشاطا سياسيا أو نقابيا أو طبقيا أو اجتماعيا بقصد التأثير على الحكومة بشكل مباشر أو غير مباشر.

والفايسبوك ساهم في تكوين جماعات الضغط التي تشترك في الاتجاه نحو مطالبة جماعات المجتمع الأخرى بمجموعة مطالب محددة لتحقيق أهداف خاصة بهم وحصولهم على امتيازات معينة، ومن أهم الأساليب التي تستخدمها هو أسلوب تعبئة الرأي العام، وتوجيهه بما يخدمها من خلال الخطابات واللقاءات وغيرها.

بينما نجد نسبة 14,28 % من المبحوثين محايدين لهذا الطرح، وهذا أن دل فإنه يدل على عدم اهتمامهم بالأمور السياسية وعدم رغبتهم في خوض مثل هذه الأمور.

جدول رقم 15: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يسهم في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف أطراف المجتمع.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 23,80% | 10 | موافق |
| 28,57% | 6 | محايد |
| 47,61% | 5 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 04 من المحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفايسبوك يسهم في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف الأطراف المجتمع.

حيث وجدنا نسبة 47,61 % من المبحوثين يوافقون هذا الرأي كون الفايسبوك يساعد في تكوين وتوفير بيئة للتفاعل بين الأفراد يتبادلون فيها الأفكار والمعارف والخبرات اتجاه موضوع أو قضية ما، مهما اختلفت معتقداتهم ودياناتهم وجنسياتهم، فإنهم يتواصلون عبر شبكة واحدة تسمح لهم بالتعبير عن آرائهم بكل حرية ومصداقية.

بينما نجد نسبة 23,80 % معارضين لهذا الطرح، وهذا راجع لتأزم الحوار في بعض الأحيان ليصبح شجارات وخصامات ويصل إلى حد الشتم في بعض الأحيان، ليتحول إلى حوار عقيم يسوده النقد الغير بناء وهذا راجع لعدم وجود أساسيات الحوار.

بينما نسبة 28,57% من المبحوثين نجدهم محايدين لهذا الطرح وهذا يرجع لأسباب خاصة بهم، ربما دلت على عدم اهتمامهم بفكرة الحوار عبر الفايسبوك.

جدول رقم 16: يوضح ما إذا كان الفاييسبوك يلعب دورا في تغيير مواقف المبحوثين تجاه قضية ما بسبب المعلومات التي وردتهم من بعض الصفحات.

| الإحتمالات | التكرار | النسبة |
|------------|---------|--------|
| موافق | 17 | 80,95% |
| محايد | 00 | 0% |
| معارض | 04 | 19,04% |
| المجموع | 21 | 100% |

المصدر: السؤال رقم 05 من المحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كان الفاييسبوك يلعب دورا في تغيير مواقفهم بسبب المعلومات التي وردتهم من بعض الصفحات فكانت نسبة 80,95 % من إجمالي أفراد العينة موافقين على هذا الطرح كون الفاييسبوك أصبح من ضروريات الحياة اليومية لدى الأفراد، وله مكانة كبيرة لدرجة أنه أصبح قادر على تغيير رأيهم من خلال عملية التأثير على الرأي العام، ومن خلال هذا التأثير يستطيع الأفراد بناء فكرة جديدة حول مشكلة أو قضية ما، كانوا يرفضونها أو يتقبلونها وبالتالي فهم يعتمدون على بعض الصفحات لمعرفة الحقائق والخفايا الكامنة، التي من شأنها التأثير في شخصيتهم وتوجهاتهم وميولاتهم. وهذه الطريقة تستعملها الأحزاب السياسية من خلال التعبئة الشعبية من أجل الحصول على عدد أكبر من المناصرين.

وفي المقابل نسبة 19,04 % من إجمالي عينة البحث معارضين بسبب عدم بالشبكات الاتصالية عدم فهمهم بالمعلومات التي تقدمها بالإضافة إلى أن هذه الفئة من الصعب التأثير فيها بسهولة وبالتالي من الصعب تغيير آرائها وأفكارها اتجاه قضية معينة عن طريق التواصل عن بعد.

جدول رقم 17: يوضح ما إذا كانت النقاشات السياسية أثرت في المبحوثين عبر صفحات الفيسبوك فقرروا مناصرة حزب سياسي معين.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 52,38% | 11 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 47,61% | 10 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 06 من المحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت النقاشات السياسية عبر صفحات الفيسبوك أثرت بهم فقرروا مناصرة حزب معين.

فتبين أن نسبة 52,38% من إجمالي عينة البحث موافقين وهذا راجع إلى وجود صفحات فيسبوكية خاصة بكل حزب تنشر من خلالها كل الأهداف التي تسعى إليها هذه الأحزاب بالإضافة إلى أنها تقوم بفتح نقاشات سياسية عبر الوسائط الاتصالية، تتسم في مجملها بالنقد البناء وكذلك لغة راقية في الحوار هذا ما ساعد المبحوثين بشكل كبير في تكوين فكرة عامة عن الحزب الذي يتوافق مع متطلباتهم وأهدافهم وبالتالي يقومون بمناصرتهم.

كما نجد نسبة 47,61% من إجمالي عينة البحث معارضين وهذا راجع لكون بعض الأحزاب السياسية تستعمل شبكات التواصل الاجتماعي لتضليل الحقائق والتأثير على الرأي العام من أجل تحقيق أهدافها الخاصة، وبطريقة غير مباشرة تأخذ هذه الأحزاب معلومات حوا اتجاهات الأفراد وميولاتهم ويحاولون غربلتها على حسب ما يتمشى مع نوعية حزبهم.

جدول رقم 18: يوضح ما إذا كان بناءا على ما ورد في صفحات الفايسبوك قرر الباحثين أن ينتخبوا.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 0% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 07 من المحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي الباحثين حول ما إذا كانت المعلومات الواردة على صفحات الفايسبوك جعلتهم يقومون بعملية الانتخاب.

فكان جميع أفراد العينة موافقين على الطرح أي نسبة 100 % وهذا راجع إلى أن الصفحات الفايسبوكية سمحت للمترشحين في الانتخابات بنشر أفكارهم ومبادئهم وأهدافهم عن طريق الترويج للحملات الانتخابية مما اثر على مستوى المشاركة الانتخابية لأنها مؤشرا حقيقيا عن الممارسة الديمقراطية الفعلية.

كما عملت الحملات الإعلانية التوعوية على تبيان أهمية الانتخابات باعتبارها فترة انتقالية بالغة الأهمية كونها تحدث بشكل دوري كل 5 سنوات في الجزائر بالإضافة إلى تبيان خطورة العزوف عن التصويت على الفرد والجماعة.

وهذه النسبة العالية من الموافقة تدل على اهتمام الباحثين بالشأن السياسي وكذا مدى وعيهم بأهمية الانتخابات.

جدول رقم 19: يوضح ما إذا كانت المعلومات الواردة من الفايسبوك تقوم بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 85,71% | 18 | موافق |
| 14,28% | 03 | محايد |
| 0% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 08 من الحور الثالث من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المعلومات الواردة من الفايسبوك تقوم بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية.

فتبين أ، نسبة 85,71% من إجمالي أفراد العينة موافقين على هذا الطرح وهذا راجع لكون العديد من الحملات السياسية مضللة والتضليل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالسياسية، يتغلغل في كل العناصر المكونة لها ويستدعي ذلك أن العلاقة بين الأخلاق والسياسية لم تكن مثالية في معظم الأنشطة الاجتماعية، والتضليل يظهر بكثرة خلال الخطابات السياسية التي يلقيها الساسة على الجمهور. وبالتالي فقد عملت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك على توفير مساحة كبيرة للحديث في الشأن السياسي لذلك أصبحت الجرعات السياسية كثيرة ومتعددة ومضللة فنرى بعضها أصابت الأفراد بالقلق وبعضها الآخر جعلتهم يتحدثون في أشياء بصفة المتأكد والمطلق.

وبالتالي فهي حسابات تعمل على التضليل باستخدام اللغة والتلاعب بالوعي وفق ما يخضع عقل الجماهير.

وفي المقابل نجد نسبة 14,28% من إجمالي أفراد العينة محايدين وهذا راجع إلى اعتبارات شخصية غير معروفة.

6-2- مناقشة الفرضية الجزئية الثانية: والتي تنص على أن "للفايسبوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطرف".

تحققت الفرضية وهذا ما اكتشفته نتائج الدراسة الميدانية.

حيث صرحت نسبة 100 % أي جميع أفراد عينة البحث أن للفايسبوك دور في تنمية ثقافتهم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها بعض الصفحات السياسية.

كما صرح أيضا جميع أفراد العينة أي نسبة 100% على أن الفايسبوك يرفع من مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية.

كما كشفت هذه الدراسة أيضا أن الفايسبوك يعمل على بناء جماعات ضغط تناصر القرارات السياسية بنسبة 85,71% أي بمعدل 18 فرد من إجمالي عينة البحث.

كما كشفت هذه الدراسة أيضا أن نسبة 85,71 من إجمالي عينة البحث يرون أن المعلومات الواردة في بعض صفحات الفايسبوك تقوم بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية.

ومن هنا كانت معظم إجابات المبحوثين تسير في الاتجاه الايجابي وهذا راجع لاهتمامهم بالشؤون السياسية بالإضافة إلى جدران الفايسبوك في رصد ومتابعة مثل هذه القضايا ومدى تأثيره الكبير على الجمهور.

ومن هنا نستنتج أن هذه الفرضية قد تحققت بنسبة كبيرة.

المحور الرابع: للفايسبوك دور في التوعية البيئية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف

جدول رقم 20: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المواضيع البيئية المتداولة عبر صفحة الفايسبوك متنوعة لتصبح أكثر واقعية وشمولا.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 0% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 01 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المواضيع البيئية المتداولة عبر صفحة الفايسبوك متنوعة لتصبح أكثر واقعية وشمولا.

فكانت نسبة 100 % أي جميع المبحوثين موافقين على هذا الطرح، كون المواضيع المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي اتسمت بالتنوع فقد شملت جميع النواحي الخاصة بالمجال البيئي، من حملات تنظيف ونشاطات تستجير وغيرها، ومن هنا الحملات الإعلامية أثرت في أغلبية المبحوثين يعود تأثيرها إلى عدة أسباب من بينها أنها اعتبرت هذه الإعلانات ضمن الإعلانات التي تقوم بطرح فكرة قوية لها تأثيرات كبيرة على مستقبلها وكذلك أنها ذات نمط جديد من حملات التسويق الاجتماعي البعيد عن النمط الاستهلاكي والتجاري المعروف وبالتالي فالجمهور يلتف دوما على ما هو جديد ومثير للاهتمام. ومن هذا المنطق جاءت مبادرات الناشطون الفيسبوكيون من الشباب الذي يحلم بمدن ومساحات نظيفة من خلال العديد من الصفحات منها: Algérie propre، والدارجة الخضراء والتي

تعمل على تحفيز الشباب على الانخراط في العديد من المبادرات البيئية ثم القيام بتجسيدها على أرض الواقع.

جدول رقم 21: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تعتبر من بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 100% | 21 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 0% | 00 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 02 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تعتبر من بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي إلى جانب العديد من المؤسسات الأخرى مثل: الجامعة، المسجد، الأسرة، هيئات وسلطات...الخ، فالحملات الإعلانية ذات دور توعوي بالدرجة الأولى من خلال تصميم وإنشاء حملات بيئية واقعية تمس كيان جميع الطبقات الاجتماعية والتي يتبناها العديد من الجمعيات الدولية وكذا الوطنية، لخدمة أغراض وأهداف متعددة.

ومن خلال هذا تبين لنا أن جميع أفراد عينة البحث يثقون بما يقدمه الفيسبوك حول البيئة ويعتبرونه مؤسسة قائمة بذاتها لديها مجهودات جبارة تهدف لإحداث إصلاحات عامة في الوضع البيئي الراهن.

جدول رقم 22: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك ساهمت في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 80,95% | 17 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 19,04% | 04 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 03 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك ساهمت في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة فكانت نسبة 80,95% من إجمالي المبحوثين موافقين على هذا الرأي، لأن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تهتم كثيرا بالمواضيع البيئية خاصة في الآونة الأخيرة، وساهم الجمهور في رواجها وتطورها من خلال نسبة المشاركة في نشرها والتعليق عليها. وقد ساهمت هذه الشبكات في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة من خلال التشهير لها وكذا دعوة الجمهور لتقديم المساعدات وكذا المشاركة فيها من مختلف الأماكن ومختلف الفئات العمرية وبالتالي فهي تعتبر همزة وصل بين الجمهور ومختلف الفئات الحملات التي تعمل بشدة على وعي المجتمع كما أن نسبة 19,04% من إجمالي المبحوثين معارضين لهذا الطرح والسبب عجز الرسالة الإعلامية التوعوية لاعتمادها على أسلوب واحد في الإقناع والتي لا يمكنه تحقيق نتائج مرضية للحملة. كما أن معظم القائمين بهذا النوع من الحملات ليست لديهم الخبرة الكافية في المجال البيئي. وغياب التنسيق والتنظيم.

جدول رقم 23: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت المعلومات التوعوية البيئية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك تحولت إلى ممارسات فعلية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 71.42% | 15 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 28.57% | 06 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 03 من المحور الرابع من استمارة البحث

فكانت نسبة 71,42 % من إجمالي المبحوثين موافقين على هذا الطرح، كون أن الكثير من الاقتراحات والحلول التي قدمها الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كانت في البداية مجرد أفكار وآراء تهدف إلى التوعية البيئية لكنها سرعان ما تحولت إلى الممارسات الفعلية طبقت على أرض الواقع بمجهودات الكثير من الهيئات والجمعيات وكذا المجتمع المدني، وتميزت بنجاحها الكبير، وهذا يدل على درجة وعي الجمهور الكبير بأهمية المشاركة في العديد من الحملات التوعوية البيئية التي ظهرت بعدة أشكال: صور، فيديوهات مقالات ونصوص، كتابات على الجدران... الخ.

ونجد أيضا نسبة 28,57 % من إجمالي المبحوثين معارضين لهذا الطرح كون المعلومات تتميز بالنقص، كما أن الطريقة التي تقدم بها المعلومات تتميز بالجفاء لا تجذب الجمهور، لأنها قدمت بطريقة بسيطة لا تؤثر في المتلقي، وبالتالي فهي تبقى مجرد أفكار لا يمكن تجسيدها على أرض الواقع.

جدول رقم 24: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي

الفايسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 90,47% | 19 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 9,52% | 02 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 05 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي. فكانت نسبة 90,47% من المبحوثين موافقين على هذا الطرح وهذا راجع للدور الذي يلعبه الفاييسبوك في نشر ثقافة البيئة بشكل دائم ومستمر، من أجل تحقيق تنمية مستدامة وتوفير جو ملائم لتبادل الأفكار بين الفئات المهتمة بالقضايا البيئية خاصة المتعلقة بالتلوث، المناخ، والكوارث الطبيعية...

كما يعمل على حث الجمهور المستهدف نحو ممارسة سلوكيات معينة من شأنها الحفاظ على البيئة وجعلها تتسم بشكل عفوي وتلقائي وكذا بشكل يومي. وهذا من خلال عملية التأثير على الرأي العام في هذا الشأن، وجعله محط أنظار مختلف الشرائح في المجتمع كما يعمل على تقديم برامج ومقترحات للمؤسسات التعليمية والخدماتية من أجل إدراج التربية البيئية ضمن المنظومة التعليمية، في مختلف المؤسسات الاجتماعية.

كما نجد نسبة ضئيلة قدرت بـ 9,52% من المبحوثين رافضين لهذا الطرح كون الفاييسبوك يلعب دورا إعلامي اجتماعي لا غير، كما أنهم غير مهتمين بالقضايا البيئية بالرغم من انتمائهم لبعض الصفحات الخاصة بالبيئة إلا أنها ليست ضمن أولوياتهم.

جدول رقم 25: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تبرز جهود الدولة والمختصة في البيئة حول حماية الكوكب من الكوارث البيئية.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 57,14% | 12 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 42,85% | 09 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 06 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك يبرز جهود الدولة والمختصين في البيئة حول حماية الكوكب من الكوارث البيئية. فكانت نسبة 57,14 % من إجمالي المبحوثين موافقين وهذا بسبب أن المشاكل البيئية أصبحت تكتسب أهمية كبيرة على كافة المستويات وبالتالي انشغلت بها جميع الدول انعقدت من أجلها العديد من المؤتمرات المحلية والعالمية، وقد ازداد الاهتمام بالبيئة خصوصا عند ظهور مصطلح التنمية المستدامة لذا شغلت قضية التنمية البيئية اهتمام الكثير من المفكرين في جل التخصصات العلمية، وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في إنجاح المؤتمرات من خلال الترويج لها ومتابعتها ونشرها وإبراز نتائجها بهدف نشر الوعي البيئي لدى الجمهور.

بينما نسبة 42,85% من إجمالي المبحوثين معارضين باعتبار أن الدولة لا تقوم بمجهودات واضحة وذات مصداقية للنهوض بالوضع البيئي الكارثي ولا تخصصه أي ميزانية لهذا المجال، وحتى أن كانت هناك مجهودات من طرفها فهي عبارة عن حبر على ورق، لا تصلح للتطبيق الميداني.

جدول رقم 26: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم في الكشف عن المناطق المتضررة بيئيا.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
| 66,66% | 14 | موافق |
| 0% | 00 | محايد |
| 33,33% | 7 | معارض |
| 100% | 21 | المجموع |

المصدر: السؤال رقم 07 من الجدول الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم في الكشف عن المناطق المتضررة بيئياً.

فكانت نسبة 66,66% من إجمال المبحوثين موافقين على هذا الطرح كون الفايسبوك يعتمد على الصورة، الفيديو، والنصوص المكتوبة والمسجلة كأشكال للتعبير على مدى تضرر البيئة، فمن خلال نشرها من قبل الجمهور يستطيع ذوي الاختصاص والمهتمين بالمجال البيئي تحديد أهم المناطق المتضررة لم يكونوا على علم بها من قبل، وهذا ما تراه اليوم خاصة فكثير من الأفراد يقومون بالتقاط صور للمحيط الذي يعيشون فيه تبرز الوضع الذي آلت إليه البيئة ثم يقومون بنشرها في العديد من الصفحات والمجموعات بهدف التشهير لهذه المناطق، حتى أصبحت هناك صفحات خاصة بكل منطقة تقريبا، تعمل على إنشاء حملات بيئية ضمن حدودها.

وكانت نسبة 33,33% من إجمالي المبحوثين معارضين، كونهم لا يهتمون بالمواضيع الخاصة بالبيئة كما أن ليس لديهم الوقت لنشر الصور وغيرها وكذا التعليق عليها بالإضافة عليها بالإضافة إلى أنهم لا يثقون كثيرا بالمضامين التي يقدمها الفايسبوك بصفة عامة.

جدول رقم 27: يوضح رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي

الفايسبوك يحث على استغلال موارد صديقة للبيئة.

| النسبة | التكرار | الإحتمالات |
|--------|---------|------------|
|--------|---------|------------|

| | | |
|---------|----|------|
| موافق | 21 | %100 |
| محايد | 00 | %0 |
| معارض | 00 | %00 |
| المجموع | 21 | %100 |

المصدر: السؤال رقم 08 من المحور الرابع من استمارة البحث

يوضح الجدول أعلاه رأي المبحوثين حول ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تحث على استغلال موارد صديقة للبيئة.

فوجدنا أن نسبة 100 % أي جميع أفراد العينة موافقين على هذا الرأي كون الفايسبوك وسيلة اتصال يتميز بقدرته في التأثير على الجمهور المستهدف، وقد لعب دورا هاما في المجال البيئي، فتماشيا مع التطور والتقدم التكنولوجي ظهرت على الساحة العديد من الموارد المتجددة وغير المتجددة تميزت كونها صديقة للبيئة مثل الطاقة الشمسية والسيارات الكهربائية والمصانع البخارية وقد لوحظت في البلدان القوية اقتصاديا مثل: الصين وبالتالي فقد استخدم المختصين في البيئة شبكات التواصل الاجتماعي للتشهير والترويج والتسويق لهذه الموارد وكذا حث الدولة في تكوين ميزانية خاصة بهذا المجال.

وهذه النسبة العالية من الموافقة تدل على اهتمام المبحوثين بالمجال البيئي، وكذا يبرز مدى ثقافتهم البيئية التي تكونت لديهم عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، الفايسبوك خاصة.

3- مناقشة الفرضية الجزئية الثالثة: والتي تنص على أن:

للفايسبوك دور في التوعية البيئية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف.

تحققت هذه الفرضية وهذا ما كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية حيث صرحت نسبة 100% أي جميع أفراد العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر من بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي.

كما صرحت نسبة 80,95 % أي بمعدل 17 فرد من إجمالي العينة على أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك ساهمت في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة.

كما صرحت أيضا نسبة 90,47 % من إجمالي أفراد العينة أي بمعدل 19 فرد على أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي.

بالإضافة إلى أن نسبة 66,66 % من إجمالي أفراد العينة صرحوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم في الكشف على المناطق المتضررة بيئيا.

ومن هنا كانت معظم إجابات المبحوثين تسير في الاتجاه الإيجابي وهذا راجع إلى اهتمام الجمهور بالقضايا الخاصة بالبيئة بشكل كبير وهذا ما يبرره وجود صفحات فيسبوكية تقوم بنشر حملات إعلانية توعوية للجمهور بهدف الحفاظ على البيئة.

إذن في الأخير يمكن القول أن هذه الفرضية قد تحققت وهذا ما أثبتته النتائج الخاصة بالجانب الميداني.

6-4- عرض النتائج العامة للدراسة:

من أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة مايلي:

- تبين أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، بسبب إقبالهن على التعليم.
- بالنسبة لعامل السن تبين أن أعلى نسبة مسجلة هي الفترة العمرية ما بين 23 إلى أقل تماما من 28 سنة، أي أن فئة المبحوثين شباب.
- بالنسبة لعامل التخصص تبين أعلى نسبة مسجلة هي ضمن تخصص علم اجتماع الاتصال.

- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم في طرح فكرة المواطنة لدى فئة المبحوثين.

- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تتمي حرية التعبير وإبداء الرأي.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تلعب دورا في زيادة معرفة المبحوثين لحقوقهم وواجباتهم.
- تبين أن الفايسبوك يعمل على رفع مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية.
- تبين أن المعلومات الواردة من الفايسبوك بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية.
- تبين أن الفايسبوك يسهم في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف أطراف المجتمع.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك ساعدت في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي.
- تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك تساهم على الكشف عن المناطق المتضررة بيئيا.

وفي الأخير يمكن القول أن الفرضيات الجزئية الثلاثة قد تحققت وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة، وبالتالي فإن الفرضية العامة القائلة: لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد ولاية الطارف.

خلاصة الفصل:

تضمن هذا الفصل على الإجراءات المنهجية المختلفة، كما تضمن أهم النتائج التي توصلت إليها بحيث تم عرضها وتحليلها ومناقشتها لتجيبنا عن مدى صحة الفرضيات الثلاثة التي تضمنتها هذه الدراسة، وكذا التساؤل المركزي الذي كان نصه: هل لوسائل الإعلام والاتصال دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف؟

كما تم إدراج في هذا الفصل مجموعة من الاقتراحات لكي تشكل آفاق للبحوث المستقبلية والتطبيقات العملية.

خاتمه

خاتمة

تشمل شبكات التواصل الاجتماعي جميع أوجه النشاطات الاتصالية التي تعمل على تزويد الأفراد بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية باعتبار أن الاتصال هو قوة محرّكة للمجتمع يؤدي حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة.

ويتزايد دور وسائل الإعلام والاتصال في تنمية وعي الطلبة الجامعيين من خلال تعزيز روح التفاعل بينهم في إطار واقع اجتماعي معين، وكذا تعمل على تعديل سلوكياتهم واتجاهاتهم وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم التي تعتبر في مضمونها عن جملة الحقائق التي تكسبهم سبل التكيف مع المستجدات، عن طريق الخدشات التي تقدمها هذه الشبكات.

وبالتالي فوسائل الإعلام والاتصال تعمل على التأثير في طريقة إدراك الطلبة سواء من الجانب الشخصي أو الاجتماعي أو العلمي، وهذا من شأنه إكسابهم وعي اجتماعي غير متاح سابقا، يسمح لهم برسم الصورة الذهنية عن مجمل القضايا الاجتماعية: السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، وحتى اللبية التي لها دخل في حياتهم.

وهكذا نجد أن هناك وسائل اتصالية لها تأثير واضح في تشكيل الوعي الاجتماعي من أهمها الفاييسبوك الذي يعمل النظام الإعلامي من خلاله على نشر اتجاهات فكرية، إيديولوجية، وطبقية تساعد في صياغة وعي الطلبة الجامعيين باعتبارهم الفئة التي تطمح إلى إحداث تغييرات داخل النسق الاجتماعي، من خلال مشاركتهم في اتخاذ القرارات الحاسمة عن طريق الحملات الفاييسبوكية التي تجعلهم أكثر فاعلية مع من يحيطون بهم سواء داخل النسق الاجتماعي أو خارجه.

ومن هنا فهدفنا من خلال هذه الدراسة هو معرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطالب الجامعي بجامعة الشاذلي بن جديد، الطارف.

خاتمة

حيث تبين لنا من خلال نتائج الدراسة الميدانية، أن شبكات التواصل الاجتماعي لم يعد دورها محصورا في التواصل فقط، بل تعدى ذلك كونها أصبحت تلعب الكثير من الأدوار في العديد من المجالات.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

القرآن الكريم:

• قرآن كريم: سورة الحاقة

• قرآن كريم: سورة الإنشاق

الكتب:

1. أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم: العمل مع الشباب نظرة تحليلية اجتماعية، ط1، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2016 م.
2. أحمد العاهد: من نسق الانغلاق إلى نسق الانفتاح على التواصل الثقافي، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1997 م.
3. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات، الجزائر، 2009 م.
4. أحمد حسين الرفاعي: مناهج البحث العلمي، دار وائل للنشر، ط4، الأردن، 2005 م.
5. أحمد ظاهر مسعود: المدخل إلى علم الاجتماع العام، ط1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، الأردن، 2011 م.
6. أسامة بدري محمد العاني: اخترق مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، زمزمجو ناشرون وموزعون، عمان، 2016 م.
7. بوجلال عبد الله: الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، المستقبل العربي، 1991 م.
8. جون كوليز وجيروم كاجان: أسس سيكولوجية الطفولة والمراهقة، ترجمة أحمد عبد العزيز، ط1، الأردن، 1986 م.
9. الحسن السيد محمد الهاشم: الخصائص السيكولوجية لأدوات القياس في البحوث النفسية والتربوية، مركز البحوث التربوية بجامعة الملك سعود، السعودية، 2006 م.

10. حنان أحمد سليم: الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد، مركز الدراسات الجامعية لبنان بالدرعية علي، الرياض، 2015 م.
11. خيرى خليل الجميلي: الاتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2011 م.
12. الرازي: محمد بن أبي بكر بن عبد القادر: مختار الصحاح، مكتبة النهضة، الأردن، 1984 م.
13. الضامن منذر عبد الحميد: أساسيات البحث العلمي، دار الميسر، الأردن، 2007 م.
14. عامر إبراهيم قنديلي: الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 م.
15. عبد المعطي وعبد الباسط: الوعي الديني والحياة اليومية في القرية المصرية، مركز دراسات الوحدة العربية، مصر، 1989 م.
16. علي كنعان: مدخل إلى الصحافة والإعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، لبنان، 2015.
17. عماد بوحوش ومحمد محمود: مناهج البحث العلمي وطرق البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الأردن، 1995 م.
18. عماد سليمان موسى: المدخل إلى الاتصال الجماهيري، مطبعة جامعة اليرموك، الأردن، 2004 م.
19. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الأعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 م.
20. محمد السيد حلاوة: العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفايسبوك، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2011 م.
21. محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة الاستخدام والتأثير، ط1، دار الكنوز الحكمة، الجزائر، 2011 م.

22. محمد جلال الغندور: البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015 م.
23. محمد زيان محمد: منهج البحث العلمي وتطبيقاته، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983 م.
24. محمد سلامة غباري: الخدمة الاجتماعية ورعاية الشباب في المجتمعات الإسلامية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1983 م.
25. محمد علي أبو العلا قنديل: دور الصحافة المتخصصة في تنمية المجتمعات، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، مصر، 2015 م.
26. محمد علي محمد: الشباب والمجتمع، ط1، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1980 م.
27. محمد فتحي الكرادين: البحث العلمي، نظرياته وتطبيقاته، مؤسسة عالم للنشر، ط1، مصر، 2015 م.
28. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008 م.
29. مدحت محمد أبو النصر: علم اجتماع الاتصال والإعلام، ط1، المكتبة العصرية للنشر، مصر، 2016 م.
30. مزري تش بن: قصبة فيسبوك ثورة وثورة، ترجمة الهلالي، إصدار سطور الجديدة، ط1، مصر، 2011 م.
31. المنجد في اللغة والإعلام: ط3، دار المشرق، الأردن، 2011 م.
32. موريس أنجلس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006 م.
33. نايلة حسن عويضة: الإعلام التربوي والإذاعة المدرسية، ط1، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2015 م.
34. نبيل عيسى جبريل موسى: الانعكاسات الاجتماعية لشبكة الانترنت، مؤسسة الجامعة للنشر، مصر، 2012 م.

35. James curran, ed, mass, comunication, society,the open university, first published, London, 19079.

مذكرات التخرج:

1. بن عودة العربي (2006): اسهام وسائل الإعلام في ترقية المجتمع، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة وهران.

• بوجلال عبد الله: الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد 147، 1991 م.

2. حلس موسى عبد الرحيم، مهدي ناصر علي 2010: دور وسائل الإعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، كلية الآداب بجامعة الأزهر، مجلة جامعة الأزهر، غزة.

3. السعيد بومعيزة (2006): أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

4. سمير لعرج: دور التلفزيون الجزائري في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006 م.

• شربال مصطفى: الوعي الاجتماعي المفاهيم والاختلاف بين علم النفس وعلم الاجتماع، العدد 03، المجلد 09، جامعة الصديق بن يحيى، جيجل، 2018 م.

5. لويزة صواب (2014): دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية روح المواطنة لدى الشباب، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفايسبوك، قسم العلوم الإنسانية، جامعة

العربي بن مهدي، أم البواقيز

المجالات:

6. محمد الفاتح حمدي (2009): استخدام الشباب الجزائري لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة واثرها على قيمهم وسلوكياتهم اليومية، أطروحة ماجستير، جامعة باتنة.
7. مريم ناريمان نومار (2011): استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
8. مليكة هارون: الاتصال في أوساط الشباب في ظل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004 م.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد الطارف

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



الشعبة: علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

استمارة موجهة للطلبة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الشاذلي بن جديد

- الطارف -

دور وسائل الاعلام والاتصال في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب

الفايس بوك نموذجا

دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة

الشاذلي بن جديد - الطارف -

إشراف الدكتورة:

د. عثمان مريم

من إعداد:

■ منور سلمى

ملاحظة: هذه المعلومات الواردة في هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

من فضلك أملأ الفراغات وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة حسب رأيك.

السنة الجامعية: 2019 - 2020 م

أولاً: البيانات الأولية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 19 أقل تماماً من 23 سنة 23 سنة أقل من 28 سنة أكثر من 28 سنة
- 3- التخصص:

ثانياً: للفائس بوك دور في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي بقسم علم اجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف:

| الرقم | العبرة | موافق | محايد | معارض |
|-------|---|-------|-------|-------|
| 01 | تسهل شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" في طرح فكرة المواطنة | | | |
| 02 | تساعد في شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" على فهم العديد من المواضيع المتعلقة بوطني | | | |
| 03 | تتيح لي شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" المشاركة في العديد من الأنشطة الاجتماعية | | | |
| 04 | تعزز شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" إحساسي بالمسؤولية تجاه وطني | | | |
| 05 | تحمل شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" على تنمية شعوري بالانتماء والمسؤولية | | | |
| 06 | تنمي شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" حرية التعبير وإبداء الرأي | | | |
| 07 | تقدم شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" حملات توعوية وتثقيفية لوقاية المجتمع من المخاطر | | | |
| 08 | تلعب شبكات التواصل الاجتماعي "الفائس بوك" دوراً في زيادة معرفتي لحقوقي وواجباتي | | | |

. ثالثاً: للفيس بوك دور في تنمية المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي بقسم علم

الاجتماع بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف

| الرقم | العبارة | موافق | محايد | معارض |
|-------|--|-------|-------|-------|
| 01 | أرى أن للفيس بوك دور في تنمية ثقافتي السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها الصفحات السياسية | | | |
| 02 | يرفع الفيس بوك من مستوى الوعي الشعبي في ممارسة الديمقراطية | | | |
| 03 | يعمل الفيس بوك على بناء جماعات ضغط تناظر القرارات السياسية الهامة | | | |
| 04 | يسهم الفيس بوك في توفير بيئة سليمة للحوار بين مختلف أطراف المجتمع | | | |
| 05 | لعب الفيس بوك دورا في تغيير موقفي تجاه قضية ما بسبب المعلومات التي وردتني من بعض الصفحات | | | |
| 06 | أثرت بي النقاشات السياسية عبر صفحات الفيس بوك فقررت مناصرة حزب سياسي معين | | | |
| 07 | بناء على ما ورد في صفحات الفيسبوك قررت أن أنتخب | | | |
| 08 | تقوم المعلومات الواردة من الفيسبوك بتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية | | | |

رابعاً: للفيس بوك دور في توعية البيئية لدى الطالب الجامعي بقسم علم الاجتماع

بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف

| الرقم | العبارة | موافق | محايد | معارض |
|-------|---|-------|-------|-------|
| 01 | تنوعت المواضيع البيئية المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك لتصبح أكثر واقعية وشمولا | | | |
| 02 | تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" من بين المؤسسات التي تساهم في نشر الوعي البيئي | | | |
| 03 | ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" في إنجاح العديد من الحملات الخاصة بتنظيف البيئة | | | |
| 04 | تحولت المعلومات والإرشادات التوعوية البيئية المتاحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الفاييس بوك إلى ممارسات فعلية | | | |
| 05 | ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" في ترسيخ ثقافة الحفاظ على البيئة بشكل يومي وتلقائي | | | |
| 06 | يبرز شبكات التواصل الاجتماعي الفاييسبوك جهود الدولة والمختصين في البيئة حول حماية الكوكب من الكوارث البيئية | | | |
| 07 | تساهم شبكات التواصل الاجتماعي الفاييس بوك على الكشف عن المناطق المتضررة بيئيا | | | |
| 08 | يحث شبكات التواصل الاجتماعي الفاييس بوك على استغلال موارد صديقة للبيئة | | | |

شكرا على تعاونكم