

جامعة احمد دراية أدرار
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي في الجزائر

دراسة لعينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية وإدارية

إشراف الأستاذ(ة):

د. هداجي حمزة

إعداد الطالب(ين):

حامدي إيمان

بن سعيد سارة

لجنة المناقشة

رقم	الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
1	د. تهامي عثمانى	أستاذ محاضر أ	جامعة أدرار	رئيساً
2	د. حمزة هداجي	أستاذ محاضر أ	جامعة أدرار	مشرفاً ومقرراً
3	د. عبد الحفيظ حسناوي	أستاذ محاضر أ	جامعة أدرار	عضواً

2022-2021



شهادة الترخيص بالإيداع

انا الأستاذ(ة): حزوة هاريجي
المشرف مذكرة الماجستير الموسومة بـ: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي في الجزائر

من إنجاز الطالب(ة): بن محمد سارة

و الطالب(ة): حامدي آيمان

كلية: الحقوق والعلوم السياسية

القسم: علوم سياسية

التخصص: تتعلق بالعلوم السياسية والربح

تاريخ تقييم / مناقشة: 31/05/2022

أشهد ان الطلبة قد قاموا بالتعديلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة التقييم / المناقشة، وان المطابقة بين النسخة الورقية والإلكترونية استوفت جميع شروطها.
ويمكنهم إيداع النسخ الورقية (02) والالكترونية (PDF).

= امضاء المشرف:

ادرار في: 2022/06/09

مساعد رئيس القسم:

رئيس قسم العلوم السياسية
جعفري عبد الله



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

((رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا))

صدق الله العظيم



شكر وتقدير



أرى لزاما علي تسجيل الشكر و إعلامه و نسبة الفضل لأصحابه، استجابة

لقول النبي صلى الله عليه وسلم: «من لم يشكر الناس لم يشكر الله».

وكما قيل:

علامة شكر المرء إعلان حمده فمن كنتم المعروف منهم فما شكر

فالشكر أولا لله عز وجل على أن هداني لسلوك طريق البحث والتشبه بأهل العلم وإن كان
بيني وبينهم مفاوز.

كما أخص بالشكر المشرف على هذا البحث الأستاذ هداجي حمزة، فقد كان حريصا على
قراءة كل ما أكتب ثم يوجهني إلى ما يرى بأرق عبارة وألطف إشارة، فله مني وافر الثناء
وخالص الدعاء.

كما أشكر السادة الأساتذة وكل الزملاء وكل من قدم لي فائدة أو أعانني بمرجع، أسأل الله
أن يجزيهم عني خيرا وأن يجعل عملهم في ميزان حسناتهم.

وصلى اللهم وبارك على سيدنا محمد عليه وعلى آله وصحبه أجمعين.



الى من قال فيهم المولى عز وجل:

"وقضى ربك إلا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين احسانا اما يبلغن عندك الكبر أحدهما أو كلاهما

فلا تقل لهما اف ولا تنهرهما قول لهما قولاً كريماً"

اهدي ثمرة جهدي إلى اعلى ما في الوجود إلى سراج يضيء فضاء بلا حدود إلى ذلك الينبوع
الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسجمة من قلبها إلى أمي الغالية أطال الله

في عمرها

الى من سعى وشقى لانعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل علي بشيء من أجل دفعي في طريق
النجاح الذي علمني ان ارتقي سلم الحياة بحكمه وصبر إلى أبي العزيز شفاه الله وامده في

عمرها

الى توأم روحي ورفقاء دربي إلى من أرى التفاؤل بأعينهم والسعادة في ضحكتهم إلى من بهم
أكبر وعليهم اعتمد إليكم اخواني: محمد الفاتح، أميرة، مولاي عباس.

إلى كل اساتدة القسم العلوم السياسية وخاصة بذكر استاد المشرف هداجي حمزة

ارجو ان يكون بحثنا هذا خالصا لوجه الله

حامدي إيمان

أهدي هذا العمل المتواضع:

إلى والدي حفظها الله

إلى كل أفراد أسرتي

إلى كل الأصدقاء ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي الجامعية

وإلى كل من لم يدخر جهد في مساعدتي

وإلى كل من ساهم في تلقيني ولو بحرف في حياتي الدراسية

بن سعيد سارة

قائمة الجداول

قائمة الجداول		
الرقم	عناوين الجداول	الصفحة
01	جدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	75
02	جدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	76
03	جدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	77
04	جدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية	78
05	جدول رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة	79
06	جدول رقم (6): يمثل توزيع أفراد العينة حسب بداية استخدام الفيسبوك	80
07	جدول رقم (7): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في استخدام الفيسبوك	81
08	جدول رقم (8): يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام الفيسبوك	82
09	جدول رقم (9): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الهدف من استخدام الفيسبوك في فترة معينة	83
10	جدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الهدف من استخدام الفيسبوك	84
11	جدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الثقة في المعلومات التي يحصل عليها من خلال الفيسبوك	85
12	جدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي	86
13	جدول رقم (13): يوضح الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في استخدام الفيسبوك على حسب متغير الحالة العائلية	87
14	جدول رقم (14): يوضح الفترة التي يستخدم فيها أفراد العينة الفيسبوك حسب متغير المهنة	89
15	جدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متابعة الأحداث السياسية	92

93	جدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الوسيلة التي تلمبي وتزيد من معارفهم السياسية	16
94	جدول رقم (17): يوضح كيفية رفع الوسيلة التي يعتمدونها من الوعي السياسي لديهم	17
95	جدول رقم (18): يوضح إن كانت هناك مواقف قد ساهمت في تغييرها	18
96	جدول رقم (19) يوضح متابعة الأحداث السياسية حسب متغير الجنس	19
97	جدول رقم (20) يبين إن كانت هناك مواقف معينة قد ساهمت هذه الوسيلة في تغييرها حسب متغير السن	20
100	جدول رقم (21): يوضح إبداء رأي أفراد العينة حول ما يطرح من قضايا سياسية عبر الفيسبوك.	21
101	جدول رقم (22): يوضح مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي	22
102	جدول رقم (23): يوضح مدى رأي أفراد العينة إن كان الفيسبوك يزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية.	23
103	جدول رقم (24): يبين كيفية تأثر فترة استخدام أفراد العينة للفيسبوك عند وجود حدث أو قضية سياسية معينة.	24
104	جدول رقم (25): رأي الأفراد المبحوثين إن كان الفيسبوك قد زاد من وعيهم السياسي.	25
105	جدول رقم (26): رأي الأفراد المبحوثين حول إن كان الفيسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي	26
106	جدول رقم (27): يبين رأي أفراد العينة في متابعة الصفحات الخاصة التي تطرح مختلف القضايا التي تهم الجزائريين	27
107	جدول رقم (28): يوضح إن كان الفيسبوك يعزز من المعرفة السياسية أو الوعي السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	28

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

يعتبر الوعي صفة أساسية ملازمة للإنسان، فالذي يتميز به الإنسان عن الحيوان هو الوعي حيث يبدأ المرء بوعي حاجاته الأساسية التي تكفل له بقاءه ونموه، ثم يتطور هذا الوعي عبر التأمل والتأمل ليذكر المرء العلاقة بينه وبين محيطه . وكما أن هناك وعيا فرديا ذاتيا ينبثق من تصور كامل للمرء عن نفسه ومجتمعه ومكانته داخل هذا المجتمع ومركزه من الكون المحيط به، فهناك وعي جماعي أو اجتماعي يتشارك فيه كل أفراد المجتمع اتجاه تاريخ الجماعة وواقعها ومكانتها بين المجتمعات الأخرى.

ومن بين فروع الوعي الاجتماعي نجد الوعي السياسي، الذي يعد من أكثر أنواع الوعي الاجتماعي أهمية وتأثيرا في الفرد والجماعة، فالوعي السياسي هو الخبرة التي يحتاجها الأفراد من أجل تنظيم شؤون المجتمع المحلي المحيط بهم، والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته في كل الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية والمجتمعات التي تنوي التحول من النظام الديكتاتوري إلى النظام الديمقراطي بحاجة إلى منظومة من المعارف السياسية، التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة يستطيع من خلالها الفرد التعرف على الظروف والمشاكل التي تحيط به محليا وعالميا، ويحدد مكانه وموقفه منها والمساهمة في تغييرها أو تطويرها، ولذلك يحتاج الفرد إلى رؤية سياسية واعية وشاملة بالظروف والأزمات التي تعترى المجتمع، ليكون مدركا لمسؤوليته وناقدا للسلوكيات الخاطئة التي تمارس من قبل السلطات الحكومية، المجتمع العربي شهد تطورات وتغييرات متسارعة في منظومة القيم بعد سقوط بعض الأنظمة الديكتاتورية البائدة، وتلك التطورات طالت مختلف مناحي الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية لتؤكد على ضرورة متابعة مجريات وتغيرات الحياة اليومية ومدى تأثيرها على المشهد السياسي بشكل خاص وما يتطلبه ذلك من مزيد من التعديل والتطوير في منظومة الفكر البشري وإعادة إنتاج الوعي السياسي. ومن هذا المنظور فإن إعادة إنتاج الوعي السياسي يستلزم وسيلة أو أداة فعالة تمثل مصدر مهم لتنمية المعارف الفردية حول القضايا التي تشغل الرأي العام ، وتملك القدرة الكبيرة على زيادة الوعي

بعمليات صنع القرار وكذلك التأثير فيه، ورغم تعدد هذه الوسائل واختلافها فإننا نشهد في السنوات الأخيرة اهتماماً منقطع النظير بمواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بإبراز قدرة الفرد على التعبير عن ذاته وانشغالاته واحتياجاته من النظام السياسي، وكذا تمكينه من إبداء رأيه حول مختلف القضايا وانتقادها أو التعليق عليها أو مسانبتها، وتقدم هذه المواقع خدمات عديدة مثل إرسال الرسائل الخاصة والفيديوهات والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات، وهذا ما جعل من شبكات التواصل الاجتماعي موقع مهم في استيفاء المعلومات وتداولها، لهذا جاءت دراستنا كمحاولة لفهم كيفية تشكل الوعي السياسي من خلال هذه المواقع، التي أحدثت قفزة نوعية في تعامل الأفراد مع المواضيع السياسية لأنها تتيح لهم مساحات كبيرة للتعبير عن آرائهم بحرية ومن دون قيود عبر إجراء حوار جماهيري بشأن القضايا التي تمسهم.

وفي سبيل الإحاطة بالموضوع معرفياً ووجدانياً ارتأينا أن انتهاج خطة عمل تتكون من ثلاث جوانب الأول منهجي، الثاني نظري، والثالث تطبيقي، الإطار المنهجي: تطرقنا فيه بشيء من التفصيل إلى الجوانب المنهجية في دراستنا هذه، حيث تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أهمية وأهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع الدراسات السابقة، منهج وأدوات الدراسة بالإضافة إلى تحديد مجتمع البحث والعينة، وضبط بعض المفاهيم التي تخدم البحث. الإطار النظري: يتكون من فصلين، الأول فصل متعلق بالوعي السياسي، أما الفصل الثاني فهو خاص بمواقع التواصل الاجتماعي، أما الإطار التطبيقي: قمنا بتحليل نتائج البحث كمياً وكيفياً.

الإطار المنهجي

للدراسة

1. الإشكالية

يشكل الوعي ميزة الإنسان التي يتكئ عليها في ممارسة حياته والحفاظ عليها دون بقية الكائنات، فمنذ اللحظة التي ينشأ فيها الارتباط بين الإنسان والعالم، فإن الوعي يبدأ بالفاعلية، ويشرع في تكوين تراكم من المدركات والمعارف التي تعكس تفاعله مع العالم، فالوعي عنصر الحياة في المجتمع و أداة التغيير نحو مستقبل طموح كما يشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني وهذا يعني أن الوعي هو الخاصية التي تتيح للإنسان امتلاك شروط وجوده على نحو ذهني، وتأسيسا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى، تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي حيث يعرف الإنسان أشكال متنوعة من الوعي كالوعي الديني والوعي الاجتماعي والوعي الأخلاقي والوعي السياسي ... الخ

ومن هذا المنطلق فالوعي السياسي يعد أحد أنماط الوعي، وهو ذو أهمية كبيرة في الدراسات الاجتماعية والسياسية، حيث يمثل بشكل عام أحد أهم الركائز الرئيسية الحركة الإنسان وفكره وسلوكه، ويدرس مدى إدراك الفرد لنفسه والبيئة المحيطة به، فالوعي السياسي من المفاهيم التي لها أهمية كبيرة في ميدان علم السياسة، فهو يهدف دائما إلى تحقيق طموحات وأهداف الأفراد في المجتمع ورفع مستوى المجتمع من حيث الصحة والتعليم والمستوى المعيشي والخدمات بشتى أنواعها وتطوير الإطار الثقافي للمجتمع.

إن إيجاد الوعي السياسي في الأفراد والأمة بصفة عامة يكون عن طريق التنقيف السياسي، من خلال تتبع الأحداث السياسية، اعتمادا على وسائل عديدة ومتنوعة على غرار وسائل الإعلام الصحف التلفزيون وحتى المواقع الالكترونية و حتى مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، وهي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم، كما أنها تستقطب

فئة كبيرة من المجتمع، ورغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس لغرض التواصل الاجتماعي، إلا أن استخدامها امتد ليشمل مجالات أخرى مثل الاقتصاد الرياضة ، والسياسة ..

وبرز الدور الرئيسي لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي والتأثير على الرأي العام خلال فترة الحراك الاجتماعي في العالم العربي أو ما اصطلح عليه باسم ثورات الربيع العربي سنة 2010 ، حيث كان لشبكة الفايسبوك وحتى التويتر أثر بالغ في تعبئة الجماهير وكذا التأثير فيهم ليقودوا عجلة التغيير في بلدانهم، وتجلت مظاهره على وجه الخصوص في كل من تونس ومصر وليبيا، حيث كانت هذه الثورات والتغييرات نتاجا للوعي السياسي والتعبئة السياسية الجماهيرية التي انطلقت من منصات التواصل الاجتماعي.

والمعروف عن الجزائريين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم اهتمامهم الكبير بالقضايا السياسية، ومتابعتهم المستمرة للأحداث، ومسايرتهم للشؤون والأخبار المحلية والعالمية، كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم المصادر التي تلقى رواجاً من قبلهم للحصول على المعلومات السياسية، ولعل أهم موقع والأكثر انتشاراً بين الجزائريين هو "الفايسبوك" حيث وصل عدد مشتركيه في الجزائر سنة 2017 أكثر من 16 مليون مستخدم بنسبة 43 بالمئة من مجموع السكان¹، وهذا نظراً لسهولة استخدامه وأيضاً يسمح بتبادل الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا والأحداث.

وبناء على ذلك سنتناول في دراستنا هذه علاقة مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذجاً بتشكيل الوعي السياسي لدى الجزائريين من خلال طرح الإشكالية التالية:

¹ إحصائيات فايسبوك في العالم العربي لسنة 2017 / <https://weedoo tech> تاريخ النشر 8 مارس 2017، تاريخ الاطلاع 09 أكتوبر 2021.

كيف يتشكل الوعي السياسي من خلال الفايسبوك كأهم موقع تواصل اجتماعي لدى الجزائريين؟

2- تساؤلات الدراسة:

- 1- من هم الفئات الأكثر تعرضا للفايسبوك في الجزائر؟
- 2- ماهي عادات وأنماط استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية بأهم القضايا التي تشغل الرأي العام؟
- 3- هل يعتبر الفايسبوك مصدرا مهما لدى الجزائريين للحصول على المعلومة السياسية؟
- 4- كيف يتعامل مستخدمو الفايسبوك مع المعلومة السياسية التي يتلقونها في هذا الموقع؟
- 5- لماذا يعتمد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومة السياسية؟
- 6- هل هناك فروقات فردية بين أفراد العينة تبعا لمتغيرات الجنس والسن والمستوى التعليمي في التفاعل مع المعلومات السياسية عبر الفايسبوك؟

3- أهمية الدراسة:

غيرت مواقع التواصل الاجتماعي منذ ظهورها وإلى يومنا هذا موازين المشهد الإعلامي كافة، وكذا موازين التأثير في الرأي العام، فلم تعد المعلومة حكرا على مؤسسة إعلامية من غيرها ولم تعد حتى السلطة قادرة على التحكم في معالجة المواضيع والقضايا الحساسة، لتكون بذلك مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك بصفته الشبكة الأكثر انتشارا في العالم منبرا لمن لا منبر له، ومكانا لنفض السياسات وحتى لنشر القضايا الممنوعة من التداول عبر وسائل الإعلام، ولتعبئة الرأي العام

وللتحسيس بالقضايا المسكوت عنها، كما أصبح الفايسبوك مكانا للمعلومة السياسية التي كانت إلى وقت غير بعيد خطأ أحمر لا يجوز تجاوزه وحكرا على القنوات الرسمية وحتى وسائل الإعلام فلا يمكنها التطرق لهذه المعلومات بقدر من الحرية، ومن هذا المنطلق تكمن أهمية دراستنا، حيث أن الأثر البالغ الذي أحدثته شبكة الفايسبوك في عديد من القضايا وخاصة السياسية تستوجب البحث في خبايا هذا التأثير من جهة، وكذا في حقيقة تشكيل الوعي السياسي عن طريق الفايسبوك، وانطلاقا من هذا سنحاول أن نبحث عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تثقيف الجزائريين وتوعيتهم سياسيا.

4- أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ التعرف على مستوى الوعي السياسي لدى الجزائريين.
- ✓ التعرف على أهم مصدر عند أفراد العينة للحصول على المعلومة السياسية.
- ✓ معرفة حجم تعرض الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على العلاقة الموجودة بين تحسين الوعي السياسي ومقدار التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ معرفة كيفية تعامل أفراد العينة مع المعلومات السياسية التي يتلقونها من خلال الفايسبوك.
- ✓ التعرف على كيفية تعبير مستخدمي الفايسبوك عن آرائهم وأفكارهم بعد حصوله على المعلومة السياسية.

5- أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث الرغبة في اختيار الموضوع ولا بد أن تكون لديه أسباب تدفعه لذلك فيكون اقتناعه به

محفزاً ليمك القدره على مواصلة البحث والأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هي:

- ✓ الرغبة في دراسة الموضوع بشكل عميق.
- ✓ رواج موقع الفاييبوك بين الجزائريين بشكل لافت للانتباه.
- ✓ الاهتمام بالوعي السياسي لدى الجزائريين خاصة في ظل الأوضاع السياسية التي تشهدها البلاد مؤخرًا.
- ✓ الاهتمام بالقضايا السياسية وكيفية معالجتها في مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ اهتمامنا الشخصي بمواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايبوك خاصة.
- ✓ إدراكنا بأن هذه المواقع تمثل الإعلام البديل الذي يعالج الموضوعات الأكثر حساسية ومختلف الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

6- الدراسات السابقة:

1- دراسة سلام عبد سلام المهدي كريم الجبوري تحت عنوان دور قناتي الحرة وال bbc الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي، وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام بجامعة البترا في سنة 2013/2014¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى اعتماد الشباب الجامعي الأردني والإماراتي على قناتي الحرة وال bbc في التزويد بالثقافة والمهارات السياسية ومتابعة الأحداث العربية والدولية؟

في هذا المقام اختار الباحث الانطلاق من تساؤلات على النحو التالي:

- ◀ ما مدى متابعة طلبة الجامعات الأردنية والإماراتية قناتي الحرة وال bbc ؟
- ◀ ما دوافع متابعة طلبة الجامعات الأردنية والإماراتية قناتي الحرة وال bbc؟
- ◀ ما الإشباع المحققة لطلبة الجامعات الأردنية والإماراتية من متابعة قناتي الحرة وال bbc؟

◀ ما مدى التزام القناتين بالمعايير المهنية والأخلاقية خلال عرضها للأحداث المتعلقة بالربيع العربي؟

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول وصف دور قناتي الحرة وال bbc الناطقتين باللغة العربية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي واستعان بالعينة العشوائية،

¹ سلام الجبوري: دور قناتي الحرة والبي بي سي الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، الأردن، سنة 2013/2014.

وقد تم توزيع حوالي 420 استمارة من عينة مفردات الدراسة وقد تمكن من استرجاع 400 استمارة من عينة الدراسة وقد اختار أفراد العينة من بلدين مختلفتين هما الإمارات والأردن ومن كليات مختلفة.

وهذه الدراسة تهدف إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية والإماراتية في متابعة قناتي الحرة والbbc الناطقتين باللغة العربية، ومدى تفاعل الطلبة مع هذين القناتين، وكذلك إلى دور القناتين وتأثيرهما على تشكيل الرأي والاتجاهات، ليصل الباحث في الأخير إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

✓ نسبة تعرض الشباب الجامعي لقناة الbbc أكثر من نسبة الذين يتعرضون لقناة الحرة ونسبة تفاعل القناتين مع الأحداث تزيد من نسبة المشاهدة من قبل الشباب خاصة قناة الbbc فإن نسبة المشاهدة فيها كبيرة، نظرا لاعتمادها على فريق متكامل لمتابعة الأحداث المختلفة في المنطقة العربية.

✓ اختلاف متغير النوع الاجتماعي لا يشكل فرق في دور القناتين في إثارة الوعي السياسي، وأيضا لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور القناتين في إثارة الوعي السياسي باختلاف متغير الفهم.

هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا في كونها تهتم بالوعي السياسي، غير أنها تختلف في كونها تخص بالدراسة قنوات تلفزيونية في حين أن دراستنا تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي وكيفية مساهمة هذه المواقع في تشكيل الوعي السياسي.

2- الدراسة الثانية بعنوان: التنظيمات الطلابية ودورها في نشر الوعي السياسي لـ "جامع فاطمة" وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع تنظيم وعمل¹.

تمحورت إشكالية الدراسة فيما هو دور التنظيمات الطلابية في نشر الوعي السياسي للطلبة الجامعيين بجامعة سعيدة؟

من خلال هذه الإشكالية طرحت الباحثة التساؤلات التالية:

◀ هل لأعضاء التنظيمات الطلابية انتماءات سياسية تسعى من خلالها إلى نشر الوعي

السياسي للطلبة الجامعيين؟

◀ هل للأنشطة الممارسة من طرف التنظيمات الطلابية علاقة بنشر الوعي السياسي بين أوساط

الطلبة الجامعيين؟

تهدف هذه الدراسة إلى:

✓ معرفة أهداف التنظيمات الطلابية وبرامجها ومواقفها بغض النظر عن دورها في تحسين

الخدمات الاجتماعية للطلبة.

✓ إبراز أهم الأنشطة الممارسة من طرف التنظيمات الطلابية في عملية نشر الوعي السياسي

لدى الطلبة الجامعيين.

✓ وصف واقع الأزمة التي تعاني منها التنظيمات الطلابية والمؤثرة على دورها مع إبراز أهم

معالم تلك الأزمة.

¹ فاطمة جامع التنظيمات الطلابية ودورها في نشر الوعي السياسي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة الطاهر مولاي، سعيدة، 2015/2016.

✓ التوصل إلى بعض الاقتراحات للنهوض بالأنشطة الطلابية لتنمية الوعي السياسي للطلبة داخل الفضاء الجامعي.

اعتمدت الباحثة على المنهج الإحصائي التحليلي انطلاقاً من طبيعة أسئلة الاستمارة للوقوف على دور التنظيمات الطلابية في نشر الوعي السياسي، وقد استعانت الباحثة بالعينة القصدية واختارت 72 مفردة تمثل المجتمع الكلي لهذه الدراسة ومنه 72 مفردة الحجم العينة المختارة أي بنسبة 100%.

وقد توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

✓ الانتماءات السياسية لأعضاء التنظيمات الطلابية تؤدي إلى نشر الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، وأن طابع ممارسة الأنشطة الطلابية هو طابع تعليمي، كما أنها تتفق مع ميول الطلبة ورغباتهم، ومن أهدافها اكتساب خبرات ومهارات، واكتشاف المواهب وتنميتها، بالإضافة إلى دورها في تقوية شعور الطالب نحو الارتباط بجامعته، كما تعمل على تنمية شخصية الطالب السياسية، من خلال الوعي الثقافي والاجتماعي الذي تنتشره من خلال نشاطاتها، وكذا الوعي السياسي الذي يرتفع مستواه بأهمية الأنشطة الطلابية، ومن خلال هذا فإن الأنشطة الممارسة من طرف التنظيمات الطلابية علاقة بنشر الوعي السياسي بين أوساط الطلبة الجزائريين.

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كونها تسلط الضوء على التنظيمات الطلابية ودورها في نشر الوعي السياسي في أوساط الطلبة الجامعيين الجزائريين في الوقت الذي تهتم دراستنا بالكيفية التي يتشكل بها الوعي السياسي عند الشباب الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

3- الدراسة الثالثة بعنوان دور الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين وهي مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الطالبة "فيروز لمطاعي"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة في: ما هو دور الفضائيات العربية الإخبارية من خلال فضائية الجزيرة الإخبارية في تنمية الوعي السياسي بقضايا الانتفاضات الثورية العربية لدى فئة الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين؟

ومن أجل أن تحقق هذه الدراسة هدفها طرحت الباحثة التساؤلات التالية:

◀ هل تختلف درجة الوعي السياسي بين الأوساط المجتمعية بناء على البيئة في طريقة التعرض

والتأثير بالفضائية محل الدراسة؟ شرق غرب وسط جنوب الجزائر؟

◀ ما هي دوافع فضائية الجزيرة الإخبارية من بث أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية أولا

بأول، هل كانت تعرض العنف والنهوض ضد الأنظمة العربية أم أن هدفها إعلامي بحت؟

◀ بأي توجه قدمت فضائية الجزيرة الإخبارية موضوع الانتفاضات الثورية العربية من حيث

نوعية الضيوف، نوعية المواضيع، نوعية البرامج إعدادا وتقديما؟

◀ هل تعتبر الجزيرة من عوامل ما عرف بالانتفاضات العربية الثورية ونتاجا للوعي السياسي إذا

سلمنا بأن الحراك المجتمعي يعكس درجة الوعي السياسي؟

¹ فيروز المطاعي: دور الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر، سنة 2013/2014.

تهدف هذه الدراسة إلى:

- ✓ بالدرجة الأولى التعرف على الدور الحقيقي الذي يمكن أن تقوم به الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين، إضافة إلى التعرف على مدى وجود المشاركة الجماهيرية في البرامج السياسية بالقنوات الفضائية العربية
- ✓ تهدف أيضا إلى كشف درجة تأثير القنوات الفضائية العربية الإخبارية على الوعي السياسي.
- ✓ كما أن هذه الدراسة تبرز الأثر الذي أحدثته فضائية الجزيرة الإخبارية على الشعوب العربية.
- ✓ في هذه الدراسة اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ذلك أن المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها.

وقد توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

- ✓ تختلف درجة الوعي السياسي بين الأوساط المجتمعية بناءا على البيئة في طريقة
- ✓ التعرض والتأثر بالفضائية محل الدراسة (شرق، غرب، وسط، جنوب الجزائر).
- ✓ دوافع الجزيرة من بث أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية أولا بأول هي دوافع خارجية بالدرجة الأولى.
- ✓ تعتبر فضائية الجزيرة الإخبارية من أهم عوامل قيام ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية، حيث ساهمت بناءا على نتائج التحليل في التغيير من المواقف من جهة وفي حث الشعوب العربية على الخروج للشارع تطالب بالتغيير من جهة ثانية.

هذه الدراسة تشترك مع دراستنا في كونها تبحث عن الدور الذي تلعبه الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي، أي أنها تسعى إلى دراسة وسيلة معينة ومدى مساهمتها في تنمية الوعي

السياسي، ويكمن الاختلاف عن دراستنا في كونها تهتم بالفضائيات العربية الإخبارية عكس دراستنا التي تهتم بمواقع التواصل الاجتماعي وأخذنا الفايسبوك كنموذج لهذه المواقع.

7- منهج الدراسة وأدواته:

لكل دراسة منهج علمي يحدد مسار البحث وينظم خطواته، ويعرف بأنه الطريق أو الأسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في نفسه للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة، وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية¹، ويرتبط منهج البحث بطبيعة الدراسة والزاوية التي تعالج منها المشكلة، وتندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف وتعليل وكيفية تشكيل الوعي السياسي من خلال موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك، ولتحليل الكيفية وتفسيرها استعنا بالمنهج المسحي الذي هو أنسب المناهج لتحقيق هذه الأهداف لأنه يتيح لنا إمكانية إعطاء وصف دقيق وتحليل موضوعي الظاهرة محل الدراسة.

ويعرف المنهج المسحي بأنه منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون في الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر في كافة الأنشطة السياسية والثقافية والعلمية وتهدف تحليل ظواهره².

¹ غازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ط1، ص106.
² عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار المسيرة للطباعة، عمان، 2010، ط2، ص98.

ونعني بالمسح كما يرى محمد عبد الحميد أنه تمرير اليد على الشيء الذي علقت به أجسام غريبة، ونستخدمه في البحث العلمي للإشارة إلى الجمع الدقيق والشامل للمعلومات ذات الصلة بالظاهرة المدروسة¹.

كما يعرف المنهج المسحي على أنه الذي يقوم بجمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على وضعها المالي وجوانب قوتها، وضعفها كما أنه دراسة للظاهرة في وضعها الطبيعي دون تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة في ظروف طبيعية غير اصطناعية².

على هذا الأساس فدراستنا عبارة عن مسح بالعينة، نظرا لحجم الجمهور الكبير الذي يسلمتم الدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة الصدفية، حيث سنحاول من خلالها إظهار كيفية تحسين الوعي السياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و قد اخترنا موقع الفايسبوك كنموذج تتمحور عليه تساؤلاتنا الموجهة لعينة الدراسة.

8- أدوات الدراسة :

يتفق جل الباحثين على أن تعريف أدوات البحث العلمي هو تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، وبما إننا اعتمدنا على المنهج المسحي الوصفي في دراستنا فان أداة الدراسة المناسبة لهذا المنهج هي استمارة الاستبيان.

استمارة الاستبيان: تعتبر استمارة الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة علوم الإعلام والاتصال حيث تستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا

¹ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ط2، ص106.

² أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ط2، ص 286.

يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث كونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها، و الاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة الأسئلة التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث.

الاستبيان هو أحد أدوات البحث العلمي للوصول إلى الحقائق والوقائع والتعرف على الظروف وأحوال الدراسة، ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، فالاستبيان يمثل

وسيلة عملية للقيام بدراسة علمية لاستقصاء المعلومات والتوصل إلى حقائق تتعلق بآراء واتجاهات الأفراد حول موضوع أو موقف معين¹.

و الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن البيانات والمعلومات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة.

وسنعمد في دراستنا على الاستمارة الالكترونية من أجل توزيعها على المبحوثين، والاستمارة الالكترونية يعرفها عبد الرحمان حريري بأنها إحدى الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات الالكترونية والتي تكون غالبا منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة².

¹ رجاء دويوي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002، ص228-229.

² عبد الرحمان حريري: الاستبيانات الالكترونية، <http://educad.me>، 23/04/2009، تاريخ الاطلاع

.10/10/2021

8- مجتمع الدراسة وأدواته:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث خطوة مهمة في أي بحث، ومجتمع البحث أو المجتمع العام يعني جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة وجميع هذه المفردات خاضعة للدراسة أو البحث من قبل الباحثة، كما يعرف مجتمع البحث بأنه جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة¹.

ومجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو الأفراد المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، ونظرا لصعوبة الوصول إلى المجتمع الأصلي وحصر كل الأفراد المشتركين في هذا الموقع، فقد لجأنا إلى طريقة المسح بالعينة، والتي يعرفها موريس أنجرس على أنها ذلك الجزء من مجتمع البحث الأصلي الذي سنجمع المعطيات الخاصة بدراستنا من خلاله أو مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معينة². والعينة التي سنعتمدها في دراستنا هي العينة الصدفية، نظرا لصعوبة اعتماد عينة من العينات الأخرى وسواء كانت عشوائية أو منتظمة أو عمدية.

¹ دلال القاضي ومحمود البياتي: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2008)، ص 66.

² موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشريف، سعيد سبعون، الجزائر، دار القصة للنشر، 2006)، ص 299.

9- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1. الوعي السياسي: هو الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها¹.

وبناء على هذا التعريف فإن الوعي السياسي يشتمل على أربع محددات رئيسية هي:

1. الرؤية الشاملة.

2. الإدراك الناقد.

3. الإحساس بالمسئولية.

4. الرغبة في التغيير.

التعريف الإجرائي:

الوعي السياسي هو ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسية، ومدى تحصيله وإدراكه بالقضايا والأمور السياسية الحاصلة بأبعادها المختلفة، سواء كانت محلية أم دولية.

2. مفهوم الفيسبوك: بالإنجليزية: Facebook موقع ويب يعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة وتديره شركة "فيسبوك" شركة مساهمة، فالمستخدمون بإمكانهم

¹ تعريف الوعي السياسي، <http://legalcounsel.oWn0.com/t1-23-topic> تاريخ الإصدار، 20/07/2010، تاريخ الاطلاع يوم 11 أكتوبر 2021.

الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم¹.

التعريف الإجرائي:

هو أحد أشهر المواقع الموجودة على شبكة الانترنت، وهو أحد رموز وأبرز نتائج تكنولوجيا المعلومات الجديدة. كما أنه يساعد الأفراد المشتركين على سهولة الحصول على المعلومات وتبادل الصور ومقاطع الفيديو، كما يمنحه حرية إبداء رأيه والتعليق على المنشورات.

¹ <https://ar.wikipedia.org/wiki> ، تاريخ النشر 2017، الإطلاع بوم 11 أكتوبر 2021.

II. الجانب

النظري للدراسة.

الفصل الأول:

الوعي السياسي

تمهيد الفصل الاول

إن أهمية الوعي السياسي في الفترة الراهنة يعد ضرورة انسانية وتكمن أهمية هذا الوعي السياسي في أنه يساعد على معرفة الأحداث التي تنتج ظروف اعتيادية وغير اعتيادية فهو يحدد دور الدولة ومؤسساتها في التعامل مع القضايا الحيوية التي تحدث داخل المجتمع وأن الوعي السياسي موجود لدى الأفراد غالبا ما يقيد حركة الدولة ولا يسمح لها بالعمل بشكل مطلق في الساحة الداخلية وحتى على المستوى الدولي، إنطلاقا من هذا ونظرا لأهمية الموضوع سنقوم بالتفصيل نوعا ما فيه في هذا الفصل.

1- تعريف الوعي السياسي:

يشير مفهوم الوعي السياسي إلى معرفة المواطن لحقوقه السياسية و واجباته و ما يجري حوله من احداث ووقائع سياسية و يتشكل من خلال إدراك الفرد لذاته و لذوات الاخرين من حوله, و يشير أيضا إلى مستوى أدراك الشباب للواقع السياسي و التاريخي لمجتمعهم و دورهم في العملية السياسية بما تتضمنه من اتجاهاتهم السياسية و انتماءاتهم للأحزاب القائمة و سلوكهم الإنتخابي، و هو مجموعة من القيم و الإتجاهات و المبادئ السياسية التي تتيح للفرد ان يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه و مشكلاته و يحللها و يحكم عليها و يحدد موقفه منها و يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها و تغييرها ، كما هو متابعة الفرد للأحداث و التطورات السياسية و إدراك أهمية الفوائد العائدة من الإنخراط في السياسة و الإلمام بالقضايا المرتبطة بالبلاد و تكوين فكر و رأي واضحين حول هذه الأمور¹.

¹ شدان خليل يعقوب: أثر مواقع التواصل الإجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية، أطروحة للحصول على درجة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية فلسطين، 2015، ص20.

2- نشأة الوعي السياسي:

ترتبط نشأة الوعي السياسي عند الإنسان بعملية الإنتاج الاجتماعي، ولهذا فهو ثمره من ثمار التطور الاجتماعي، ففي عملية الإنتاج بالذات وفي عملية إعداد أدوات الإنتاج، وأثناء التفاعل مع الطبيعة يستطيع الإنسان أن يعرف أن يكتشف خصائص الأشياء، ويفرق بين ما هو جوهري وما هو غير جوهري، أو أن يظهر الترابط الحتمي بين الظواهر والعلاقة بينه وبين وسط البيئة التي يعيشها الإنسان وتؤثر في توجهاته وأفكاره التي تعيش فيه¹.

وقد أشار الفلاسفة والمفكرين في العصر الإغريقي إلى أن أولى حالات الوعي السياسي جاءت نتيجة الحاجة الإنسانية للاجتماع، وتكوين السلطة عندما اضطر الإنسان في محاولة منه لتأمين الغذاء، و الحماية إلى الانتظام في مجتمعات سياسية لها إطار سلطوي، عبر عنه بالقبيلة والقرية والمدينة والدولة، واعتبروا الحاجة إلى التنظيم السياسي لإدارة المجتمع والدفاع عنه بداية لما عرف بالوعي السياسي لدى الأفراد، إلا أن مرحلة وضع الأسس الأولى للمجتمع السياسي وقيام الدولة، أفرز الحاجة إلى قيم أخرى غير الغذاء والأمن ألا وهي العدالة وتأمين الحريات الفردية، الأمر الذي دعا عددا من المفكرين إلى طرح مبادئ وقيم سياسية أطلق عليها المبادئ الديمقراطية، والتي كانت أساس الثورات والحروب والانتفاضات التي هزت المجتمعات الإنسانية عبر القرون السابقة، وأدت إلى ظهور أنظمة مختلفة، من بينها الأنظمة الديمقراطية والتي من أبرزها الوعي السياسي في المجتمع².

ففي مجال الوعي السياسي نبدأ بالتاريخ الأوروبي، و الظروف التي ساعدت على نمو الوعي لدى الفرد الأوروبي عبر الزمن وأولى التحليلات كانت بظهور عصر النهضة الأوروبية، وقد مثل هذا العصر رد

¹ عبد مسلم الماجد: مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع، بيروت، المكتبة العصرية، ط1، 1995، ص129.

² موسى محمد آل طويرش: الوعي السياسي كعنصر أساسي في بناء النظام السياسي الديمقراطي، بغداد، الجامعة المستنصرية، دراسة أكاديمية، دون طبعة، 2012، ص3.

فعل على الاستبداد الكنسي في تلك الفترة، فالأوروبيون شعروا بحقوقهم الضائعة، و المحتكرة من قبل سلطة الكنيسة، و تصرفاتها غير الواقعية، ويعرف عصر النهضة على أنه يدل على حركة البعث الجديدة أو الإحياء، ومن ثم فهي تشير إلى تلك الروح النقدية التي ظهرت بالنسبة للفلسفة والأدب ولجميع المعارف والفنون الكلاسيكية، ومحاولة البحث والاستقصاء والاعتماد على النفس و الاهتمام بالأمور الدينية¹.

والأمر الهام في أفكار المفكرين وخاصة مفكري هذا العصر (عصر النهضة) هو النهوض بالوعي السياسي وزيادة اهتمام الناس بالأمور السياسية وخاصة السلطة، وفلسفة الأنوار باعتبارها ظاهره ثقافية أوروبية واسعة المدى، وقد تشابكت عدة عناصر لتحدد حركة الأنوار، لكنها تطورت أساسا بوصفها نقدا للدين والسياسة، فقد نسفت النظام القديم في جذوره².

3- أدوات تكوين الوعي السياسي:

تتعدد الأدوات التي تساعد على تحقيق الوعي السياسي، فالإنسان منذ ولادته يعايش مؤسسات عديدة بدءا من الأسرة، مروراً بالمدرسة، وجماعات المعارف والرفاق، ووسائل الإعلام، وهذه المعاشية تؤدي إلى إكسابه الكثير من المعلومات والمعارف والقيم والمعايير والاتجاهات التي تؤثر على سلوكه السياسي، إيجاباً أو سلباً على نحو مباشر أو غير مباشر، ويقسم الباحثون هذه الأدوات إلى أدوات رسمية مثل (المدرسة، الأحزاب، ووسائل الإعلام) وغير الرسمية مثل (الأسرة، وجماعات الرفاق)³.

¹ موسى إبراهيم: معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، بيروت، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، ط1، ص13.

² هشام جعيط: أزمة الثقافة الإسلامية، بيروت، دار الطليعة، ط1 ص135.

³ إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، دون طبعة، 2019، ص123-124.

3-1: الأدوات غير الرسمية:

تتمثل فيما يلي:

أ- الأسرة: تعد الأسرة من أهم أدوات تكوين الوعي السياسي، وذلك لكونها أول مؤسسة يتعامل معها الطفل كما يظل تأثيرها مستمرا لفترة طويلة، حيث أن الأسرة هي المنبع الأول الذي ننتمي منه المعارف والمعلومات، و القيم السياسية التي تؤثر في الوعي وتساهم في تشكيل السلوك السياسي وبناء الشخصية السياسية، وتنمي الميل إلى المشاركة في العمل السياسي في ما بعد¹، ويشير تراث البحوث المتعمقة بالتنشئة الأسرية إلى مدى هيمنة الأسرة وتأثيرها على شخصية الأبناء بوصفها المنشئ الفعال لهم، وقد توصل "هيربت هايمان" إلى أن الأسرة تعد أهم المصادر في تعليم الناشئ المعارف السياسية، كما خلص "ايستون" من خلال دراساته الميدانية إلى أن التعميم السياسي يبدأ بصورة أساسية من خلال الأسرة في فترة ما قبل المدرسة، حيث يستقي الأطفال من الوالدين الكثير من المعلومات الأساسية عن المجتمع، كما أن المعلومات والخبرات التي يكتسبها الفرد خاصة السياسية في سياق الأسرة تظل مؤثرة في سلوكه حتى في ما بعد الاستقلال عن الأسرة².

وتكتسب الأسرة هذه المكانة لكونها البيئة الاجتماعية الأولى التي تتولى الفرد من حياته المبكرة، وتعمل على إشباع حاجاته الأساسية، كما أن التفاعل بين الأسرة والفرد يكون أشد كثافة وأطول زمنا، هذا إلى جانب العلاقة الانفعالية التي تربط الفرد بالأسرة، وتعتبر فترة ما قبل المدرسة من أهم الفترات التي تسهم في تشكيل ملامح شخصية الطفل المستقيمة وتحديد معالم السموك الاجتماعي، و الذي يؤثر بالطبع على سلوكه السياسي مستقبلا، وتعد هذه المرحلة من أهم الفترات الإنمائية لما يحدث فيها من تشكيل

¹ محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية، القاهرة دار النشر للجامعات، دراسة في دور أخبار التلفزيون، ط 1، 1997، ص35.

² سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر، ط 1، 2004، ص183.

الأنا و بداية نمو الضمير، و الذي يتشكل عبر أساليب التنشئة التي يعتمدها الوالدين، ومن خلال الملاحظة والتقليد مما يسهم في إدماج القيم والمعايير والاتجاهات التي تتميز بها الثقافة الفرعية التي ينتمي إليها الآباء¹.

ب- جماعة الرفاق: ويقصد بها جماعات الأصدقاء والزملاء واللعب في نطاق الأسرة أو المدرسة في مرحلة الطفولة و جماعة العمل في المراحل المتقدمة (المراهقة والنضج)، ويستمر تأثير الجماعات في جميع مراحل الحياة في الجامعة عن طريق التنظيمات الغير رسمية، و الجماعات، والأسرة الجامعية، وفي معظم الأحوال هم متقاربون في أعمارهم وميولهم وهوياتهم، كما أنها الجماعة التي ينسب إليها الفرد سلوكه الاجتماعي و يقيمه في إطار معاييرها وقيمها واتجاهاتها وأنماط سلوكها المختلفة²، وتضم هذه الجماعات الأفراد المتقاربين في السن أو الوظيفة أو المستوى الاقتصادي... الخ، و أهم ما يميز علاقة الفرد بنظرائه التكافؤ والشعور بالندية، لهذا تتزايد درجة الترابط بينهم، كذلك التأثير المتبادل، ولا شك أن لتلك الجماعات دور أساسي في نقل وتعزيز القيم التي يكتسبها أعضاء تلك الجماعات، وقد برزت أهمية جماعات الرفاق ودورها مع التحولات الاجتماعية التي حدثت في العقود الأخيرة والتي صاحبها ضعف في الروابط الاجتماعية بين الأبناء والآباء³.

3-2: الأدوات الرسمية:

أ- المؤسسات التعليمية: جاءت المدرسة لتمارس دورا حيويا في تنمية الوعي السياسي من عدة زوايا فهي تتولى غرس القيم والاتجاهات السياسية التي يبتغيها النظام السياسي فالمدرسة تمارس دورا مهما

¹ نفس المرجع، ص48.

² فؤاد البهي السيد: علم النفس الاجتماعي، بيروت، دار الفكر العربي، ط2، 1981، ص197.

³ سمير خطاب: مرجع سبق ذكره، ص54.

في حياة الطفل والشباب وقد تطورت وظيفة المدرسة من مجرد تلقين العلم والمعرفة الى الاهتمام بالتربية والانشاء وهي عن طريق ثلاث اليات هي:

◀ المقررات الدراسية: يكون للمقررات الدراسية التي يتلقاها الطفل في المدرسة أثر كبير على سلوكه خصوصا مقررات التاريخ والتربية بالإضافة الى اللغة والتربية الدينية اذا كانت تدخل ضمن البرنامج الدراسي ويميز البعض بين نص تعليمي يستهدف خلق المواطن الصالح الذي يهتم بقضايا وطنه، و يشارك بفعالية في الحياة العامة، و بين نص تعليمي يستهدف ترويج الايدولوجية أو مذهب معين، و المؤلف ان تمزج المقررات في أي بلد بين هذين النوعين من النصوص بدرجات متفاوتة.

◀ دور المعلم في تنمية الوعي السياسي: يعد المعلم هو راس الحربة في عملية تنمية الوعي السياسي لدى الطلاب بما لديه من علم و ما يؤمن به من قيم و ما يتبعه من اساليب التدريس و التعامل مع الطلاب فالأداء الجيد للمعلم يمكن ان يعوض الفقر في المضمون المقرر مثلما ان ثراء المضمون يمكن ان يهدره فقر أدائه، و تتحدث الأدبيات عن دور مزدوج للمعلم في تنمية الوعي السياسي، فهو من ناحية حامل وناقل للقيم الاساسية و المبادئ العليا التي ارتضاها المجتمع و هو من ناحية اخرى يبيث من خلال شرح وطريقة التدريس و السلوك قيما ثقافية قد لا تخلو من دلالات سياسية صريحة و مضرة. فإن كان المدرس يشجع تلاميذه على الحوار وتوجيه الاسئلة فإنه يقدم نموذجا إيجابيا يدفع بالتلاميذ الى الاسهام في بيئتهم و التفاعل معها و التعود على أخذ زمام المبادرة.

◀ الأنشطة الطلابية: فلكل مدرسة تنظيماتها ومجموعتها الاحتوائية و يتوقف نمو احساس الطلاب بالاعتدال الذاتي و الانتماء الجماعي على امكانية انضمامهم الى هذه الهياكل و مدى اسهامها فعلا في ادارة المؤسسة، كما ان المدرسة قد تشجع التلاميذ على مزاوله أنشطة فنية و رياضية

و ثقافية تفجر الطاقات الابداعية و تتميزهارات المشاركة و تغذي قيم الانتماء و المواطنة و الجماعة و القة في النفس و بالمقبل قد تكون المدرسة بيئة للخمول و الاحباط و السلبية¹.

ب- الأحزاب السياسية:

لا شك في ان للأحزاب السياسية دور هام في الاتجاهات السياسية لدى الأفراد و بطبيعة الحال فان دور الاحزاب مثل المؤسسات الاخرى (كالجماعات الضاغطة ووسائل الاعلام) يختلف باختلاف المجتمعات ففي المجتمعات المختلفة يرتبط حياة الافراد الحزبية الى حد الارتباط الكامل، و هذا مالا نراه في المجتمعات الأخرى ففي المجتمع الامريكي على سبيل المثال نرى الولاء الحزبي مرنا و ذلك على وفق مستوى الوعي السياسي لدى الفرد الأمريكي، و غالبا ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسة في الفترات الاولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الاحزاب ضئيلا بالنسبة للتوعية السياسية و غالبا ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الاحزاب في الدول المتقدمة منسجمة مع القم التي تغرسها العائلة والمدرسة، اما في البلدان المتخلفة فتسعى الاحزاب الى غرس قيم غالبا ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها البالغون في طفولتهم حيث يقتصر التغيير و التطور على الاحزاب فقط في تلك المجتمعات².

¹ صبري بديع عبد المطلب الحسيني: الوعي السياسي في الريف المصري، ط 1، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا، 2017، ص89-91.

² ريم فتيحة قدوري: دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة احمد بن بلة الجزائر، 2018، ص134.

ج- وسائل الإعلام:

ان وسائل الاعلام باعتبارها طرق لاكتساب الوعي السياسي تختلف باختلاف أنواعها و مصدر تلك الوسائل فإن التغطية الاعلامية تؤثر في الافراد و يكون لديهم توجهات و اراء حول مختلف المفاهيم و احداث السياسية، و ما دمنا نعيش اليوم عصر المعلوماتية فان هذا الدور معرض للتطور و التوسع و هكذا نجد في العالم اليوم تعدد و تنوع طرق اكتساب الوعي السياسي و اتساع المؤثرات التي تسهم في تنمية الوعي السياسي على المستوى الكوني العالمي و المحلي، و ان الاعلام في الوقت الراهن يمارس دور اكبر من حيث تعدد الوسائل كشبكة العنكبوتية و تحويل العالم الى قرية صغيرة ,لذا اصبح بإمكان الافراد الذين يعيشون تحت الاستبداد من التعرف على العالم لواسع و اقتناء الافكار الحرة من خلال الانترنت و الاقمار الاصطناعية¹.

وسائل الاعلام تحمل الدور الالهم في صياغة و تعديل الصور الذهنية و المحرك الأساسي للسياسات العامة و من هنا يأتي دورها في صناعة القرار السياسي الذي اصبح بفضل وسائل الاعلام و قنواته المتعددة و المتطورة عملية تشارك فيها مختلف فئات المجتمع المدني².

¹ نعيم ابراهيم الظاهر: مدخل إلى العلوم السياسية، ط1، عالم الكتاب الحديث للنشر و التوزيع، الأردن، 2015.
² منذر صالح الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص194.

4- معوقات اكتساب الوعي السياسي:

هناك العديد من المعوقات التي تحد من إكتساب الوعي السياسي سنذكرها كما يلي:

◀ العائلة : فالعائلة تعد النواة الأولى في بناء شخصية الافراد لكي تتسجم مع الواقع الذي نعيشه ترى فيها نوعا من الاستبداد فالاب و الاخ الكبير يمارسان السلطة المطلقة على حساب الافراد الاخرين فالوطن العربي يعاني من الأبوية حيث فرض الاوامر و التزام تطبيقها في جو لا يتصف بحرية الرأي، فالنظام الاسري يعاني من الاستبدادية التي توجد بين الافراد غير الواتقين من انفسهم و الذين لم يفلحوا في تكوين شخصيتهم فنرى ان تحليل الأمور يكون إما بالسلب المطلق أو الايجاب المطلق دون ان يكون هناك حد وسط في تحليل الأوضاع فالطاعة العمياء و القيم و التقاليد الموجودة داخل المجتمعات انكست كلها على مؤسسة الأسرة.

◀ المدرسة: فهي تعيش تحت تراكم المجتمعات و مخلفاتها السلبية فالفرد الذي عاش في جو عائلي استبدادي ينقل معه تلك القيم الى داخل المدرسة و من ثم تؤثر في الأفراد الاخرين، فضلا عن ذلك عدم وجود تخطيط علمي منهجي يحدد أهداف المدارس و استراتيجياتها في المنطقة، و الأمزجة السياسية التي تكونت في المدرسة تختلف من شخص الى اخر فضلا عن اختلاف تلك الامزجة أيضا.

◀ الجامعة: الجامعة هي الاخرى تعاني من الانقطاع مع المجتمع و لا يوجد هناك ربط بين المعرفة و الانتاج و لا تساهم الجامعات بذلك الدور في التوعية السياسية بالنسبة للطبقات العامة، فضلا عن قلة المتطلبات و الوسائل العلمية الحديثة بحث تساعد الجامعات عل اكتساب معرفة علمية جديدة فأغلب الجامعات تعاني من قلة استخدامها لمجال الأنترنت، فهي الاخرى بدلا من تكون عامل لجذب و استقطاب تحول في كثير الأحيان الى عامل اعاقا تحت توجه السلطات الحاكمة و توجيهها و اشرافها.

◀ الأحزاب السياسية: هي الأخرى لم تقم بذلك الدور الفاعل في توعية الجماهير توعية سياسية بحيث تكون ذات تأثير على صناع القرار والأوضاع السياسية و خاصة أحزاب المعارضة التي تقتصر على وظيفة نشر الوعي السياسي بين أفراد الشعب.

◀ وسائل الإعلام: فعلى الرغم من الدور الذي تلعبه تلك الوسائل في المجتمعات المتحضرة من حيث الاسهام في اكتساب الوعي السياسي الشعبي و معرفة الأفراد بمجريات الأمور السياسية بموضوعية دون الالتفاتة الى مراقبة و إرضاء الحكام،و الإعلام في الشرق الأوسط محتكر من قبل النخبة الحاكمة و بذلك يكون اعلاما موجها لا يؤدي الدور الايجابي المطلوب منه و هي الاخرى تعيش في ازمة السيطرة السلطوية و الترويج للسلة الحاكمة¹.

5- أبعاد الوعي السياسي:

للوعي السياسي أنواع مختلفة و أبعاد متعددة لا بد من تحديدها حتى يمكن فهم وتحقيق الوعي المناسب لمتعامل مع الأشياء ومواجهة التحديات، ولعل من المناسب عند الحديث عن الوعي السياسي و محاولة فهم أن نفرق عمى سبيل المثال بين الوعي الذاتي و الوعي الجماعي، وبين الوعي المجرد و الوعي العملي، بمعنى لا بد من التفريق بين الوعي السياسي النظري (الذي يكتفي بوصف الأحداث) والوعي الممارس (أو التطبيقي) الذي أثبت نجاحه في الميدان، حيث لا بد من التفريق بين الوعي المضلل كما هو الحال اليوم في كل الأنظمة الديكتاتورية، وما بين الوعي السليم والمفيد.

وتتلخص أبعاد الوعي السياسي في:

◀ البعد المعرفي: ويتعلق هذا البعد بالمعرفة والمعلومات السياسية، فالوعي السياسي يتطلب من المواطن أن يمتلك رصيда من المعارف والمعلومات عن المحيط السياسي وعن

¹ نعيم ابراهيم الظاهر: المرجع نفسه، ص193-194.

العمليات والبنية السياسية في مجتمعه، وأن يعرف حقوقه وواجباته السياسية، والأنماط المختلفة لسلوك الناخب، مسؤوليات الرئيس، وأسماء شاغلي المناصب والمؤسسات السياسية، والعلاقة بين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، والأحداث والمشكلات السياسية السائدة في مجتمعه¹.

◀ البعد الوجداني: هذا البعد يتعلق أكثر بالقيم، ويكون التركيز هنا على غرس وتنمية القيم المرغوبة اجتماعيا وسياسيا في نفوس الأفراد والجمهير، وتعتبر القيم من المفاهيم الجوهرية في جميع ميادين الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية كما تعتبر عنصر رئيسي في تشكيل ثقافة أي المجتمع، فالقيم هي المثاليات العليا للأفراد والمجتمع، كذلك تقوم القيم بدور حيوي في إدراك الأفراد للأمور من حولهم وتصورهم للعالم المحيط بهم².

◀ البعد السلوكي: ويقصد بالسلوك كل ما يصدر عن الفرد من استجابات جسدية ولفظية أو كل نشاط يصدر عن الفرد في تفاعله مع البيئة بمختلف صورها، ويؤكد كثير من الباحثين أن هذا البعد يركز على المشاركة السياسية بصورها المختلفة باعتبارها حقا من حقوقه السياسية، وهو ما يرتبط بمفهوم المشاركة السياسية ودرجاتها ومستوياتها وتصنيفاتها وخصائصيا وأهميتها³.

1 أمل خلف: التنشئة السياسية لطفل ما قبل المدرسة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص53.

2 إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: مرجع سبق ذكره، ص142.

3 نفس المرجع، ص146.

خلاصة الفصل الأول

لقد مكنتنا هذا الفصل من التعرف على الجانب النظري لمتغير الوعي السياسي حيث تم التطرق الى معلومات خاصة بالوعي السياسي كتعريفه، النشأة، أدوات تكوين الوعي السياسي، وأبعاده، ومعوقات اكتسابه، أما في الفصل الموالي سنتطرق لموقع الفايسبوك كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني:

واقع إستخدام

الفايسبوك في

الجزائر

تمهيد الفصل الثاني

تعد شبكة الانترنت في الوقت الراهن أهمية كبيرة من طرف الباحثين و الدراسيين، في مختلف المجالات؛ حيث تتميز بعدة مميزات و خصائص تسهل للفرد في التواصل و البحث و تقصى المعلومة مهما كانت، ومع التطورات التكنولوجية ظهرت العديد من الشبكات و المواقع الاجتماعية التي سهلت أكثر عملية التواصل و التفاعل بين الناس في جميع أنحاء العالم ، ملغية بذلك حدود زمان والمكان؛ حيث ظهرت في هذه الشبكات العديد من التطبيقات مثل: تويتر، ماي سبيس، الأنستغرام وموقع الفيسبوك، الذي لقي رواجاً أكثر من المواقع الأخرى و ذلك لسهولة استخدامه و السمات الموجودة فيه .

ونحاول في هذا الفصل الكشف عن تطور الشبكات الإجتماعية خاصة موقع الفيسبوك في المجتمع الجزائري والكشف عن الدوافع والحاجات من استخدامه، في ظل نظرية الإستخدامات والإشباع ووصولاً أخيراً وليس أخراً الى الأثار المترتبة عنه.

1- ماهية الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى تقديم تعريف مهمة حول مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى تسلسلها التاريخي وتطورها عبر مراحل، وصولاً إلى أهم أنواع الاتصال الاجتماعي كالاتصال التربوي، التداولي... الخ.

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1-1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

عرفها "وليد زكي" « على أنها شبكات عالمية تتيح الفرصة الى التواصل بين الأفراد حول العالم من خلال الفضاء المعلوماتي تظم في رحابها ملايين البشر ويمكن من خلالها مشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات إقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها»¹.

ويعرفها الباحثان: " بويد و أليسون " : « على أنها صنف من المواقع التي تقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح الأفراد بناء ملامح متاح للعموم (Public Profil)، أو شبه المتاحة للعموم في إطار نظام محدد، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات الاطلاع على شبكة علاقة الآخرين»².

وتعرف موسوعة ويكيبيديا الشبكات الاجتماعية بأنها « : عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية ، يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة معروضة ، ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية مواقع الشبكات

¹ جريل بن حسن العريشي: الشبكة الاجتماعية والقيم رؤية التحليلية، ط1، 2015، الاردن، ص 24.

² الصادق حمادي: كيف نفكر في مواقع التواصل الاجتماعي، ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية و الشباب الاماراتي، الواقع و التحديات، كلية الاتصال، الشارقة، 2012، ص19.

الاجتماعية يمكن أن تستخدم لوصف المواقع ذات الطابع الاجتماعي، مجموعات النقاش ، غرفة الدردشة وغيرها»¹.

وتعرف مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها تركيبة إجتماعية إلكترونية، تصنع من قبل أفراد و جماعات وكذلك مؤسسات ويتم تسمية الجزء الرئيسي، والمكون الأساسي لها مثل: الفرد الواحد باسم العقدة (mode)، بحيث تقوم هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كالانتماء إلى نادي رياضي، أو الانتماء المهني إلى الشركة ما ، أو أيضا الانتماء أو الإشتراك في صفة المواطنة ، لبلد ما في هذا العالم².

- ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن مواقع الشبكات الاجتماعية أتاحت الفرصة للأفراد في تكوين الصداقات في شتى المجالات وساعدت على الحصول على المعلومات من خلال المواقع المتاحة فيها. وحتى خلق فرص العمل من خلالها.

2. التسلسل التاريخي لتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم التواصل الاجتماعي تعود إلى " جون بارنر " سنة 1954 حيث كتب مقالا حول (Class And Committees A Working) في مجلة العلاقات العائلية القبائل جزيرة النرويج تدعى " برمنس " ، ولاحظ أن هناك ثلاث صيادين لدراسة تلك المواقع:

• إقليمي اجتماعي في الميدان المؤسساتي.

• صناعي في الميدان الاقتصادي.

• إجتماعي قائم بين السكان.

¹ صارة شهرة ، يزيد قلتي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب: دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة- أم البواقي- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص، صحافة وإعلام إلكتروني، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي، كلية العلوم الانسانية ، شعبة علوم الاعلام والاتصال ، سنة جامعية 2014/2015، ص: 38.

² جمال منصر:م.س.ذ.ص.74.

وأشار إلى أن الميدان الأخير يحتاج إلى الأخير دفتر به قائمة عناوين المقيمين في النرويج، ويرصد من خلاله تكرار لفائدتهم وعدد الزيارات المتكررة فيما بينهم في حينها قدم "برونز" عدة مفاهيم أساسية للتعريف، وفهم نموذج لشبكات الاجتماعية، من بينها: أن الشبكة الاجتماعية هي أداة تسمح لها بفهم طبيعة الجماعة الاجتماعية.

في حين نشأت مواقع التواصل الاجتماعي الإلكتروني في أحضان الولاية المتحدة الأمريكية ويعود الفضل لذلك إلى شبكة الانترنت الذي وجه إلى أكبر فئة من عامة الناس، إذ في سنة 1995 تم إطلاق موقع **كلاس ماب (Class notes.Com)**، الذي كان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة؛ حيث ساهم هذا الموقع إلى تقسيم المجتمع الأمريكي إلى ولايات وكل ولاية إلى عدة جهات، وكان الهدف من هذا الموقع تكوين علاقات جديدة، وفي عام 1999 كانت معظم الشبكات الاجتماعية موجهة للشعب الآسيوي ولذوي البشرة السمراء، وفي الولايات المتحدة الأمريكية من أجل تدعيم تواصلهم الاجتماعي من خلال غرف الدردشة¹.

والرسائل الإلكترونية التي كان يوفرها الويب، ومع بداية سنة 2000 ظهرت معظم مواقع التواصل الاجتماعي، رغم أنها لم تكن تعتمد على التقنيات الويب وفي سنة 2002 تم إطلاق موقع **The Friends.com** ليكون وسيلة للتعارف وتكوين الصداقات الإلكترونية ولذلك لقي هذا الموقع رواجاً كبيراً و إقبالاً يفوق 5 ملايين مسجل بعد السنة الموالية انطلاقه، وخوفاً ينتشر اتساعه دفع رواد الموقع مقابل اشتراكات تم توجيه معظمهم إلى "ماي سبيس" الذي ظهر سنة 2003 والذي نال أكثر شهرة على مستوى العالم باعتباره أول شبكة اجتماعية مفتوحة، وفي سنة 2004 ظهر موقع الفيسبوك وأصبح الموقع الأكثر رواجاً من قبل رواد الانترنت بفضل تطبيقاته المتجددة. ومع بداية 2006

¹ حليلة قادري: التواصل الاجتماعي، جامعة وهران، ط1، 2016، ص 117، 118.

أطلقت شركة "أوديو" الأمريكية موقع تويتر مع ظهور المدونات الصغيرة **Micro blog**، كما ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي حسب الاختصاص والمهن محددة من: **Edmodo**، الموجه للمدرسين والطلبة، وفي سنة 2007 ظهر أول موقع اجتماعي مخصص للتربية الذي يسمح للمعلمين البقاء في تواصل مع المتعلمين خلال **Beebac**.

3. الأوجه المختلفة لفهم التواصل الاجتماعي.

هناك عدة أوجه لإدراك عملي وفهم التواصل الاجتماعي، ويمكن حصرها فيما يلي:

1.3. الأدوار: أي الدور المختلفة: الإنتاج، والتوزيع، الاستهلاك، الموضوع، مصدر المتكلم، والمرسل إليها.

2.3. أنواع التواصل: للحديث عن أنواع التواصل الاجتماعي علينا أن نشير إلى دوافع ومصداقية

التواصل مثل:

✓ اتصال التربوي: هو نقل للأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بصفة خاصة، من المدير إلى المعلم

أو العكس، بحيث يتحقق الفهم المتبادل وينتج عنه إقتناع من جانب المتصل به¹.

✓ الاتصال التداولي: التداولية هي دراسة اللغة في الإستعمال أو في التواصل، لأنه يشير إلى أن

المعنى ليس شيئاً متصلاً، في الكلمات وحدها ولا يرتبط بالمتكلم وحده ولا السامع وحده، وإنما يتمثل

في تداول اللغة بين المتكلم والسامع في سياق محدد².

3.3. مضمون التواصل الاجتماعي: ويتعلق الأمر هنا بالمعلومات المتعددة سيتبادلها المرسل

والمستقبل في مجال ما أو حدث جاري أو موضوع يتعلق بمؤسسة ما ، وهذه الرسائل تتكون من:

¹ زياد أحمد خليل الدعس: معوقات الإتصال و التواصل التربوي بين المديرين و المعلمين.بمدارس محافظة غزة وسبل مواجهتها في ضوء الاتجاهات المعاصرة:رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص65.

² محمود جلال الدين سليمان: التدريس التداولي لمهارات التواصل الشفوي، في برامج تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها، المجلد 01، العدد 03، 2018، ص155.

✓ تصورات اجتماعية وثقافية والقيم الأخلاقية.

✓ القيم الإجتماعية التي لها علاقة بالتصورات العقلية.

✓ إعداد التعليمات والقيام بالترجمة لفهم نص الرسالة.

4.3 علاقه التواصل في ميادين الإجتماعية في الحياة:و يعبر هنا عن التواصل لأجل قضاء عدة

خدمات في الحياة اليومية، فهو إذن وسيلة، أو أداة لإنجاز نشاطات متنوعة نذكر منها:

✓ اقتصادية (لبيع من المراسل إلى المستقبل).

✓ تربوية (تكلف بالميدان التربوي مثلا).

✓ تشاركية (المشاركة، مجتمعية وأقدم على التطور)¹.

¹ حلیمه قادري: م.س.ذ.ص 95-96.

4. أنواع وأهم مواقع التواصل الاجتماعي المفعلة:

شهد المجتمع الجزائري عدة تطورات في التكنولوجيات الحديثة حيث زاد إقبال الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم هذه المواقع نذكر مايلي:

1. الفيسبوك:

- ويعرف الفيسبوك على أنه موقع موجود على مستوى شبكة الانترنت يعمل على تكوين علاقات صداقة ويساعد على تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ويقدم خدمة أساسية لرواده تتمثل في الرسائل التي يتم اتاحتها شكل سهل ومبسط للغاية¹.

2. موقع تويتر:

1.2. تعريفه: إنطلق موقع تويتر في مارس 2006 بشكل رسمي ويقع المبنى الرئيسي له في سان فرانسيسكو كاليفورنيا الولايات المتحدة الأمريكية ويحتل الموقع حاليا المركز السابع عالميا من حيث قوته الاقتصادية ، إذ تبلغ أرباح الشركة أكثر من 8 ملايين دولار ، أما عدد الأعضاء المسجلين في التويتر فقد يتجاوز 300 مليون عضو، وعدد الأعضاء الفعالين منهم 100 مليون عضو كما يبلغ عدد الزوار شهريا أكثر من 400 مليون زائر، وأكثر من 200 مليون تغريدة أكتب يوميا، وقد وصل عدد التغريدات في الثانية الواحدة 8.900 تغريدة².

والتغريدة هي اللفظة التي تطلق على النص القصير الذي يكتبه المشارك لمعارفه من أعضاء المجموعة على الموقع، كأنهم عصافير تخبر بعضها عما يمر بها أو يدور في خلدتها لحظة الكتابة، ومما تجدر الإشارة إليه هذا أن الإنتماء إلى الموقع مجاني لا يتطلب غير موافقة من أحد الأعضاء المجموعة التي سينتمي إليها، ها كما هو الحال مع موقع فيسبوك.

¹-حنان بنت شعشوع الشهري: أثر استخدام شبكة التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير قسم الاجتماع والخدمات الاجتماعية جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2013، ص17.

²-حارث عبود، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، ط 1 ، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2015، ص 148.

ونلاحظ أن موقع التويتر لقي إهتماما لدى أفراد المجتمع الجزائري خاصة فئة المشهورين والشخصيات السياسية لإدلاء بآرائهم والتعبير عن أفكارهم ووجهة نظرهم.

2.2. مميزات موقع تويتر: يتميز موقع تويتر بالعديد من الخصائص نذكر منها:

✓ السرعة في نشر الخبر على الإنترنت: مجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان المشاركين في الإنترنت حتى ولم يكونوا مشتركين في موقع تويتر قراءة ما كتب والإستفادة منه.

✓ يتيح التويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه، عن طريق رسائل "SMS" حيث يمكن إستقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال الرسائل القصيرة كما يمكن تحديد الأوقات التي ترغب فيها باستلام الرسائل وبالتالي تجنب الإزعاج.

✓ متابعة آخر أخبار المدونات والصفحة الالكترونية والمواقع الإخبارية دون الحاجة إلى زيارة كل موقع منها على حدة.

✓ يمكن لتويتر أن يؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات خاصة بالدول الصناعية¹.

3. موقع الانستغرام:

1.3. تعريفه: يعزز الإتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها، أو التسجيل الإعجاب

وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي، والمؤسساتي والأنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية وكانت بداية أنستغرام عام 2000 حينما توصل إلى تطبيق

يعمل على التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي إليها وإرسالها على خدمات الشبكات الاجتماعية².

2.3. مميزاته:

¹ - علي خليل الشقرة: م، س، ص 76.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: موقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2015، ص 66.

✓ كان تطبيق الأنستغرام يستخدم في البداية، إطلاقه لمشاركة الصور فقط، إلا أنه في يونيو

2013 تم إضافة ميزة تصوير مقاطع فيديو ومشاركتها عبر التطبيق.

✓ يتميز التطبيق بأنه يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لانهائي من الصور.

✓ يعتمد تطبيق الأنستغرام بشكل أساسي على فكرة التتبع، حيث يقوم المستخدم بتتبع الأشخاص

الذين يعجب بصورهم.

✓ يمتلك تطبيق أنستغرام تصميم فريد ومميز يضمن سهولة الاستخدام¹.

4. موقع اليوتيوب:

1.4. تعريفه: هو موقع على الأنترنت متخصص بمشاركة فيديو، مملوك من قبل قوقل يسمح

للمستخدمين، بتحميل ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو، يستخدم تقنية أدوب فلاش لعرض مقاطع

الأفلام و التلفزيون و الموسيقى².

2.4. مميزاته³:

✓ عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام

سواء كانت تعليمية أم ترويجية ، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط.

✓ سهل الإستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الإستعمال بالنسبة للتحميل والتنزيل مقارنة بغيره

من المواقع ، ويوفر أدوات داعمة لذلك.

✓ سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو

الحدث ومن ثم مشاهدته.

¹ مصطفى فتحي: مراجعة عن الأنستغرام، مميزات و عيوب تطبيق أنستغرام <https://blog.hotmart.com> : 2022/03/01 على الساعة 10:25.

² بن بريكة زينب: تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع-جامعة جيجل، العدد2019،03، الجزائر،92.

³ خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص 44.

✓ الرقابة: الموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة وكل ذلك يظهر بمحركات بحث ومن خلال هذا نستطيع القول أن اليوتيوب أداة تواصل اجتماعي ممتازة في حالة أردت إيصال رسالة واضحة عن أفكارك أو منتجاتك أو حتى توجهاتك فتستطيع أن تصور مجموعة من الأفلام القصيرة، باستخدام كاميرا فيديو ثم تحمل تلك الأفلام عبر اليوتيوب تستقطب فيها المشاهدين.

5. موقع لينكدإن "LinkedIn":

1.5. تعريفه: تم إنشاء هذه الموقع من قبل ريد هوفمان من حجرة الجلوس في بيته ، و ثم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003 للعامة في كاليفورنيا وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال وقد تطور هذا الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعرف للمحترف فالיום أصبح عدد مشتركين ببداية 2011 أصبح يقدر بحوا لي 170 مليون مشترك، ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث¹.

2,5. مميزاته: يتميز الموقع بعدة خصائص أهمها:

- ✓ الحصول على توصيات أون لاین لقدراتك المهنية والشخصية.
- ✓ التعرف على مدراء محتملين وزملاء في مجال تخصصك.
- ✓ البحث في منشورات الوظائف الحالية الموضوعية، على الموقع من قبل الأعضاء.

¹ خالد غسان ليوسف المقدادي، م.س.ذ، ص48.

✓ الإشتراك مع العديد من المجموعات التي تتوافق مع إهتماماتك والمشاركة، في

النقاشات فوجود مجموعة مشتركة بينك وبين مستخدم آخر هي أحد الطرق التي بإمكانك

أن تدعو أشخاص آخرين إلى شبكتك¹.

6. موقع سناب شات:

1.6. تعريفه: سناب شات تطبيق رسائل مصورة وضعه " ايفان شيجل " و " بوبي مورفي " و

يمكن للمستخدمين عن طريق التطبيق في التقاط الصور و التسجيل الفيديوهات و إضافة نص و

رسومات و إرسالها لقائمة التحكم من المتلقين، يعين المستخدمين مهلة زمنية للقطاتهم من ثانية

واحدة إلى عشر ثواني وبعد إرسالها تبقى مدة أربعة و عشرون ساعة ثم تختفي من الجهاز المستلم

وتحدث من الخوادم الخاصة بالسناپ شات².

2.6. مميزاته:

✓ من أهم خواص السناپ شات، بأنه يمكن إرسال صورة، أو فيديو بمدة 10

ثواني إلى واحد أو أكثر من الأصدقاء، مع إمكانية تحديد مدة زمنية تصل لعدة ثواني ثم

تختفي من جهاز المستقبل.

✓ القصص: وهي خاصية تمكن المستخدم من عرض صورة أو مقاطع للفيديو،

الخاصة به لمدة 24 ساعة، ويمكن التحكم في خصوصية هذه الصورة من خلال تحديد

الأشخاص الذين يستطيعون مشاهدتها.

1 آلاء حمامة:مقدمة عن لينكدان، <https://www.teche.wd.com> 2022/03/01 على الساعة 13:09.

2 مركز المحتسب للإشارات: دور مواقع التواصل الإجتماعي في الإحتساب، ط1، دار المحتسب للنشر و التوزيع، الرياض، ص22.

✓ الإستكشاف: تتيح للمستخدم الوصول إلى القنوات ذات التصنيفات العالية،

كالقنوات التلفزيونية والمجلات والمشاهير¹.

7. موقع الإيمو:

1.7. تعريفه: الإيمو هو تطبيقات الحديث التي انتشرت بكثرة في الآونة الأخيرة وهو تطبيق من

التطبيقات الاجتماعية المشابهة للكثير من التطبيقات الالكترونية المجانية على الهواتف الذكية كالفيبر، الواتس اب، وغيرها ويتميز بإمكانية إجراء مكالمات صوتية بالفيديو، أي انه يجمع ما بين المميزات التي يقدمها كل من السكايب والواتس اب بالإضافة إلى الجودة العالية التي يقدمها هذا التطبيق عند إجراء مكالمات الفيديو ومكالمات الصوت الاتجاه المطلوب، دون وجود أي عوائق وعقبات عند القيام بذلك و يمكن المستخدم من استعماله وعدم فرض أي رسوم إضافية عند تحميله على الجهاز الذكي الخاص بالمستخدم، فهو يعتبر وسيلة توفير للكثير من المستخدمين خاصة عند قيامهم بإجراء المكالمات الدولية المكلفة جدا، مما دفع العديد من الدول لإيقاف العمل به، خاصة في دول الخليج بعد الخسائر التي تكبد بها شركات الاتصال ويتميز هذا التطبيق مع الكثير من الأشخاص بالإضافة إلى وجود كميات كبيرة الملصقات المتنوعة والمختلفة والتي تمكن المستخدم من التعبير عن الحالة التي يشعر بها².

2.7 مميزات:

✓ سريع جدا، حيث يعتبر من أسرع البرامج المستخدمة لإجراء المحادثات

الصوتية، أو الكتابية، أو محادثات الفيديو.

1 أسيل العتوم: مميزات و عيوب تطبيق سنا بشات: <https://e3arabi.com/-snapchat/> 2022/03/01 على الساعة 14:37.

2 شيرين طقاطقة: شرح برنامج الإيمو <https://cutt.us/g61nH> 2022/03/02 على الساعة 14:37.

✓ سهل التحميل، والإستخدام كما يتيح للمستخدمين إضافة عدد لانتهائي من

الأصدقاء.

✓ بسيط في التصميم، كما يحتوي على رموز تعبيرية وصور جميلة، ومختلفة من

تلك الموجودة في أي برنامج آخر.

✓ آمن ويحفظ خصوصية المستخدمين¹.

5. مميزات التواصلية لموقع الفيسبوك وتأثيراته الاجتماعية

1. مميزاته وخصائصه التواصلية : الكثير من مستخدمي الفيسبوك لا يعرفون معنى كلمة

Facebook " فمعظمهم يترجمونه ترجم حرفية" كتاب الوجوه" دون معرفة حقيقة لمعنى هذه الكلمة

ولكن في الواقع الفيسبوك كلمة موجودة قبل إختراع الانترنت وتشير الكلمة إلى دليل الصور الذي

تقدمه الكليات، والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة إلى أعضاء هيئة التدريس

والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصف الأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم ويعرف

باسم year book حيث كان لهذا الكتاب او الدليل الصور أهمية كبيرة قبل ظهور الانترنت ومع

ظهور الفيسبوك، أصبح بالإمكان التواصل مع زملاء الدراسة ومشاهدة الصور القديمة في أي وقت.(2)

ويعرف الفيسبوك على أنه موقع موجود على مستوى شبكة الانترنت يعمل على تكوين علاقات

صداقة ويساعد على تبادل المعلومات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها ويقدم

خدمة أساسية لرواده تتمثل في الرسائل التي يتم أتاحتها شكل سهل ومبسط للغاية³.

¹ لارا عبيات: كيفية إستخدام برنامج الايمو <https://cutt.us/vau6> 2022/03/02 على الساعة 14:56.

² فتحي حسين عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة، إلى فيس بوك، ط 1 ، مصر، 2011، ص 203.

³ حنان بنت شعشوع الشهري: م.س.ذ، ص17.

1.1 مميزات الفيسبوك: اهم مميزات الفيسبوك هي:

✓ **الملف الشخصي (profile)** : فعندما تشترك بالموقع عليك ان تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الامور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من اجل سهولة التواصل مع الاخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد ان تعلن لك سلعاها باتحديد.

✓ **إضافة صديق (Add friend)**: وبها يستطيع المستخدم إضافة اي صديق ا وان يبحث عن اي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الالكتروني.

✓ **إنشاء مجموعة (groups)**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت ان تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت ام اجتماعية ام رياضية.. الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والاصدقاء، او عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

وهناك العديد من المميزات الأخرى كا لوحة الحائط، النكزة، الصور، الهدايا، إنشاء صفحة خاصة...الخ¹.

2.1. خصائص الفيس بوك:

✓ **اولا:** خاصية الصور حيث تثير للمشترى امكانية اعداد البوم من الصور الخاصة به.
✓ **ثانيا:** توفر للمشارك امكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركته على الموقع بالإضافة الى امكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وارساله.

✓ **ثالثا:** خاصية الحلقات وهي خاصية تمكن المشتركين من اعداد مجموعات نقاش موضوع ما.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي: م.س.ذ، ص 36،35.

✓ رابعاً: خاصية الأحداث الهامة وهي امكانية الاعلان عن حدث ما جرى حدوثه واخبار الاصدقاء والاعضاء به.

✓ خامساً: خاصية الاعلان عن اي منتج تود الاعلان عنه او البحث عن اي منتج ترغب في شرائه. وبسبب كل هذه الخصائص استطاع الفيس بوك يتصدر قائمة المواقع الاجتماعية كافة متوقفاً على تويتر، وجوجل وغيرها من المواقع¹.

3. 2. التأثيرات الاجتماعية: لقد نال الفيسبوك شعبية كبيرة بين أوساط الأفراد في العالم، بمختلف الأعمار و الأجناس و الفئات نظراً لما وجدوا فيه من قدرة على التواصل مع البلدان والقارات الأخرى، والتعارف و تشكيل صداقات جديدة و التعبير عن الرأي بكل سهولة، و تناقل الأخبار و الأحداث بسرعة، و إثارة الرأي العام، و المشاركة في الأحداث السياسية العالمية و المحلية، من خلال المنشورات على الفيس من قبل الأفراد، و الدخول في نقاشات و عمل مظاهرات و دعوات من أجل قضايا مختلفة، تم طرحها في البداية عن طريق الفيسبوك، و تم تنفيذها على أرض الواقع، على شكل مظاهرات و غيرها فأصبح الفيسبوك بؤرة تكوين الرأي و الأتفاق عليه من قبل الجمهور المتابع و إحداث أثر في الواقع².

فقد لاحظنا أن فكرة الحراك السلمي في الجزائر كانت فكرة منبعثة من موقع الفيسبوك من خلال مجموعة من المناضلين والنشطاء في الجمعيات بالإضافة إلى الفئة الأساسية وهي نخبة الطلبة الجزائريين الذين أرادوا التغيير في كل المجالات من أجل النهوض بالبلاد.

¹ مدونة الدكتور محمد أحمد المطهر: الارتقاء بالأساليب التواصل التعليم و التعليم لدى الطلاب، ص26. <https://cutt.us/vau6> 2022/03/02 على الساعة 17:20.

² هبة الرحمان: أثر الفيسبوك على المجتمع <https://cutt.us/aoYX4>، 2022/03/ على الساعة 17:45.

ونستنتج مما سبق ان لموقع الفيسبوك العديد من الخصائص التي تميزه عن باقي التطبيقات المتاحة علي منصات التواصل الاجتماعي وهذا بسبب مميزاته التواصلية التي سهلت التواصل بين اوساط افراد المجتمع كذلك برز تأثيره بشكل واضح خلال الفترة الأخيرة (الحراك الشعبي) من خلال النشاط المكثف الذي قام به الطالب الجامعي في تداول الفيديوهات الداعية للتغيير السلمي والمنشورات المنادية للتحلي بروح الوطنية.

6. استخدامات الفيس بوك وآثارها على المجتمع الجزائري.

في المبحث الثاني المتكون من ثلاثة مطالب أولا " ماهية نظرية الإستخدامات والإشباعات " سوف نتطرق إلى مفهومها، تطورها، فروضها و أهدافها، بعد ذلك خصوصية موقع الفيس بوك و جماهيرته في المجتمع الجزائري وصولا إلى المطلب الثالث المتضمن الآثار الإيجابية و السلبية لإستخدام الفيس بوك، من منظور الدراسات الحديثة السوسيو إعلامية في المجتمع الجزائري.

1.6. مفهوم النظرية، تطورها التاريخي وفروضها.

أولا: مفهوم النظرية: انطلق مفهوم النظرية من خلال تعوض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة، ومعينة استجابة لدوافع الاحاجات الفردية¹ و تعرف كذلك بأنها، أهم النظريات الإتصال الحديثة، التي تقسم الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام؛ حيث تعتبر الدوافع من العوامل المحركة للاتصال، مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الدوافع من العوامل، المحركة للإيصال و بصفة خاصة، تلك الحاجات التي يتوقع الفرد، أن يشبعها، أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة ويعتبر الإشباع الاحتياجات ضرورة لدى الفرد؛ حيث يعتقد المنظورون لهذه النظرية " أن الجمهور إرادة من خلالها، يحدد أي الوسائل و المضامين يختار الفرد: " حيث ركزت على الأسباب (خاصة، باستخدام وسائل الإعلام و التعرض إليها)².

ثانيا: تطور ومراحل نشأة النظرية: على الرغم من البحوث والدراسات التي استخدمت مدخل الاستخدامات والإشباعات منذ الأربعينات من القوى العشرين، إلا أن هذا المدخل ورغم استفادته من نظريات العلوم الإجتماعية كان بطيئا في تطوره، ويرجع ذلك إلى عاملين هما:

¹ بسام عبد الرحمان المشابقة: نظرية الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط2014، ص48.

² منال هلال المزهرة: نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص: 169.

أ- لم تحط دراسة الإشباعات القائمة على أساس الاختلافات الفردية باهتمام يذكر، وذلك بسبب سيطرة اتجاهات بحوث التأثير قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسته الإتصال الجماهيري.

ب- إن المراحل الأولى لمدخل الاستخدامات والإشباعات كانت تقتصر إلى افتراضات نظرية، الإستخدامات و الإشباعات بثلاث مراحل أو هي¹:

➤ **المرحلة الأولى:** مرحلة الدراسات الوصفية أو الاستطلاعية: تمتد هذه المرحلة خلال الأربعينات والخمسينات من القرن العشرين و اهتمت، الدراسات فيها، بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات اهتمت، الدراسات فيها، بتقديم وصف عميق، لتوجهات الجامعات لجمهور وسائل الإعلام فيما يتعلق بأختيارها الأشكال المختلفة من محتوى وسائل الإتصال، وقد نشرت هذه المرحلة خلال الحرب العالمية الثانية، مثل أبحاث " لازرفيلد " (1942م- 1944). و هيرزوج (1942م) و التي تناولت برامج المسابقات و الإشباع الذي يوفره الاستماع إلى المسلسلات اليومية الإجتماعية مثل soap opina والتي تذاع في فترة الظهيرة.

وقد تميزت البحوث والدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباعات في هذه المرحلة بعدد من السمات هي:

✓ اهتمت هذه الدراسات بالإشاعات و الحاجات لكنها لم تحاول اكتشاف العلاقة بين الإشباعات و الحاجات، لكنها لم تحاول اكتشاف العلاقة بين الإشباعات التي تم الوصول إليها وبين الوصول النفسية و الإجتماعية للحاجات التي يتم إشباعها وكذلك العلاقة المتبادلة بين الوظائف و وسائل الإعلام سواء بشكل كمي أو وصفي.

✓ اهتمت دراسات هذه المرحلة بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام، والتي تحكم اختيارها، الأشكال المختلفة من محتوى هذه الوسائل

¹ بوزيان عبد الغني: م.س.ذ، ص 38.

✓ قلة ارتباط هذه الدراسات بالجوانب النظرية لأنها تنبع من الحاجات العلمية
لناشري الصحف والقائمين على محطات الإذاعية لمعرفة جماهيرهم من أجل تقديم خدمة
أكثر كفاءة ونستنتج من خلال هذه المرحلة أنها مرحلة بداية لتطوير النظرية واكتشاف الدوافع
الجمهور لتعرض لوسائل الإعلام والاتصال

✚ **المرحلة الثانية:** الخطوة الأولى في هذه المرحلة تمثلت في الدراسة الإعلامية
أجراها كل من جاي بلومر¹ و " دينيس ماكاي " سنة 1969 على انتخابات في المملكة
المتحدة حين قاما بدراسة دوافع الجمهور لمشاهدة برامج سياسية معينة، وذلك من خلال
تصنيف تلك الدوافع، بهدف تصنيف الجمهور نفسه تبعاً لحاجاته مما سيبيح دراسة التأثيرات
الإعلامية المحتملة¹ ، وفي سنة 1972 سيضاف باحث ثالث إلى الفريق وهو " جوزيف
براون " حيث سيتوصل الباحثون الثلاث إلى تصنيف مختلف إستخدامات وسائل الإعلام
إلى أربع فئات أساسية:

- أ- الإلهاء: أي الهروب من المشاكل اليومية.
 - ب- العلاقات الشخصية: الاستعانة بوسائل الإعلام عن الرفقة.
 - ج- الهوية الشخصية: كل ما يتعلق بتعزيز تقدير الذات.
 - د- المراقبة: الحصول على عملية تتعلق بالمحيط.
- وهذه المرحلة تميزت بتصنيف الجمهور والدوافع إلى أصناف من قبل عدة من الباحثين الذين
درسوا سلوك الفرد ودوافعه ورغبته في مشاهدة البرامج في تلك المرحلة.

¹- هشام مكي: الإتصال الجماهيري و سؤال القيم دراسة في نظري الإتصال الجماهيري المؤسسة، مركز نماء للبحوث و الدراسات، ط1، بيروت، 2016، ص117.

المرحلة الثالثة: يرى كاتن و بلومر، أن هذه الدراسات في هذه المرحلة عملة على استخدام المادة العلمية التي وفرتها الدراسات في المراحل السابقة لمدخل الاستخدامات و الإشباعات، وذلك لشرح وتوضيح الجوانب الأخرى في عملية الإتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع و توقعات الجمهور، ويرجع تاريخ هذه المرحلة إلى السبعينيات، و أبرز الدراسات التي أجريت في هذه المرحلة هي دراسة روز نجرين و بندال عام 1972 التي تضمنت العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام مثل: التعويض، التجارب البديلة، التفسير، التوحد، مع المحتوى، وكذلك دراسة ماكويل و بلومر و براون التي وضعا فيها إطار المستخدمات ودراسة ليفي عام 1978 حول أسباب التعرض الأخبار التلفزيونية و دراسة روبن عام 1979م، حول استخدام الأطفال المراهقين للتلفزيون، ودراسة دييورك حول الارتباط الذي يصيب المشاهد نتيجة حجب السبق الصحفي في الأخبار¹.

ونلاحظ من خلال هذه المرحلة أن الدراسات فيها تمكنت من جعل الكثير من الخطوات المنطقية التي كانت ضمنية في البحوث الأولى حيث ارتكزت هذه المرحلة على دوافع والحاجات النفسية والاجتماعية للجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية في مختلف الوسائل.

¹ بوزيان عبد الغاني: م،س،ذ ، ص 40.

2.6. فروض النظرية، أهداف وأبرز الانتقادات الموجهة لها:

أولاً: فروض النظرية: تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على الفروض التالية:

✓ الجمهور المستخدم للوسائل الإعلامية هو جمهور " نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

✓ يختار الفرد وسيلة إعلامية التي تلبى احتياجاته وذلك يؤكد وجود علاقة بين الإشباع حاجة معينة واختيار الفرد لوسائل إعلامية معينة.

✓ تتنافس الوسائل الإعلامية، مع مصادر الأخرى لإشباع حاجات الأفراد.

✓ صنف " روبين " دوافع تعرض الفرد للوسائل الإعلامية إلى:

- دوافع نفعية وإلى دوافع طقوسية، والمشاهدة النفعية هي التي تتم لتحقيق هدف معين، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كالعادة. فالأسباب تحويلية هروبية، صنفت دراسات الاتصال دوافع تعرض الأفراد للوسائل الإعلامية على النحو التالي:

أ: دوافع نفعية: وهي التي تستهدف على التعرف الذات وإكتساب المعرفة والمعلومات والخبران وجميع الأشكال التعليم.

ب: دوافع طقوسية: وهي التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والالفة مع الوسيلة الإعلامية والهروب من المشكلات.

ونرى هنا أن الوسائل الإعلام بوسائلها تتسابق لتقديم العديد من المحتويات للجمهور من أجل

تلبية رغباتهم، وكذلك الجمهور في حد ذاته لديه دوافع تقوده، إلى متابعة ذلك المحتوى¹.

¹ منى أحمد زكي: الكتاب والأدباء الأريون والإشباع المتحققة لهم من الوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، رسالة مقدمة للحصول على الماجيستر، منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2010، ص 14.

ثانيا. أهداف النظرية وأبرز الانتقادات الموجهة لها: تسعى النظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى جمهور النشاط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تتبع حاجاته وتوقعاته.
- ✓ كشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- ✓ الفهم العميق لعملية الإتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.
- ✓ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها من كل استخدامات الوسائل وإشباعها.
- ✓ معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي تقدمها وسائل الإتصال¹.
- ✓ فهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام وأنماط التعرف المختلفة².

ونستخلص من خلال الأهداف المحققة لنظرية الإستخدام والإشباع أنها تصدق بشكل رئيسي عن معرفة كيف يستخدم الجمهور وسائل الإعلام الإتصال بمختلف أنواعها، ماهي دوافعها و حاجاتهم لذلك الاستخدام.

ثالثا. العلاقة العلمية بين الإشباع والاستخدام والإيجابيات المحققة للنظرية:

1.3. العلاقة العلمية بين الإشباع والاستخدام: يمكن توضيح العلاقة من خلال الإجابة عن

السؤالين:

- ✓ كيف تتم العملية بين الاستخدام لجمهور لوسائل الإعلام وبين الإشباع التي تحقق؟
- ✓ ما العلاقة البنائية بين الاستخدام للأفراد للإعلام و الإشباعات الاحتياجيات من ناحية وبين الأنشطة الأخرى (أنشطة سياسية، ثقافية، اجتماعية).

¹ -منال هلال المزاهرة: م.س.ذ، ص 186.

² - نسيغوي لطيفة: م. س. ذ، ص 26.

وللإجابة عن السؤالين سنفسر تصورات العلماء لهذه العلاقة، و من أهم التفسيرات هو البناء الذي

وضعه روز يترجين (ROZENGREN)، والذي يتحدد كالآتي:

أ- وجود حاجة عند الأفراد التي تتفاعل مع الخصائص النفسية والظروف الاجتماعية التي من بينها وسائل الإعلام.

ب- ظهور مشكلات للفرد يبحث لها عن حلول مما هو مطروق أمامه.

ج- تظهر أمام الفرد أشكالاً سلوكية متعددة من وسائل الإعلام ومن الأشخاص ومن المجتمع.

د- الأشكال السلوكية التي تأتي من الإعلام ومن الجهات الأخرى تعمل معا على تحقيق الإشباع التي يمكن أن يتحقق أولاً يتحقق.

ج- كل ما سبق يحدث في إطار الخصائص النفسية للأفراد والظروف الاجتماعية والسياسية والثقافية التي يعد الإعلام أحد مكوناتها.

د- ملاحظة نشاط الجمهور هو أهم عناصر النظرية وبروز وسائل الإعلام الرقمية والتفاعلية، و كثافة التعرض التي بدأت تتصف بها وسائل الإعلام الجديد، زادت من دور الإعلام في الإشباع.

هـ- أما عن علاقة الأخبار والإشباع، فقد أدرك العلماء أن الإشباعات تتباين وتختلف حسب اختلاف الأفراد والجمهور والوسائل والمضمون والظروف الاجتماعية.

و- معظم المضامين تتمثل حاجة الأفراد عندما يستخدمون وسائل الإعلام لإشباعها.

ز- إذا كانت المضامين الخاصة بالترفيه والتسلية قد حظيت باهتمامات أكبر فإن الأخبار حظيت

بأهمية كبرى في الإطار الإشباعية المطلوبة من قبل الجمهور¹.

2.3. الإيجابيات المتحققة للنظرية: من بين الإيجابيات تلتى تحقق النظرية ما يلي :

¹ -علي محمد المغربي: الاعلام والاتصال الجماهيري، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015، ص113، 114.

أ- إن النظرية تمثل المرحلة بحثية متطورة لفهم العلاقة بين المرسل والجمهور في الإطار الإجماعي، وهي تهتم أيضا في تحديد العوامل التي تؤثر في اختلاف السلوك الإتصال للجمهور؛ حيث أن دوافع مشاهدة الجمهور للعادة الإعلامية تختلف وفق خصوصية كل مجتمع وظروفه المختلفة.

ب- إن استخدام نظرية الاستخدامات و الإشباعات لها أهمية واضحة في دراسة الجمهور الذي يتعامل مع البث المباشر و القوات الفضائية؛ حيث يتيح من هذا التعامل فرص المشاهدة أوسع، وبالتالي تحفز هذه المشاهدة على إيجابية انتقاد المضامين الإعلامية المختلفة، كما أن التناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور، و الإشباعات التي تتحقق بالفعل عند التعرض للوسيلة الاتصالية، يمكن أن يؤدي إلى تغير في اختيارات الجمهور الوسيلة القادرة على توفير مضمون اتصالي يوفر إشباعا لاحتياجاته.

ج- إن اختلاف نتائج الدراسات في هذا المجال يجب أن تحسب نقطة إيجابية للنظرية وليس نقطة سلبية عليها، حيث أن المجتمعات تختلف نظرا لخصوصية كل مجتمع واختلاف ظروف أفراده النفسية والإجماعية؛ المادية والثقافية، ولهذا فإنه يمكن تقسيم النتائج الدراسات التي طبقت على مجتمع نفسه وليس على مجتمعات مختلفة¹.

نلاحظ مما سبق أن نظرية الاستخدامات و الإشباعات تهدف إلى إشباع رغبات و حاجيات أفراد الجمهور و جاءت كذلك للبحث عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام بإختلافها.

¹- منال هلال المزاهرة، م.س.ذ ، ص 203.

7. خصوصية موقع الفيس بوك وجماهيريته في المجتمع الجزائري.

1. خصوصية الموقع نظرا لتطبيقات المتاحة عبر الموقع:

✓ **التعليقات:** خاصية التعليقات متاحة بين الاصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها وذلك يعتمد ايضا على الصلاحيات الممنوحة يمكن للمستخدم ان يكتب تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على الزر اضافة التعليق.

✓ **الإشارة "TAGES":** متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكنك ان تلفت انتباه اصدقائك عبر الإشارة لهم في صورة او مقطع فيديو وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

✓ **الاعجاب:** يعتمد على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم ان يقوم بعمل معجب (LIKE) لأي نص او صورة او فيديو لأصدقائك وتتميز هذه الخاصية بسهولة استخدامها وتطورها في الفيسبوك تم اضافتها في كل المواقع الاخرى¹.

2. جماهيرية وشعبية الموقع نظرا لإمكانية امتلاك العضوية لدى شرائح المجتمع:

• **الفيس بوك في الجزائر:** تعتبر الجزائر من الدول النامية التي شهدت هي كذلك انفتاحا على التكنولوجيا الحديثة في الاعلام والاتصال خاصة الفيس بوك منه يمكن اعتبار سنة 2006 البداية الفعلية للجزائريين بوسائل الاعلام الالكترونية في شقها، الخاص بالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي فبدائيات استخدام موقع الفيس بوك في الجزائر كانت لأسباب واغراض سياسية نتيجة للحراك السياسي الذي حدث في المجتمع الجزائري والذي جسده الجدل والنقاش الحادث بين المعارضين والمؤيدين للعهد الثالثة من قبل وسائل الاعلام التقليدية من اذاعة والتلفزيون.

¹ - عباس محمد صادق: الإعلام الجديد، دار الشروق، للنشر والتوزيع، عمان، ط2004، ص112.

وكان للحراك العربي او ما يعرف بالربيع العربي تداعياته على الجزائر حيث تزايد اهتمام الجزائريين منذ بداية 2011 بوسائل الاعلام الالكترونية وعلى راسها " الفيس بوك" و " التويتر" واصبح الفيس بوك يحتل الزيادة في استخدام الجزائريين له¹.

فمن خلال ملاحظتنا لميزات الفيسبوك إستنتجنا أن أغلبية فئات المجتمع تمتلك حساب على الموقع نظرا لسهولة إنشاء حساب وإمكانية الولوج إليه بأبسط الطرق كذلك حديثا أضاف هذا الموقع خاصية الفيسبوك المجاني الذي سهل للكثير في دخول فيه بما فيهم طلبة الجامعة.

3. ترقب الجديد نظرا لعضوية أغلب الهيئات الرسمية في الجزائر: تضمنت بعض الوزارات و الهيئات الرسمية في الجزائر مواقع رسمية في الفيسبوك ، وكثيرا من المجتمع المدني، ونذكر منها الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي، وزارة التربية و التعليم، الموقع الرسمي لجامعة لونسي علي البلدية-2- webmaste@univ-blida2-dz

وهذا الفضاء يسهل هذا الفضاء تداول المعلومة وقتناؤها خاصة لدى الطالب الجامعي حيث يعتمد الطلبة على موقع الوزارة و الجامعة لتعرف على آخر المستجدات التي تهمهم. وفي بعض الأحيان تكون المعلومات المتداولة بدون رقابة أي أن الفرد يجد نفسه في بعض الأحيان أمام السبق الصحفي مثلا: إعطاء معلومات لم يصرح بها قبل من طرف بعض الهيئات، أو نشر فيديو مباشر لحادثة ما.

¹ - عبد الكريم تفرقنيت: العلاقات الإجتماعية في ضوء الاستخدام مواقع التواصل الإجتماعي " الفيس بوك " الملتقى الدولي الأول حول نظريات الإعلام المعاصر من 02 إلى 03 ديسمبر 2013، ص 10 المادة متوفرة على رابط : <https://www.research.net>

8. الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام الفيس بوك من منظور الدراسات الحديثة السوسيو- إعلامية في المجتمع الجزائري.

يعرف الباحث نصير بوعلي الأثر بأنه ما يمكن أن يحدث من تغيير في المواقف أو السلوكيات و الآراء و المعلومات، من جراء إنتقال الرسالة الإعلامية إلى المتلقي فالرسالة الإعلامية قد تلفت إنتباه المتلقي فيدركها، وقد تضيف إلى معلوماته معلومات جديدة وقد تجعله يكون إتجاهات جديدة أو تجعله يعدل من إتجاهاته السابقة، وقد تجعله يتصرف بطريقة جديدة أو يعدل سلوكه السابق¹.

1. الآثار الإيجابية والسلبية من منظور الدراسات الإعلامية الحديثة في الجزائر: هناك عدت دراسات تناول موضع الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام الفيسبوك أو مواقع التواصل عموما، ومنها ما يلي :

1.1. دراسة الباحث: "بن طيفور مصطفى" الموسومسة " أثر استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة مستغانم ووهران -2- 2.

ولخصت الدراسة مجموعة من نتائج أهمها:

✓ موافقة المبحوثين في تضييعهم الوقت أثناء إستخدامهم للموقع بنسبة (52.96%)، دون فروقات من حيث الجنس أو الجامعة مما يدل على أن الشباب أصبح يمضي ساعات طويلة أمام شاشات الحاسوب في الموقع.

✓ كشف بيانات الدراسة الميدانية عن معارضة أغلبية المبحوثين في مساهمة موقع الفيس بوك في إنتشار السب والقذف لديهم.

1 تسعديت قدوار : م.س.ذ، ص25.

2 - طيفور مصطفى: أثر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي،مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة،علوم الإعلام والإتصال، جامعة مستغانم،2017،2016،ص416.415.

✓ بينت نتائج الدراسة الميدانية عن معارضة أغلبية أفراد عينة الدراسة في مساهمة موقع الفيس بوك في زيادة معدل العنف لديهم بنسبة (42.59%)، مع تسجيل أعلى نسبة معارضة في جامعة وهران بنسبة (50%) مما قد يدل على وجود ثقافة التسامح داخل المجتمع الجزائري.

2.1. دراسة الباحث " محمد الزبون و آخرون المسومة ب" درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي

الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية.¹

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- ✓ درجة تأثير شبكات التواصل الإجتماعي على المنظومة القيمية كانت متوسطة.
- ✓ أظهرت النتائج أن القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية القيم الإقتصادية، وفي المرتبة الثالثة جاءت القيم الإجتماعية، بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة.
- ✓ بينت الدراسة وجود فروق في منظومة القيم لمتغير التخصص و لصالح تخصص الخدمة الإجتماعية.

1- احمد محمد الزبون و آخرون : درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية،المجلة الاردنية للعلوم الإجتماعية، مجلد10، العدد3، 2017،ص331.

خلاصة الفصل الثاني

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير وفعال على تفكير الأفراد خاصة للطلبة الجامعيين الذين أصبحوا يستخدمون هذه المواقع بالأخص موقع الفيس بوك حيث يقدم الكثير من الفوائد التي تعود عليهم ومنها:

✓ الوصول الفوري للمعلومات فهو يساعد الطالب في البحث عن الأخبار التي يريدها دون جهد أو تكلفة.

✓ تعزيز الأنشطة الإذاعية: حيث يساعد الطالب على إكتشاف مواهب جديدة ونشرها في صفحات أو مجموعات.

✓ تعبير عن الآراء والأفكار بكل حرية عن طريق نشر مقالات على جدران الموقع.

الإطار

التطبيقي

الإطار التطبيقي

1. مجتمع البحث وخصائصه:

لقد تألف مجتمع البحث من مشتركين مواقع التواصل الاجتماعي بين كافة الأوساط من مرافقين وشباب وكهول، وهو مجتمع دراسة كبير كون مواقع التواصل الاجتماعي تعرف رواجاً كبيراً وإقبالاً واسعاً، وإدماج فئة كبيرة من الجزائريين على تتبع صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، المختلفة كـ"الفيسبوك" و"تويتر" الخ، لذلك تم اختيار موقع الفيسبوك كنموذج من هذه المواقع للإجابة على إشكالية البحث المتمثلة في كيفية تشكيل الوعي السياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، ونظراً لصعوبة الوصول إلى المجتمع الأصلي وحصر كل الأفراد المشتركين في هذا الموقع، فقد لجأنا إلى طريقة المسح بالعينة، والعينة التي إتمدناها في دراستنا هي العينة الصدفية، نظراً لصعوبة اعتماد عينة من العينات الأخرى وسواء كانت عشوائية أو منتظمة أو عمدية...

من هذا السياق قمنا بتوزيع استمارة إلكترونية على صفحاتنا الشخصية في الفيسبوك ومشاركتها في مجموعات مختلفة على نفس الموقع، حيث وضعناها في الفترة الممتدة ما بين 01/01/2022 و01/04/2022 إلى غاية وصولنا لـ 100 إجابة، وهو الذي إتمدناه لتحليل نتائج الدراسة، ولم نتجاوز هذا العدد لأن كثير من الباحثين ينصحون بعدم تجاوز هذا الرقم. بعد حصولنا على كل مفردات العينة قمنا بتحليل نتائجها عن طريق برنامج التحليل الإحصائي.

جدول رقم (1): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرارات	
33.0	33	أنثى
67.0	67	ذكر
100.0	100	المجموع

يتضح من خلال الجدول بأن هناك تفاوت كبير بين نسبة الذكور والإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 67 %، أما نسبة الإناث فقد وصلت إلى 33%، هذه النسبة تتوافق بالتقريب مع الإحصائيات التي نشرتها مؤسسة "السكا" للإحصائيات، حيث بينت أن نسبة الذكور المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هي 66%، وأن نسبة الإناث هي 34%، كما أن هذه النسبة توضح لنا أن الذكور لديهم حرية أكبر في إنشاء حساب على الفيسبوك، عكس الإناث الذين لا يملكون كل الحرية في هذا نظرا لاعتبارات عديدة ومتعددة.

جدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة المئوية	التكرارات	
5.0	5	اقل من 20 سنة
72.0	72	من 20 إلى 29 سنة
14.0	14	من 30 إلى 39 سنة
5.0	5	من 40 إلى 49 سنة
4.0	4	من 50 سنة فما فوق
100.0	100	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يبين لنا توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، يتضح أن نسبة الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 29 سنة، هم الفئة الغالبة بنسبة وصلت إلى 72% من المجموع الكلي لأفراد العينة، وفي المرتبة الثانية جاءت الفئة التي تتراوح أعمارهم من 30 إلى 39 سنة بنسبة بلغت 14%، ثم فئة الأقل من 20 سنة وفئة من 40 إلى 49 سنة بنسبة 5%، ونسبة 4% للفئة الأخيرة وهي فئة 50 سنة فما فوق، هذه النسب توضح لنا أن فئة الشباب هي الفئة الغالبة في هذه الدراسة بالأغلبية الساحقة، وهذا ما يثبت لنا أن الشباب هم الأكثر تعرضاً لصفحات الفيسبوك، ثم فئة ما بين 30 و39 سنة التي تعتبرها أيضاً من فئة الشباب، وتعتبر هذه النتائج منطقية في أغلب الدراسات، ثم الفئات الأخرى بنسب متقاربة فبالرغم من أن نسبتهم ضئيلة مقارنة مع نسبة الشباب إلا أنه يتضح لنا أن الفيسبوك قد مس جميع الفئات العمرية في المجتمع.

جدول رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرارات	
12	12	إبتدائي/متوسط
22	22	ثانوي
66	66	جامعي
100.0	100	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن أصحاب المستوى الجامعي هم الفئة الغالبة بنسبة بلغت 66%، ثم تلتها فئة المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 22%، وفي الأخير فئة المستوى الابتدائي والمتوسط بنسبة تراوحت في 12%، وهذا ما يبين لنا أن معظم مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هم فئة ذات مستوى تعليمي محترم، وأنه حقا يضم الفئات المسافة أكثر من الفئات الأخرى، نظرا للخصائص والمميزات التي يتميز بها فهو مصدر مهم للتوعية والتثقيف مثله مثل جميع المواقع الأخرى وحتى وسائل الاعلام التقليدية التي تسعى إلى نشر الأفكار والآراء المختلفة، مما جعله أكثر المواقع أهمية من بين مواقع التواصل الاجتماعي الموجودة على شبكة الانترنت.

جدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرارات	
69	69	أعزب
29	29	متزوج
2	2	مطلق
100.0	100	المجموع

تبين لنا من خلال نتائج الجدول أن نسبة المبحوثين الذين شملتهم الدراسة من العزاب بنسبة 69% ، ونسبة 29% من المتزوجين ، في المقابل بلغت نسبة المطلقين 2%، وهذه النتائج تظهر لنا أن استخدام الفيسبوك له علاقة بالحالة الاجتماعية للأفراد، حيث أن أعلى نسبة كانت من نصيب العزاب الذين ليس لهم انشغالات كثيرة وارتباطات عائلية تغنيهم في أوقات فراغهم وتشغل تفكيرهم ما يجعلهم يستخدمون الفيسبوك للترفيه عن حالهم، ثم فئة المتزوجين الذين يستخدمون الفيسبوك بسهولة استخدامه، وكذا سرعة الحصول على المعلومات في هذا الموقع نظرا للمعلومات الغزيرة التي تتدفق من خلاله فهم يسعون قدر المستطاع في الحصول على المعلومات في وقت قياسي وهو ما يمنحها لهم الفيسبوك، أما فئة المطلقين فهم قلة في هذا العالم الافتراضي (الفيسبوك) مثله مثل العالم الواقعي.

جدول رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة.

النسبة المئوية	التكرارات	
20	20	أعمال حرة
10	10	بطل
47	47	طالب
23	23	موظف
100.0	100	المجموع

انطلاقاً من هذا الجدول يتبين لنا أن الطلاب هم الأكثر استخداماً لموقع الفيسبوك، فقد أصبح من النادر أن تجد طالب أو طالبة لا تملك حساب في الفيسبوك، حيث يعتمد عليه الطلاب في التواصل أصدقائهم الطلبة وحتى مع الأساتذة وكذا اعتمادهم عليه في نشر الإعلانات وبرنامج الامتحانات وكذا نتائج الامتحانات وغيرها من الأسباب الأخرى، وهذا ما يظهر لنا من خلال نسبة الطلبة المبحوثين في هذه الدراسة والتي بلغت 47%، ثم نجد نسبة 23% الخاصة بالموظفين الذين يستخدمونه للحصول على معلومات بصورة مختصرة، بعدها نجد الأفراد أصحاب مهنة الأعمال الحرة بنسبة قدرت بـ 20% وهذه النسبة تبين لنا أن الفيسبوك يساعد أيضاً الفئات التي في غالب الأحيان لا يملكون أوقات فراغ كثيرة وهو ما يبين لنا سهولة استخدام هذا الموقع، وكذا الشعبية التي يحظى بها بين أفراد المجتمع، في الأخير نجد فئة البطالين بنسبة 10% وهو ما يثبت لنا أن استخدام الفيسبوك ليس مكلف وأنه يمكن حتى البطال أن يستخدمه ، وهذا أمر يحسب لهذا الموقع.

المحور الأول: محور خاص باستخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك".

1- تحليل الجداول البسيطة الخاصة بالمحور:

جدول رقم (6): يمثل توزيع أفراد العينة حسب بداية استخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
7	7	أقل من سنتين
45	45	من سنتين إلى 5 سنوات
48	48	من خمس سنوات فما فوق
100.0	100	المجموع

يتبين لنا من خلال هذا الجدول أن نصف أفراد العينة يستخدمون الموقع منذ خمس سنوات فما فوق حيث بلغت نسبتهم 48%، ثم بعدد قليل جدا تجد فئة من سنتين إلى خمس سنوات بنسبة قدرت بـ 45%، ثم آخر فئة والتي لها أقل من سنتين بنسبة تراوحت في 7%، هذه النتائج تبين لنا أن التطور التكنولوجي ساعد كثيرا هذا الموقع، حيث أن ظهور الهواتف الذكية له أثر بالغ في استخدام الأفراد للفيسبوك، ففي البداية كان غالبية الأشخاص يقصدون مقاهي الانترنت من أجل تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا تعميم شبكة الانترنت على جميع خطوط الهواتف النقالة له أثر كبير أيضا في استخدام الأفراد للفيسبوك.

جدول رقم (7): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي يقضونه في استخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
27	27	أقل من ساعتين
28	28	من ساعتين إلى أربع ساعات
45	45	من أربع ساعات فما فوق
100.0	100	المجموع

يظهر لنا من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد العينة يقضون في تصفح هذا الموقع من أربع ساعات فما فوق بنسبة 45%، في حين يقضي 28% منهم من ساعتين إلى أربع ساعات، يليهم الأفراد الذين يقضون أقل من ساعتين بنسبة 27%، هذه النتائج تبين لنا الأوقات الرهيبة التي أصبح هذا الموقع يستهلكها، حيث أن نصف أفراد العينة تقريبا يقضون أكثر من أربع ساعات في اليوم وهو ما أدى إلى نوع من الانقسام في مجتمعنا، و حسب الدراسات السابقة فإن الفيسبوك هو السبب الرئيسي للتشتت العائلي في عصرنا الحالي، فالشخص أصبح يفضل الاتصال بالعالم الافتراضي على حساب حياته في أرض الواقع.

جدول رقم (8): يمثل توزيع أفراد العينة حسب فترة استخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
5	5	صباحا
49	49	ليس هناك وقت محدد
37	37	ليلا
9	9	مساء
100.0	100	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن 49% من أفراد العينة ليس لهم وقت محدد يستخدمون فيه الفيسبوك، في حين أن 37% يستخدمونه ليلا، بينما 9% يستخدمون الفيسبوك في فترة المساء، أما الأشخاص الذين يتصفحون الفيسبوك في الفترة الصباحية فقد بلغت نسبتهم 5% هذه النتائج تثبت لنا أن تعميم قضاء الانترنت في جميع الأماكن، وفي كل الأوقات قد أتى أكله وكذا زيادة سرعة تدفق الانترنت له دور أيضا، فالأفراد الذين لا يعينون الانترنت في هواتفهم هم قلة قليلة، كل هذا أدى بالأفراد إلى استخدام الفيسبوك دون تحديد وقت معين لذلك، في حين أن الأفراد الذين يستخدمون الفيسبوك ليلا لهم نسبة كبيرة أيضا وهذا يرجع لعدة أسباب أبرزها أنهم في وقت فراغ حيث أن أغلبهم يفضل الفيسبوك على وسائل ومواقع أخرى لقضاء وقت فراغه، وأغلب الأفراد يفضلون هذه الفترة للدرشة والتواصل مع عالم افتراضي ينسبهم تعب يومهم.

جدول رقم (9): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الهدف من استخدام الفيسبوك في فترة معينة.

النسبة المئوية	التكرارات	
58	58	أحيانا
20	20	نعم
22	22	لا
100.0	100	المجموع

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن أكثر من نصف أفراد العينة لا يربطون فترة استخدامهم للفيسبوك بالهدف من استخدامهم له بصفة دائمة، بل أحيانا ما يستخدمونه في فترة محددة لغرض معين بلغت نسبتهم 58% من أفراد العينة، بينما 22% يستخدمون الفيسبوك في فترة معينة نظرا للهدف من استخدامهم له، أي أن الفترة التي يستخدمون فيها الفيسبوك لها علاقة بالهدف من استخدامهم له، في حين أن 20% لا يربطون الفترة التي يستخدمون فيها الفيسبوك بالهدف من استخدامهم إياه، وهذه النتائج تبين لنا أن الفترة التي يتصفحون فيها أفراد العينة الفيسبوك ليست لها علاقة بالهدف من تصفحهم لهذا الموقع دائما.

جدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الهدف من استخدام الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
22	22	للاطلاع على أحداث معينة.
25	25	للترفيه والتسلية.
14	14	للترفيه والتسلية، للاطلاع على أحداث معينة
6	6	للترفيه والتسلية، معرفة ومتابعة الأخبار المحلية، والدولية.
2	2	للترفيه والتسلية، معرفة ومتابعة الأخبار المحلية، والدولية، للاطلاع على أحداث معينة.
20	20	معرفة ومتابعة الأخبار المحلية.
11	11	معرفة ومتابعة الأخبار المحلية، والدولية للاطلاع على أحداث معينة.
100.0	100	المجموع

حسب ما يوضحه الجدول اعلاء فإن الهدف من استخدام الفيسبوك بالنسبة للمبحوثين بالدرجة الأولى هو الترفيه والتسلية، حيث أجاب 25% منهم هذه الإجابة، فيما 22% منهم أجابوا بأنهم يستخدمونه لغرض الاطلاع على أحداث معينة حسب ميولهم وما يفضلونه، و20% يستخدمون الفيسبوك لغرض معرفة ومتابعة الأخبار المحلية والدولية وما يحصل من أحداث معينة في مجال معين، كما أن أفراد آخرين أجابوا إجابة مزدوجة، وهي ميزة وضعناها خصيصا في هذا السؤال للإجابة على أكثر من اقتراح، حيث أجاب 14% منهم على خانة الترفيه والتسلية مع الاطلاع على أحداث معينة، فيما 11% ربط بين معرفة ومتابعة الأخبار المحلية والدولية مع الاطلاع على أحداث معينة، فيما أجاب 6% منهم إجابة الترفيه والتسلية مع معرفة ومتابعة الأخبار المحلية والدولية، في حين أن 2% ربط الإجابات الثلاثة مع بعض، كما أضاف الأفراد المبحوثين اقتراحات أخرى غالبيتها بعض أضافوا اقتراح مشاهدة الفيديوهات وقراءة المقالات ونشر الصور والتعليق على ما ينشر وما يجذب انتباههم.

جدول رقم (11): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الثقة في المعلومات التي يحصل عليها من خلال الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
54	54	نعم
46	46	لا
100.0	100	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن 54% من أفراد العينة لا يتقون في المعلومات التي يحصلون عليها من خلال الفيسبوك، مبررين ذلك بإيجابيات مختلفة أبرزها أنهم قالوا أنها عديمة المصداقية نظرا لأن كل من هب ودب ينشر أفكار ومعتقدات وتوجهات مختلفة يخدم من خلالها مصالح أو مؤسسات معينة، وكذا عدم معرفتهم بالمصدر الأول لهذه المعلومة، وأسباب أخرى لذلك تجدهم لا يتقون فيها، أما الـ 46% الباقية فقد قالوا أنهم يتقون فيها، مبررين إجابتهم بكون هذه المعلومات تصدر من أطراف معينة، ومختلفة وذات توجهات مختلفة، وأن كل أو معظم الأفراد يلجئون إلى الفيسبوك للحصول على المعلومات حول قضايا معينة من اهتمامهم، وهناك من قال أنها المصدر الوحيد الذي يمنحك المعلومات بانية وسهولة والوقت الذي تحدده أنت.

2- تحليل الجداول المركبة الخاصة بمحور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي.

المجموع	6- منذ متى تستخدم الفيسبوك؟					
	من سنين إلى خمس سنوات	من خمس سنوات فما فوق	أقل من سنين			
12	7	2	3	التكرار	إبتدائي/متوسط	المستوى التعليمي
100	58.3	16.7	25	النسبة %		
22	12	8	2	التكرار	ثانوي	
100	54.5	36.4	9.1	النسبة %		
66	26	38	2	التكرار	جامعي	
100	39.4	57.6	3	النسبة %		
100	45	48	7	التكرار	المجموع	
100	45	48	7	النسبة %		

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 57.60% الخاصة بأفراد المستوى الجامعي يستخدمون الفيسبوك من خمس سنوات فما فوق، و 39.40% من سنين إلى خمس سنوات في حين أن 3% فقط عنهم أقل من سنين، أما أفراد المستوى الثانوي فنسبة 54.5% منهم ستخدمون الفيسبوك من سنين إلى خمس سنوات، و 36.4% منهم منذ أكثر من خمس سنوات، في حين 9.1% فقط لهم أقل من سنين، وفيما يخص أفراد المستوى الابتدائي والمتوسط فنسبة 58.3% منهم يستخدمون الفيسبوك منذ سنين إلى

خمس سنوات و 25% منهم أقل من سنتين في حين أن 16.7% فقط من يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات، هذه النتائج تبين لنا أن أفراد المستوى الجامعي غالبيتهم لهم فترة طويلة في استخدام موقع الفيسبوك تزيد عن خمس سنوات، في حين أن أفراد المستوى الثانوي فأكثر من نصفهم يستخدمون الفيسبوك منذ سنتين إلى خمس سنوات، كذلك بالنسبة لأفراد المستوى الابتدائي فهم يتصفحون الفيسبوك منذ سنتين إلى خمس سنوات، للإشارة فقط فإن هذه إحصائيات المستوى التعليمي ليس بالضرورة لا يزال في ذلك المستوى فمنهم من أكمل دراسته ومنهم من توقف قبل ذلك.

جدول رقم (13): يوضح الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في استخدام الفيسبوك على حسب متغير الحالة العائلية.

المجموع	6- ما هو الوقت الذي تقضيه يوميا في استخدام الفيسبوك؟					
	من ساعتين إلى أربع ساعات	من أربع ساعات فما فوق	أقل من ساعتين			
69	17	34	18	التكرار	أعزب	الحالة العائلية
100	24.6	49.3	26.1	النسبة %		
29	9	10	10	التكرار	متزوج	
100	31	34.5	34.5	النسبة %		
2	1	1	0	التكرار	مطلق	
100	50	50	0	النسبة %		
100	27	45	28	التكرار	المجموع	
100	27	45	28	النسبة %		

تلاحظ من خلال الجدول أن العزاب يقضون من أربع ساعات فما فوق على صفحات الفيسبوك بنسبة بلغت 49.3% وهي نسبة عالية جدا مقارنة بمن يقضون أقل من ساعتين في استخدام الفيسبوك والتي قدرت نسبتهم في أفراد العينة 26.1%، أما فيما يخص الأفراد

المتزوجين فقد تباينت نتائج مدة استخدامهم للفيسبوك ما بين أقل ساعتين وسابيين أكثر من خمس ساعات بنسبة قدرت بحوالي 34.5%، فيما يقضي 31% منهم من ساعتين إلى خمس ساعات في الفيسبوك، وتدل نتائج هذا الجدول على أن أكبر عدد من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من خمس ساعات في اليوم هم من فئة العزاب وهذا لأن لديهم وقت أكبر مقارنة بالبقية وليست لديهم التزامات عائلية خاصة.

جدول رقم (14): يوضح الفترة التي يستخدم فيها أفراد العينة الفيسبوك حسب متغير المهنة.

المجموع	6- ما هو الوقت الذي تقضيه يوميا في استخدام الفيسبوك؟				التكرار	النسبة %	الحالة العائلية
	مساء	ليلا	ليس هناك وقت محدد	صباحا			
20	4	9	6	1	التكرار	أعمال حرة	
100	20	45	30	5	النسبة %		
10	1	2	4	3	التكرار	بطل	
100	10	20	40	30	النسبة %		
47	2	16	29	0	التكرار	طالب	
100	4.3	34	61.7	0	النسبة %		
23	2	10	10	1	التكرار	موظف	
100	8.7	43.5	43.5	4.3	النسبة %		
100	9	37	49	5	التكرار	المجموع	
100	9	37	49	5	النسبة %		

من خلال الجدول يتبين لنا أن أكبر نسبة من نصيب الطلاب الذين ليس لهم وقت محدد لاستخدام الفيسبوك بنسبة 61.70%، ونسبة 34% منهم يستخدمون الفيسبوك في فترة الليل، ثم تلتها نسبة الموظفين الذين يستخدمون الفيسبوك بنسبة 43.5% في فترة الليل و فترة عدم وجود وقت محدد لاستخدامه، والشيء الملاحظ في نتائج هذا الجدول هو الفترة المسائية التي تعتبر الفترة المناسبة لأصحاب الأعمال الحرة لاستخدام الفيسبوك، حيث لا توجد فئة تتصفح في هذه الفترة أكثر منهم بنسبة بلغت 20%، أما الفترة الأكثر ملائمة لفئة البطالين هي أنهم ليس لهم وقت محدد بنسبة قدرت بـ 40%، وهو ما يبين أن البطالين لهم كل الوقت لاستخدام الفيسبوك.

3. نتائج المحور الخاص بالوعي السياسي:

- السنوات الخمس الأخيرة شهدت تسجيل عدد قياسي من أفراد العينة في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- الوقت الذي يقضيه الأفراد المبحوثين في استخدام موقع الفيسبوك كبير جدا يفوق الأربع ساعات في اليوم الواحد، وهو عدد مسجل على ما يقارب نصف أفراد العينة التي أجرينا عليها دراستنا.
- نستنتج أيضا من خلال هذا المحور أن أكثر من نصف أفراد العينة ليس لهم وقت محدد يقضونه على صفحات موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وهو مؤشر عالي جدا، بينما هناك من يستخدمون هذا الموقع في فترة الليل أين يكون معظم الأفراد متفرعين لاستخدامه براحة أكبر، وهو الوقت المصل لـ 37% من أفراد العينة.
- الفترة التي يتصفح فيها الأفراد المبحوثين ليست له علاقة من استخدام هؤلاء الأفراد لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وأن 58% منهم يربطون الهدف مع فترة استخدامهم لهذا الموقع بصفة "أحيانا".
- غالبية الأفراد المتصفحين لموقع الفيسبوك يستخدمونه لعرض الترفيه والتسلية، ثم لغرض الاطلاع على أحداث معينة، ومنهم من يستخدمه من أجل معرفة ومتابعة الأخبار المحلية والدولية، وهناك من يفضلونه لأغراض أخرى مثل قراءة المقالات ومشاهدة الفيديوهات والصور.
- أكثر من نصف أفراد العينة لا يتقنون في المعلومات التي يتحصلون عليها من خلال موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، مؤكدين أن أصحاب هذه المعلومات غير معروفة ولا يظهر مصدرها الأصلي وأن هذه المعلومات تكون وفق توجهات هؤلاء الأفراد ولا تمتد للمصادقية بصلة، أما النصف الآخر فهم

يمكنون ثقتهم في المعلومات التي يحصلون عليها من خلال الفيسبوك، موضحين أن هذه المعلومات تكون مرفقة غالباً بفيديو أو صورة وهو ما يرفع من نسبة مصداقيتها على حد تعبيرهم.

- غالبية أفراد العينة العزاب يقضون من أربع ساعات فما فوق في استخدام الفيسبوك، ونتائج الأفراد المتزوجين ليست متباينة فيما بينها، فمنهم من يقضي من ساعتين إلى أربع ساعات ومنهم من يقضي أكثر من أربع ساعات في تصفح موقع الفيسبوك، ونتائج أفراد العينة المتزوجين تبين ذلك، أما الأفراد المطلقين فهم يتصفحون الفيسبوك من ساعتين فما أكثر في هذا الموقع.

- ليست هناك فترة محددة أو وقت معين يستخدم فيه الطلبة موقع الفيسبوك، وهو ما يظهر لنا الاستعمال الفوضوي لهذا الموقع، فعدم وضع وقت محدد في استخدام الفيسبوك يهدر من الوقت الكثير دون شعور منهم، كما نستنتج أن الفترة المفضلة لدى البعض منهم هي "الليل"، كذلك بالنسبة للموظفين فمنهم من ليس له وقت محدد يستخدم فيه الفيسبوك ومنهم من يفضل قضاء وقت في تصفح الفيسبوك ليلاً، أما أفراد العينة المطلقين فغالبيتهم لا يملكون وقت محدد يستخدمون فيه الفيسبوك، أما أصحاب المهن الحرة فالفترة المسائية هي المفضلة لديهم لزيارة موقع الفيسبوك.

- أفراد العينة من أصحاب المستوى الجامعي جلهم يستخدم الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات، وأفراد المستوى التعليمي الثانوي من سنتين إلى خمس سنوات كذلك بالنسبة لأفراد المستوى التعليمي الابتدائي والمتوسط، من هذه النتائج نستنتج أنه قبل خمس سنوات كانت كلما كان المستوى التعليمي أكبر كلما كان الخراط الأشخاص في موقع الفيسبوك أكثر، أما في السنوات الأخيرة فنجد أن حتى أصحاب المستوى التعليمي الابتدائي والمتوسط يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من عامين، وهو مؤشر سلبي جداً لأفراد هذا المستوى.

المحور الثاني: تحليل نتائج المحور الخاص بالوعي السياسي:

1- تحليل الجداول البسيطة:

جدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب متابعة الأحداث السياسية.

النسبة المئوية	التكرارات	
46	46	أحيانا
32	32	دائما
22	22	نادرا
100.0	100	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول نسبة الذين قالوا أنهم يتابعون الأحداث السياسية بصفة أحيانا هم الأعلى نسبة والتي قدرت ب 46% من الحجم الكلي لأفراد العينة، وهذا الاهتمام يكون في فترة تكون فيه أحداث سياسية ذات تأثير على حياتهم، وهو ما يفسر متابعة للأحداث السياسية بصفة أحيانا وليس دائما، أما الذين يتابعون الأحداث السياسية بصفة دائمة فقد كانت نسبتهم 32%، وهم الأشخاص الذين يهتمون بكل صغيرة وكبيرة في مجال السياسة ويحرصون على متابعة الأحداث السياسية المحلية وحتى الدولية، في حين أن 22% لا يتابعون الأحداث السياسية إلا نادرا، تضم هذه الفئة الأفراد الذين يهتمون بمتابعة الأحداث السياسية الا عند وجود حدث سياسى بارز.

جدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الوسيلة التي تلبى وتزيد من معارفهم السياسية.

النسبة المئوية	التكرارات	
7	7	لا
34	34	نعم
59	59	نوعا ما
100.0	100	المجموع

فحص نتائج الجدول تبين لنا أن 59% يشكون في الوسيلة التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات السياسية، حيث يرون أنها لا تلبى جميع متطلباتهم من المعلومات السياسية ، و34% يرون أن الوسيلة التي يعتمدون عليها تلبى جميع متطلباتهم في الحصول على المعارف السياسية، في حين أن 7% لا يعتمدون على وسيلة واحدة لا تلبى رغباتهم في إشباع ذاتهم بالمعلومات، وهذه الفئة قد نقول أن الخلل يكمن فيهم وليس في الوسيلة، فمن جهة يعتمدون عليها للحصول على المعلومة ومن جهة أخرى لا يرون أنها تلبى رغباتهم المعرفية.

جدول رقم (17): يوضح كيفية رفع الوسيلة التي يعتمدونها من الوعي السياسي لديهم.

النسبة المئوية	التكرارات	
17	17	من خلال التعمق في معالجة الأحداث السياسية
8	8	من خلال التعمق في معالجة الأحداث السياسية، من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين.
21	21	من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية.
5	5	من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية، من خلال التعمق في معالجة الأحداث السياسية. من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية، من خلال التعمق في معالجة الأحداث السياسية، من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين.
1	1	من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية، من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين
12	12	من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية، من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين
35	35	من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين
100.0	100	المجموع

من خلال هذا الجدول يتبين لنا أن 35% من أفراد العينة يرون أن الوسيلة التي يعتمدونها ترفع من وعيهم السياسي من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين، بينما 21% يرون أنها ترفع من وعيهم السياسي من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية في حين أن 17% يرون أنها ترفع من وعيهم السياسي من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية، أي من خلال إظهار لهم أهم القضايا التي تحصل في لحظتها، هذا السؤال أيضا منحنا حرية الاختيار لأكثر من اقتراح واحد، حيث نلاحظ أن 12% ربطوا بين إلمامها بأهم الأحداث السياسية، و بين تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين، و 8% منهم ربطوا بين التعمق في معالجة الأحداث السياسية وتقديم آراء مختلفة حول حدث معين، أما التعمق في معالجة الأحداث السياسية مع إلمامها بأهم الأحداث السياسية، فنسبة الذين أجابوا عليها هي 5% ، في

حين أن 1% ربطوا الاقتراحات الثلاثة مع بعض، وهناك من أجاب إجابة مختلفة أضافها للاقتراحات وهي أن هذه الوسيلة تضيف له الرصيد المعرفي في مجال السياسة من خلال تقديم أدلة مقنعة تثري حصيلتهم المعرفية بكل البراهين وهناك من يفضل السخرية من السياسيين واصحهم في إثراء معرفته بالأحداث السياسية.

جدول رقم (18): يوضح إن كانت هناك مواقف قد ساهمت في تغييرها.

النسبة المئوية	التكرارات	
25	25	لا
75	75	نعم
100.0	100	المجموع

من خلال الجدول اعلاء يتبين لنا أن 75% من أفراد العينة قد وافقوا على أن الوسيلة التي يعتمدونها قد ساهمت فعليا في تغيير مواقف معينة في حياتهم اتجاه قضية معينة أو فرد محدد أو أي شيء، في حين أن 25% يؤكدون أن الوسيلة لم تغير أي موقف اتخذوه مسبقا.

3- تحليل الجداول المركبة:

جدول رقم (19) يوضح متابعة الأحداث السياسية حسب متغير الجنس.

المجموع	هل تتابع الأحداث السياسية؟					
	نادرا	دائما	أحيانا			
33	10	10	13	التكرار	أنثى	الجنس
100	30.3	30.3	39.4	النسبة %		
67	12	12	33	التكرار	ذكر	
100	17.9	32.8	49.3	النسبة %		
100	22	32	46	التكرار	المجموع	
100	22	32	46	النسبة %		

من خلال الجدول يبين لنا أن نسبة الإناث اللاتي يتابعن الأحداث السياسية أحيانا هم أعلى نسبة قدرت 39.4%، بينما اللاتي يتابعن بصفة دائمة متساوية مع نسبة اللاتي لا يتابعن الأحداث السياسية إلا نادرا بنسبة قدرت بـ 30.3%، وهذا واضح جليا من خلال واقعنا الذي معروف عنه أن الإناث لا يهتمون بالسياسة كثيرا، على عكس الذكور الذين تجدهم أكثر اهتماما مقارنة مع حيث تلاحظ من خلال الجدول أن 49.3% يتابعون الأحداث السياسية أحيانا، والمهتمون بها بصفة دائمة بنسبة 32.8%، أما 12% لا يتابعون الأحداث السياسية إلا نادرا، وهذا أمر أثبتته معظم الدراسات السابقة والتي بينت أن الذكور أكثر اهتماما بالأمر السياسي من الإناث.

جدول رقم (20) يبين إن كانت هناك مواقف معينة قد ساهمت هذه الوسيلة في تغييرها حسب متغير السن.

المجموع	هل هناك مواقف معينة ساهمت هذه الوسيلة في تغييرها؟				
	نعم	لا			
5	4	1	التكرار	أقل من 20 سنة	السن
100	80	20	النسبة %		
72	56	16	التكرار	من 20 إلى 29 سنة	
100	77.7	22.3	النسبة %		
14	9	5	التكرار	من 30 سنة إلى 39 سنة	
100	64.3	35.7	النسبة %		
5	3	2	التكرار	من 40 إلى 49 سنة	
100	60	40	النسبة %		
4	3	1	التكرار	من 50 سنة فما فوق	
100	75	25	النسبة %		
100	75	25	التكرار	المجموع	
100	75	25	النسبة %		

يبين لنا الجدول أن أعلى نسبة قالوا أن الوسيلة التي يعتمدونها تساهم في تغيير مواقفهم هي نسبة الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 و 29 سنة والتي قدرت بـ 77.7% في حين أن نسبة الذين أجابوا بأنها لا تساهم هي 22.3%، وهذا ما يفسر حقا أن أفراد هذه الفئة يعتمدون على تلك الوسيلة أكثر من أي وسيلة أخرى في الحصول على المعلومة السياسية، من أجل إثراء آرائهم وتمكينهم من اتخاذ موقف

معين، أما فئة الأقل من 20 سنة ف 80% منهم وافقوا على أن الوسيلة التي يلجأون إليها تساهم في تغيير مواقفهم في حين أن 20% منهم لا يرون أنها تساهم في تغيير آرائهم، وهذا ما يبين أن هذه أفراد هذه الفئة يتخذون مواقف معينة اعتمادا على ما يحصلون عليه من خلال هذه الوسيلة، كما نلاحظ أن نسبة u من فئة الـ 50 سنة فما فوق يؤكدون أنها تساهم في تغيير مواقفهم اتجاه قضايا أو أحداث معينة، في حين 25% يرون غير ذلك ، حيث أنه ورغم أن أفراد هذه العينة لهم من الخبرة الكثير في اتخاذ المواقف إلا أنهم لا يزالون يعتمدون على هذه الوسيلة لأجل اتخاذ المواقف، في حين أن أفراد الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 39 سنة 64.3% أجابوا نعم و 35.7% قالوا لا أي لا تساهم في تغيير مواقفهم، وفئة ما بين 40 و 49 سنة كذلك إجاباتهم كانت متقاربة حيث بلغت إجابة الذين أجابوا بنعم 60%، و 40% لم يوافقوا هذا الطرح، إذن ومن خلال نتائج هذا الجدول يتبين لنا أنه الوسيلة المعتمدة من قبل الأفراد في الحصول المعلومات السياسية بعض النظر عن اختلافها إلا أنها تساهم بشكل كبير اتخاذ الأفراد لمواقف معينة بغض النظر أيضا عن الفئات العمرية التي تعتمد على هذه الوسائل ، حيث كل الفئات العمرية قد ساهمت الوسيلة التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات السياسية من تغيير مواقعهم واتخاذ موقف معين على حساب تلك الوسيلة.

4- نتائج المحور الثاني:

- "أحيانا " هو مؤشر غالبية أفراد العينة في متابعة الأحداث السياسية، وهي نسبة أكبر من نسبة الأفراد الذين يتابعون الأحداث السياسية بمؤشر دائم، في حين أن الأفراد الذين لا يتابعون الأحداث السياسية ويتابعونها بمؤشر نادر فهم أقل نسبة من المجموع الكلي لأفراد العينة.

- المواقع الالكترونية هي الأكثر اعتمادا من طرف أفراد العينة لمتابعة الأحداث السياسية بعد موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك"، يليها التلفزيون مباشرة، ثم تأتي الصحف المكتوبة والجرائد، وفي الأخير نجد وسيلة الإذاعة.

- "نوعا ما" هو المؤشر الذي يعتقد أفراد العينة أن الوسيلة التي يعتمدونها تلبي رغباتهم وتزيد من معارفهم السياسية، وهذا يعود إلى قوة العلاقة بين الأفراد والوسيلة التي يعتمدونها في الحصول على المعلومات السياسية ومدى ولاء الأفراد لهذه الوسيلة ومدى قدرة الوسيلة في تلبية رغباتهم ، بينما 34% من الأفراد المبحوثين يرون أن الوسيلة التي يعتمدونها تلبي رغباتهم في زيادة معارفهم السياسية

- تريد الوسيلة التي يعتمدها أفراد العينة من وعيهم السياسي من خلال تقديم آراء مختلفة حول حدث معين بالدرجة الأولى، ثم من خلال المامها بأهم الأحداث السياسية الحاصلة على مستوى الساحة السياسية المحلية والدولية، وأخيرا من خلال الغوص أكثر والتعمق في معالجة الأحداث السياسية المختلفة . " من خلال نتائج هذا المحور يتبين لنا "حقا" أن الوسيلة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومة السياسية تساهم في التغيير مواقفهم واتجاهاتهم اتجاه قضية معينة أو حدث سياسي معين.

- الغالبية من أفراد العينة الإناث يتابعون الأحداث السياسية بمؤشر "أحيانا"، وهذا ما أثبتته عدة دراسات، حيث أصبح معروف عن فئة الإناث أنهم لا يهتمون بالأحداث السياسية إلا أحيانا عندما يكون هناك موقف أو حدث سياسي يستحق أو يجذب الانتباه من خلال العاطفة، فالإناث يهتمون بالسياسة أحيانا بسبب عنصر العاطفة فيهم، بينما فئة الذكور وبالرغم من أن نسبة الذين يتابعون الأحداث السياسية بمؤشر أحيانا هم الفئة الغالبة من أفراد العينة، إلا أنها متقاربة مع فئة الذين يتابعون الأحداث السياسية بمؤشر "دائم"، وهو ما يثبت أن الذكور أكثر حرصا على متابعة الأحداث السياسية من الإناث.

- الوسيلة التي يعتمدها أفراد العينة تساهم بشكل كبير في تغيير مواقفهم وتؤثر على آرائهم بالرغم من فارق السن بينهم، حيث أنه فيما سبق كانت الوسيلة تؤثر على فئات عمرية معينة دون غيرها، على عكس ما نراه اليوم وما تثبته دراستنا وهو أنها أصبح لها تأثير على كل الفئات العمرية في المجتمع، ابتداء من المراهقين وصولا إلى الكهول والشيوخ مروراً بفئة الشباب.

المحور الثالث: الخاص بالوعي السياسي وعلاقته بموقع الفيسبوك.

1- تحليل الجداول البسيطة:

جدول رقم (21): يوضح إبداء رأي أفراد العينة حول ما يطرح من قضايا سياسية عبر الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرارات	
55	55	أحيانا
21	21	دائما
24	24	نادرا
100.0	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يبدون آرائهم اتجاه ما يطرح من قضايا سياسية عبر الفيسبوك بصفة أحيانا هم الأعلى نسبة والتي وصلت إلى 55% من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهذا يفسر أنه عند وجود حدث أو قضية جد حساسة على موقع الفيسبوك فإن مستخدمي الفيسبوك يشاركون بآرائهم، أي أن نوع ما يطرح في الفيسبوك هو الذي يحدد مشاركة الأفراد من عدمه، في حين أن 24% منهم لا يبدون رأيهم إلا نادرا، أ هذه الفئة لا يستخدمون الفيسبوك لغرض الحصول على المعلومات وإنما لأغراض أخرى وهذا ما يفسر مشاركتهم بآرائهم إلا نادرا ، أما الأفراد الذين يشاركون بآرائهم و أفكارهم بصفة دائمة بلغت نسبتهم 21%، هذه فئة تحاول التعمق في الأحداث من خلال إبداء آرائها بشكل متواصل والحصول على آراء وأفكار أشخاص آخرين.

جدول رقم (22): يوضح مدى مساهمة الفيسبوك في تعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي.

النسبة المئوية	التكرارات	
50	50	أحيانا
29	29	دائما
21	21	نادرا
100.0	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول اعلام أن 50% من أفراد العينة اختاروا صفة أحيانا للإجابة على سؤال إن كان الفيسبوك يساهم في تعزيز السعرية أو الوعي السياسي، وهذا يرجع إلى أنهم يعتمدون على أكثر من وسيلة واحدة لتعزيز معرفتهم السياسية، ولا يحدرون كل الوسائل المتاحة لهم في الفيسبوك فقط، أما الأفراد الذين وافقوا على أن الفيسبوك يعزز من المعرفة السياسية أو الوعي السياسي وأجابوا بإجابة دائما بلغت نسبتهم 29% من إجمالي أفراد العينة، وهو ما يفسر أن هناك أشخاص كثيرون يعتمدون على الفيسبوك من أجل تحصيل وتعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي لديهم دون وسائل أخرى، في حين الأفراد الذين أجابوا ب نادرا قدرت نسبتهم 21%، هؤلاء الأشخاص لا يعتمدون على الفيسبوك من أجل الحصول أو تعزيز المعرفة السياسية لديهم إلا نادرا ، فهم في الأساس يلجأون إلى وسائل أخرى لإثراء وتعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي.

جدول رقم (23): يوضح مدى رأي أفراد العينة إن كان الفيسبوك يزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية.

النسبة المئوية	التكرارات	
42	42	أحيانا
20	20	لا
38	38	نعم
100	100	المجموع

ما يوضحه الجدول يثبت أن الفيسبوك يساهم في قدرة أفراد العينة على تحليل الأحداث السياسية، حيث أن 42% منهم أجابوا على فئة أحيانا، وهو أنه عندما يكون الفيسبوك قد تناول الحدث من جوانب عديدة ترسخت في ذهنه فإن قدرته على تحليل الأحداث السياسية تزيد مقارنة بما كانت، وفئة الأفراد الذين أجابوا نعم يزيد الفيسبوك من القدرة على تحليل الأحداث السياسية بلغت نسبتهم 38% وهي نسبة عالية تبين أن الفيسبوك له قدرة على إحاطة الأفراد بالأحداث السياسية وتبسيطها لهم إلى أن يصلوا إلى درجة قدرتهم على تحليل هذه الأحداث، بينما من أجاب على فئة لا يزيد الفيسبوك من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية قدرت نسبتهم 20% وهي نسبة ضئيلة منهم لا يستطيع الفيسبوك أن يزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية نظرا لاعتمادهم على وسيلة أخرى أو عدم متابعتهم نهائيا للأحداث السياسية أو عدم قدرتهم شخصيا في استيعاب الأحداث السياسية.

جدول رقم (24): يبين كيفية تأثر فترة استخدام أفراد العينة للفيسبوك عند وجود حدث أو قضية سياسية معينة.

النسبة المئوية	التكرارات	
54	54	تزداد مدة استخدامك للفيسبوك
5	5	تقل مدة استخدامك للفيسبوك
41	41	لا تتأثر مدة استخدامك للفيسبوك
38	38	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن 54% من أفراد العينة تزداد مدة استخدامهم للفيسبوك عند وجود قضية أو حدث سياسي معين، وهم ما يبين التأثير الكبير للفيسبوك على الأفراد حيث أصبح مركز الاهتمام كامل منصب عليه من أجل الحصول على المعلومات السياسية اتجاه القضايا السياسية، حيث أن الفيسبوك يمكنه جمع الفيديوهات والصور والمقالات حول حدث معين وتقديمها للرأي العام ما يجعل معظم الأفراد يزيدون من اهتمامهم ومدة استخدامهم لهذا الموقع لإثراء رصيدهم المعرفي حول الأحداث والقضايا السياسية، أما الذين لا تتأثر مدة استخدامهم للفيسبوك فقد بلغت نسبتهم 41%، وهذا لا يرجع إلى عدم اهتمامهم بالقضايا والأحداث السياسية التي تطرح على موقع الفيسبوك، وإنما غالبيتهم لا تتأثر مدة استخدامهم له لأنه في الأصل ليس له وقت محدد أو مدة معينة يقضيها في تصفح الفيسبوك، أو يكون سلم بكل ما ينشر فيه لهذا لا تتأثر مدة استخدامهم للفيسبوك، في حين أن 5% تقل مدة استخدامهم لموقع الفيسبوك عند وجود حدث أو قضية سياسية معينة هذا لأنهم لا يهتمون إطلاقاً بالإحداث السياسية وتقل مدة استخدامهم للفيسبوك لأنهم يدركون أن كل ما يوجد في الفيسبوك مهم بذلك الحدث أو القضية السياسية لهذا يسعى إلى ذلك فيقلل من مدة تصفحه للفيسبوك كأقل تقدير.

جدول رقم (25): رأي الأفراد المبحوثين إن كان الفيسبوك قد زاد من وعيهم السياسي.

النسبة المئوية	التكرارات	
21	21	لا
27	27	نعم
52	52	نوعا ما
100	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن 52% كانت لهم إجابة نوعا ما، وهي نسبة عالية جدا حيث أنهم يرون أن الفيسبوك يزيد من وعيهم السياسي كل ما كانت هناك معالجة ملمة بالقضايا السياسية في المقابل تجاوب من قبل المتصفحين لهذا الموقع مع المشاركة بأفكاره لتلقي الردود أكثر، بينما 27% يؤكدون أن الفيسبوك زاد من وعيهم السياسي مما يؤكد أن الفيس بوك يرفع من نسبة الوعي السياسي للأفراد من خلال المميزات والخصائص التي يتمتع بها هذا الموقع مقارنة بالمواقع و الوسائل الأخرى، في حين أن 21% لا يوافقون فكرة أن الفيسبوك زاد من وعيهم السياسي وهذا راجع إلى عدم اهتمامهم بالأمور السياسية أو عدم اعتمادهم على المعلومات التي يحصلون عليها ممن خلال هذا الموقع.

جدول رقم (26): رأي الأفراد المبحوثين حول إن كان الفيسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي.

النسبة المئوية	التكرارات	
22	22	لا
78	78	نعم
100	100	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول أن الأغلبية يرون أن الفيسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي بنسبة وصلت إلى 78%، هؤلاء الأفراد منهم من هو مؤيد لما ينشر من أحداث سياسية على هذا الموقع ومنهم لا إلا أنهم يتفقون على أن الفيسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي، برروا إجاباتهم بعدة آراء واتجاهات حيث أن أغلبهم قال أنه من أهم المصادر التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات السياسية ومنهم من برر جوابه بقوله أن الشهرة والمكانة التي يحتلها هذا الموقع في المجتمعات اليوم أثر على الوعي عند الأفراد حيث أصبح الكل يلجأ إليه لإثراء رصيده المعرفي في المجال الذي يفضله، أما " المتبقية فيرون عكس ذلك، فمن خلال سؤالهم لماذا برروا إجاباتهم بقولهم أن المصدر غير معروف أن نسبة مصداقية ما ينشر فيه ضئيلة ، أيضا هناك من قال أن ما ينشر كله (خرطي) أي لا يمت للحقيقة بصلة.

جدول رقم (27): يبين رأي أفراد العينة في متابعة الصفحات الخاصة التي تطرح مختلف القضايا التي تهتم الجزائريين.

النسبة المئوية	التكرارات	
35	35	لا
65	65	نعم
100	100	المجموع

تلاحظ من خلال الجدول أن 65% من أفراد العينة يتابعون الصفحات الخاصة التي تطرح مختلف القضايا التي تهتم الجزائريين على الفيسبوك، وهذا ما يبين مدى أهمية هذه القضايا في أوساط المجتمع الجزائري وسعيهم الدائم لمتابعة آخر التطورات التي تحدث، في حين أن 5 لا يتابعون هذه الصفحات مفضلين وسائل أخرى لمعرفة آخر التطورات في القضايا السياسية الجزائرية، أو عدم اهتمامهم بهذا قضايا أبدا.

جدول رقم (28): يوضح إن كان الفيسبوك يعزز من المعرفة السياسية أو الوعي السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المجموع	الفيسبوك يساهم في تعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي لديك؟					
	نادرا	دائما	أحيانا	التكرار	إبتدائي/متوسط	المستوى التعليمي
12	3	5	4	التكرار	إبتدائي/متوسط	
100	25	41.7	33.3	النسبة %		
22	4	8	10	التكرار	ثانوي	
100	18.2	36.4	45.5	النسبة %		
66	14	16	36	التكرار	جامعي	
100	21.2	24.2	54.5	النسبة %		
100	21	29	50	التكرار	المجموع	
100	21	29	50	النسبة %		

يتبن لنا من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يملكون مستوى تعليمي ما بين الابتدائي والمتوسط غالبيتهم بنسبة 41.7% يساهم الفيسبوك في تعزيز المعرفة السياسية لديهم و 33.3 يعزز المعرفة السياسية لديهم بصفة أحيانا، وهو ما يبين لنا أن هذا الموقع له تأثير كبير على توعية وترسيخ المعلومات لدى الأفراد الذين مستواهم يقل أمام المستويات التعليمية الأخرى، أما أصحاب المستوى التعليمي الثانوي ف 45.5% منهم يعزز الفيسبوك من وعيهم السياسي بصفة أحيانا، ونسبة 36.4% دائما ما يعزز الفيسبوك من المعرفة السياسية لديهم، وهي نسبة عالية تبين مدى أهمية هذا الموقع والمكانة التي يملكها والدور الكبير الذي يلعبه في تعزيز المعرفة السياسية، في حين أن أفراد المستوى الجامعي فغالبيتهم وافقوا على أن الفيسبوك يساهم في تعزيز المعرفة السياسية بصفة أحيانا وبنسبة 54.5%، وفئة الأفراد الجامعيين الذين أبدوا فكرة أن الفيسبوك يعزز من المعرفة السياسية لديهم وأجابوا على فئة دائما فنسبتهم

24.2%، ونسبة 21.2% هم من عارضوا هذا الطرح وأجابوا ب لا ، وهذا ما يسفر أن مستخدمي الفيسبوك من المستوى الجامعي يدركون أن له دور فعال في إثراء المعرفة السياسية وتعزيز الوعي السياسي لديهم لهذا تجدهم يستعينون بهذا الموقع للحصول على المعلومات السياسية والمشاركة بأفكارهم وطرح توجهاتهم.

5. الاستنتاجات العامة:

بعد تحليلنا لنتائج الدراسة عبر المحاور السابقة للإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية دراستنا، كانت الاستنتاجات على النحو التالي:

1- الفئات العمرية الأكثر تعرضا للفيديو في الجزائر هم فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 29 سنة وبدرجة أقل الفئات التي تتراوح أعمارهم بين 30 و 39 سنة.

- أفراد المستوى الجامعي هم الأكثر تعرضا للفيديو في الجزائر .

- عادات وأنماط استخدام أفراد عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي هي : الوقت الذي يقضيه الأشخاص في تصفح الفيديو كبير جدا يفوق الأربع ساعات في اليوم -

هناك نسبة كبيرة من الأفراد الذين ليس لهم وقت محدد لاستخدام موقع الفيديو بوك وإنما يستخدمونه بشكل فوضوي وفي كل الأوقات وعلى مدار الساعة.

- الفترة التي يتصفح فيها الأفراد موقع الفيديو ليست لها علاقة بالهدف من استخدامه عند الغالبية منهم. - معظم مستخدمي الفيديو يستخدمونه لغاية الترفيه والتسلية وبدرجة أقل الإطلاع على أحداث معينة.

- غالبية مستخدمي موقع الفيديو يتقنون في المعلومات التي يحصلون عليها من خلال هذا الموقع.

2- تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في التوعية بأهم القضايا التي تشغل الرأي العام وهذا من خلال الماسها بأهم الأحداث وآخر التطورات التي تشغل الرأي العام و تناوليا من جميع جوانبها، كذلك التعمق في معالجتها، كما أنها تلعب دور المصدر الرئيسي للكثير من الأشخاص في الحصول على المعلومات التي يحتاجونها و المتعلقة بالمواضيع التي تهمهم والتي تزيدهم وعيا بالقضايا التي تشغل الرأي العام.

3 - نعم يعتبر الفيديو مصدر مهم لدى الجزائريين للحصول على المعلومات السياسية وهذا بدليل أنهم في كل الأوقات يستخدمونه أو يلجأون إليه للحصول على تلك المعلومات، كما أصبح الكثير منهم يفضلونه على وسائل عديدة نظرا للخصائص والمميزات التي يتميز بها عن غيره من الوسائل الأخرى، ونظرا لكونه أصبح الشغل الشاغل لجميع أفراد المجتمع و جميع الفئات العمرية والمستويات العلمية، فالمكانة التي أصبح يحتلها بينهم جعلت منه مصدرا مهما للمعلومات السياسية.

4- يتعامل مستخدمو الفيسبوك مع المعلومة السياسية التي يتلقونها من خلال هذا الموقع إبداء رأيهم والتعبير عن أفكارهم بالتعليق على تلك المعلومات على صفحات الفيس بوك، ونشر الصور والفيديوهات الساخرة أو المؤيدة أو المعارضة لتلك المعلومات، كما أن هناك عدد كبير من مستخدمي هذا الموقع تزداد مدة استخدامهم لموقع الفيسبوك من أجل مساندة وملاحقة آخر الأخبار والمستجدات التي تتعلق بتلك القضية، ومنهم من يضيف الصفحات الخاصة التي تعالج تلك القضية من كل جوانبها و تنشر آخر التطورات الحاصلة عنها.

5- يعتمد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية لأنها تزيد من قدرتهم على تحليل الأحداث السياسية، كما أن هذه المواقع أصبحت محل اهتمام جميع أفراد المجتمع ومساندة الأحداث التي تطرح من خلال هذه المواقع هو مساندة لآخر المستجدات والأحداث التي تشغل الرأي العام، كما أن نسبة كبيرة من أفراد العينة وافقوا على فكرة أو طرح أن الفيسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي نظرا يشمل جميع فئات المجتمع من المراهقين والشباب وغيرهما...، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الوعي السياسي للأفراد وهذا من خلال السهولة و البساطة التي يتلقى بها المعلومات السياسية.

6- ليس هناك فروق فردية كثيرة بين أفراد العينة في التفاعل مع المعلومات السياسية عبر الفيسبوك، وهذا ما تبين لنا من خلال طرحنا لبعض القضايا السياسية التي شغلت الرأي لدى أفراد العينة، حيث أن معظم القضايا التي طرحناها كان لها نفس النتائج تبعا لمتغير الجنس و السن والمستوى التعليمي، فكلما قمنا بتغيير المتغير النتائج تبقى على حالها ولا تتغير، فقط هناك بعض فئات المجتمع من الإناث قليلة التفاعل مع الأحداث والمعلومات السياسية التي تطرح من خلال الفيسبوك، نظرا لقلّة اهتمامهم بالمجال السياسي، وهو ما يبين لنا أن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك عندما يطرح قضية معينة فهي تمس جميع فئات المجتمع بغض النظر عن المتغيرات (الجنس المين والمستوى التعليمي) ، ومنه فتشكيل الوعي السياسي عند الأفراد ليس له علاقة بهذه المتغيرات، فالقضايا هي التي تحدد حدود التفاعل مع المعلومات السياسية التي تطرح في الفيسبوك.

خاتمة

إن مفهوم الوعي السياسي مفهوم واسع وليست له حدود معينة، لأنه يعد بمثابة روية عامة وشاملة لكافة الأحداث السياسية التي يمكن أن يشاهدها مجتمع ما ، وبناءا على الوعي يمكن للفرد أن يحدد مواقفه وقناعاته السياسية المختلفة والوعي نفسه يدفعه نحو المشاركة في الأنشطة السياسية المتعددة، وهناك حقيقة خامة ينبغي استيعابها هنا، وهي ان الوعي السياسي لا يتوقف وإنما هو عملية تراكمية تستمر على فترة زمنية طويلة، وخلالها يمكن أن يتراجع الوعي ، ويمكن أن يزداد طبقا لاهتمامات الشخص نفسه. وتشكيل الوعي السياسي تساهم فيه مجموعة من الأدوات مثل الخطاب الرسمي والغير رسمي كذلك المشاركة السياسية أو من خلال وسائل الإعلام الرسمية أو عبر وسائل الإعلام الالكترونية، ففي جميع هذه الوسائل يتلقى الشخص بشكل مستمر كما هائلا من المعلومات التي تتضمن مواقف وقناعات معينة ، وبمرور الوقت فإنها تتراكم لديه وتكون بالنسبة له مخزون معرفي يمثل وعيه السياسي. ومن خلال بحثنا هذا حاولنا دراسة كيفية تشكيل الوعي السياسي من خلال شبكات التواصل الاجتماعي اعتمدنا على موقع الفيسبوك كأنموذج لهذه الدراسة، الذي تضاربت المواقف حول طبيعة دوره في رفع مستوى الوعي السياسي. وقد توصلنا في الأخير إلى عدة نتائج يمكن أن تكون بداية لصياغة فرضيات من أجل القيام بدراسات أخرى في سبيل التأسيس لهذا المجال من البحث الذي مازال يعاني من نقص شديد من حيث التنظير و التقنيات المنهجية. إن هذه الدراسة لا تعد إلا أن تكون مجرد محاولة بسيطة لتناول جزئية بسيطة من موضوع، ولا يمكن إلا أن تكون كذلك نظرا لأن البحث في موضوع بهذا الحجم والشساعة سيلزم جيدا أكبر بكثير من الجيد الذي بذلناه ومستوى علمي أرقى من الذي بلغناه وأليات بحث أدق مما استخدمنا.

وبهذا يمكن أن تكون هذه الدراسة عبارة عن نقطة بدء لدراسات تمس جوانب أخرى من الموضوع ، فخير خاتمة لأي بحث علمي هي أن تكون فاتحة بحث جديد، ولعل من المواضيع التي تفرض نفسها دور المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية وتداولها وكذا أثر ذلك على الواقع الطبيعي، وكذا دور المجتمعات والشبكات الاجتماعية خاصة الناشئة عبر الشبكة العالمية في خلق رأي عام وجعلها كمجال للتعبئة الجماهيرية وتحريك الضمير الجماعي والقوى الجماهيرية اتجاه قضايا حساسة ومصيرية عامة، وخير دليل على ذلك ما حدث على الصعيد العربي ، حيث كان للمعلومات و الأخبار الدور الفعال والمصيري في تحريك الملايين وتعبئتهم اتجاه واقع معين لتغييره أو إعادة تشكيله.

وفي الختام نلتمس عذرا عن أي خطأ أو تقصير فإن أصبنا فبفضل الله وإن أخطأنا فالكامل له وحده.

قائمة المراجع:

قائمة المراجع:

1. إحصائيات فايستوك في العالم العربي لسنة 2017 / <https://weedoo tech> تاريخ النشر 8 مارس 2017، تاريخ الاطلاع 09 أكتوبر 2021.
2. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
3. احمد محمد الزبون و اخرون : درجة تاثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عالجون الجامعية،المجلة الاردنية للعلوم الإجتماعية، مجلد10، العدد3، 2017،ص331.
4. أسيل العتوم: مميزات و عيوب تطبيق سنا بشات: <https://e3arabi.com/-snapchat/> 2022/03/01 على الساعة 14:37.
5. آلاء حمامرة:مقدمة عن لينكدان، <https://www.teche.wd.com> 2022/03/01 على الساعة 13:09.
6. إمام شكري إبراهيم أحمد القطان: الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، دون طبعة، 2019.
7. أمل خلف: التنشئة السياسية لطفل ما قبل المدرسة، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
8. بسام عبد الرحمان المشابقة: نظرية الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط2014.
9. بن بريكة زينب: تأثير إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع-جامعة جيجل، العدد2019،03، الجزائر.
- 10.تعريف الوعي السياسي، http://legalcounsel.oWn0.com/t1_23-topic تاريخ الإصدار، 20/07/2010، تاريخ الاطلاع يوم 11 أكتوبر 2021.
11. جريل بن حسن العريشي: الشبكة الاجتماعية والقيم رؤية التحليلية، ط1، 2015.
12. حارث عبود، الإعلام و الهجرة إلى العصر الرقمي، ط 1 ، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2015.
13. حنان بنت شعشوع الشهري: أثر استخدام شبكة التواصل الإلكتروني على العلاقات الاجتماعية، رسالة ماجستير قسم الاجتماع والخدمات الاجتماعية جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2013.
14. خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، عمان، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013.

15. دلال القاضي ومحمود البياتي: منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي، عمان، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
16. رجاء دويوي: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارساته العلمية، ط1، دار الفكر، دمشق، 2002، ص228-229.
17. ريم فتيحة قدوري: دور الاعلام الرقمي في تشكيل الوعي السياسي للجمهور الجزائري، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال جامعة احمد بن بلة الجزائر، 2018.
18. زياد أحمد خليل الدعس: معوقات الإتصال و التواصل التربوي بين المديرين و المعلمين بمدارس محافظة غزة وسبل مواجهتها في ضوء الاتجاهات المعاصرة:رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009.
19. سلام الجبوري: دور قناتي الحرة والبي بي سي الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة البترا، الأردن، سنة 2013/2014.
20. سمير خطاب: التنشئة السياسية والقيم، القاهرة، إيتراك للطباعة والنشر، ط 1، 2004.
21. شدان خليل يعقوب: أثر مواقع التواصل الإجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية، أطروحة للحصول على درجة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية فلسطين، 2015.
22. شيرين طفاطقة: شرح برنامج الإيمو <https://cutt.us/g61nH> 2022/03/02 على الساعة 14:37.
23. الصادق حمامي: كيف نفكر في مواقع التواصل الاجتماعي، ندوة الشبكات الاجتماعية الافتراضية و الشباب الاماراتي، الواقع و التحديات، كلية الاتصال، الشارقة، 2012.
24. صارة شهرة ، يزيد قلاتي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر القيم الاجتماعية لدى الطالب: دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة- أم البواقي - ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص ، صحافة وإعلام الكتروني، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي، كلية العلوم الانسانية ، شعبة علوم الاعلام والاتصال ، سنة جامعية 2014/2015.
25. صبري بديع عبد المطلب الحسيني: الوعي السياسي في الريف المصري، ط 1، المركز الديمقراطي العربي ألمانيا، 2017.

26. مصطفى فتحي: مراجعة عن الأنستغرام، مميزات و عيوب تطبيق أنستغرام : <https://blog.hotmart.com>

01/03/2022 على الساعة 10:25.

27. طيفور مصطفى: أثر استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجامعي، مذكرة لنيل

شهادة الدكتوراة، علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2016، 2017.

28. عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار المسيرة للطباعة، عمان،

2010.

29. عباس محمد صادق: الإعلام الجديد، دار الشروق، للنشر والتوزيع، عمان، ط4، 2004.

30. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: موقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني، دار صفاء للنشر و التوزيع،

عمان، 2015.

31. عبد الرحمان حريزي: الاستبيانات الالكترونية، <http://educad.me>، 23/04/2009، تاريخ الاطلاع

10/10/2021.

32. عبد الكريم تفرقنيت: العلاقات الإجتماعية في ضوء الاستخدام مواقع التواصل الإجتماعي " الفيس بوك " الملتقى

الدولي الأول حول نظريات الإعلام المعاصر من 02 إلى 03 ديسمبر 2013، ص 10 المادة متوفرة على

رابط : [.https://www.resarch.net](https://www.resarch.net)

33. عبد مسلم الماجد: مذاهب ومفاهيم في الفلسفة والاجتماع، بيروت، المكتبة العصرية، ط1، 1995.

34. علي محمد المغربي: الاعلام والاتصال الجماهيري، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، 2015.

35. غازي عناية: منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ط1، ص106.

36. فاطمة جامع التنظيمات الطلابية ودورها في نشر الوعي السياسي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، جامعة

الطاهر مولاي، سعيدة، 2015/2016.

37. فتحي حسين عامر، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة، إلى فيس بوك، ط 1 ، مصر، 2011، ص 203.

38. فؤاد البهي السيد: علم النفس الاجتماعي، بيروت، دار الفكر العربي، ط2، 1981.

39. فيروز المطاعى: دور الفضائيات العربية الإخبارية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين

الجزائريين، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر، سنة 2013/2014.

40. لارا عبيات: كيفية إستخدام برنامج الايمو <https://cutt.us/vau602/03/2022> على الساعة

.14:56

41. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ط2، ص106.

42. محمود جلال الدين سليمان: التدريس التداولي لمهارات التواصل الشفوي، في برامج تعليم اللغة العربية للناطقين

بغيرها، المجلد 01، العدد 03، 2018.

43. محمود حسن إسماعيل: التنشئة السياسية، القاهرة دار النشر للجامعات، دراسة في دور أخبار التلفزيون، ط 1،

.1997

44. مدونة الدكتور محمد أحمد المطهر: الارتقاء بالأساليب التواصل التعليم و التعليم لدى الطلاب، ص26.

<https://cutt.us/vau60> 2022/03/02 على الساعة 17:20.

45. مركز المحتسب للإشارات: دور مواقع التواصل الإجتماعي في الإحتساب، ط1، دار المحتسب للنشر و

التوزيع، الرياض.

46. منال هلال المزاهرة: نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.

47. منذر صالح الزبيدي: دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن،

.2013

48. منى أحمد زكي: الكتاب والأدباء الأرديون والإشباع المتحققة لهم من الوسائل الإعلام التقليدية والرقمية،

رسالة مقدمة للحصول على الماجستير، منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2010.

49. موريس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشريف، سعيد

سبعون، الجزائر، دار القصة للنشر، 2006.

50. موسى ابراهيم: معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، بيروت، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر.

51. موسى محمد آل طويرش: الوعي السياسي كعنصر أساسي في بناء النظام السياسي الديمقراطي، بغداد،

الجامعة المستنصرية، دراسة أكاديمية، دون طبعة، 2012.

52. نعيم ابراهيم الظاهر: مدخل إلى العلوم السياسية، ط1، عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

53. هبة الرحمان: أثر الفيسبوك على المجتمع <https://cutt.us/aoYX4>، 2022/03/ على الساعة 17:45.

54. هشام جعيط: أزمة الثقافة الإسلامية، بيروت، دار الطليعة.

55. هشام مكي: الإتصال الجماهيري و سؤال القيم دراسة في نظري الإتصال الجماهيري المؤسسة، مركز نماء

للبحوث و الدراسات، ط1، بيروت، 2016.

الملاحق

قائمة الملاحق

ملحق رقم: 01

وزارة التعميم العالي والبحث العلمي
جامعة أحمد دراية - أدرار
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية

استمارة بحث تحت عنوان:

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي في الجزائر

دراسة مسحية لعينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر.

إني أضع بين يديك استمارة تتعلق بذاكرة تخرج للحصول على شهادة ماستر، أرجو منكم التفضل بالإجابة على الأسئلة بدقة، وأحيطكم علما بأن المعلومات التي تجيبون عليها ستحظى بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض علمية. شكرا مسبقا على مساعدتك لإنجاز هذا البحث.

ملاحظة:

الرجاء منك وضع علامة x في الخانة المناسبة، والإجابة على الأسئلة التي تتطلب إجابة كتابية.

البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- السن:

أقل من 20 سنة

من 20 إلى 24 سنة

من 25 إلى 29 سنة

من 30 إلى 39 سنة

من 40 إلى 49 سنة

من 50 سنة فما فوق

3- المستوى التعليمي

إبتدائي/ متوسط

ثانوي

جامعي

4- الحالة العائلية:

متزوج

أعزب

مطلق

5- المهنة:

أعمال حرة

موظف

طالب

بطل

أولاً: محور خاص بإستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

6- منذ متى تستخدم الفايسبوك؟

أقل من سنتين

من سنتين إلى خمس سنوات

من خمس سنوات فما فوق

7- ما هو الوقت الذي تقضيه يومياً في إستخدام الفايسبوك؟

أقل من ساعتين

من ساعتين إلى أربع ساعات

من أربع ساعات فما فوق

8- ما هي الفترة التي تستخدم فيها موقع الفايسبوك؟

صباحا

مساءا

ليلا

ليس هناك وقت محدد

9- الفترة التي تتصفح فيها الفايسبوك هل لها علاقة بالهدف من إستخدامك لهذا الموقع؟

نعم

لا

أحيانا

ليس هناك وقت محدد

10- ما هو الهدف من إستخدامك لموقع الفايسبوك؟

للترفيه والتسلية

معرفة ومتابعة الأخبار المحلية والدولية

للإطلاع على أحداث معينة

لغاية أخرى

11- هل تثق في المعلومات التي تحصل عليها من خلال الفايسبوك؟

نعم

لا

ولماذا.....

ثانيا: محور خاص بالوعي السياسي

12- هل تتابع الأحداث السياسية؟

دائما

أحيانا

نادرا

13- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها لمتابعة الأحداث السياسية؟

التلفزيون

الجرائد

مواقع التواصل الاجتماعي

14- هل تعتقد أن هذه الوسيلة تلبّي رغباتك وتزيد من معارفك السياسية؟

نعم

نوعاً ما

لا

15- في إعتقادك كيف ترفع هذه الوسيلة من وعيك السياسي؟

من خلال إلمامها بأهم الأحداث السياسية الحاصلة

من خلال التعمق في معالجة الأحداث السياسية

من خلال تقديمها آراء مختلفة حول حدث معين

أخرى.....

16- هل هناك مواقف معينة ساهمت هذه الوسيلة في تغييرها؟

نعم

لا

ثالثاً: محور خاص بالوعي السياسي وعلاقته بموقع الفيسبوك

17- هل تبدي رأيك حول ما يطرح من قضايا سياسية عبر الفيسبوك؟

دائماً

أحياناً

نادراً

18- هل يساهم الفيسبوك في تعزيز المعرفة السياسية أو الوعي السياسي؟

دائماً

أحياناً

نادراً

19- هل يزيد الفيسبوك من قدرتك على تحليل الأحداث السياسية؟

نعم

أحياناً

لا

20- عند وجود حدث أو قضية سياسية مهمة كيف تتأثر مدة استخدامك للفايسبوك؟

تزداد مدة استخدامك للفايسبوك

تقل مدة استخدامك للفايسبوك

لا تتأثر مدة استخدامك للفايسبوك

21- هل زاد استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك من وعيك السياسي؟

نعم

نوعا ما

لا

22- هل تعتقد أن الفاييسبوك يلعب دورا في تحريك الوعي السياسي؟

نعم

لا

ولماذا.....

23- هل تتابع الصفحات الخاصة التي تطرح مختلف القضايا التي تهم الجزائريين؟

نعم

لا

ولماذا.....

فهرس المحتويات

8	مقدمة عامة
11	1. الإشكالية
13	2- تساؤلات الدراسة:
13	3- أهمية الدراسة:
14	4- أهداف الدراسة:
15	5- أسباب اختيار الموضوع:
16	6- الدراسات السابقة:
22	7- منهج الدراسة وأدواته:
23	8- أدوات الدراسة:
25	8- مجتمع الدراسة وأدواته:
26	9- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:
30	تمهيد الفصل الأول
31	1- تعريف الوعي السياسي:
32	2- نشأة الوعي السياسي:
34	3-1: الأدوات غير الرسمية:
35	3-2: الأدوات الرسمية:
39	4- معوقات اكتساب الوعي السياسي:
40	5- أبعاد الوعي السياسي:
42	خلاصة الفصل الأول

44	تمهيد الفصل الثاني
45	1- ماهية الشبكات الاجتماعية وتطبيقاتها
46	2. التسلسل التاريخي لتطور مواقع التواصل الاجتماعي:
48	3. الأوجه المختلفة لفهم التواصل الاجتماعي.
50	4. أنواع وأهم مواقع التواصل الاجتماعي المفعلة:
56	5. مميزات التواصلية لموقع الفيسبوك وتأثيراته الاجتماعية
60	6. استخدامات الفيس بوك وآثارها على المجتمع الجزائري.
68	7. خصوصية موقع الفيس بوك وجماهيريته في المجتمع الجزائري.
	8. الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام الفيس بوك من منظور الدراسات الحديثة السوسيو-إعلامية
70	في المجتمع الجزائري.
72	خلاصة الفصل الثاني
74	الإطار التطبيقي
74	1. مجتمع البحث وخصائصه:
80	المحور الأول: محور خاص باستخدام موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك".
86	2- تحليل الجداول المركبة الخاصة بمحور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
90	2. نتائج المحور الخاص بالوعي السياسي:
92	المحور الثاني: تحليل نتائج المحور الخاص بالوعي السياسي:
98	4- نتائج المحور الثاني:
100	المحور الثالث: الخاص بالوعي السياسي وعلاقته بموقع الفيسبوك.
109	5. الاستنتاجات العامة:

111 _____ خاتمة

113 _____ قائمة المراجع:

119 _____ قائمة الملاحق

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى الوعي السياسي لدى الجزائريين، بالإضافة إلى التعرف على أهم مصدر عند أفراد العينة للحصول على المعلومة السياسية، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف إتمدنا على خطوات المنهج الوصفي، والإستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات، بحيث تم توزيعه على عينة مكونة من (100) شخص، وقد توصلنا إلى أن مستوى الوعي السياسي لدى الجزائريين عالي، ويعتبر الفيسبوك مصدر مهم لدى الجزائريين للحصول على المعلومات السياسية، وليس هناك فروق فردية كثيرة بين أفراد العينة في التفاعل مع المعلومات السياسية عبر الفيسبوك.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي؛ فايسبوك؛ الوعي السياسي.

Abstract:

This study aimed to identify the level of political awareness among Algerians, in addition to identifying the most important source for the sample members to obtain political information. (100) people, and we have concluded that the level of political awareness among Algerians is high, and Facebook is an important source for Algerians to obtain political information, and there are not many individual differences between sample members in interacting with political information through Facebook.

Keywords: social networking sites; Facebook; Political awareness.

