

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم الإعلام و الاتصال



دور مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك في تنمية
الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة المنهج على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة مولود معمري
تيزي وز - تامدة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهري

من إشراف الأستاذة

- موكس نعيمة

من إعداد الطالبين:

- نايت سيد الناس ماية

- نايت العربي أمازيغ

لجنة المناقشة:

جامعة مولود معمري-تيزي وزورئيسا

أ/د.عليش إكرام

جامعة مولود معمري-تيزي وزومشرقا

أ/دموكس نعيمة

جامعة مولود معمري-تيزي وزومناقشا

أ/مساوي

السنة الجامعية: 2024/2023

كلمة شكر

اجتهد وأصاب فله أجران، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد
نحمد الله تعالى الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة ووفقنا على انجاز هذا البحث المتواضع
نتوجه بخالص الشكر والعرفان للأستاذة الفاضلة "موكس نعيمة" التي لم تبخل بنصائحها
وإرشاداتها من خلال إشرافها على عملنا خطوة بخطوة بكل جدية وتفاني.
كما نشكر كل من قدّم لنا يد المساعدة سواء من قريب أو بعيد

إهداء

إلى من حملتني وهنا على وهن وظلت تراقب كل خطواتي على درب الحياة، إلى نبع الحنان
"أمي الحبيبة".

إلى من علّمني أنّ الحياة إيمان وعمل وصبر، إلى رمز الشموخ "أبي العزيز".
إلى من كان لي السند والعون في الحياة.
إلى جميع الأحبة أهدي ثمرة جهدي.

أمازيغ

إهداء

((قال اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون))

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك... ولا تطيب الجنة إلى برؤيتك الله جل جلاله. إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين... سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، إلى من علمني العطاء بدون انتظار، إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد... "والدي العزيز" إلى ملاكي في الحياة وسر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى أغلى الحبايب... "أمي الحبيبة"

إلى من ربنتي صغيرة واحتضنتني صبية ورافقتني شابة، إلى أم كل الناس وينبوع البركة... "جدتي الغالية"

إلى من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي وشبابي "إخوتي" إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي، إلى من ضاقت السطور من ذكرهم فوسعهم قلبي... صديقاتي

مائة

الفهرس

فهرس الموضوعات

كلمة شكر

الإهداء

فهرس

قائمة الجداول

ملخص البحث

16..... مقدمة

الجانب التمهيدي

الفصل الأول:

الإجراءات المنهجية للدراسة

21 1- الإشكالية

22 2- تساؤلات الدراسة

23 3- فرضيات الدراسة

23 4- أسباب الدراسة

24 5- أهمية الدراسة

24 6- أهداف الدراسة

25 7- مفاهيم الدراسة

29 8- المنهج المستخدم في الدراسة

30 9- أدوات جمع البيانات

33 10- مجتمع وعينة الدراسة

35 11- مجالات الدراسة

36 12- الدراسات السابقة

13- المقاربة العلمية المعتمدة 44

الجانب النظري

الفصل الثاني:

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، أنواعها وأشكالها

تمهيد 48

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها 49

1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي 49

1-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي 50

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي 52

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي 55

3-1- نوع أساسي 55

3-2- مرتبط بالعمل 55

3-3- مميزات إضافية 55

4- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي 56

4-1- الفيسبوك 56

4-2- تويتر 59

4-3- اليوتيوب 62

5- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي 65

6- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي 67

6-1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي 67

6-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي 68

خلاصة 70

الفصل الثالث:

ماهية الوعي السياسي، أهميته، أنماطه، ومصادر تشكيله

تمهيد	72
1- مفهوم الوعي السياسي	73
2- نشأة الوعي السياسي	76
3- أهمية الوعي السياسي وخصائصه	80
3-1- أهمية الوعي السياسي	80
3-2- خصائص الوعي السياسي	83
4- أنماط الوعي السياسي ومستوياته	84
4-1- أنماط الوعي السياسي	84
4-2- مستويات الوعي السياسي	85
5- مصادر تشكيل الوعي السياسي	86
5-1- الأسرة	87
5-2- المدرسة	88
5-3- الجامعة	88
5-4- الأحزاب السياسية	89
5-5- جماعات الضغط	90
5-6- وسائل الإعلام	90
6- معوقات اكتساب الوعي السياسي	91
6-1- المعوق الفكري	92
6-2- المعوق السياسي (الاستبداد السياسي)	92
6-3- الجمود وعدم التفكير بالتغيير السياسي	92

93..... خلاصة

الفصل الرابع:

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية الوعي السياسي

96..... تمهيد

97..... 1- الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي

98..... 2- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي

100..... 3- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية لدى بعض البلدان العربية ..

103..... 4- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي بالجزائر ..

الجانب التطبيقي

الفصل الخامس:

الإجراءات التطبيقية للدراسة

112..... تمهيد

113..... 1- تحليل بيانات الدراسات ومناقشتها

113..... 1-1- التحليل الكمي والكيفي للدراسة

140..... 2- النتائج الميدانية للدراسة

142..... 3- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

142..... 3-1- مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات

144..... 3-2- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية

147..... 3-3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

151..... خلاصة

152..... ❖ الاستنتاجات العامة للدراسة

155..... خاتمة

157.....	قائمة المصادر والمراجع
175.....	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
113	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
114	توزيع أفراد عينة حسب متغير السن	02
115	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي	03
115	إملاك الطلبة لحساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي	04
116	المواقع الالكترونية التي يمتلكها الطلبة الجامعيون	05
117	توزيع أفراد العينة حسب أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	06
118	الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيون أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	07
119	المدة التي يستغرقها الطلبة خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.	08
120	استخدام الطلبة الجامعيين لاسمهم الحقيقي في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	09
121	سبب استخدام الطلبة لاسم الحقيقي في تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي	10
122	اهتمام المبحوثين بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر المواقع التواصل الاجتماعي	11
123	درجة اهتمام الطلبة الجامعيين بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر الموقع الاجتماعي.	12
124	طبيعة المواضيع التي يتابعها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	13
125	تفاعل الطلبة مع موضوعات السياسية عبر الشبكات الاجتماعية	14

125	طبيعة تفاعل الطلبة الجامعيين لمواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	15
126	الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	16
128	تأثير المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الآراء الجامعيين اتجاه قضية سياسية معينة	17
129	طبيعة تأثير المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في آراء المبحوثين اتجاه قضية سياسية معينة	18
130	كفاية المعلومات السياسية المقدّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	19
131	ثقة المبحوثين بالمعلومات السياسيّة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	20
132	مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات السياسيّة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	21
133	مناقشة المبحوثين للقضايا والأحداث مع الآخرين أثناء تصفّحهم لمواقع التواصل الاجتماعي	22
134	ظروف مناقشة الطلبة للقضايا والأحداث السياسية مع الآخرين أثناء تصفّح مواقع التواصل الاجتماعي.	23
135	رأي المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي وفتحها المجال للتعبير بحرية عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسيّة.	24
136	مساهمة الشبكات الاجتماعية في دفع الطلبة للمشاركة السياسيّة.	25
136	طبيعة المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين	26
137	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى أفراد العينة	27

138	أكثر المواقع الاجتماعية تأثيراً في تنمية الوعي السياسي حسب رأي المبـحثين	28
139	اقتراحات المبـحثين لتنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين	29

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تناول هذا البحث دراسة الدور تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، حيث طبقت هذه الدراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة مولود معمري - تيزي وزو - تامدة.

سعت هذه الدراسة إلى إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على الطلبة الجامعيين وتنمية الوعي السياسي لديهم، من خلال الكشف عن مدى اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات السياسية، وكذا معرفة مدى مساهمة هذه الصفحات الإلكترونية في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة المبحوثين.

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها أن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دورا هاما في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك لما تتميز به من تغطية واسعة للأحداث والقضايا السياسية ونقلها صوتا وصورة لحظة وقوعها بشكل أني وفوري، بالإضافة إلى أنها كسرت النمط أحادي الاتجاه للإعلام التقليدي حيث أتاحت إمكانية التفاعل مع هذه القضايا السياسية ومناقشتها وإبراز الآراء الشخصية حولها بكل حرية.

الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي السياسي، الطلبة الجامعيين.

حقائق

لا يختلف اثنان، أنّ مواقع التواصل الاجتماعي اليوم، تعتبر من أهم منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية، حيث أضحت واقعا نعيشه ومن الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها في حياتنا اليومية، ذلك لما أتاحتها من سهولة التواصل مع الأهل والأصدقاء، عن طريق تبادل الرسائل النصية والصور والفيديوهات، ومختلف المقاطع الصوتية، وكذا تكوين صداقات وبناء علاقات بصورة آنية وفورية مع مختلف الأفراد والمجتمعات الذين تجمعهم اهتمامات وميولات مشتركة، فقد استطاعت هذه الشبكات الإلكترونية إلغاء الحدود المكانية والزمنية فقربت المسافات بين الشعوب، وزاوجت بين مختلف الثقافات.

لم تقتصر الشبكات الاجتماعية على التواصل والدرشة فقط، بل أفرزت أشكالاً جديدة من التفاعل الاجتماعي، حيث شكلت فضاء حراً للتعبير عن الآراء والأفكار وإبراز وجهات النظر حول مختلف الموضوعات مهما كانت طبيعتها سواء اجتماعية، ثقافية، دينية، رياضية، وخاصة السياسية.

برزت أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي من خلال الدور الذي تلعبه كوسيلة إعلامية لجذب الأفراد عامة والطلب الجامعيين خاصة إلى الاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية، حيث أضحت هذه الشبكات مصدراً مهماً لطرح القضايا السياسية ومتابعتها والتفاعل معها ومشاركتها مع الآخرين بكل حرية ودون خوف من أي جهة سلطوية، ما مكّن من تنمية وعي الطلبة الجامعيين وفهم الواقع السياسي الذي يدور حولهم، وبالتالي استطاعت الصفحات الإلكترونية أن تكون محركاً لهذه الفئة من أجل المطالبة بحقوقها والتعبير عن مواقفها وآرائها اتجاه مختلف الأحداث السياسية الراهنة.

تسعى هذه الدراسة الموسومة بـ "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" للتعرف على الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي

في تزويد الطلبة بالمعارف والمعلومات عن مختلف الأحداث والقضايا السياسية الوطنية والدولية.

قسمت الدراسة إلى خمسة أقسام تمثلت فيما يلي:

- **الفصل الأول:** تضمّن الإجراءات المنهجية للدراسة، حيث تمّ فيه تحديد إشكالية البحث وتساؤلاتها وفرضياتها المطروحة، وكذا أسباب القيام بالدراسة وأهميتها والأهداف المستقاة منها مع تحديد المفاهيم المتعلقة بها، كما بيّنا المنهج المستخدم في هذه الدراسة وكذا الأدوات المعتمدة في جمع البيانات، بالإضافة إلى تحديد مجتمع البحث والعينة المختارة منه ومجالاته، وفي الأخير أشرنا إلى الدراسات السابقة والنظرية المعتمدة في هذه الدراسة.
- **الفصل الثاني:** تناول مواقع التواصل الاجتماعي حيث تمّ التطرق إلى مفهومها ونشأتها، خصائصها، أنواعها، وكذا أهم أشكالها، لنختم الفصل بتوضيح إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
- **الفصل الثالث:** تناول الوعي السياسي من خلال التطرق لمفهومه ونشأته، أهميته وخصائصه بالإضافة إلى أنماطه ومستوياته، وكذا مصادر تشكيله ومعوقاته.
- **الفصل الرابع:** اهتم بالتعرف على العلاقة التي تربط بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي وذلك بالتطرق إلى: الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، إضافة إلى أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية لدى بعض البلدان العربية، وفي الأخير تطرقنا إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك السياسي في الجزائر.

- **الفصل الخامس:** تضمّن الإجراءات التطبيقية للدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى تحليل وتفسير بيانات الدراسة، وصولاً إلى النتائج الميدانية للدراسة مع مناقشتها في ضوء الفرضيات والمقاربة النظرية والدراسات السابقة.

خلصنا من كل ما سبق إلى وضع استنتاجات عامة للدراسة، وكذا تقديم اقتراحات من شأنها أن تسهم في تعزيز الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي، حيث كانت آخر مرحلة قبل خاتمة الدراسة.

الجانب التمهيدى

الفصل الأول

الإجراءات المنهجية

للدراصة

1- الإشكالية:

يشهد العالم اليوم تطورا علميا وتكنولوجيا هائلا مسّ مختلف مجالات الحياة منها مجال الإعلام والاتصال، وذلك بظهور شبكة الأنترنت وما أتاحتها من سرعة عالية ودقة فائقة في نقل الأخبار والمعلومات، مختزلة عامل المكان والزمان عبر منصات رقمية عرفت بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أحدثت هذه الأخيرة تغييرا جذريا في أدوات التعبير والتواصل، فاستطاعت أن تصبح في مدة وجيزة جزءا لا يتجزأ من حياة الأفراد اليومية، الذين أدركوا أنّ وسائل الإعلام التقليدية لم تعد كافية ولا مقنعة لوحدها على إشباع حاجاتهم ورغباتهم المتنوعة، ذلك لما وفرت شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات مختلفة فضلا عن تبادل الأفراد للأفكار والصور والملفات ومقاطع الفيديو، ما فتح آفاقا للتعارف والتقارب بين المجتمعات ونقل ثقافتهم والتعريف بعاداتهم وتقاليدهم، فقد مكنتهم من مناقشة واقع حياتهم وظروف معيشتهم وهمومهم المشتركة ومعرفة الحقائق والأحداث اليومية التي تجري في الساحة المحلية والدولية، كما شكلت هذه المواقع الإلكترونية فضاء للتعبير عن الآراء والمقترحات ومناقشتها بكل جرأة وحرية متخطية حاجز الخوف والرهبة، وذلك بتوعية الشباب للمطالبة بالإصلاح الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والمساهمة في التغيير وصنع القرار.

تحولت مواقع التواصل الاجتماعي من منصات للتواصل الاجتماعي إلى منصات للممارسات السياسية من خلال ما أتاحتها من حرية غير مسبوقة في إبراز وجهات النظر والتفاعل مع الأحداث والوقائع وبلورة مواقف واتجاهات حول مختلف القضايا السياسية، وبالتالي أصبحت تستخدم هذه الفضاءات الإلكترونية كوسيلة لحشد الجماهير وتعبئة الرأي العام وتنظيم الاحتجاجات والمظاهرات للمطالبة بالتغيير السياسي، كما حدث في العديد من البلدان العربية كتونس ومصر اللّائي لا طالما عانت شعوبها من التهميش وقمع الحريات والاستبداد السلطوي، لذلك فقد شكلت هذه الصفحات متنفسا لنقل انشغالاتهم ومطالبهم المتمثلة في إسقاط الأنظمة السياسية الحاكمة وتعويضها بأنظمة ديمقراطية يسودها العدل

والمساواة وتضمن لمواطنيها الأمن والاستقرار والعيش الكريم والمستقبل الأفضل، وبالفعل تمكنت هذه الشعوب بفضل الدور الفعّال الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي من تحقيق أهدافها والإطاحة بأنظمة سياسية عمّرت سنين طويلة في سدة الحكم.

استجاب معظم الطلبة لهذه النداءات فخرجوا يوم الثلاثاء 26 فيفري 2019 في احتجاجات سلمية حاشدة مطالبين الرئيس المنتهية ولايته سحب ترشحه للانتخابات ومؤكدين على ضرورة القيام بتغيير سياسي عميق يكون في مستوى تطلعاتهم وآمالهم لبناء جزائر ديمقراطية ومزدهرة.

من خلال ما تمّ عرضه سلفا، فإنّ هذه الدراسة تسعى لمعرفة مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الفئة الطلابية بالأحداث والقضايا السياسية المختلفة، لذا تمّ طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟

2- تساؤلات الدراسة:

انبثقت عن هذا التساؤل الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هو واقع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- هل يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية؟
- 3- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهات سياسية لدى الطلبة الجامعيين؟

3- فرضيات الدراسة:

- الفرضية (1): يستخدم معظم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي.
- الفرضية (2): يعتمد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية.
- الفرضية (3): تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهات سياسية لدى الطلبة الجامعيين.

4- أسباب الدراسة:

لا يتم اختيار موضوع البحث اعتباطا أو بمحض الصدفة بل هناك عدة أسباب تجعل الباحث يختار موضوعا معينا ويغوص في معالجته، ومن بين أهم الأسباب التي جعلتنا نبحث في هذا الموضوع ما يلي:

- صلة وترابط الموضوع بمجال تخصصنا.
- قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.
- الاهتمام بالشأن السياسي، وكذا الميل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين مختلف فئات المجتمع الجزائري لاسيما الفئة الطلابية.
- الرغبة والفضول العلمي في معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الطلبة حول مختلف القضايا والأحداث السياسية.
- اقتناعنا بالفائدة التي نستسقيها من خلال دراستنا لهذا الموضوع.

5- أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الدراسة التي نحن بصدد البحث عنها والمعنونة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" فيما يلي:
- تناولها لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة مكملة لوسائل الإعلام التقليدي ومعرفة مدى انتشارها بين الأوساط.
 - قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي حيث تحولت من وسيلة ذات طابع اجتماعي إلى وسيلة ذات طابع سياسي.
 - إعطاء تصور واضح عن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التعريف بالحياة السياسية وتدعيم المشاركة الشبابية فيها.
 - الدور الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تكريس حرية التعبير وإبداء الرأي وتنمية روح المبادرة والحوار.

6- أهداف الدراسة:

- لكل دراسة أهداف يسير وفقها الباحث ويرغب في تحقيقها للوصول إلى النتائج المرجوة وتتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:
- تسليط الضوء على مدى استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
 - الكشف عن دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية كل من معرفتهم ووعيهم السياسي.
 - التعرف على درجة ثقة الشباب بالمعلومات السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - محاولة الكشف عن مدى تفاعل طلبة جامعة تيزي وزو مع الموضوعات السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- الكشف عن مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.
- إبراز الآثار المترتبة عن استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وتأثيرها على الرأي العام.

7- مفاهيم الدراسة:

من أجل القيام بدراسة علمية دقيقة يتوجب على الباحث أن يحدّد ويعرّف مفاهيم بحثه بدقة ووضوح فهي تعتبر بمثابة مفاتيح لفهم دراسة، لهذا الغرض قمنا بتعريف جملة من المفاهيم المتعلقة بموضوع بحثنا وهي كالتالي:

❖ مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مواقع أو تطبيقات تبدأ بإنشاء الشخص المستخدم حساباً على أحد مواقع التواصل الاجتماعي: (فايسبوك، تويتر، يوتيوب) ضمن شبكة الأنترنت العالمية، تتيح له بناء قاعدة بيانات شخصية ومنصة انطلاق ووجود الكتروني وشخصية افتراضية لنشر البيانات والتعليقات والوثائق والرسائل والصور وأفلام الفيديو، ومن ثم الانطلاق لمرحلة التشبّك والتشارك مع الآخرين عن طريق اكتساب الأصدقاء وتكوين المجموعات¹.

تعرف أيضاً هذه المواقع على أنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن تمّ ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها².

¹ مركز الحرب الناعمة للدراسات: شبكات التواصل الاجتماعي "منصات للحرب الناعمة"، مكتبة مؤمن قريش، بيروت، لبنان، ص 25-26.

² مركز المحتسب للاستثمارات: دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب، دار المحتسب للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية، ص 76.

يعرّف "رضوان بلخيري" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع¹.

يرى "محمود منصور" أنّ مواقع التواصل الاجتماعي: هي تركيبة الكترونية تتمّ صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتمّ تسمية الجزء التكويني الأساسي باسم العقدة، بحيث يتمّ إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص².

- التعريف الإجرائي:

هي تلك المواقع التي تتيح للأفراد تبادل الأفكار والآراء، ومشاركة الملفات والصور ومقاطع الفيديو حول مواضيع معيّنة وإنشاء المدونات الالكترونية وإجراء المحادثات الفورية بهدف التواصل مع الآخرين والوصول إلى التشعب الفكري والمعلوماتي.

❖ مفهوم الدور:

- لغة: يعرّف "محمد عاطف" غيث الدور في قاموس علم الاجتماع بأنه: نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدّد للمكانة داخل جماعة في موقف اجتماعي معيّن، ويتحدّد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات يبنها الآخرون كما يعتقد الفرد نفسه³.

¹ رضوان بلخوي، مدخل إلى الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص

20.

² محمد منصور، تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012، ص 222.

³ محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997، ص 390.

- اصطلاحاً: يعرف الدور اصطلاحاً على أنه مجموعة توقعات تخص مكانة نسقية بنائية يشغلها الفرد، أو أنه سلوك يعكس متطلبات المكانة التي يشغلها الفرد¹.
- **التعريف الإجرائي:** هو مجموعة من البرامج والمضامين السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بغرض التأثير على الطلبة الجامعيين وتنمية وعيهم السياسي.

❖ مفهوم الوعي:

- لغة: شعور الكائن الحي بنفسه وما يحيط به².
- اصطلاحاً: الوعي هو محصلة عمليات ذهنية شعورية معقدة، فالتفكير وحده لا يكفي لتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهناك المبادئ والقيم ومرتكزات الفطرة، وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية والظروف التي تكتنف حياة المرء، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً، ويسهم كل مكون بنسبة تختلف من شخص إلى آخر، مما يجعل لكل شخص نوعاً من الوعي يختلف عن وعي الآخرين³.
- تعرف "سوزان بلاكمور" الوعي بأنه: تجربة ذاتية أو تجربة ظاهرية والمقصود كيف تبدو الأشياء في مقابل ما تبدو عليه على نحو موضوعي⁴.
- **التعريف الإجرائي:** هو إدراك الفرد لما يحيط به من خلال اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لفهم القضايا السياسية المختلفة سواء كانت محلية أو إقليمية أو عالمية.

¹ خالد خميس الشحاتي، الدور المدني للجامعات "قراءة أولية في الأدبيات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2017، ص 09.

² عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000، ص 09.

³ المرجع نفسه، ص 10.

⁴ سوزان بلاكمور، الوعي مقدمة قصيرة جداً، ترجمة: محمد فؤاد، ط1، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، مصر 2016، ص 12.

مفهوم الوعي السياسي:

الوعي السياسي هو حالة من اليقظة الفكرية يدرك فيها الإنسان نفسه وقدرته على التفهم والتحليل، وهو عكس اللايقظة أو السبات أو اللاوعي¹.

يعرفه "توماس دانك" بأنه: معرفة الأحداث وأهم القضايا السياسية البارزة في المجتمع وكذا التطورات السياسية التي تجري في الساحة الوطنية والدولية².

يعرّف أيضاً على أنه الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية التي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ويحللها، ويحكم عليها ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها والحفاظ عليها للإبقاء على أحسن الأوضاع المتطورة³.

من جهته، يعرف "حيدر فالح زيد" الوعي السياسي على أنه: الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضية موقفاً معرفياً ووجدانياً في الآن الواحد⁴.

- التعريف الإجرائي:

هو قدرة الفرد على إدراك واقع مجتمعه من خلال اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة مشكلات العصر المختلفة والقوى المؤثرة والفاعلة في صناعة

¹ ناصر زين العابدين الحمد وليلى عيسى أبو القاسم، "مفهوم وأهمية الوعي اتجاه الدولة والمجتمع"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 09، (د.ب)، (د.س)، ص 153.

² Tomas Denk and others, political awareness, Concept and measurement, ECPR general conference, Hamburg, Germany, 2018, p 04.

³ ناصر زين العابدين الحمد وليلى عيسى أبو القاسم، مرجع سابق، ص 153.

⁴ حيدر فالح زيد، دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية وأثرها في تنمية الوعي السياسي للمواطن، العدد 4، برلين، ألمانيا، 2018، ص 228.

القرار وطنيا وعالميا إضافة إلى رصد الأحداث وتحليلها واكتشاف خلفياتها وأبعادها، ومن ثم القدرة على مواجهة المشكلات بشكل واقعي وإحداث تغيير في المجتمع.

❖ مفهوم الطلبة الجامعيون:

يعرّف الطالب الجامعي على أنه الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية المهنية، ويأتي إلى الجامعة محملا معه بجملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخرى، حيث تحضره الجامعة للحياة العليا¹.

- التعريف الإجرائي:

هم فئة من الشباب تعدوا مرحلة الثانوية بحصولهم على شهادة البكالوريا وانتقالهم للدراسة في الجامعة.

8- المنهج المستخدم في الدراسة:

إنّ نجاح أي بحث علمي يعتمد أساسا على اختيار المنهج البحثي المناسب الذي يساعدنا في دراسة الظاهرة دراسة دقيقة ومنظمة، حيث يقول "ديكارت" في هذا الصدد: "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنا سنبحثه بدون منهج، لأن الدراسات والأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول إلى الحقيقة"².

يعرف المنهج على أنه: الطريقة العلمية التي تستخدمها كل العلوم للوصول إلى معرفة صادقة تبدأ بالكشف عن الحقائق ثم التأكيد منها والبرهنة على وجودها³.

¹ محمد إبراهيم عبد، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002، ص 222.

² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 60.

³ السيد عبيد وماجد بهاء الدين، وقفه مع الخدمة الاجتماعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 49.

يعرف أيضا بأنه عبارة عن مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم¹، فهم أسلوب فعل البشر العلمي والنظري للبلوغ إلى هدفهم المنشود².

تدرج دراستنا المعنونة "بمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" ضمن الدراسات الوصفية، حيث تسعى لإبراز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، لذا اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه: المنهج الذي يتناول الأبحاث والدراسات التي تبحث فيما هو كائن الآن في حياة الإنسان أو المجتمع من ظواهر وأحداث وقضايا معينة³، فهو طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية أو مشكلة اجتماعية⁴.

يعود سبب اعتمادنا على المنهج الوصفي إلى اندراج بحثنا ضمن الدراسات الاجتماعية والإنسانية التي تعتمد على هذا النوع من المناهج من خلال وصف وشرح المواقف والأحداث وتحليلها وتفسيرها، إضافة إلى إنه يهتم بمجال دراسة الجمهور ووصف سلوكياته وأنماطه وسماته حسب الأفراد الممثلين لمجتمع العينة من أجل التعميم، وبهذا يعد المنهج الوصفي أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته⁵.

9- أدوات جمع البيانات:

¹ صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 90.

² حسان الجيلاني وبلقاسم سلاطونية، محاضرات في المجتمع والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 25.

³ عزيز داوود، مناهج البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، 2006، ص 06.

⁴ عمار بوحوش ومحمد الديبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 139.

⁵ محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1999، ص 60.

يحتاج الباحث في إنجاز دراسته إلى أدوات تساعد في جمع البيانات والمعلومات لدراسة الظاهرة أو المشكلة التي يتضمنها البحث، بداية من وضع أسئلة البحث أو فرضياته وصولاً إلى النتائج العامة للدراسة، حيث تختلف أدوات جمع البيانات في الأبحاث العلمية باختلاف طبيعة الموضوع والمنهج المستخدم، وكذا في قدرة الباحث على التحكم في استخدام هذه الأدوات، لذا قمنا بالاعتماد على أدوات تتلاءم مع غرض بحثنا والتي تمثلت في كل من الملاحظة والاستبيان.

❖ الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أقدم وسائل البحث لأنها الأداة الأولى التي تثير فضول الباحث وتجعله يغوص في ظاهرة ما محاولاً التعرف على كل ما يتعلق بها، وتعرف الملاحظة بأنها: مشاهدة الوقائع على ما هي عليه في الواقع، أو كما هي في الطبيعة، والوقائع مختلطة ببعضها البعض وهي في تغيير مستمر¹.

يعرفها "فرج عبد الله طه" بأنها: وسيلة من وسائل جمع البيانات للبحث العلمي، وتتركز في أن يقوم الباحث بملاحظة الظاهرة التي يريد دراستها وتسجيل كل ما يلاحظه بدقة وموضوعية².

تعرف أيضاً على أنها مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفاته وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق معيشتهم ومشاكلهم اليومية³.

¹ عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية، ط2، دار النمير، دمشق، سورية، 2004، ص 29.

² فرج عبد الله طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، ص 432.

³ أحمد بن مرسل، منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2007، ص

اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة البسيطة من خلال ملاحظتنا لتفاعلات الأفراد في المجتمع الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بإبداء آرائهم من خلال التعليقات حول مختلف القضايا والموضوعات الاجتماعية والثقافية والسياسية ومشاركتها مع أصدقائهم.

❖ استمارة الاستبيان:

اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان كأداة أساسية للتواصل مع أفراد العينة وجمع البيانات، ذلك لأنها تعد من أهم وأسهل الأدوات المنهجية التي يستخدمها الباحث لإجراء دراسته الميدانية بهدف الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية من المبحوثين، حيث تعرف على أنها: أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث¹، كما أنها: إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم، ودوافعهم أو معتقداتهم².

يعرفها "زياد علي الجرجاوي" بأنها: أداة لفظية بسيطة ومباشرة تهدف إلى التعرف على ملامح خبرات المفحوصين واتجاهاتهم نحو موضوع معين ومن خلال توجيه أسئلة قريبة من التقنين في الترتيب والصياغة وما شابه ذلك³.

تحتوي استمارة الاستبيان الخاصة بموضوع بحثنا على 21 سؤال، حيث تم تقسيم هذه الاستمارة إلى أربع محاور كل محور يضم مجموعة من الأسئلة تصب في الإجابة على أهداف الدراسة، وقد رتبنا هذه المحاور على النحو الآتي:

- المحور (01): يتضمن البيانات الشخصية.
- المحور (02): عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- المحور (03): اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية.

¹ إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 97.

² جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 109.

³ زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أنباء الجراح، غزة، فلسطين، 2010، ص 16.

- المحور (04): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

حاولنا أن تكون صياغة أسئلة هذه المحاور بسيطة وواضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، حيث اعتمدنا على أسئلة متنوعة تمثلت في أسئلة مغلقة، نصف مغلقة، وأسئلة مفتوحة.

بعد إنهائنا إعداد أسئلة الإستمارة قمنا بعرضها على كل من الأستاذة "موكس نعيمة" وذلك قصد تحكيمها وإعطاء آرائها وملاحظات حولها لمعرفة أهم النقاط الواردة فيها، بعد مرحلة التحكيم والتعديل قمنا بطباعة 97 استمارة ثم وزعناها على أفراد العينة حيث تمكنا من استرجاع 96 استمارة في حين ألغيت استمارة واحدة لعدم الإجابة على معظم الأسئلة الواردة فيها، بعدها باشرنا في تبويب تفرغ الاستمارات وتحليلها للوصول إلى النتائج المستهدفة في الدراسة.

10- مجتمع وعينة الدراسة:

❖ مجتمع الدراسة:

يتطلب إجراء أي دراسة تحديد المجتمع المراد دراسته سواء كان أفراد أو مؤسسات وغيره، لأنه من أهم الخطوات في تصميم أي بحث علمي وبالتالي بيان خصائص هذه الظاهرة المدروسة من خلال مجتمع البحث والذي يعرف بأنه: مجموعة وحدات البحث الذي تريد الحصول على بيانات منها أو عنها سواء كانت وحدات العد إنسانا أو حيوانا أو نباتا أو جمادا¹.

¹ حسان الجيلاني وبلقاسم سلاطونية، أسس البحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 127.

يشتمل مجتمع البحث في هذه الدراسة على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال التابعين لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة مولود معمري - تيزي وزو، تامدة.

❖ عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها مجموعة جزئية مميزة منتقاة من مجتمع الدراسة فهي مميزة حيث أن لها نفس خصائص المجتمع المدروس¹.

تعرف أيضا بأنها: مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عدد من الأفراد من المجتمع الأصلي².

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي³.

يعود سبب اعتمادنا على عينة القصدية إلى ضخامة مجتمع البحث وعدم القدرة على مسحه مسحا شاملا، بالإضافة إلى تناسبها مع طبيعة دراستنا والتي تسعى لاستهداف عينة من الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، حيث اخترنا عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال لأنهم من أكثر الطلبة استخداما للشبكات الاجتماعية وكذا لقرب الموضوع من مجال تخصصهم مقارنة بالتخصصات الأخرى، لذلك فهم يمثلون المجتمع الأصلي للدراسة تمثيلا صحيحا يقودنا إلى نتائج واضحة ودقيقة.

¹ محمد وليد البطش وفريد كامل أبوزينة، مناهج البحث العلمي، تصميم البحث والتحليل الإحصائي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2007، ص 96.

² خالد أحمد فرحان المشهداني وعبد الخالق عبد الله العبيدي، مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 229.

³ محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص 96.

وبما أن مجتمع بحثنا غير محدد فإنه يصعب علينا دراسة كل مفرداته لذلك قمنا بإختيار 96 مفردة من مجتمع دراستنا.

11- مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة من أهم الخطوات التي يجب على الباحث القيام بها لأنها تسهل عليه العمل الميداني وقد انحصرت دراستنا لموضوع "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" في المجالات الآتية:

❖ المجال الجغرافي:

يقصد به الحيّز أو المكان الذي أجرينا فيه بحثنا الميداني، والذي تمّ على مستوى جامعة مولود معمري-تيزي وزو بالتحديد في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث اخترنا هذه الجامعة بالذات بحكم أننا نتابع دراستنا فيها.

❖ المجال الزمني:

يقصد به المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز هذه المذكرة، والتي امتدت من بداية شهر نوفمبر 2023 إلى غاية شهر جوان 2024 حيث استغرق اختيار موضوع الدراسة ومناقشته ثم ضبطه نهائيا مدة شهرين وكان ذلك من شهر نوفمبر إلى أواخر شهر ديسمبر، ثم قمنا بإنجاز الجانب المنهجي أولا حيث استغرقت مدة إنجازنا له حوالي شهر ونصف من الزمن، وكان ذلك من بداية شهر جانفي إلى الأسبوع الثاني من شهر فيفري، ثم الجانب النظري الذي أكملنا إنجازه في أواخر شهر مارس، ومن ثم انتقلنا إلى الجانب الميداني أين استغرقت مدة إعداد استمارة الاستبيان وتحكيمها وتوزيعها على المبحوثين مدة شهر وكان ذلك في شهر أفريل، وأخيرا قمنا بتفريغ البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج الدراسة في شهر ماي، وقد تم كتابة التقرير النهائي للمذكرة وتسليمها يوم 19 سبتمبر 2024.

❖ المجال البشري:

لكي نصل في دراستنا إلى نتائج موضوعية لا بد أن نحدد المجال البشري للدراسة تحديداً دقيقاً وواضحاً، حيث اشتمل المجال البشري الذي حددناه على الطلاب الجامعيين بجامعة مولود معمري-تيزي وزو وتحديداً طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وذلك نظراً لقرب موضوع الدراسة من مجال تخصصهم كما أنهم يعتبرون من أكثر الفئات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي ويمتلكون مستوى تعليمي وثقافي يمكنهم من تنمية وعيهم السياسي.

12- الدراسات السابقة:

إن دراستنا لموضوع "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" لم تبدأ من فراغ بل هي عبارة عن حلقة متصلة للعديد من الجهود المسجلة في شكل دراسات سابقة اهتمت بهذا الموضوع ودرسته، فالاطّلاع على الدراسات السابقة وقراءتها يساعد الباحث في انجاز خطوات بحثه، لذا اخترنا بعضاً من هذه الدراسات للاعتماد عليها في انجاز دراستنا وهي:

❖ الدراسة الأولى: بعنوان: "الإعلام التفاعلي ودوره في تعزيز الوعي السياسي بدارفور"¹

مذكرة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال للباحث فاروق أحمد يحيى حسن. عبارة عن دراسة ميدانية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، تخصص الفلسفة في علوم الاتصال، تمحورت هذه الدراسة حول الإعلام التفاعلي القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاته المختلفة، حيث هدفت إلى البحث عن مدى قدرة هذا النمط الإعلامي في تعزيز الوعي السياسي لدى الجمهور في منطقة دارفور، وعليه تمّ طرح الأسئلة التالية:

¹ فاروق أحمد يحيى حسن، الإعلام التفاعلي ودوره في تنمية الوعي السياسي بدارفور، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2016/2017،

- ما هي طبيعة وتكوين الإعلام التفاعلي وما الخصائص التي يحملها؟
 - ما نوع قضايا وموضوعات دارفور المطروحة في الإعلام التفاعلي؟
 - إلى أي قدر تتحقق التفاعلية بين الجمهور في دارفور وتطبيقات الإعلام التفاعلي؟
 - ما دوافع تعرض المستخدمين في دارفور لتطبيقات الإعلام التفاعلي والانترنت عموماً؟
 - ما الفائدة المتحققة لجمهور دارفور في مجال تعزيز وعيه السياسي جراء تعرضه للإعلام التفاعلي؟
 - ما أهم القضايا السياسية التي أسهم الإعلام التفاعلي في تعزيز وعي الجمهور في دارفور حولها؟
 - إلى أي مدى تحظى وسائل الإعلام التفاعلي بالمشاركة الجماهيرية في دارفور؟
- اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج الوصفي التحليلي الذي يتسم بارتباطه بالأهداف الوصفية للبحث والاختيار الأفضل للعينات والفئات المختارة، وتمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في جمهور منطقة دارفور السودانية، حيث عمد الباحث إلى دراسة الجمهور في ولايات جنوب وغرب ووسط دارفور كعينة تعمم على جمهور المنطقة معتمداً في ذلك على العينة القصدية، وقد استعان الباحث على أدوات لجمع البيانات تمثلت في الملاحظة والاستبيان.

• نتائج الدراسة:

من أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نجد:

- غالبية أفراد العينة يتابعون الإعلام التفاعلي لما يقدمه من سرعة في تغطية الأحداث، والحرية والجرأة في تناول القضايا والموضوعات وهذا ما يفتقر إليه الإعلام التقليدي.
- يعتبر غالبية أفراد العينة أنّ الإعلام التفاعلي يشكّل لهم منبرا حياّ لطرح قضايا دارفور السياسية.
- غالبية أفراد العينة يؤكدون أنّ وسائل الإعلام التفاعلي استطاعت أن تعزّز فئاتهم السياسية في الأحداث والقضايا المتعلقة بدارفور.

• الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير التابع المتمثل في الوعي السياسي، حيث حاولت إبراز مدى تأثير كل تطبيقات الإعلام التفاعلي في تعزيز الوعي السياسي للجمهور في منطقة دارفور السودانية، في حين أن دراستنا ركزت على دراسة نوع من أنواع تطبيقات الإعلام التفاعلي والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، كما اتفقت هذه الدراسة السابقة مع دراستنا في المنهج المستخدم والعينة المختارة وكذا في أدوات جمع البيانات، بينما اختلفنا في مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة.

أفادتنا هذه الدراسة في التعرف على المنهج والأدوات الخاصة بجمع البيانات التي نتلاءم مع طبيعة دراستنا.

❖ الدراسة الثانية: بعنوان: "استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للأخبار"¹

مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال للباحث بوبكر بوعزيز. عبارة عن دراسة ميدانية أجريت بجامعة باتنة¹، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى قبول الصحفيين الجزائريين لهذا النمط المستحدث من الإعلام لاستقاء الأخبار، لذا تمّ طرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؟

انبثق عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية من أهمها:

- ما هي دوافع الصحفيين الجزائريين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الإعلامي؟

- ما هي الإشباكات المحققة للصحفيين الجزائريين من وراء استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال عملهم؟

- ما هي درجة المصادقية التي تحظى بها الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي، وقد تمثل مجتمع بحثها في الصحفيين الجزائريين الحاملين لبطاقة الصحفي المحترف، حيث اعتمدت على العينة القصدية واستعانّت بأداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

¹ بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصدر للأخبار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة¹، الجزائر، 2016/2017.

• نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى عدّة نتائج من بينها:

- أكدت الدراسة أن جل الصحفيين الجزائريين لا يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار.
- غالبية الصحفيين يتقون بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة قليلة أو لا يتقون بها إطلاقا.
- غالبية الصحفيين يفضلون المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

• الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث ركّزت على إبراز مدى اعتماد الصحفيين الجزائريين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، بينما اهتمت دراستنا بمعرفة مدى تأثير الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، كما تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في كل من المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات وكذا نوع العينة المختارة، بينما تختلفان في مجتمع البحث الذي أجريت عليه الدراسة.

أفادتنا هذه الدراسة في تحديد نوع العينة المختارة كما سهلت علينا اختيار منهجية تتلاءم مع طبيعة موضوعنا.

❖ الدراسة الثانية: بعنوان "الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحو عملية التغير السياسي في الوطن العربي: الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً"¹

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والمعلومات للباحث هدار خالد. عبارة عن دراسة ميدانية بالجامعة اللبنانية، تخصص علوم الإعلام والاتصال، تناولت هذه الدراسة تأثير الشبكات الاجتماعية على اتجاهات الشباب الجزائري نحو الثورات العربية أو ما يسمى بالثورات العربية، حيث سعت إلى معرفة مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات نحو عملية التغير السياسي في الوطن العربي، وكذا مدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها من خلال هذه الشبكات، لذا تمّ طرح إشكالية الدراسة على النحو التالي:

- ما هي اتجاهات الشباب الجزائرية نحو عملية التغير السياسي في الوطن العربي؟ وما دور الشبكات الاجتماعية في ذلك؟

انبثق عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات وأنماط استخدامات الشبكات الاجتماعية من طرف الشباب الجامعي الجزائري؟

- ما هي الاتجاهات التي شكلتها شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حول التغير السياسي في العالم العربي؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة، وقد تمثل مجتمع بحثنا في الشباب الجامعي الجزائري معتمدة على العينة الطبقية، حيث استعانت بالاستبيان كأداة لجمع البيانات.

¹ هدار خالد، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحو عملية التغير السياسي في الوطن العربي "الشباب الجامعي الجزائري أنموذجاً"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية، لبنان، 2016/2015.

• نتائج الدراسة:

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة نجد ما يلي:

- تبين أنّ أغلب أفراد العينة لديهم حساب عبر الفايسبوك بنسبة 95.5%.
- أظهرت الدراسة أنّ أفراد العينة يفضلون الفترة المسائية وفترة الليل لتصفح حساباتهم.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل الوعي السياسي والفكري والثقافي للشباب في نظر أفراد العينة.

• الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير المستقل المتمثل في الشبكات الاجتماعية، حيث حاولت إبراز مدى فاعلية الشبكات الاجتماعية نحو عملية التغيير السياسي في الوطن العربي لدى الشباب الجامعي الجزائري، بينما ركزت دراستنا على معرفة دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلاب الجامعيين، كما تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم وكذا في أدوات جمع البيانات، بينما تختلفان في نوع العينة المختارة وكذا في المجتمع الذي أجريت عليه الدراسة.

أفادتنا هذه الدراسة في الإطلاع على أهم الأسئلة التي ساهمت في بلورة وصياغة أسئلة الاستمارة الخاصة بدراستنا بما يتناسب مع طبيعة الموضوع الذي قمنا بدراسته.

❖ الدراسة الرابعة: بعنوان: "دور التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين"¹

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام للباحث رَأفت مهند عبد الرزاق. عبارة عن دراسة ميدانية بجامعة كل من الموصل، الأنبار، وتكريت، تخصص إعلام، حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في التأثير على تنمية الوعي السياسي لدى طلاب ثلاثة جامعات عراقية حكومية شهدت مناطقها الحراك الشعبي الذي حدث بالعراق، وهذا ما أدى إلى طرح الإشكالية التالية:

- هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في الفيسبوك، اليوتيوب، وتويتر على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل، الأنبار، وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لاسيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

انبثق عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

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

- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والأنبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في فإيسبوك، يوتيوب، وتويتر من بين وسائل الإعلام الأخرى؟

¹ رَأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البصرة الأردنية، الأردن، 2013/2012.

- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، يوتيوب، وتويتر في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعيين لطلاب جامعة الموصل والأنبار وتكريت؟

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وتمثل مجتمع بحثها في طلبة كل من جامعة الموصل والأنبار وتكريت، حيث اعتمدت على العينة القصدية مستخدمة الاستبيان كأداة من أدوات جمع البيانات.

• نتائج الدراسة:

- بينت لنا الدراسة أنّ أفراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

- أثبتت الدراسة أنّ أفراد العينة زاد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لما يحدث في العراق.

• الاستفادة من الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في دراسة كلا المتغيران المتمثلان في مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي، حيث ركز كلانا على الكشف عن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

أفادتنا هذه الدراسة في ضبط موضوع البحث، وكذا في تحديد المقاربة العلمية التي تخدم دراستنا.

13- المقاربة العلمية المعتمدة:

إنّ المقاربة العلمية ضرورية في أي بحث كونها تساعد الباحث في صياغة مشكلة الدراسة وفرضياتها وفي تفسير نتائج البحث في ضوء النظرية، وبناء على هذا الهدف فقد

اعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والإشباع التي انطلقت في ضوء الأبحاث التي قام بها كل من "هيرتا" و"هيرزج" حيث جاءت كرد فعل لمفهوم "قوة الإعلام الطاغية"، حيث ترى هذه النظرية أن جمهور وسائل الإعلام ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما ينتقي بوعي وسائل الاتصال والمضامين التي يرغب في التعرض لها.

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على عدة فرضيات من أهمها نجد:

- أعضاء الجمهور مشاركون إيجابيون وفعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباع مقصودة تلبي توقعاتهم¹.
- الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال من تستخدم الأفراد².
- تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتنوعة³.

اعتمدنا على نظرية الاستخدامات والإشباع لأنها النظرية الأكثر ملاءمة لخدمة موضوع بحثنا، فهي تنظر إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه جمهور نشط وإيجابي في استخدامه لوسائل الإعلام، وعليه فإنّ دراستنا تنظر إلى الطلبة الجامعيين على أنهم فعّالون وإيجابيون في تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي، إذ يستخدمون هذه الشبكات بوعي ونشاط وينتقون منها المضامين التي تشبع حاجاتهم وتحقق توقعاتهم وتلبي رغباتهم، حيث تساعدنا بحوث الاستخدامات والإشباع في دراسة بعض المحددات التي تتعلق بنشاط عينة الدراسة المتمثلة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي، مثل اختيار وسيلة وفترة التصفح بالإضافة إلى انتقاء أنواع معينة من المضامين والحرص على متابعتها والتعرض لها والإشباع المحققة منها.

¹ حس عماد مكاي وعاطف عدني العبد، نظريات الإعلام، د.د، القاهرة، 2007، ص 364.

² حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص 239.

³ سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 155.

الجانب النظري

الفصل الثاني:

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها،
أنواعها وأشكالها

تمهيد:

يعد الفضاء الافتراضي أهم منتجات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدتها العالم اليوم، فتكنولوجيا الانترنت بلغت درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الثاني من الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم وأتاح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة التي تأتي في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي وفرت للمستخدمين بيئة تفاعلية افتراضية تقوم بدور مهم في التوعية وتشكيل الثقافات المتنوعة والسلوكية الأفراد وأيضا لتبادل المعلومات والآراء والأفكار واكتساب خبرات جديدة.

وعليه سنحاول في هذا الفصل التعرف على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال عرض مفهومها، نشأتها، خصائصها وأنواعها، وأهم أشكالها، إضافة إلى التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخداماتها.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها:

1-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

تقدم العلم تقدماً مذهلاً ومتسارعاً، خاصة في السنوات الأخيرة التي فتحت المجال أمام شبكات الاتصال والتواصل للانتشار في جميع مناطق العالم دون استثناء، فقد ظهرت عدة مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت، من أشهرها موقع فيسبوك وتويتر ويوتيوب، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "مصطفى يوسف كافي" بأنها: مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0، تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... وغيرها)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض¹.

تعرف أيضاً بأنها: استنساخ لوسائل الإعلام التقليدية بشكل يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة، فهي تعمل على تسهيل التواصل وتكوين العلاقات بين مختلف الأفراد الذين تجمعهم مصالح وهموم مشتركة، متخطية بذلك الحدود الجغرافية والاجتماعية القديمة². تعرفها "هبة محمد خليفة" بأنها: شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم

¹ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 109.

² Manuela teixeira, l'émergence de réseaux sur le web comme nouveaux outils de marketing, mémoire de doctorat, département de communication, université d'ottawa, Canada, 2009, p 32.

البعض، وبعد سنوات طوال، وتمكنهم من التواصل المرئي وتبادل الصور وغيرها من
الإمكانات التي توحد العلاقة الاجتماعية بينهم¹.

يعرف "شريف اللبان" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: خدمات توجد على بكة الويب
تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع
قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتلك
القوائم التي يصنعها الآخرون من خلال النظام².

أيضا هي عبارة عن وسيلة الكترونية حديثة للتواصل الاجتماعي، حيث أنها تكون
بنية اجتماعية افتراضية تجمع بين أشخاص أو منظمات تتمثل في نقاط التقاء متصلة بنوع
محدد من الروابط الاجتماعية، إذ يجمع فيها المشتركين صداقة أو قرابة أو مصالح مشتركة
أو توافق في الهوية أو التفكير، أو الرغبة في التبادل المادي أو المعرفي أو محبة أو كراهية
لشيء معين³.

كما تم تعريفها على أنها مواقع أو تطبيقات أخرى مخصصة لإتاحة القدرة
للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال نشر المعلومات، وتعليقات، ورسائل، وصور،
وغیرها⁴.

1-2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

¹ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 59.

² حسين محمود هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 82.

³ مركز الدراسات الاستراتيجية، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، جامعة عبد العزيز، السعودية، 2012، ص 3.

⁴ جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية "من القبيلة إلى الفيسبوك"، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، 2013، ص 21.

كان اول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي في بداية التسعينات من القرن الماضي، ففي عام 1995 صمم "راندي كونرادز" موقع classmates.com وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً¹.

ثم تلاه موقع six degrees.com الذي يعتمد فتح صفحات شخصية للمستخدمين يتم فيها الإرسال الفردي والجماعي، لكن الموقعين أغلقا إنهما لم يحققا الربحية المطلوبة².

راجت خلال سنوات التسعينات إنشاء مواقع الانترنت، التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات عبر شبكة بث مكونة من مواقع انترنت وعدد معتبر من صفحات الانترنت حول العالم يستقبل هذا البث، وبعد ذلك بالتدريج استطاع مطوروا الانترنت أن يستخدموا متصفحات الانترنت لإرسال واستقبال البيانات في نفس الوقت بدلا عن دورها الأصلي كمستقبل أعمى للبيانات بداية بتطبيقات البريد الإلكتروني، الدردشة، ومنتديات الحوار، وانتهاءً بالتطبيقات الإلكترونية الأكثر حداثة وثرية مثل موسوعة الويكيبيديا، وقد كانت هذه القفزة في تغيير طريقة التعامل عن متصفحات الانترنت وهي البداية الحقيقية لما يعرف بتطبيقات الويب 2.0، المبدأ الذي يوفره الجيل الجديد الويب web 2.0 هو مشاركة المستخدمين في محتويات المواقع، حيث يقومون بابتكار محتوياتها أو تعديلها وهذا ما أنتج أكثر المواقع شعبية على الانترنت، وفتح المجال أمام أي شخص يريد

¹ معز بن مسعود، شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس في العالم العربي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2015، ص 237.

² رائدة عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2015، ص 23.

أن يكون جزءاً من شبكة اجتماعية عبر الإنترنت حيث يستطيع تحقيق ذلك عبر هذا الويب¹.

ظهر أشهر موقع للتواصل الاجتماعي في 2002 سمي بـ friendster.com وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعرف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي، حيث نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة.

بداية 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير Myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة على مستوى العالم، ثم تلتها النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيسبوك facebook.com حيث انطلق رسمياً في الرابع من فبراير عام 2004، وقد بدأ هذا الموقع أيضاً في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيسبوك من المحلية إلى الدولية، وتربع على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لهذه المواقع، بل وموقع الإنترنت بصفة عامة على مستوى العالم.

انتشرت فكرة التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر twitter، حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع بحثي أجرته شركة odeo الأمريكية، وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل الاجتماعي في 2007، كما وقامت شركة odeo بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twitter، والذي بدأ في ديسمبر 2009، هذا وتوجد العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تهدف إلى تحقيق الاتصال والتفاعل الاجتماعي².

2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

¹ وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، السودان، 2010، ص 7.
² محمد جابر خلف الله، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، على الرابط: <https://kenanaonline.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2024/05/06 على الساعة 13:30.

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدة خصائص كانت سببا رئيسيا في انتشارها على مستوى العالم أبرزها ما يلي:

- **المشاركة:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين حيث أنها الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.
- **الانفتاح:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الأشياء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.
- **التربط:** تميز المواقع الاجتماعية بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.
- **المحادثة:** إتاحة المحادثة والمشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومات المطروحة.
- **إرسال الرسائل:** تتيح إرسال الرسائل بين المستخدمين ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة.
- **المجتمع:** تتيح للمجتمعات المحلية للتواصل مع المجتمعات الدولية حول مصالح أو اهتمامات مشتركة¹.
- **الأصدقاء/العلاقات:** هم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم شخص لغرض معين، الشبكات الاجتماعية تطلق "صديق" على هذا الشخص المضاف لقائمة

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفاليس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص 26-27.

- أصدقاء بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية بالمحترفين مسمى "اتصال أو علاقة" على هذا الشخص المضاف لقائمتك.
- المجموعات: تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام حيث يمكنك إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنظمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر أو ألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين¹.
 - الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والاهتمامات، والصور الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومعرفة من أهم أصدقاءه، وما هي الصور الجديدة التي وضعها إلى غير ذلك من النشاطات.
 - ألبومات الصور: تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.
 - الصفحات: ابتدع هذه الفكرة موقع فايسبوك استخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلانية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين،

¹ عطا الله بن فهد السرحاني، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، الرياض، 2013، ص ص 12-14.

ويقوم الفاييسبوك باستطلاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي¹.

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة أنواع من مواقع التواصل الاجتماعي، تختلف من حيث الميزات التي تتيحها للمستخدم منها ما يلي:

3-1- نوع أساسي:

هذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفاييسبوك، وماي سبيس، وهاي فايف.

3-2- مرتبط بالعمل:

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي ترابط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم لذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم².

3-3- مميزات إضافية:

¹ ليلي أحمد جرار، الفاييسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 41-42.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 113.

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro blogging مثل موقع تويتر، وبلاك، والشبكات الجغرافية مثل برايت كاي¹.

4- أشكال مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد أشكال مواقع التواصل الاجتماعي من أبرزها نجد ما يلي:

4-1- الفيسبوك:

- مفهومه: يعرف الفيسبوك على أنه موقع وأداة للتواصل الاجتماعي بين المشتركين والمستخدمين يتبادلون فيه الحديث والملفات المرئية المسموعة².

- نشأته وتطوره: هو عبارة عن موقع اجتماعي، إطلقه في شهر فبراير عام 2004، وهو يتبع شركة تحمل نفس الاسم، ويسمح هذا الموقع وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها في دائرة فئة معينة، مثل كونهم من مهنة محددة أو منظمة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة، وغيرها من التجمعات والأماكن التي تساعد على التعرف على المزيد من الأصدقاء والأشخاص اللذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة أما عنوان الموقع فهو: facebook.com مؤسسة الموقع شخص يدعى مارك زكريج، أسس الموقع حيث كان طالبا في جامعة هارفارد، وكان الموقع في البداية تخصص فقط للطلبة في جامعة هارفارد فقط³.

أطلق زكريج في البداية هذا الموقع باسم thfacebook.com وقد كان شكله بدائيا، وفي عام 2006 تغير اسم الموقع ليصبح facebook، وقد زاد عدد المستخدمين ليشمل بينهم طلاب جامعات أخرى غير "هارفارد" ثم مدارس الثانوية.

¹ عبد الرزاق الدليمي، صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 105.

² مصطفى محمد موسى، الإرهاب الإلكتروني، ط1، دار الكتب والوثائق القومية المصرية، مصر، 2009، ص 140.

³ عامر إبراهيم القندلجي، الإعلام والمعلومات والأنترنت، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 350.

عام 2008 أصدر الفايسبوك أول منصة دردشة وقد كان التطور الأبرز للفايسبوك عام 2009 حيث شهدت تغيرات في التصميم وإضافة خصائص جديدة، وفي عام 2010 قدم "فايسبوك" خدمة الإشعارات (notifications) إلى الشريط الأعلى (top navigation bar) في المواقع عبر تصميم جديد لصفحة الحساب الشخصي.

قام الفايسبوك في سبتمبر 2011 بإصدار تحديث جديد ليُدخل ضمن خصائصه "التايم لاين" "tim lin" وهي نسخة جديدة من الحائط أو "wall" تسمح للمستخدمين بعرض مقتطفات من حياتهم وإضافة غلاف "فايسبوك" كي يصبح على شكل كيان وليس المشاركات الأخيرة كما كان في البداية.

وسع الفايسبوك إمبراطوريته في أبريل 2012، حيث قام بشراء تطبيق instagram وهي شبكة اجتماعية لتبادل الصور بمقابل 1 مليار دولار وفي إطار استمرار تعظيم إمبراطوريته، قام الفايسبوك بشراء تطبيق المراسلات الفورية الأكثر استخداماً "واتساب" في صفقة بلغت قيمتها 19 مليار دولار عام 2014. لم تتوقف إمبراطورية الفايسبوك عند هذا الحد ففي يناير 2015 قامت شركة "فايسبوك" بالاستحواذ على شبكة Quilckfire networks، تلك الشركة الناشئة التي قامت بإنشاء وسيلة تسمح بعرض مقاطع الفيديو عالية الجودة باستخدام سرعة انترنت منخفضة¹.

وبهذا يعد موقع الفايسبوك الأكبر فيما يتعلق بتبادل الصور بين المشاركين فيه، حيث تجاوز عدد الصور المنشورة عبره 2700 مليون صورة².

– مزايا الفيسبوك: للفايسبوك عدّة مزايا تتلخص فيما يلي:

¹ إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص ص 53-58.

² سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفايسبوك، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 27.

- ✓ سمة "wall" أو لوحة الحائط، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.
- ✓ سمة "pokes" أو الفكرة، تتيح للمستخدمين إرسال "فكرة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به)
- ✓ سمة "photos" أو الصورة التي تمكن المستخدمين من تحمل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.
- ✓ سمة "status" أو الحالة، تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي¹.
- ✓ سمة "notes" الملاحظات هي شبيهة بالمدونات ولكنها تكون على الفايسبوك وتضمن أن تكون أكثر انتشارا من خلال الأصدقاء، ويتم فيها كتابة أي تعليقات والنقاش حولها².
- ✓ سمة "gifts" أو إرسال الهدايا التي تتيح للمستخدمين إرسال الهدايا الافتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستلام الهدية³.
- ✓ سمة "new feed" أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، وقد أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 214.

² محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 43.

³ شفيق حسين، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن، القاهرة، 2014، ص 96.

مستخدمي الفيسبوك في بداية الأمر حيث شكا البعض من سوء تنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبر بعض الأفراد عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقيب الآخرين لأنشطتهم الشخصية، مثل التغيرات التي تطرأ على علاقاتهم والاحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين، وردًا على تلك الحالة من الاستياء، ثم تعديل تلك الخاصية بحيث صار لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، فضلا عن ذلك فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أي أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها، مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم والأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرًا¹.

4-2- تويتر:

- مفهومه: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم، نجد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسائل نصية قصير أو برامج المحادثة².

¹ جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 41.

² وسام كمال، الاعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص 275.

- نشأته: ظهر موقع تويتر بعد ثلاثة سنوات من ظهور الفايسبوك¹، أي في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة وفي أبريل 2007 قامت شركة obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم twiter، حيث قام جوجل بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمداخلات المستخدمين الجديدة في تويتر.

لم يتوقف عند اللغة الإنجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق النسخة اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين في اليابان ونشاطهم البارز على الموقع، ولقيت النسخة استحسان المستخدمين في اليابان وتفوقت بشكل أكبر على النسخة الإنجليزية حيث أصبح في الإمكان وضع إعلانات في النسخة اليابانية على عكس النسخة الإنجليزية التي لا تدعم نظام الإعلانات حتى الآن².

- مزايا تويتر: تتعدد مزايا تويتر من أهمها نجد³:

✓ سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركاً بالموقع وتستطيع عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من هاتفك المحمول إن كان يدعم تقنية الإرسال عن بعد، وإن أردت أن تعطي صفحة معلومات الشخصية طابعاً مميزاً فإنّ الموقع يتيح لك إرفاق صورة

¹ كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 205.

² ياسر خضر البياتي، الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة"، ط1، دار البديا ناشرون وموزعون، 2014، ص 401.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص ص 39-40.

شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة، مما يضيف طابعا شخصيا مميذا لك عبر الانترنت.

✓ **محمول ومتحرك:** فموقع تويتر يعتبر من مواقع الشبكات الاجتماعية المحمولة Mobile social network sites، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين أو لإرسال الرسائل والصورة القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

✓ **مجاني:** فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول، وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن مجريات حياتهم، وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.

✓ **أداة فاعلة للتواصل مع العالم:** فكون التدوين الخاص يتwitter يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول وبسهولة ويسر، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو التابعين لك على الموقع وفي الخطاب.

✓ **مناسب للتواصل الشخصي:** فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، سواء لتطمأن عائلتك، أو لتبليغ رسالة لحزبك أو مجموعتك، فالهدف النهائي هو التواصل على الصعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

✓ **أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك:** فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة عن موضوع تهتم به، إلى جميع التابعين لك، مما ساهم بنشر أفكارك او بمشاركة الغير لاهتماماتك، كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كجوجل فإن

تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانية نشر أفكار أو رسائل لأكبر عدد ممكن من المهتمين بك وباهتماماتك.

✓ **الفورية:** فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً، وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، لا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة الرسمية في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

✓ **أداة تسويق فعالة:** فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجك وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أو تعلن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

✓ **شعار مميز:** يوفر تويتر إمكانية تحميل صورة خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل htm أو java، مما يعطي طابعاً شخصياً وموثقاً مع كل تدوينة.

✓ **ميزة التتبع:** فمن مميزات التويتر الأساسية خاصية التتبع، أي تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، وكذلك يمكن للغير أن يتابعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، ومع مرور الوقت يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها وتجمع بينكم هموم مشتركة.

- مفهومه: هو موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة من مشاهديها¹.

- نشأته: تأسس موقع يوتيوب youtube بمشاركة مجموعة من الموظفين في بي بال بالمباحث مع جامعة أيلينوي في أمريكا، وأصبح الموقع جاهزا للعمل عام 2005، ثم توسع الموقع وازداد عدد زواره ومستخدميه حتى وصل إلى أكثر من 100 مليون زائرا يوميا، أما الآن فقد وصل عدد رواد موقع يوتيوب أكثر من 2 مليار مشاهد يوميا، مما رفع قيمة الموقع بصورة فاقت التوقعات بحيث أنّ شركة جوجل أعلنت عام 2006 أنها توصلت إلى اتفاقية لشراء موقع يوتيوب مقابل 165 مليار دولار أمريكي.

يعد موقع يوتيوب أفضل المواقع التي تتيح للمستخدمين تحميل الفيديو وعرضه ونشره دون قيود رقابية، ويلاحظ أن موقع يوتيوب يتحول تدريجيا إلى وسيلة تشبه إلى حد كبير التلفزيون الذي يبث برامجه على شبكة الأنترنت²، ويقع مقر الشركة الحالي في مدينة سان برونو بولاية كاليفورنيا³.

- مزايا اليوتيوب: يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب مزاياه المتعددة وأهمها:

¹ بوقنون نهاد ومخاتشة منال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2017/2016، ص 55.

² حارث عبود ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 146.

³ بارش أشرف الدين ولعور صابر، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة بحث لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016/2015، ص 64.

- ✓ عام ومجاني: فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحمل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، ومل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشرط التحميل بأن لا تحمل أفلامها لها حقوق نشر خاصة بدون إذن أو أفلام إباحية.
- ✓ داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محددة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (mp4، wmv، ovi) أو الأغاني (mp3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول.
- ✓ سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة لغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.
- ✓ سهل المشاهدة: فبمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل real playe¹.
- ✓ سهل البحث: فالموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.
- ✓ الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من مشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصرا على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل.

¹ شرايرية طارق وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدم الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قامة، الجزائر، 2017/2016، ص 38.

✓ أداة رائعة للترويج: أفلام يوتيوب مجانية هي خير وسيلة كترويج أفكار الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التقليدية، والوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفراداً كانوا أم شركات.

✓ ميزة البث المباشر: لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال إن كان بدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطوير الإعلام وتقنيات البث المباشر¹.

5- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

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

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

¹ محمود القاضي، الوعي هو السلاح في عصر المعلومات "الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر"، على الرابط

<https://www.luxarlink.com/bank39html>

تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/24 على الساعة 30: 15.

- **الفراغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت، أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت، من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية التي تنتجها شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية، يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملئ الفراغ، وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.
- **البطالة:** تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي، ومنه الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية، وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها، حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه، باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجيته كريط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب¹.
- **الفضول:** تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.
- **التعارف وتكوين الصداقات:** سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر

¹ مشري موسى، "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنان، يناير

لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع، أو من مجتمعات أخرى بين الجنس أو بين أفراد الجنس الواحد.

- **التسويق أو البحث عن وظائف:** في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهويات وسهولة ربط الأعمال بعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

من خلال عرض أهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا¹.

6- إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

6-1- إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تعتبر مواقع التواصل من أهم ثمار التطور العلمي التكنولوجي الحديث، حيث أضافت بعدا إيجابيا جديد في حياة البشرية بجميع جوانبها ومن بين هذه الإيجابيات ما يلي:

¹ شرابرية طارق وآخرون، مرجع سابق، ص ص 44-45.

- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود الدولية، ببساطة وسهولة.
- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب مشارك، فهي تلغي السياسة في الإعلام القديم. التلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.
- التنوع في الاستخدام: يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه، والكاتب للتواصل من الفرد¹.
- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، استخدام الرموز والصور التي تسهل للمستخدم تفكيره والتفاعل مع الآخرين.
- اقتصادية في الجهد والوقت والمال: في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للواصل الاجتماعي، وذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى².

6-2- سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- رغم وجود العديد من الإيجابيات للمواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها لا تخلوا من السلبيات حيث يمكن أن تؤثر تأثيرا سلبيا على المجتمع ومن أهم هذه السلبيات ما يلي:
- تقليص العلاقات الاجتماعية الواقعية ونمو العلاقات الافتراضية: على الرغم أن الأفراد يستخدمون هذه المواقع لإحياء العلاقات القديمة وتعزيز العلاقات الحالية، إلا أننا نجد كثيرا من الأبحاث تشير إلى نسبة كبيرة من الأفراد يستخدمونها كبديل

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 101.

² عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص

للتواصل والتفاعل المباشر أي طغيان العلاقات الافتراضية على العلاقات الواقعية.

- خرق خصوصية الأفراد: هناك الكثير من الأفراد ممن ينشرون خصوصياتهم استناداً إلى الثقة التي يتم بناؤها من خلال العلاقات القوية التي تنشئ بين الأصدقاء المندمجين في هذه المواقع، وفي هذه الوسائل تشكل ملامح خرق الخصوصية من خلال استخدام معلومات المشتركين الشخصية.

- الانحراف: يعتبر من السلبيات المؤكدة لمواقع التواصل الاجتماعي، كما جاء في تقرير صادر عن الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال، فإن استخدام هذه المواقع من قبل الشباب وخاصة المراهقين منهم يؤدي إلى تبادل الصور والأفلام الإباحية في ظل عدم وجود رقابة، وتعرضهم للتهديد أو التهم الجنائية بسبب تداول تلك المواد، كما أكد التقرير عن ظهور ما يسمى "باكتئاب" لدى الشباب نتيجة الوقت الطويل على هذه المواقع¹.

- نشر أفكار هدامة وتجمعها مختلفة القانون والقيم.

- التشهير ونشر الشائعات والملصقات.

- التحايل والابتزاز والتزوير وانتحال الشخصيات².

¹ مشناق طلب فاضل، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، العراق، 2017، ص 206.

² صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي "أسس ومفاهيم وقيم"، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 1250.

خلاصة:

يمكن القول أن الواقع الذي نعيشه في ظل التأثيرات الكبيرة والتنامي للإعلام الرقمي يؤكد على مكانة مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من الحتميات في يومنا هذا وجزء لا يتجزأ من حياتنا اليومية، ووسيلة اتصال وتواصل وإعلام وترفيه وتعليم في الآن ذاته، حيث استطاعت أن تستقطب جمهورا واسعا من كل الفئات وتربط بينهم وتوسع مداركهم واهتماماتهم، كما أنها وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي نظرا لانتشارها المتزايد، والإقبال الشديد عليها حيث خلقت بيئة أكثر ثراء في المحتوى المعلوماتي المنشور على الانترنت. لكن بالرغم من أهميتها فإنه لا ينبغي استغلالها دائما في كل المواقف لأنها تعد سلاح ذو حدين، حد إيجابي وحد سلبي.

الفصل الثالث:

ماهية الوعي السياسي، أهميته، أنماطه،

ومصادر تشكيله

تمهيد:

تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي سياسي، وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع، حيث يلعب الوعي السياسي دورا هاما في إعداد الأفراد سياسيا خاصة الطلبة الجامعيون باعتبارهم الطلبة المثقفة والواعية في المجتمع، وذلك من خلال تأهيلهم وتحضيرهم لفهم الخطط والأهداف والنظم والسياسات العامة للنظام السياسي، والمشاركة في تنميتها وتنمية الثقافة السياسية لديهم، ومناقشة القضايا المختلفة وتحليلها وتفسيرها وتكوين وجهة نظر حولها.

وعليه، سنحاول في هذا الفصل التعرف على ماهية الوعي السياسي من خلال التطرق لمفهومه ونشأته، أهميته وخصائصه، بالإضافة إلى أنماطه ومستوياته، وكذا مصادر تشكيله ومعوّقاته.

1- مفهوم الوعي السياسي:

تتعدد التعاريف المقدمة للوعي السياسي وتتنوع ومن أهمها نذكر:

أنّ الوعي السياسي: هو القدرة على إدراك المنهج القويم لتصريف القضايا والمشكلات الاجتماعية التي يصادفها المرء في حياته¹.

يعرّف أيضا على أنّه: مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، حيث يحلها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ما يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها²، كما أنّه الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتّخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في الآن الواحد³.

من جهته يعرّف "عمار حمادة" الوعي السياسي في كتابه "الوعي والتحليل النفسي" بأنه: الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا⁴.

يرى "صابر عبد ربه" أنّ مفهوم الوعي السياسي لم يعد قاصرا على مجرد معرفة الفرد لقضايا مجتمعه ومشاركته في الأنشطة السياسية داخل هذا المجتمع، بل امتدّ ليشمل ضرورة الوعي لما يجري حوله من أحداث ووقائع على المستوى العالمي، تلك القضايا التي أصبح لها أثرها المباشر على حياته ومعيشته في إطار ما يسمى بالنظام العالمي الجديد وعملية

¹ محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص 217.

² أحمد حسين اللقائي وعلي الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 1996، ص 201.

³ علي أسعد وطفة، "التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي"، مجلة عالم الفكر، العدد 03، الكويت، 2003، ص 80.

⁴ عمار حمادة، الوعي السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2005، ص 29.

العولمة السياسية، وكيف يتمكن من التأثير في مجريات الأحداث العالمية التي تؤثر في حياته¹.

بعد استحضار هذه التعاريف نصل بالقول إلى أنّ الوعي السياسي هو إدراك الفرد لواقع مجتمعه وشؤونه السياسية، ومعرفة كل القضايا والمشاكل المطروحة، ومن تمّ قدرته على تحليلها وتكوين موقف اتجاهها.

❖ مفاهيم ذات صلة بالوعي السياسي:

• التنشئة السياسية:

هي النشاط السياسي الذي يهتم بصنع المواطن الناضج أو الوعي سياسياً²، فهي محاولة لتدريب الناس على أن يفعلوا ما يتطلبه النظام، أي اكتساب المعايير والقيم والمهارات المرغوبة والمفيدة في هذا المجتمع³.

تعرف التنشئة السياسية أيضاً بأنها العملية التي يكتسب من خلالها الأفراد الوجيهات السياسية والمدرجات السياسية إلى معرفة النظام السياسي ومؤسساته وسلطاته وممارساته، وتشمل أيضاً معرفة القضايا الخاصة بالحملات والمرشحين⁴.

تناول "هايمن" في كتابه "التنشئة السياسية" مفهوماً أوسع لها حيث عرفها أنها عملية تعمل الفرد المعايير الاجتماعية عن طريق مؤسسات المجتمع المختلفة، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكتسب الفرد الاتجاهات والقيم السائدة في

¹ صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002، ص 14.

² عامر رضوان أبو ضاوية، التنمية السياسية في البلاد العربية والخيار الجماهيري، ط1، دار الرواد، طرابلس، ليبيا، 2002، ص

32.

³ رضا محمد هلال، التعليم والتنشئة السياسية في العالم العربي، معهد البحرين للتنمية السياسية، البحرين، 2015، ص 14.

⁴ عزيز عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 127.

المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافات السياسية المنحرفة في المجتمع وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم¹.

• الثقافة السياسية:

تعرف الثقافة السياسية على أنها فرع من فروع الثقافة العامة التي تهتم بطبيعة العلاقة بين الأفراد من ناحية القيم والمعايير السلوكية مع السلطة السياسية في مجتمع ما²، كما يمكن تعريفها على أنها التراكم الناتج من الاشتراك في العادات والتقاليد والأفكار والقيم والسلوكيات والتوجيهات والأنشطة والمفاهيم التي تتشكل بعن التعارف والنقاش بين مجموعة من البشر، وتتميز الثقافة السياسية بدرجة ثابتة نسبية تجعل منها قاعدة عامة قادرة على توجيه سلوك الأفراد والجماعات وفق قواعد أخلاقية واضحة³.

يرى كل من "جبريل ألموند" و"سيدني فيربا" أنّ الثقافة السياسية هي الاتجاهات السياسية إزاء النظام السياسي بأجزائه المختلفة، والاتجاهات إزاء دور الذات في النظام⁴، في حين يرى "لوشيان باي" أنّ الثقافة السياسية هي مجموعة الاتجاهات والمعتقدات والمشاعر التي تعطي نظاماً ومعنى للعملية السياسية وتقدم قواعد مستقرة تحكم تصرفات أعضاء النظام السياسي⁵. أكد "ألموندو بويل" من جهته أنّ الثقافة السياسية تتكون من الاتجاهات والمعتقدات والقيم والمهارات القائمة في المجتمع بين جميع قطاعاته جنباً إلى جنب مع

¹ ناجي العزي، مفهوم التنشئة السياسية، على الرابط <https://djazairiess.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/11 على الساعة 21:54.

² عبد الفتاح ياغي، الحكومة والإدارة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2012، ص 36.

³ إيمان الحيازي، مفهوم الثقافة السياسية، على الرابط: <https://mowdoo3.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/12 على الساعة 21:13.

⁴ ثناء فؤاد عبد الله، مستقبل الديمقراطية في مصر، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص ص 211-212.

⁵ نشأت إدوارد أدبيبا، الثقافة السياسية للشباب الجامعي في المجتمع المصري، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2009، ص

الاتجاهات والمعتقدات والقيم والميول الخاصة التي تميز قطاعات منفصلة من هذا المجتمع¹.

2- نشأة الوعي السياسي:

تعد نشأة الوعي السياسي لدى الإنسان في أثناء عملية الإنتاج الاجتماعي ولهذا فهو ثمر من ثمار التطور الاجتماعي، ففي عملية الإنتاج بالذات وفي عملية إعداد أدوات الإنتاج وأثناء التفاعل مع الطبيعة يستطيع الإنسان أن يعي وأن يكتشف خصائص الأشياء ويفرق بين ما هو جوهري وما هو غير جوهري، وأن يظهر الترابط الحتمي والسبي بين الظواهر، وأن يعي العلاقة بينه وبين الوسط الذي يعيش فيه.

يرتبط نشوء الوعي السياسي بشكل عام عند الإنسان بظهور اللغة، فقد أثر تكوّن اللغة تأثيراً بالغا في تكوين الوعي وتطوره، إذ عن طريق اللغة بدأ الحوار بين الإنسان منذ الفترات التاريخية السحيقة، وكانت للحضارات الإنسانية باختلافها تجليات واضحة على إبراز الوعي السياسي لدى الشعوب، فالرومان كانت لديهم إسهامات واضحة وجليّة على معرفة الفرد بحقوقه السياسية والقانونية، فضلا عن دورهم في تحليل الأحداث السياسية التي مرت بها إمبراطوريتهم، إلا أنّ تصور الإمبراطور الروماني بأنّ له سلطانا وحقوقا غير محددة قد انعكس على نوع من الوعي السياسي القيادي والمتعلق بذات الإمبراطور، فالنظرة التحليلية إلى ذلك العصر تكشف أنّه لم يكن هناك انفتاح سياسي كما نراه في الوقت الراهن بالصورة الواضحة في المجتمعات المعاصرة والمتحضرة².

يعود الفضل لليونانيين في نشر الكثير من المفاهيم السياسية التي أصبحت بمنزلة قواعد فكرية، والتي صارت فيما بعد قواعد للنطلق الديمقراطي خاصة في أوروبا، ففي

¹ عبد الغفار رشاد القسبي، الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004، ص 102.

² صالح محمد عبد الحميد وممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، ط2، مؤسسة طيب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 10.

مجال الوعي السياسي نبدأ بالتاريخ الأوروبي والظروف التي ساعدت على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الأوروبي عبر الزمن وأولى التحليلات كانت (عصر النهضة الأوروبية)، وقد مثل هذا العصر رد فعل على الاستبداد الكنيسي في تلك الفترة، فالأوروبيون شعروا بحقوقهم الضائعة والمحكرة من قبل السلطة الكنسيّة وتصرفاتها غير الواقعية¹.

كان هدف عصر النهضة هو إحداث التغيير والابتكار، وحدثت بدايات التغيير في أوروبا وخاصة في إيطاليا فقد دفعت أوروبا استثنائياً في طريق مشروع مثير محصور في الزمان وذو مردود تاريخي كبير، وشيء ذو دلالة أنها كانت ظاهر نهضة تزامنت مع أبرز المشكلات في ذلك العصر وهي مشكلة الاستبداد، فالأحداث التاريخية تشير إلى أنّ نو الوعي القومي في إيطاليا وتأسيس الجمهوريات في مدنها، ومحاولة القضاء على التواترات التي كانت موجودة بين مدن إيطاليا ساعد على نمو الوعي السياسي لدى الفرد الغربي، حيث أشعره بضرورة تحسين الأوضاع القائمة حينذاك، فالصراع الموجود بين السلطتين الزمنية والدينية، أي سلطة الإمبراطور وسلطة البابا، وبطبيعة الحال كان الصراع على تولّي المراكز فكانت الكنيسة متحفظة بالمركز الديني ومارست من خلال ذلك النفوذ أنواعاً من الاستبداد والشمولية في السلطة².

كان للمفكرين الذين ظهروا في تلك الفترة تأثير ملحوظ في الأفكار السياسية لدى العامة الذين عانوا من النزاع بين السلطة الدينية والمدنية ومن بينهم "ميكافيلي" صاحب كتاب الأمير، والذي أرجع سبب التخلف في إيطاليا وعدم استقرارها إلى وجود السلطة الدينية المطلقة، حيث كان "ميكافيلي" يهاجم الدين المسيحي لأنّ تعاليمه لا تلائم مطالب السياسة وأهدافها، حيث أنّ الفصائل المسيحية تدعو إلى الذل والهوان³.

¹ موسى إبراهيم، معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1994، ص 13.

² محمد خيرت يوسف الكيلاني، الإعلام والصحافة السياسية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 14.

³ موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 24.

إن هذا الاعتقاد فيه نوع من التصعيد والإطلاق في الحكم على الديانة المسيحية، لأن الممارسات الخاطئة وغير الواقعية واستغلال الكهنة ورجال الدين للدين لتحقيق المصالح الذاتية هي التي أدت إلى ردود فعل لدى العامة من الناس.

الأمر الهام في أفكار المفكرين وخاصة مفكري عصر النهضة والأنوار هو النهوض بالوعي السياسي، وزيادة اهتمام الناس بالأمر السياسي وخاصة السلطة وفلسفة الأنوار باعتبارها ظاهرة ثقافية أوروبية واسعة المدى، حيث ساعدت هذه الأفكار الفلسفية الشعوب الغربية في التخلص من قيود الظلام والاستبداد والسلطة المطلقة، وكل ما يتعلق بغلق الفكر والحرية والإنسانية¹.

أما في الشرق فكان العكس مما هو الحال عليه في أوروبا خاصة في العصور الوسطى فقد عرف الشرق الاستقرار السياسي، وذلك نتيجة لظهور الإسلام وقيام الحضارة الإسلامية، وما جاءت به تلك الحضارة من مبادئ وأفكار على العكس مما كانت موجودة في الجزيرة العربية قبل ظهور الإسلام، ومثلت الحضارة الإسلامية حلقة غنية ربطت بين الحضارات القديمة الشرقية والإغريقية وبين حضارة العصور الحديثة، أي أنّ الإسلام لم ير ذلك الفصل بين ما هو ديني وما هو دنيوي، الأمر الذي أدى إلى الاهتمام بالسياسة ضمن الشريعة الإسلامية وفي أول دولة إسلامية رأت النور على الأرض، ومن هنا يقول "غولديزية" (إن الإسلام قد جعل الدين دنيويا لقد أراد أن يبني حكما لهذا العالم بوسائل هذا العالم)، ويقول "ستول هوركرونج" ضمن هذا المضمار: "إنّ الإسلام قد دخل في العالم كدين سياسي ودلالته العالمية تعود للتحالف بين هذين العالمين المتعارضين من حيث المبدأ"²

إنّ الأمر ضروري فيما قاله هذان المفكران هو أنّ الإسلام منذ أن جاء إلى الواقع، جاء بمفاهيم مرنة قابلة للانسجام مع الواقع البشري ولم تكن خالية، فقد شكلت تلك المفاهيم

¹ فاروق أحمد يحي حسن، مرجع سابق، ص ص 126-127.

² هشام جعيط، أزمة الثقافة الإسلامية، ط1، دار الطليعة، بيروت، 2000، ص 137.

وعيا سياسيا واجتماعيا واقتصاديا وفقا للمنظور الإسلامي ومبادئه وتوجهاته، فقد استطاع الإسلام معالجة الواقع الاجتماعي في مكة الذي كان قبلها إلى حد كبير، حيث المجتمع مقسم إلى طبقتين (الأسياذ والعبيد)، وهذا التغيير على الواقع المكي مثل انبثاقا حضاريا في الشرق، فالمفاهيم والمبادئ والأفكار هي التي تساعد نمو الوعي السياسي، وقد احتوى الإسلام على كل ذلك، والوعي السياسي في الإسلام بدأ أولا بظهور دولة المدينة والسلطة السياسية المعروفة في شخصية الرسول صلى الله عليه وسلم، أما ما تعيشه المجتمعات في الشرق (العالم الإسلامي) اليوم من الجمود والانغلاق الفكري والمعرفي وعدم الموضوعية العلمية في تفسير الظواهر والأحداث السياسية وعدم الإمكانية من المشاركة السياسية، فكل هذه ما هي إلا إفرازات حكومات استبدادية عملت على احتكار جميع مجالات الحياة¹.

إنّ الحركات القومية في خمسينيات القرن الماضي من خلال رفع شعارات التحرير والوحدة تساعد على نمو الوعي القومي بقضايا المنطقة، إلا أنّ الوعي لم يكن وعيا سياسيا موجها، أي فاعلا من قبل الجماهير وإنما تحت تأثير وتحذير السلطة والأحزاب الحاكمة، فالأنظمة كانت تفتقر للشرعية القانونية والدستورية مثلما نراه في الغرب².

لم تحدث في الفترة التي تلت الخمسينيات أي تغييرات جذرية في المنطقة، وخاصة أنّ تلك الفترة شهدت صراعا عربيا إسرائيليا، حيث كان الإعلام والدعاية كلها موجهة لتغطية ساحات المعركة ومواقف الزعماء أمثال "جمال عبد الناصر" وغيره، حتى حدوث نكسة 1967 المعروفة والتي أدت إلى تلاشي الجماهير العربية بالحركات التحررية والقيادات القطرية في تلك الفترة.

إنّ حالة الوعي السياسي بصورة عامة في منتصف الأربعينات وحتى بداية التسعينات تأثرت إلى حد كبير بالمسألة الدولية والصراع الدولي والعلاقات بين القطبين العملاقين في

¹ زيرفان سليمان البروراي، الوعي السياسي وتطبيقاته "الحالة الكردستانية نموذجا"، مطبعة خاني دهوك، بغداد، 2006، ص 16.

² إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015، ص 87.

العالم، حيث كان هناك صراعا إيديولوجيا بين الولايات المتحدة التي مثلت القطب الغربي، والاتحاد السوفييتي (سابقا) والذي مثل القطب الشرقي، فالبيئة الدولية كانت تعكس تجلياتها على البيئة الداخلية وخاصة الفكرية¹.

شكلت ظروف الحرب الباردة التي استمرت من (1945-1992) نظاما دوليا مرتبكا إلى حد كبير، وأعطى للحكومات الخاصة في الشرق الأوسط الحجة في إعلان حالة الطوارئ واستحالة إمكانية التغيير الديمقراطي بحجة الظروف التي تمر بها الدول وتهديد التغيير على الأمن القومي، كل ذلك أدى إلى إبقاء المجتمعات العربية تحت الاستبداد السياسي وبذلك أصبح الوعي السياسي قاصرا على مفاهيم الثورة ومصطلحات القائد الكاريزما، وحتى وقتنا الحاضر ما تزال بعض البلدان تعيش حالة الطوارئ ولا ندري ما الذي يكمن في سر حالات الطوارئ ولا ترى أي مبرر لها سوى استخدامها للحفاظ على كراسي الحكم التي لا تتغير إلا بالجلطة الدماغية².

3- أهمية الوعي السياسي وخصائصه:

3-1- أهمية الوعي السياسي:

تكمن أهمية الوعي السياسي:

- يعتبر الوعي السياسي المركز الأساسي للوعي بكل أنواعه، ذلك أنّ الوعي السياسي يرسّخ الشعور بالانتماء للوطن، فهو ليس مجرد ترديد لشعارات، وإنّما هو إدراك لمعضلة التنمية التي يظل البعد السياسي من أقوى أبعادها³.

¹ إسماعيل محمود علي، مرجع سابق، ص 88.

² صلاح محمد عبد الحميد وممدوح منير الشامي، مرجع سابق، ص ص 14-15.

³ شيرين حربي جميل الضاني، دور التنظيمات الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2010/2009، ص 77.

- يعمل الوعي السياسي على تحليل الأحداث بصورة موضوعية وعلمية بعيدة عن العواطف وتأثيرات البيئة، حيث يساعد الإنسان على تحليل الأمور السياسية في المحيط الذي يعيش فيه من زوايا متعددة، بحيث يعطي الواقع مشهدا علميا وأكاديميا يخدم الدارسين في هذا المجال، وأهمية الوعي السياسي هو إعادة ترتيب وصياغة الأفكار والمعتقدات التي سادت في حياة الشعوب في البلدان المتخلفة خلال العقود الماضية، عن طريق نشر المعرفة وثقافة الحوار وقبول الآخر¹.
- يعد الوعي السياسي من أهم أدوات تشكيل الرأي العام الجماهيري في مجتمعاتنا وبلادنا، وتوظيف طاقات الأفراد وإمكاناتهم، وتوحيد مواقفهم، واستثمار مواقع التأثير والنفوذ والسلطة التي يتمتعون بها في المجتمع ومؤسساته المتنوعة من أجل تحقيق التغيير المطلوب والوصول إلى الأهداف المنشودة من هذا التغيير، ولتحقيق هذا لابد من العمل السياسي والإعلامي والتعليمي والتربوي والدعوي والثقافي والفني والرياضي والتجاري².
- يعزز الوعي السياسي الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته، وكذلك رؤيته للظروف التي تؤثر في المجتمع بصورة تحليلية واعية، فالوعي السياسي بالنسبة للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية³.
- يرفع الوعي السياسي من القدرة على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية¹.

¹ نعيم إبراهيم الطاهر، مدخل إلى العلوم السياسية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 181.

² محمد بن اسحق الريفي، صناعة الوعي السياسي، على الرابط: <https://www.wata.cc/fonns>، تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/16، على الساعة: 30: 20.

³ إبراهيم سماعيل وعبد الحكيم غناي، تنمية الوعي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018/2017، ص

- يمنح الوعي السياسي الشعوب القدرة على فهم الواقع السياسي، وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية، فالوعي السياسي بقضايا الأمة العربية يمثل أساسيات العمل الوحدوي، فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك، كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية².

- يمكن القول أنه بفضل الوعي السياسي أصبحت الديمقراطية والحريات الأساسية مطلباً شعبياً ورئيسياً يتعلق بتأكيد قيمة الإنسان ودوره ومكانته وكرامته المبدئية، وأصبحت مشاركة الفرد الإيجابية في حياة الجماعة السياسية هي شرط استقلال الدولة ونزاهتها اتجاه محاولات إخضاعها من قبل الفئات الخاصة واستخدامها لتحقيق مصالح جريئة ضد المصالح العامة، ولم يعد من المقبول أن تستمر التنمية قائمة على اختيارات عشوائية أو إيديولوجية، وعلى سدّ ثغرات سياسية وعلى توزيع الاستثمارات حسب خطة شكلية لا تجدي ولا تنفع في خلق أي قطاع صناعي أو زراعي رائد لعملية التنمية، كما لم يعد من الممكن تجاهل المشاكل الثقافية التي تطرحها مسألة الهوية الوطنية، وتعميق الشعور بالانتماء إلى حضارة وتاريخ محليين لا غنى عنه لتحقيق أي مشروع بصفة مستقلة، وبالتالي الشعور بالمشاركة الفعلية والإيجابية في مصير الإنسانية³.

في حين أنّ غياب الوعي السياسي يؤدي إلى وجود نوع من الفراغ السياسي وانخفاض مستوى المعرفة السياسية، كما يؤدي إلى عدم الاكتراث لما يجري على أرض

¹ يحيوي عبد الحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012/2011، ص 59.

² محمد عبد الله محمد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012، ص 49.

³ برهان غليون، محنة الثقافة العربية بين السلطة والتبعية، ط4، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، 2006، ص ص 13-14.

الوطن وانحصار الفكر وعدم إدراك قضايا الوطن وقضايا العالم الإدراك الصحيح، بل ظهور بعض السلوكيات غير المرغوب فيها بالإضافة لوجود بعض مظاهر عدم الانتماء وزيادة الإحساس بالإغتراب¹.

3-2- خصائص الوعي السياسي:

إنّ للوعي السياسي صفات نوعية تميزه تتلخص فيما يلي:

يرى "أولدولف" في كتابه الوعي الاجتماعي أن للوعي السياسي صفات نوعية تميزه تتلخص فيما يلي:

- أنّ الوعي السياسي يعكس الاقتصاد بصورة مباشرة ويعكس أيضا المصالح الرئيسية للطبقات، وتعبّر الأفكار السياسية عن نفسها في النظريات السياسية المختلفة وبرامج الأحزاب السياسية والبيانات وسواها من الوثائق، ويلعب الوعي السياسي أكثر الأدوار نشاطا في المجتمع لأنه يمثل صلة الوصل بين الاقتصاد ومختلف أنواع الوعي الاجتماعي، ويمتاز الوعي السياسي بكونه موجها ومنصبا على هدف ما أي أنّه يعكس الوجود الاجتماعي في أهداف ومهام تتقيد بها الطبقات إبان نضالها لتحقيق مصالحها².

- للوعي السياسي قدرة على تعميق عملية الاندماج الاجتماعي والسياسي، وفي أثره يكون التماسك والتعاون بين أفراد المجتمع، كما يرافق الوعي السياسي سعي دؤوب لتحقيق طموحات المجتمع وأهدافه، فيحلّ الميل إلى التغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي بدلا من الثبات والسكون، لذلك فهو خطوة مهمة في تكوين الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي، ويتوقف الوعي السياسي للفرد

¹ محمود عساف، "الدور التربوي لمجالس طلبة الجامعات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي وسبل تفعيله"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 1، غزة، فلسطين، 2013، ص 81.

² أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة مشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، لبنان، د.س، ص 74.

على ثقافته السياسية، حيث يتكون نتيجة ما يتوافر للفرد من معرفته وفهمه للأمر، كما ينمو ويتطور هذا الوعي من خلال سنين عمر الفرد المختلفة ليصبح محصلة للمؤثرات الثقافية التي يتعرض لها الفرد¹.

4- أنماط الوعي السياسي ومستوياته:

4-1- أنماط الوعي السياسي:

لم ينشأ الوعي السياسي من فراغ بل نشأ من خلال الممارسة الواقعية للحياة الاجتماعية، لذلك فإننا نجد تنوعاً في أنماط الوعي السياسي منها:

❖ الوعي الفردي والوعي الجماهيري:

- الوعي الفردي: هو العلم الروحي للفرد، يتحدد بالخصائص الفردية في وعي الإنسان مثل المشاعر والعواطف، الأفكار والعادات الشخصية.
- الوعي الجماهيري: هو الوعي الذي يعبر عن ذكر الجماهير، ويتشكل في إطار الممارسة العلمية، ويرتبط بالواقع القائم وموجود على شكل أذكار وتوجيهات، مشاعر ورغبات، تتميز بها مجموعة من الناس، حيث يعبر عن المصلحة المشتركة لها².

❖ الوعي الاعتيادي والوعي النظري:

- الوعي الاعتيادي: يعد أحد أنماط الوعي السياسي الذي يتشكل لدى الناس في حياتهم اليومية، ويعبر عن أوضاعهم وأدوارهم في المجتمع والعالم المحيط بهم، سواء كانت تصورات واقعية حقيقية أو تصورات تنبثق عن الظروف المباشرة لحياة الناس، وأخرى عن الواقع المحيط بهم.

¹ عبد الكريم غانم، الوعي السياسي في المجتمع اليمني، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان، 2016، ص 41.

² إمام شكري أحمد قطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009، ص 127.

- **الوعي النظري:** فغالبا ما يرتبط بالنخب لأنه يعطي محاولات تحديد القوانين والقواعد التي تحكم الواقع المعاش، وكذا تحديد الكيفيات التي يتم بها التعبير أو تحقيق الثبات لجماعة ما، والعلاقة بينهما أنّ الوعي الاعتيادي يشكل رافدا أساسيا من روافد الوعي النظري في تفسير وتحديد القواعد العامة، أما الاعتيادي يعدل حسب المراحل التاريخية لما يحدث تتميطه من أفكار من طرف النخب المفكرة¹.

4-2- مستويات الوعي السياسي:

❖ المستوى النظري:

يقصد به مستوى الأفكار والإيديولوجيات التي يحتويها موضوع الوعي من قيم ثقافية ومعايير وعواطف ويمر هذا المستوى بالمراحل هي:

- **مرحلة المعرفة والإدراك:** هذه المرحلة أطلق عليها "هيجل" مرحلة الاستكشاف ويكون الفرد فيها على مستوى الإدراك المباشر وفهم الحقائق دون التأثير في الموقف بشكل مباشر، وتغيير مرحلة استعداد الوعي لتقبل الأفكار ثم حصرها وانتقائها.

- **مرحلة الاهتمام السياسي:** أي الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد وعناصر الاهتمام هنا تتمحور حول أربع مستويات:

✓ الانفعال مع الجماعة.

✓ الانتقال بالجماعة.

✓ التوحد مع الجماعة.

✓ تعقل الجماعة.

¹ إبراهيم سماعيل وعبد الحكيم غناي، مرجع سابق، ص ص 42-43.

- مرحلة الانضمام السياسي: يحتاج الوعي الإنساني إلى مؤسسة تكوينية فكريا قد تكون تربوية أو سياسية أو دينية، هذه المؤسسات قد توجه وعي الأفراد أحيانا إلى أغراض تخدم السلطة أو المؤسسة التي ينتمي إليها الفرد، فعندما تكون هذه المؤسسات إجبارية كالمدرسة فبالضرورة ينعكس الوعي الرسمي للسلطة على وعي الطلاب قصد مساندة النظام، أما انضمام الأفراد لجماعات اختيارية يصعب على السلطة السيطرة على وعي الأفراد، في أغلب الأحيان لا يظهر وعي الأفراد المنظم في هذه الجماعات إلا في حالة صدام مع السلطة.

❖ مستوى الممارسة:

هي مرحلة يصبح فيها وعي الأفراد قادرا على المشاركة السياسية بدرجاتها المختلفة أو ببعضها، مما يتناسب مع دورها في النظام السياسي داخل المجتمع أو العزوف عنه أو القيام بحركات سياسية تبين حقيقة رفض اتجاه الموافقة على حال تجاهل السلطة، وتعتبر الحركات السياسية والطلابية من أهم مظاهر الوعي السياسي والتي تؤدي أحيانا إلى موافقة السلطة على مطالب ورغبات الطلاب¹.

5- مصادر تشكيل الوعي السياسي:

تتعدد المصادر التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد والتي يمكن للفرد أن يكتسب من خلالها معلوماته وحقائقه وقيمه ومثله السياسية، ويكون بواسطتها موقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية، ويكون عندما يشعر أنه مواطن في بلده وله حقوق وعليه واجبات، وتتجلى هذه المصادر في:

¹ مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمة خضر، الوادي، الجزائر، 2015/2014، ص 100.

5-1- الأسرة:

تمثل الأسرة اول بناء اجتماعي يعايشه الفرد، حيث تظل لسنوات عديدة يمثل المصدر الأساسي لتنمية الوعي السياسي، حيث يكون لكل من التأثيرات الكامنة والظاهرة المكتسبة في المرحلة الأولى من الحياة تأثير قوي ودائم، ولعل أهم التأثيرات الكامنة التي تغرسها الأسرة في نفس الطفل هي عملية تشكيل الاتجاهات اتجاه السلطة حيث تسهم في عملية التعليم السياسي بطرق شتى، كما يمكن أن يكون للتنشئة السياسية الظاهرة بواسطة الأسرة آثار مهمة، فالاتجاهات العامة نحو النظام السياسي يمكن أن تترك انطبعا قويا على الأطفال، ويعد هيكل السلطة داخل الأسرة أحد المحددات الرئيسية في بلورة شخصية الطفل وتشكيل ثقافته السياسية ووعيه السياسي، فالأسرة هي الدولة في مصغرة بالنسبة للطفل وإدراكه للسلطة داخلها هو بداية لإدراكه للسلطة في الدولة وموقفه منها، ولقد لوحظ أن الأطفال يدركون السلطة من خلال نظراتهم للوالدين، ومن ثم ينظرون بنفس النظرة إلى القادة السياسيين الذين يمثلون السلطة، ويترتب على تلك النظرة شعورهم بالأمان، كما ينظرون كذلك إلى القادة السياسيين من زاوية الدور الذي يقومون به، وكيف يتشابه مع دور الوالدين في نطاق الأسرة وبناء على ذلك يميل الأطفال إلى الاعتقاد بأن السلطة ومن يتولاها شيء واحد لا يمكن الفصل بينهما، ويستمر هذا الاعتقاد حتى مرحلة المراهقة والشباب.

تلعب الأسرة دورا مهما في تشكيل أساسيات الشخصية والتوجهات الاجتماعية والمفاهيم الذاتية للطفل، ومن ثم يمكن القول أن الأسرة تؤثر في التعليم السياسي من خلال هذه الطريقة غير المباشرة المتمثلة في العلاقات الشخصية داخل الأسرة، من خلال التعليم الذي يتلقاه من الوالدين والأقارب يتعلم الفرد كيف يتعامل مع الآخرين، ويشعر بالقدرة على اتخاذ القرارات أو يتوقع أن يقوم الآخرون باتخاذ نيابة عنه، وهذه الاتجاهات الشخصية يتم

نقلها وترجمتها إلى المحيط السياسي فالإحساس بالثقة الشخصية قد يقود إلى الإحساس بالقدرة والكفاءة السياسية¹.

5-2- المدرسة:

تعد المدرسة عاملاً محورياً من عوامل التنشئة السياسية التي تسهم في اكتساب الوعي السياسي ضمن المؤسسة الأولية للتنشئة السياسية، وللمدرسة دور مقدر في تنشئة السلوك السياسي للفرد بعد العائلة حيث يتمثل دور المدرسة في صياغة الأفكار والاتجاهات الموجودة في المجتمع من خلال وسائلها وأدواتها المعروفة، وقد أكد عالم السياسة الأمريكي "ماريام" على دور المدرسة باعتبارها النظام التربوي الرسمي الذي يقوم بعمليات التدريب المدني، وأن التلاميذ يكتسبون أولى عمليات التنشئة من خلال المدرسة عبر دروس وبرامج التربية الوطنية ونحوها².

5-3- الجامعة:

إنّ الجامعة هي أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والأفكار وتطويرها وكذلك توليدها، وللجامعة دور حيوي بارز في حياة المجتمعات البشرية وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، وعادة ما كانت الجامعات قوة ضغط على الحكومات من خلال تقييد بعض ممارساتها، وتمارس دورها الإيجابي إذا ما تم الربط بين المعرفة والإنتاج، أي ربط الجامعة بهيكل ومشاكل المجتمع والعمل على تثقيف المواطنين ووضع الخطط والبرامج التنموية والعملية ومراكز الأبحاث التي تعمل على زيادة الوعي السياسي ونشره بين الطلبة والمجتمع، ويظهر دور الجامعة في اكتساب الوعي السياسي من خلال اهتمامات الجامعة بالأحداث والظروف

¹ صبري بديع عبد المطلب الحسيني، الوعي السياسي في الريف المصري، ط1، إصدارات المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2017، ص 87.

² أحمد جمال طاهر، دراسات الفلسفة السياسية، دار الكندي، الأردن، 1988، ص 412.

السياسية التي يمر بها المجتمع، فالجامعة يجب أن لا تتفصل عن المجتمع إنما يجب أن تتسجم مع المجتمع وتتعرف على المشكلات التي تحدث في الواقع وتحاول جاهدة إيجاد الحلول الكفيلة بمعالجة هذه المشكلات وفق لواقع الناس وهمومهم الحياتية¹.

5-4- الأحزاب السياسية:

لاشك أن للأحزاب السياسية دورا رائدا في تكوين الاتجاهات السياسية لدى الأفراد، وبطبيعة الحال فإن دور الأحزاب يختلف باختلاف المجتمعات، ففي المجتمعات المتخلفة ترتبط حياة الأفراد الحزبية إلى حد الاعتماد الكامل، وهذا ما لا نراه في المجتمعات الأخرى، ففي المجتمع الأمريكي فلا تتعجب إذا تحول خلال فترة وجيزة أحد الجمهوريين إلى الديمقراطي أو العكس، وذلك التحول لا يؤدي إلى التقليل من قيمة الفرد أو يؤدي به إلى اتهامه بالعمالة أو التصفيات الجسدية كما نرى ذلك في المجتمعات المتخلفة²، وغالبا ما تكون الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية في الفترات الأولى من التنمية السياسية، ففي المجتمعات المتقدمة يكون دور الأحزاب ضئيلا بالنسبة للتوعية السياسية وغالبا ما تكون الاتجاهات التي تغرسها الأحزاب في الدول المتقدمة منسجمة مع القيم التي تغرسها العائلة والمدرسة، أما في البلدان المتلفة فتسعى الأحزاب إلى غرس قيم غالبا ما تكون مختلفة عن القيم التي تلقاها البالغون في طفولتهم حيث يقتصر التغيير والتطور على الأحزاب فقط في تلك المجتمعات³.

¹ السيد سلامة الخميسي، الجامعة والسياسة في مصر، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000، ص 26.

² فاروق أحمد يحي حسن، مرجع سابق، ص 146.

³ أسامة الغزواني حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، مطابع الرسالة، الكويت، 2005، ص 182.

5-5- جماعات الضغط:

هي تلك المجموعات المؤثرة التي تتصف بالسمات المتمثلة بنوع من التنظيم وممارسة الضغط السياسي على صناع السياسة العامة الرسميين، في سبيل تحقيق هدف مقصور تسعى من إليه تلك الجماعة¹، من خلال القيام بوظيفة التأثير المباشر وغير مباشر في الحكومات وذلك يؤدي إلى فرض نوع من السلوك والوعي السياسي على الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات، والتأثير المباشر لجماعات الضغط يتضمن المواقف التي تتخذها تلك الجماعات إزاء القضايا السياسية المطروحة على مختلف المستويات بإرسال وفد إلى الحكومة، وأيضاً يجري عمل تلك الجماعات في الخفاء حيث تمول الحملات الانتخابية لصالح جماعات الضغط وذلك يدفع إلى تمويل الانتخابات من أجل وصول أحد المؤيدين لمصالح جماعات الضغط إلى كرسي الحكم.

يختلف دور وتأثير جماعات الضغط على تكوين الوعي السياسي باختلاف المجتمعات البشرية كما هو الحال في الأحزاب السياسية، فمثلاً نرى أن الدور الذي تقوم به جماعات الضغط في البلدان الغربية وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية غالباً ما تكون أدوار مدنية عن طريق الشركات ومؤسسات الإعلام والنقابات².

5-6- وسائل الإعلام:

تشمل كل من الإذاعة والتلفزيون والصحافة المصورة والمسموعة والصحافة المكتوبة والسينما والانترنت وغيرها، تعمل هذه الوسائل على بناء تمثيلات الواقع السياسي أي ما

¹ فهمي خليفة الفهداوي، السياسة العامة منظور كلي في البنية والتحليل، ط1، دار المسيرة للنشر والطباعة والتوزيع، عمان، 2001، ص 202.0

² صلاح محمد عبد الحميد ومنير ممدوح الشامي، مرجع سابق، ص ص 31-32.

ينبغي التفكير فيه أو مالا يجب التفكير فيه¹، وذلك من خلال الدور الهام الذي تلعبه في عملية التنشئة السياسية، فهي تزود الفرد بالمعلومات العامة والسياسية، وتشارك في تكوين وترسيخ القيم الاجتماعية والسياسية، وتسهم في ربط المجتمع المحلي القومي وفي توعية المواطن بالقضايا القومية بل والعالمية، ونقل القيم الجديدة إلى الجماهير وتقديم النماذج السلوكية المدعمة لها².

أصبح الفرد يعتمد بكثرة على وسائل الإعلام الجماهيرية لما تقوم به من دور حيوي وفعال في تنمية الوعي السياسي للأفراد بصفة عامة وطلبة الجماعات بصفة خاصة، من خلال ما تقدمه من معلومات وأخبار ومعارف، وذلك لتشكيل مهاراتهم وأفكارهم وآرائهم ومعرفتهم بما يدور من حولهم، كما أنّ وسائل الاتصال في عصر الفضائيات والشبكات المعلوماتية قد غزت العالم ببرامجها وعروضها حتى تحول العالم إلى قرية كونية، مما أدى إلى تداخل ثقافي بين شعوب المعمورة وهذا ما يساعد على الاطلاع الواسع على الأحداث السياسية والظروف الدولية، وتكوّن من خلال ذلك نوعاً من الوعي العالي للأحداث المثيرة على الساحة الدولية، فضلاً عن الوعي السياسي لكل شعب من شعوب المنطقة بالأحداث والأمور الداخلية المتعلقة بسياسات حكوماتهم³.

6- معوقات اكتساب الوعي السياسي:

هناك عدة عوامل تسهم في إعاقة اكتساب الوعي السياسي الموضوعي والعلمي حول الأحداث السياسية التي تحدث في المحيط الداخلي وفي البيئة الدولية، فهناك حالة الاستقرار

¹ فيليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة محمد عرب صاصيلا، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1998، ص ص 246-247.

² أمينة خميس الظاهري وعائشة عبد الله النعيمي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 01، الإمارات العربية المتحدة، 2005، ص 315.

³ ريم حسن جسام، دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي لدى المرأة الأردنية من وجهة نظر الناشطات في قضايا المرأة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016/2017، ص 31.

السياسي والركود الاقتصادي والاستبداد السياسي والتخلف المعرفي والفكري وضعف الإنتاج القومي وانعدام خطط التنمية والعيش في مجتمعات مغلقة، بالإضافة إلى عدم توفير المؤسسات اللازمة التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي¹، ومع ذلك فإنه توجد معوقات أخرى تعيق سبل الوصول إلى الوعي السياسي الأكاديمي والعلمي ويمكن تقسيم أبرز تلك المعوقات إلى²:

6-1- المعوق الفكري:

يرتبط هذا المعوق بانقسام المجتمعات إلى معسكرين فكريين متضادين، حيث ترتبط كل طائفة بالنوع الخاص من التفكير الذي ينسجم مع رأيها وفكرتها دون النظر إلى نقاط الالتقاء والتفكير بمشاريع النهضة، فقد كانت هذه المنطقة بمثابة ساحة للنزاع بين الاديولوجيات امتدادا من زمن الاستعمار انتهاء بزمن الزعامات والأطراف السياسية التي احتكرت شرعية الثورة للسيطرة على المجتمعات.

6-2- المعوق السياسي (الاستبداد السياسي):

الفهم الخاطئ لمصطلح السياسية وكل ما يرتبط بهذا المفهوم من معان وممارسات، حيث أن هناك خلل وتخوف من السياسة وعدم الاهتمام بها نظرا للواقع السيئ الذي خلفته السلطات السياسية من حيث التخلف بالسياسية والاستبداد السياسي، فالاهتمام اليوم غير موجه نحو الأمور السياسية والتنمية وإنما هي مركزة على الأمور السطحية واليومية، دون أن تكون هناك مشاريع التي تخلص المجتمع وخاصة الشباب باعتبارهم سواعد المجتمع وقوته الفعلية.

¹ سفين جلال، العوامل المؤثرة في الوعي السياسي، على الرابط: <https://www.arahgeographers.net>، تم الإطلاع عليه يوم

2024/03/20 على الساعة 15:40

² بن عيسى خيرة، متابعة البرامج السياسية في القنوات الخاصة ودورها في تنمية الوعي السياسي عند الطالب الجامعي قناة الشروق أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018/2017، ص ص 73-74.

6-3- الجمود وعدم التفكير بالتغيير السياسي:

أي عدم التفكير بالتغيير وإهمال العوامل الذاتية التي أدت إلى هذا الجمود.

كل هذه العوامل وغيرها تشكل عوائق حالت دون اكتساب الوعي السياسي الذي يسهم بدوره في عملية البناء والتقدم والتنمية والاستقرار، وأدت هذه المعوقات إلى عرقلة التحولات الاجتماعية والسياسية فضلا عن ثقافة الشكوى التي أصبحت تجتاح المجتمعات النامية، فقلما نجد فئة مهتمة بحل المشاكل أو أسباب التخلف والجمود، وهنا لا بد من القضاء على البعد التشاؤمي من ثقافتنا بدلا من انتظار الآخر كي يأتي ليرسم معطيات الحياة لنا لابد من التحرك الذاتي وتعويد الذات على المفاهيم المدنية والثقافية.

خلاصة:

في الأخير يمكننا القول أنّ الوعي السياسي هو المرتكز الأساسي للوعي بكل أبعاده، فهو يرسخ الشعوب بالانتماء للوطن، ويعزّز قدرة الفرد على فهم الواقع السياسي وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية، كما يساعد على استقرار المجتمع، فهو من الركائز الأساسية لبناء الأمة والنهوض بها.

الفصل الرابع:

مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتنمية
الوعي السياسي

تمهيد:

برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي باعتبارها أدوات توفر المعلومات من خلال ما تبثه من أحداث إخبارية ومضامين سياسية مختلفة، حيث تبدو العلاقة قوية بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي، إذ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منصات لطرح الأفكار والحوار وإثارة حماس الناس للمشاركة في إدارة شؤون البلاد، ومناقشة قرارات الحكام ودفعهم للتفكير في الحلول السلمية لمشاكلهم العامة وبالتالي ما قد يؤدي إلى تنمية الوعي السياسي لديهم. في هذا الصدد سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي وذلك بالتطرق إلى:

- الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي.
- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي.
- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية لدى بعض البلدان العربية.
- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك السياسي بالجزائر.

1- الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي:

يعتبر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي حدثاً تاريخياً في مجال الإعلام، إذ نقله إلى آفاق غير مسبوقة، وقدمت هذه المواقع لمشركيها فرصاً كبيرة للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ورقابة إلا بشكل نسبي محدود، كما تمكنت من منع احتكار صناعة الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال نقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية¹، وهذا لما يميزها من سرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، حيث تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع، وبث الأخبار بلحظتها متضمنة صوراً ومقاطع مرئية، حيث أصبحت تمتلك من القوة والحرية ما يؤهلها لتلعب دوراً بارزاً في رسم السياسات المحلية والإقليمية والدولية كما أصبحت جزءاً من العملية السياسية تؤثر وتتأثر بها²، إذ برز الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في دعم وخدمة النشاط السياسي من خلال:

- زيادة الوعي السياسي: من خلال الإطلاع على المعلومات أو أخبار كاشفة للحقائق والمشاركة بالحوادث والتعرف على السياسيين والحقوقيين والمناضلين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي.
- التشجيع على المشاركة في النشاطات السياسية والانتخابية: حيث أثبتت الدراسات أن شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية بل وتشجعهم على الانخراط بها.
- جمع الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال: فحسب تقرير لمجلة حلف الناتو فإن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي سرعت التغيير السياسي خاصة في الشرق الأوسط، من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة

¹ مشتاق طلب فاضل، مرجع سابق، ص 214.

² شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014/2015، ص 42.

واحدة، وسمحت بتنسيق مباشر للحركات بحيث بات ما كان يتطلب في سنوات يتم في أسابيع وأشهر، كما نجحت هذه الشبكات وبشكل فعال في فترة لم تتجاوز السنتين على أن توحد آراء الشباب ومن ثم الشعب بأسره حول راية واحدة وهي راية المطالبة بالإصلاح والديمقراطية.

- تغيير مفاهيم النضال والاحتجاج: لم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب، ولم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم والمطالبة بالإصلاح، وإنما أصبحت الرسائل الاحتجاجية أو التأييدية التي تنتشر عبر الانترنت تعرض الاحتشاد المادي في مكان واحد، فقد برهنت العرائض الالكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تعني أحيانا عن المظاهرات الحاشدة.

- عولمة قضايا النضال السياسي المحلية: من فوائد شبكات التواصل الاجتماعي أنها عملت على نشر الآراء والأفكار السياسية لمناضلين وأحزاب محلية، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم، ولو أرادت أن تتعرض لمثل هذا المدى الواسع للانتشار لاحتاج الأفراد والأحزاب شبكات التواصل الاجتماعي، والحوار الفردي بين ملايين المشتركين العرب والأجانب صارت العديد من القضايا العربية والإسلامية وعلى رأسها القضية الفلسطينية تحظى بتعاطف وتأييد شعبي على أقل تقدير من الغرب¹.

2- مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي:

أصبح الإعلام الإلكتروني يشكل عصب الحياة في واقعنا المعاصر، وخصوصا بعد انتشاره الواسع في المجتمعات الحديثة، لاسيما مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت من

¹ زينة بوشوارب ووفاء جباي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015/2014، ص ص 61-62.

الظواهر المميزة للدونة العصرية، ويقاس تقدم الدونة بنصيب الفرد فيها من هذه المواقع، شأنها في ذلك شأن معدل الدخل الفردي ومستوى الصحة والتعلم والإنفاق على البحث العلمي، فمواقع التواصل الاجتماعي تعكس آراء الأفراد وتنقل خبراتهم وتساهم في تشكيل اتجاهاتهم وربما تعمل على حل مشاكله، لذلك انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا كثيفا بين أوساط الشباب في مختلف أنحاء العالم، وأصبحت تقوم بدور جوهري في المجتمع، حيث أنها تقدم العديد من الأفكار والمعلومات التي تساعد على التوعية والتثقيف وتكوين صورة للعالم الذي نعيش فيه، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من عوامل الإدراك المعرفي للشباب لأنها تقوم بتقديم المعلومات وتوجيهها بالطريقة التي يرغب فيها، كما أنها تلعب دورا بارزا في تشكيل الوعي السياسي ورفع منسوبة لدى الناس¹، حيث اجمع الكثير من المراقبين والخبراء والدارسين على الدور الكبير الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي لدى أفراد المجتمع، وذلك من خلال توفير المعرفة الصحيحة بالأخبار وتجارب الآخرين والتوعية بالحقوق والقوانين وغير ذلك، اين لوحظ أن وعيا جديدا بدأ يتشكل في الفئات الشبابية للمجتمعات العربية، من خلال التواصل الاجتماعي والحوارات المفتوحة، ويصاحب هذا الوعي فهم جديد للحريات ولمعنى المعارضة والنقد والمشاركة وتطرح الحركات الشبابية تصورات جديدة فتؤسس أحزابا وقوى سياسية وتكتب برامجها، مما يعكس جوهر تمرداها على الطريقة السياسية التقليدية وعلى الاحتكار السياسي للسلطة²، كما أنّ التواصل السريع والدقيق الذي تتيحه مواقع التواصل الاجتماعي يمكن المهمّشين سياسيا والحركات السياسية من تنسيق عملياتها ومظاهراتها، وتبليغ المشاركين والأعضاء بأحدث التطورات والمخططات من خلال الفايسبوك، تويتر وغيرها، مما يعسر مهمة الأجهزة الرقابية

¹ صايل السرحان وآخرون، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، العدد 4، العراق، 2016، ص 19.

² حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2013/2012، ص 50.

ويربك الحكومات والأنظمة المعادية لهذه الحركات، كما يصعب على الأنظمة إختفاء أو استغلال المعلومات لصالحها، فيتم كشف مخططاتها ومواجهتها من قبل آلاف المواطنين العاديين عبر التقنيات المعاصرة.

يتم تداول المعلومات حول تلك المخططات والنقاش عن كيفية ردعها بأسلوب لا مركزي بارع التنسيق موحد الأهداف في غياب جهة منظمة رئيسية يمكن كشفها واستغلالها من قبل السلطات، معنى ذلك أن الجماعات المنتشرة في شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب دورا فعالا في تعبئة الراي العام اتجاه القضايا السياسية، فقد أضحت مجالا للاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات والدليل على ذلك أن هناك حركات اجتماعية وسياسية، استغلت شبكات التواصل الاجتماعي في التحريض على الإضراب والتحول من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي، وهذا ما يوضح أنّ لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات متزايدة على الثقافة السياسية المعاصرة بسبب ما أتاحتها هذه الشبكات من فرص كبيرة للحديث عن الحرية السياسية والمساواة والعدالة الاجتماعية، وتعبئة الراي العام لنبذ قيم الدكتاتورية والعنف والاضطهاد¹.

3- أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية لدى بعض البلدان العربية:

أكد العديد من الباحثين خلال سنوات السبعينات ان تكنولوجيا الإعلام والاتصال تدعم الديمقراطية بشكل إيجابي، كما شدد آخرون خلال سنوات الثمانينات على دورها في دفع الأنظمة الديمقراطية نحو مزيد من التداول والمشاركة المباشرة للمواطنين في الحياة السياسية، ومع انتشار الانترنت وازدياد استعمالها وسهولة الوصول إليها وظهر شبكات التواصل الاجتماعي، ارتفعت التوقعات الجديدة التي تشير إلى أنّ الإعلام الجديد وتكنولوجيا

¹ محمد سعيد عبد المجيد وممدوح عبد الواحد الغيطي، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ، مصر، 2013/2012، ص 247.

الإعلام والاتصال الجديدة تقدم وسيلة للتواصل يمكن الوثوق بها، حيث تضمن قدرات تخزين المعلومات، وتقلل ن تكاليف عمليات الاتصال، وبالتالي يمكن أن تساهم في فعالية المسار السياسي والأداء الحكومي¹.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تمثل اليوم أهم ثورة الكترونية عرفتها البشرية في مجال التواصل الاجتماعي والتفاعل الدائم بين أعضاء البنى الاجتماعية، ليكونوا بناء الكترونيا تفاعليا يحقق لهم أسرع الطرق للتواصل وأبسطها لتلبية حاجاتهم و رغباتهم التي تتراوح بين الحاجة إلى المعرفة والوصول إلى المعلومة الجديدة، ومن أشهر مواقع التواصل وأكثرها جماهيرية هناك الفايسبوك والتويتر حتى وصل الأمر لاستخدامها كوسيلة سياسية تسهم في الحراك السياسي والاجتماعي لدى دول العالم، فقد وفر ظهور الفايسبوك فتحا ثوريا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى لمستخدميه فرص كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي محدود، إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبت المباشر وهو تطور غير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، وأوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال، وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل في الثورات التي شهدتها الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات²، فبصورة لم يتوقعها أحد على الإطلاق وبسرعة كبيرة، وفجأة ودون سابق إنذار عرفت غالبية البلدان العربية حراكا شعبيا حاشدا اسقط أنظمة وحكاما تربعوا على سدة الحكم عشرات السنوات، فكانت الشرارة من تونس قبل نهاية عام 2010 ببضعة أسابيع، ثم امتدت إلى مصر واليمن وليبيا وسوريا عام 2011، فضلا عن سريان العدوى الاحتجاجية إلى

¹ نوال مغربلي، "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للديمقراطية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 1، برلين، ألمانيا، 2018، ص 266.

² رضوان قطبي، "شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، العدد 1، المغرب، 2015، ص 103.

الأردن والمغرب والبحرين والجزائر وغيرها من الدول¹، حيث جمعت بين البلدان التي شهدت مدا ثوريا فاعلا الدوافع المحفزة على القيام بالحراك السياسي، كالفساد السياسي والاستبداد والهيمنة الكلية على مقاليد الأمور في البلاد، وتحمل الحكم بمرور الزمن إلى حكم العائلة التي تدير البلاد، وتجنبي مليارا الدولارات من مشاركتها المباشرة في كل مشاريع الإعمار وصفقات التسلح، والتجارة والاستيراد والتصدير في كافة المجالات والتشابه كذلك في نقل وتوريث السلطة، وكذلك في سياسة التبعية للولايات المتحدة الأمريكية دون أي اعتراض على ما تقوم به من ممارسات أو ما تتبناه من سياسات، كل هذه التراكمات مكّنت الشعوب العربية من كسر حاجز الخوف والنزول إلى الشارع وتحدي السلطة وأجهزتها الأمنية²، أين كان لمواقع التواصل وأبرزها الفيسبوك دورا هاما في كسر هذا الحاجز ودفع الجماهير نحو إسقاط الأنظمة السياسية الحاكمة بالإضافة إلى أنّ ظهور التدوين السياسي وانتعاشه أثر على إصباح العمل السياسي بلون تقني ورقمي في كل من مصر وتونس، وساهم في تكوين أولي لثقافة الإعلام والحشد والتعبئة والتحريض عبر مواقع ومدونات النشطاء الذين رغبوا في التغيير والإصلاح السياسي في بلدانهم³، حيث قامت هذه المواقع بنقل الوقائع أولا بأول وبشكل مباشر في بعض الأحيان إلى العالم أجمع، مما أثر في موقف كثير من الأطراف، بل أسهم في تدخلها بشكل مباشر في دعم الثورات والضغط على تلك السلطات وفرض العقوبات عليها وحتى في النهاية إسقاطها⁴.

¹ نبيلة جعفري، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 27، الجزائر، 2014، ص ص 68-69.

² عصام عبد الشافي، "الثورات العربية... الأسباب والمسارات والمآلات"، مجلة البيان، العدد 9، السعودية، 2012، ص 77.

³ جيدرور حاج بشير، اثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016/2017، ص 146.

⁴ ثائر عياصرة، "العوامل الرئيسية وراء اندلاع الاحتجاجات والثورات التي شهدتها بلدان الربيع العربي 2009-2011"، مجلة الدراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 4، الأردن، 2016، ص 1884.

إنّ واقع التحولات الجديدة في البلدان العربية يظهر مدى توظيف أغلب الحركات الاحتجاجية لوسائل التواصل الاجتماعي، انطلاقاً من استثمار وسائل الاتصال الحديثة بأشكالها المتنوعة (انترنت، يوتيوب، فايسبوك، تويتر) بداية في تحقيق تعاطف كبير وخلق قاعدة عريضة من المحتجين، انتهاء بالنزول والتظاهر بالميادين، إلى جانب مساهمتها في تصعيد الحركات السياسية العربية، كونها سهّلت عملية التواصل بين الناس واختصرت المسافات بينهم، كما أنها عملت على إثارة وعي الجمهور وتوجيهه نحو سلوكيات معينة، فقد فاجأ الشباب العربي العالم بأسره في كيفية استخدامهم لشبكة الانترنت العالمية، خاصة منصات شبكات التواصل الاجتماعي¹.

4- مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي بالجزائر:

شهدت الجزائر خلال الفترة الأخيرة تحولا كبيرا في المشهد السياسي لم تشهده طيلة عقود طويلة من الزمن والذي تمخض عنه حراك شعبي واسع، حيث كان لمواقع التواصل الاجتماعي الدور الفعّال في خلق هذا الحراك وتفعيله، وذلك بتحفيز المواطنين على أخذ زمام الأمور والمبادرة في عملية التغيير السياسي بدلا من الحركات والأحزاب السياسية التي فشلت في خلق وإدارة هذه العملية منذ عشرات السنين، فقد كان الحراك السياسي قديما يعتمد على قدرة الحزب أو الجماعة أو الفرد أو حتى السلطة على جمع شمل المواطنين والتنقل إليهم من أجل الترويج للبرامج المقترحة واستقطاب عدد كبير من المواطنين لإقناعهم مستخدما أدوات تقليدية مثل القنوات والإذاعات الرسمية أو من خلال التجمعات التي تأخذ وقتا طويلا من ناحية التنظيم.

¹ عبير مجلي أبو دية وكمال خورشيد مراد، الوظيفة السياسية لمنصات شبكات التواصل الاجتماعي "الحراك السياسي انموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2017/2018، ص 13.

اليوم باتت الطرق التقليدية المعتمدة في الحركات السياسية غير مقنعة للكثير من المواطنين في ظل الطفرة التكنولوجية التي تشهدها الجزائر في مجال الاتصالات وما نتج عنها من انفتاح إعلامي وإلكتروني، وذلك من خلال حيازتهم على وسائل إعلام حديثة وتعميم شبكة الانترنت وظهور مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها الفيسبوك، والتي لاقت رواجاً كبيراً بين أوساط الشعب الجزائري حيث أصبحوا يتعاملون مع هذه المواقع بكفاءة كبيرة في السنوات الأخيرة مما أدى إلى تزايد عدد المستخدمين لها بشكل ملحوظ مقارنة بالسنوات الماضية، خاصة بين فئة الشباب باعتبارها الفئة الأكثر تأثيراً في أي مجتمع لما تمتلكه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير، ما جعل الجزائر تحتل مرتبة ريادية بين الدول المجاورة بالنسبة لاستخدام الانترنت، فقد بلغ عدد الجزائريين المتصلين بالانترنت 21 مليون مستخدم أي ما يعادل 49.2% حسب آخر إحصائيات 2019، في حين بلغ عدد المتصفحين لموقع الفيسبوك 19 مليون مستخدم أي بنسبة 44.51% حسب إعلان شركة فايسبوك عن إحصائياتها في الجزائر لعام 2017¹، منهم نسبة 65% رجال و35% نساء وأكثرهم من الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة و24 سنة².

استغل الشباب الجزائري فاعلية مواقع التواصل الاجتماعي وقدرته على استخدامها لنقل انشغالاته وتطلعاته والتعبير بكل حرية عن رفضه للأوضاع الاجتماعية والسياسية القائمة، حيث انتفض مطالباً بإصلاح سياسي جذري في البلاد، الأمر الذي خلق الحراك السياسي الذي تشهده الجزائر هذه الفترة، حيث أبان القدرة الكبيرة التي تتمتع بها وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام وتوجيهه وتشكيل وعي سياسي لديه.

¹ Groupe de marketing miniwatts, statistiques du monde internet, cite : <https://internctworldstats.com>

تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/20، على الساعة 30:09.

² اللجنة الوطنية للمرأة والأسرة، شبكات التواصل بين العفانية والافراط، التجمع الوطني الديمقراطي، الجزائر، 2018، ص 09.

بدأت شرارة هذا الحراك السياسي عندما أطلقت صفحات التواصل الاجتماعي هاشتاغ لا للعهد الخامسة، وذلك عقب إعلان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة يوم 10 فيفري 2019 نيته للترشح للانتخابات التي كانت مقررة يوم 18 أبريل 2019، على الرغم من وضعه الصحي وكبر سنه، الأمر الذي خلق حالة من الرفض بين أوساط الشعب الجزائري لمواصلة رجل عاجز صحيا حكمهم، حيث أفقدته الجلطة الدماغية القدرة على القيام بالنشاط العادي للرؤساء مثل عقد اجتماعات منظمة للحكومة، وإلقاء خطب على الشعب والقيام بزيارة خارجية، فضلا على أنه حكم الجزائر طيلة 20 سنة ظلت فيها خارج موجات التغيير والتحول الديمقراطي، لذا ضجت مواقع التواصل الاجتماعي بالشعارات والمنشورات المناهضة للعهد الخامسة، فظهر هاشتاغ آخر حراك 22 فيفري 2019 الداعي إلى خروج الشعب الجزائري يوم 22 من ذات الشهر رفضا للولاية الخامسة، حيث برزت عدة منشورات على صفحات التواصل الاجتماعي لتنظيم هذا الحراك الجماهيري والتي تضمنت أوقات انطلاق المسيرات في مختلف ربوع الوطن، ومعلومات حول أماكن التجمعات مع توجيه نصائح وإرشادات للحرص والمحافظة على الطابع السلمي وتجنب الاحتكاك مع عناصر الأمن والابتعاد عن أي شكل من أشكال العنف، كي لا يخرج الحراك عن مساره السلمي ومطلبه الرئيسي. نجحت مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها الفايسبوك في حشد وتعبئة الشعب الجزائري، فاستطاعت نقل الحراك الشعبي من المجتمع الافتراضي وتجسيده على أرض الواقع، إذ تمكنت هذه المواقع من كسر حاجز العشرية السوداء والتي ظل الشعب الجزائري على إثرها ساكتا عن حقه كل هذه السنين ليس خوفا بل حرصا على الوطن، فخرج آلاف الجزائريين في مسيرات سلمية يوم 22 فيفري استجابة للدعوات التي أطلقها ناشطون جزائريون عبر مواقع التواصل ضد العهد الخامسة، أين تحرروا من شبح الماضي أمام التراكمات والخيبات التي تعرضوا لها والتي ساهمت في تأجيجهم ودفعهم للخروج عن صمتهم، والمتمثلة في تدهور الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية من زيادة في الأسعار وتدني المستوى المعيشي

وارتفاع معدل البطالة خاصة بين أوساط حاملي الشهادات إضافة إلى المحسوبة والرشوة وسوء التسيير والفساد الإداري، حيث لم يكن ترشيح الرئيس المنتهية ولايته للانتخابات الرئاسية إلا القطرة التي أفاضت كأس الجزائريين أمام ما يعانون منه من تهميش.

انطلقت المسيرات في مختلف ربوع الوطن حيث نظمت بشكل غير مسبوق، رغم أنها كانت عفوية ولم تؤطر من أي جهة سياسية حيث كانت سلمية ولم تسجل فيها أي حوادث أو مناوشات بالرغم من العدد الكبير للمتظاهرين وانتشار رجال الشرطة وقوات مكافحة الشغب بشكل مكثف. تصاعد دور شبكات التواصل الاجتماعي في إبراز الحراك السياسي، حيث تحولت إلى منصات لرصد أحداثه بكل تفاصيلها، ففي الوقت الذي تجاهلت فيه القنوات العمومية والخاصة عرض الأخبار المتعلقة بالمسيرات السلمية في أيامها الأولى، ثم تغطيتها بشكل متأخر مع تحريف سببها الحقيقي وادعاء أنها مسيرات من أجل التغيير والإصلاح، عمل الناشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تغطية الحراك الشعبي أولاً بأول ومشاركتها عبر مختلف صفحات التواصل الاجتماعي لتصبح أخبار هذه المسيرات وفيديوهات متوفرة لدى جميع الشبكات الإعلامية في العالم.

إنّ الطبيعة التفاعلية لمواقع التواصل الاجتماعي واتساع نطاق استخدامها خاصة بين الشباب، زاد من قدرتها في التأثير على الشعب الجزائري ورفع عدد المشاركين في الحراك وتوسيعه ليشمل كل مناطق الوطن وحتى خارجه ليصل إلى المدن الأجنبية التي تتواجد بها الجالية الجزائرية، وذلك بانضمام تدريجي لمختلف الفعاليات المدنية والسياسية والقطاعات من طلبة ومدربين ومحامين وقضاء وأطباء وفنانين وصحفيين، حيث اتفق كل هؤلاء على مطلب رحيل الرئيس المنتهية ولايته وأجمعوا على الخروج كل جمعة في مظاهرات ومسيرات سلمية إلى غاية عدوله عن قرار ترشحه.

إنّ نجاح مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المسيرات السلمية المنادية برحيل النظام دفعت الحكومة الجزائرية إلى التحكم في تدفق الانترنت في البلاد لمنع المتظاهرين من النقل المباشر للمسيرات عبر الهاتف أو رفع الفيديوهات على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، رغم ما ينتج عنه من أضرار خاصة على المستوى الاقتصادي، وتعطيل المصالح الشخصية إلى جانب تنفيذها لمفهوم حرية الرأي والتعبير التي تتغنى بها، المتظاهرون كانوا من جهتهم على وعي بهذه الخطوة قبل أن تعتمد السلطة، فقد قام أغلبهم بتحميل تطبيقات الشبكة الافتراضية الخاصة vpn على هواتفهم، حيث تسمح هذه التطبيقات بتغيير بيانات المستخدم ليصبح متصلاً بالانترنت من عنوان انترنت (IpAddress) خارج الجزائر ما يحول دون تمكن السلطات من السيطرة على سرعة الانترنت وتدفعه على الأجهزة وهو ما سمح بالنقل الفعلي لأحداث المظاهرات¹.

تحت ضغط الشارع واستمرار الحراك السياسي لأسابيع بدأت السلطة تقدم تنازلات بدءاً بعودة الرئيس عن العهدة الخامسة، حيث سحب رسالة ترشحه يوم مارس 2019 مع تأجيل الانتخابات لأجل غير مسمى، لكن هذا القرار لم يكن كافياً ليعيد الجزائريين عن الشارع بل زادهم الإصرار على تحقيق مطالبهم، إذ ضجت مواقع التواصل الاجتماعي بالهاشتاغات المطالبة برحيل الرئيس واستقالة الحكومة أجمع، حيث أطلقوا "الهاشتاغ لا لتمديد الرابعة" معتبرين أنّ ما جاء في بيان الرئيس ما هو إلا تحايل على الدستور ومناورة لتمديد الرابعة، كما أطلق "هاشتاغ ترحلوا يعني ترحلوا" الذي تصدر قائمة أكثر الهاشتاغات انتشاراً في الجزائر حاصلاً على أكثر من 25 ألف تغريدة عبّر من خلالها الناشطون عن رفضهم للطبقة الحاكمة، والمطالبة بتطبيق "المادة 102" من الدستور التي تنص على إعلان حالة شعور منصب الرئيس، وتسلم المهام بعد 18 أبريل 2018، كما طالب رواد مواقع

¹ عادل خالدي، كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر، الرابط: <https://institute.aljazeera.net>، تم الاطلاع عليه

يوم 2024/03/21 على الساعة 45: 10.

التواصل الاجتماعي بعدم الخروج من الشارع إلى حين تحقيق كافة المطالب ودعوا إلى تظاهرة مليونية يوم الجمعة من خلال "هاشتاغ حراك 15 مارس" تحت شعار "نريد الرحيل وليس التأجيل"¹.

استجاب الشعب الجزائري لدعوات مواقع التواصل الاجتماعي مجددا، حيث خرج ملايين المتظاهرين يوم 15 مارس 2019 في احتجاجات ضخمة مرددين شعار "لا لتمديد العهدة الرابعة" فبالرغم من أنها عبارات عفوية وبسيطة لكنها تحمل دلالات عميقة لرحيل النظام الحاكم.

يوم 26 مارس دعا رئيس أركان الجيش ونائب وزير الدفاع الفريق أحمد قايد صالح إلى تحية بوتفليقة من خلال تطبيق "المادة 102" من الدستور التي تنص على إعلان حالة شغور منصب الرئيس، خرجت عقبها بوقت وجيز تقديم الرئيس المنتهية ولايته يوم 02 أفريل 2019 استقالته بشكل رسمي، حيث نشرت وكالة الأنباء الجزائرية رسالة الاستقالة التي قدمها بوتفليقة إلى المجلس الدستوري نقلا عن بيان لرئاسة الجمهورية وبموجب الدستور الجزائري يتولى رئيس مجلس الأمة عبد القادر بن صالح رئاسة البلاد بالوكالة لمدة أقصاها 90 يوما تجري خلالها انتخابات رئاسية والتي حددت يوم 4 جويلية 2019.²

أثار تفعيل المادة 102 وتولي عبد القادر بن صالح رئاسة البلاد في الفترة الانتقالية ردود أفعال عدة منها وسائل التواصل الاجتماعي حيث تفاعل روادها مع هذا الحدث، داعين إلى استكمال الحراك الجماهيري، مطالبين برحيل كل أركان النظام وعدم مشاركتهم في تسيير الفترة الانتقالية، مؤكدين على أنهم يريدون وجوها جديدة في السلطة لم تشارك من قبل

¹ بي بي سي نيوز عربي، بوتفليقة ومظاهر الجزائر، الرابط: www.bbc.com، تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/21 على الساعة 11:11.

² سكاى نيوز عربية، استقالة بوتفليقة...بدء الاجتماع الحاسم، الرابط: <https://www.skymewsarabia.com>، تم الاطلاع عليه يوم 2024/03/21 على الساعة 30:22.

في إدارة البلاد على مدى 20 سنة، لذا واصل المتظاهرون الحراك الشعبي في ثامن جمعة سلمية للمطالبة بالتغيير الجذري والشامل في النظام، رافضين بقايا ومخلفات الفساد، مطالبين بتتحي بن صالح من هذا المنصب وضرورة إنشاء هيئة مستقلة لتنظيم الانتخابات الرئاسية¹.

أبان الحراك الذي تشهده الجزائر من أشهر عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتها الفائقة على توجيه وتحريك الرأي العام، فلا يمكن لأحد اليوم ان ينكر بأن الفيسبوك يبقى الفاعل الأساسي في الدعوة لحراك 22 فيفري 2019 وذلك لما أتاحه من حرية النشر والتفاعل وسرعة نقل المعلومة في وقتها وعلى المباشر لتصل إلى كل أرجاء العالم، الامر الذي مكنه من التأثير على الرأي العام ودفعه للمطالبة بالتغيير السياسي.

¹ المراسلون، مليونيات قياسية سلمية رغم الاستفزازات والتخويف، صحيفة الخبر، العدد 9197، الجزائر، 2019، ص 02.

الجانب التطبيقي

الفصل الخامس:

الإجراءات التطبيقية للدراسة

تمهيد:

سنناول في هذا الفصل التطبيقي من البحث، عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين، حيث تكون هذه البيانات كمية وأخرى كيفية، تتحدد الكمية في شكل جداول تتضمن الأرقام والنسب المئوية، أما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول وتحليل البيانات وتفسيرها، والتي ستساعد في الوصول إلى أهم النتائج والأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها.

1- تحليل بيانات الدراسات ومناقشتها:

1-1- التحليل الكمي والكيفي للدراسة:

المحور (01): البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الاحتمالات
50%	48	ذكر
50%	48	أنثى
100%	96	المجموع

تكشف المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه تساوي توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس، حيث بلغ عدد الذكور 48 مفردة ما يعادل نسبة 50% من أفراد عينة البحث، كما بلغ عدد الإناث أيضا 48 مفردة أي ما يعادل نسبة 50% من أفراد عينة البحث.

يمكن تفسير سبب تساوي متغير جنس الذكور بالإناث إلى طبيعة توزيع استمارة البحث فبالرغم من أننا اعتمدنا على العينة القصدية في دراستنا إلا أن الاستمارة قدمت لأي طالب يدرس في قسم الإعلام والاتصال صدفة دون أن نختاره بأنفسنا، وهذا ما يؤكد شمولية الدراسة لكلا الجنسين.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	الاحتمالات
2%	2	من 18 إلى 20
97%	93	من 21 إلى 24
1%	1	من 24 إلى سنة فأكثر
100%	96	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أغلب الطلبة الجامعيين من فئة عمرية التي تبلغ من 21 سنة إلى 24 سنة، حيث بلغ عددها 93 مفردة من أصل 96 مفردة أي ما يعادل 97%، في حين جاءت الفئة العمرية الأقل من 20 سنة في المرتبة الثانية والتي بلغ عددها مفردتين من أصل 96 مفردة أي بنسبة 2%، أما الفئة العمرية الأزيد من 24 سنة فظهرت في المرتبة الثالثة بمفردة واحدة من أصل 96 مفردة أي ما يعادل 1%.

يعود سبب ظهور معظم أفراد العينة من فئة 21 إلى 24 سنة إلى كون المبحوثين لازالوا طلبة فهم في مرحلة شباب، لذلك تجدهم يفضلون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة نظرا لفضولهم وحب الاطلاع على كل ما هو تكنولوجيا حديث، إضافة إلى أن هذه الفئة العمرية ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن منصات لاكتشاف المواهب والابداعات الشبابية وتفجير طاقاتهم العلمية والمعرفية وأيضا تحقيق أهدافهم وتطلعاتهم المستقبلية.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ليسانس	55	57%
ماستر	41	43%
المجموع	96	100%

تبين الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي، حيث نلاحظ ارتفاع عدد طلبة الليسانس حيث بلغ 55 طالب من أصل 96 طالب أي ما يعادل نسبة 57% بينما بلغ عدد طلبة ماستر 41 طالبا ما يعادل 43%. يعود سبب ارتفاع طلبة ليسانس بقسم علوم الإعلام والاتصال مقارنة بطلبة ماستر إلى عددهم الكبير.

المحور (02): عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (04): يبين إمتلاك الطلبة لحساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	96	100%
لا	00	00%
المجموع	96	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن كل المبحوثين يمتلكون حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي بلغ عددهم 96 مفردة أي ما يعادل نسبة 100%.

يعود سبب امتلاك كل الطلبة لحساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة، حيث أتاحت لهم هذه المواقع إمكانية التواصل والتبادل المعلومات والآراء والأفكار وكذا الإطلاع على مختلف الأخبار والأحداث والمعلومات بالإضافة إلى الاعتماد الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي لغرض البحث الدراسي والعلمي.

الجدول رقم (05): يبين المواقع الالكترونية التي يمتلكها الطلبة الجامعيون

الاحتمالات	التكرار	النسبة
فايسبوك	93	47%
تويتر	16	8%
يوتيوب	40	20%
انستغرام	51	25%
المجموع	200	100%

تكشف المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه أن أغلبية الطلبة يمتلكون موقع الفاييسبوك حيث بلغ عدده نسبة تقدر 47%، تليها نسبة 25% من الطلبة الذين يمتلكون موقع أنستغرام بينما قدرت نسبة من يمتلكون موقع يوتيوب 20% في حين أن نسبة قليلة من الطلبة التي قدرت بـ 8% تمتلك حساب عبر موقع تويتر.

يعود سبب بلوغ الفايسبوك المرتبة الأولى من حيث استخدام الطلبة إلى الشعبية الكبيرة التي يحظى بها الموقع إلى الأوساط، كونه الموقع الأول ظهوراً بين مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أنه سهل الاستعمال ومتعدد الخدمات يوافق مختلف الفئات العمرية للطلاب، كما يستغله الطلبة في طرح تساؤلاتهم وتفتح النقاشات حول المواضيع العلمية المخلفة بغية استثمارها واثراء رصيدهم العلمي كما أنه يعزز التواصل والتبادل الخبرات بين الأساتذة والطلبة.

الجدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب أقدمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
09%	09	أقل من سنة
47%	45	من سنة إلى 5 سنوات
44%	42	أزيد من 5 سنوات
100%	96	المجموع

يكشف الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة بدؤوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى 5 سنوات حيث بلغ عددهم 45 طالبا من أصل 96 طالب ما يعادل 47%، في حين أن عدد الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من 5 سنوات بلغ 42 طالبا ما يعادل نسبة 42%، بينما بلغ عدد الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة 09 طلاب ما يعادل 09%.

يعود سبب استخدام أغلب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي من سنة إلى 5 سنوات إلى أهمية هذه المواقع بين الوسط الطلابي باعتبارهم الفئة الأكثر تحكما ووعيا بتكنولوجيا الحديثة، بالإضافة إلى انتشارها بشكل واسع في الجزائر في السنوات الأخيرة.

الجدول رقم (07): يبين الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيون أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
هاتف نقال	87	91%
جهاز الحاسوب	07	07%
لوح اليكتروني	02	02%
المجموع	96	100%

بين الجدول أعلاه أن معظم أفراد عين البحث يستخدمون الهاتف المحمول أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهم 87 مفردة من أصل 96 مفردة أي ما يعادل 91% بينما بلغ عدد المستخدمين لجهاز الحاسوب 7 مفردات ما يعادل نسبة 7%، في حين بلغ عدد المستخدمين للوح الإلكتروني مفردتين فقط أي ما يعادل نسبة 2%.

يعود سبب استخدام أغلبية الطلبة الهاتف النقال كوسيلة لتصفح المواقع التواصل الاجتماعي إلى كونه متوفر لدى كل الطلبة، بالإضافة ما يتميز به من خصائص فهو صغير الحجم وسهل الحمل والاستخدام، وقد برز الإقبال الكبير على اقتناء الهواتف الذكية واستعمالها في التصفح المختلف مواقع الاليكترونية بعد إطلاق خدمة جيل الرابع في الجزائر، حيث أصبح بإمكان الطالب التصفح الشبكات الاجتماعية في أي مكان وزمان بكل

سهولة بتكلفة منخفضة، بدلا من أجهزة الحاسوب التي يصعب استخدامها في كل مكان نظرا لكبر حجمها وصعوبة التنقل بها.

الجدول رقم (08): يبين المدة التي يستغرقها الطلبة خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
13%	12	أقل من ساعة
37%	36	من ساعة إلى ساعتين
50%	48	أزيد من ساعتين
100%	96	المجموع

يوضح الجدول أعلاه عدد ساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت نتائج الاحصائيات أن أغلبية والذي بلغ عددهم 48 مفردة أي ما يعادل نسبة 50% يقضون أزيد من ساعتين في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، بينما يتصفح 36 مبحثا مواقع الاليكترونية لأزيد من ساعتين ما يعادل نسبة 37% في حين نجد 12 مبحثا يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة في اليوم التي قدرت نسبتهم بـ 13%.

يعود سبب تصفح 50% من الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لأكثر من ساعتين إلى أهمية هذه المواقع في حياتهم اليومية وما تحققه لهم من اشباع لرغباتهم المتنوعة من تواصل مع الأصدقاء وتسلية وترفيه، بالإضافة إلى الإطلاع على مختلف الأخبار والأحداث اليومية وكذا تبادل المعلومات والمعارف في كافة المجالات وبالتالي لا يشعر الطالب أثناء التصفح بمرور الوقت أو لا يعيره أي اهتمام، أما بالنسبة للطلبة الذين يستغرقون أقل من

ساعة في التصفح فقط يرجع ذلك إلى انشغالهم بدراساتهم أو بأعمال واهتمامات أخرى، أو بسبب تذبذب في شبكة الأنترنت.

الجدول رقم (09): يبين استخدام الطلبة الجامعيين لاسمهم الحقيقي في التواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	59	62%
لا	37	38%
المجموع	96	100%

تكشف معطيات الجدول رقم 09 أن غالباً المبحوثين يستخدمون اسمهم الحقيقي في التواصل عبر منصات التواصل الاجتماعي والذي قدر عددهم بـ 59 مبحوثاً من أصل 96 مبحوثاً أي ما يعادل نسبة 62% في حين أن عدد المبحوثين الذين يستخدمون اسماً مستعاراً في التواصل عبر الشبكات الإلكترونية قدر بـ 37 مبحوثاً ما يعادل نسبة 38%.

يمكن تفسير استخدام الطلبة الجامعيين لاسمهم الحقيقي أثناء تصفح الموقع الإلكتروني إلى إبراز شخصياتهم وتعريف بأنفسهم لآخرين من أجل معرفة أناس جدد لبناء علاقات جديدة معهم وكذا لطرح آراءهم وأفكارهم الشخصية والدفاع عنها بكل جرأة دون حاجة لتخفي خلف أسماء مستعارة، أما فيما يخص الطلبة الذين يستخدمون اسماً مستعاراً قد يعود سبب ذلك إلى تجنب التعرف عليهم من طرف الآخرين ما قد يوفر لهم الحرية أكثر في إبداء الآراء وحمائيتها خوفاً من أن يحاسبوا عليها، وكذا لتجنب محاولات اختراق حسابهم.

الجدول رقم (10): يبين سبب استخدام الطلبة لاسم الحقيقي في تواصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
37%	21	سهولة العثور عليك
46%	28	إعطاء مصداقية لحسابك
17%	10	إبراز مواقفك وآراءك الشخصية
100%	59	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن 28 مبحوثاً من أصل 59 مبحوثاً ما يعادل نسبة 46% يستخدمون اسمهم الحقيقي في التواصل عبر التواصل الاجتماعي وذلك لإعطاء مصداقية لحسابهم وهي النسبة الأكبر، بينما نجد 21 مبحوثاً بالنسبة 37% يستخدمون اسمهم الحقيقي لتسهيل العثور عليهم، في حين أن 10 مبحوثين ما يعادل نسبة 17% يستخدمون اسمهم الحقيقي في التواصل وذلك لإبراز مواقفهم الشخصية.

يعود سبب تصفح أغلب المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي لاستخدام اسمهم الحقيقي لإعطاء مصداقية لحسابهم وهذا من أجل فرض شخصيتهم الحقيقية وتعريف بأنفسهم وكسب ثقة الآخرين وتجنب الشكوك التي قد تدور حولهم والتواصل بأريحية معهم.

المحور 03: اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية.

الجدول (11): يبين اهتمام المبحوثين بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر المواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	87	91%
لا	09	09%
المجموع	96	100%

يبين الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة الذين بلغ عددهم 87 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل نسبة 91% يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما نجد 09 مفردات من أصل 96 مفردة ما يعادل نسبة 19% لا يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يعود سبب اهتمام الطلبة الجامعيين بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية إلى مدى أهمية هذه المواقع وقدراتهم في إعطاء أكبر قدر من المعلومات السياسية بالإضافة إلى أنها تسمح لهم بمناقشة أهم أحداث والقضايا السياسية ما يؤدي تنمية ثقافتهم السياسية.

الجدول رقم (12): يبين درجة اهتمام الطلبة الجامعيين بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر الموقع الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
منخفضة	10	%12
متوسطة	50	%57
عالية	27	%31
المجموع	87	%100

تكشف لنا الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة بحيث بلغ عددهم 50 مفردة من أصل 87 مفردة ما يعادل %57 أما الباحثين الذين يبحثون بمتابعة المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي فقد بلغ عددهم 27 مفردة ما يعادل %31 في حين نجد 10 مفردات ما يعادل نسبة %12 يهتمون بمتابعة بالمواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة.

يعود سبب اهتمام أغلب الباحثين بمتابعة المواضيع المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة إلى ما تتميز به هذه المواقع من سرعة آنية في نقل الأخبار ومعلومات السياسية فور وقوعها وإصالها إلى أكبر عدد ممكن من المتصفحين وبالتالي تزويدهم هذه المعلومات السياسية كانوا يجهالونها سابقاً، إلا أنها لا يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية بدرجة عالية، لأنهم قد يفضلون متابعة مواضيع أخرى مثل المواضيع الثقافية الترفيهية والرياضية أو تمضية أوقاتهم في الدردشة مع الآخرين.

الجدول رقم (13): يبين طبيعة المواضيع التي يتابعها المبحوثون عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
16%	24	محلية
49%	75	وطنية
13%	19	عربية
22%	34	عالمية
100%	152	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن طبيعة المواضيع السياسية التي يتابعها المبحوثين عبر المواقع الإلكترونية هي المواضيع الوطنية بدرجة الأولى فقد بلغت نسبة متابعيها 49% تليها مواضيع السياسة العالمية إذ بلغت نسبتها 22% أما المواضيع المحلية فقد بلغت نسبة متابعيها 16%، فحين أن نسبة متابعة المبحوثين السياسية العربية بلغت الدرجة أدنى حيث قدرت بـ 13%.

يعود سبب متابعة عدد المبحوثين للقضايا السياسية الوطنية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى قدرة هذه المواضيع إلى تعميق الشعور بالمسؤولية إزاء القضايا السياسية التي تجري في الساحة الوطنية.

الجدول رقم (14): يوضح تفاعل الطلبة مع موضوعات السياسة عبر الشبكات الاجتماعية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	74	77%
لا	22	23%
المجموع	96	100%

يوضح الجدول أن أغلب العينة يتفاعلون مع المواضيع السياسية عبر المواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ عددهم 74 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل 77%، فحين نجد أن ما يعادل نسبة 23% من العين البحث التي تتفاعل مع المواضيع السياسية عبر المواقع الإلكترونيّة.

يمكن تفسير تفاعل أغلب المبحوثين ما ينشر من مواضيع سياسية إلى مدى أهمية هذا النوع من المواضيع بالنسبة لهم إضافة إلى ذلك فإن هذا الموقع تمنحهم الحرية في التعليق والتجاوب في الموضوعات السياسية.

الجدول رقم (15): يوضح طبيعة تفاعل الطلبة الجامعيين لمواضيع السياسة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نشر الصور والفيديوهات	17	14%
قراءة مشاركات الأصدقاء	24	20%
التعليقات على منشورات	59	49%

21	17%	مشاركة المنشورات مع الأصدقاء
121	100%	المجموع

يبين الجدول رقم (15) أن 59 مفردة من أصل 121 ما يعادل نسبة 49% يتفاعلون مع الموضوعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق على المنشورات في حين أن 24 مفردة من أصل 121 ما يعادل نسبة 20% يتفاعلون مع موضوعات السياسية بقراءة شركات الأصدقاء، ثم يليها الأفراد الذين يتفاعلون بمشاركة المنشورات مع الأصدقاء حيث بلغ عددهم 21 مفردة من أصل 121 مفردة ما يعادل نسبة 17% في حين نجد أن 17 مفردة يعادل 14% يفضلون التفاعل مع الموضوعات.

يمكن تفسير أفراد العائلة مع المواضيع السياسية المنشورة عبر المواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق على المنشورات إلى اعتبار نمط الاتصالي التفاعلي يتيح الفرصة للمبحوثين عن وجهة نظرهم.

الجدول رقم (16): يبين الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاحتمالات
25%	62	النية والفورية في نقل الأحداث
20%	51	الاطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات السياسية
12%	30	التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي العام حول مختلف القضايا السياسية
4%	9	التعرف على الشخصيات السياسية

58	23%	الاطلاع على فضائح السياسيين والفساد الإداري
40	16%	متابعة الأحداث السياسية نصا وصوتا وصورة
250	100%	المجموع

يبين لنا الجدول أن نسبة 25% بأفراد العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية بسبب ما توفره من آنية وفورية في نقل الأحداث نجد نسبة 23% من المبحوثين أوضحت أن دافع اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات السياسية هو الإطلاع على فضائح السياسيين والفساد الإداري يليها دافع الإطلاع على مختلف الأخبار المعلومات السياسية الوطنية والدولية بنسبة بلغت 20% ثم دافع متابعة الأحداث السياسية نصا وصوتا وصورة بنسبة 16% في حين أن دافع التفاعل والمشاركة في إبداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية قدر بنسبة 12% وأخيرا دافع التعرف على الشخصيات السياسية والذي يقدر بالنسبة 4% فقط.

يفسر ظهور أعلى نسبة لدافع الآنية والفورية وفي نقل الأحداث والمعلومات السياسية إلى أن الطلبة يعتبرون المواقع مصدر مهما في الاطلاع على آخر الأخبار والمستجدات الراهنة فور وقوعها.

الجدول رقم (17): يبين تأثير المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الآراء الجامعيين اتجاه قضية سياسية معينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	65	68%
لا	31	32%
المجموع	96	100%

يكشف لنا الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة يرون أن المنشورات عبر المواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في آرائهم اتجاه قضية سياسية معينة حيث بلغ عددهم 65 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل 68% بينما نجد 31 مفردة من أصل 96 ما يعادل 32% يؤكدون على عدم تأثير المنشورات عبر الشبكات الاجتماعية في آرائهم اتجاه قضية سياسية معينة.

يعود سبب تأثير المنشور عبر المواقع التواصل الاجتماعي في آراء الباحثين اتجاه أي قضية سياسية إلى ثقتهم بها تقوم بنشره هذه الشبكات من المواضيع السياسية جد مهمة بنسبة لرأي العام.

الجدول رقم (18): يوضح طبيعة تأثير المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في آراء المبحوثين اتجاه قضية سياسية معينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
تعديل	13	20%
تدعيم موقفك	41	63%
تغيير موقفك	11	17%
المجموع	65	100%

يوضح لنا الجدول أن أغلبية أفراد العينة الذي بلغ عددها 41 مبحوث من أصل 65 مبحوث ما يعادل نسبة 63% يرون أن المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تدعيم مواقفهم اتجاه قضية سياسية معينة بينما نجد 13 مبحوثا ما يعادل نسبة 20% يؤكدون على أن الفضاءات الاليكترونية تساهم في تعديل مواقفه اتجاه قضية سياسية ما في حين نجد أن 11 مبحوث ما يعادل 17% يرون أن منشورات ساهمت في تغيير مواقفهم اتجاه قضايا سياسية المختلفة.

سبب تأثير أفراد العينة بالمنشورات المتداولة والتي غيرت اتجاه مواقفهم في القضايا السياسية المعينة إلى قدرة هذه المواقع في التأثير على قناعتهم الشخصية إزاء هذه القضايا.

الجدول رقم (19): يوضّح كفاية المعلومات السياسية المقدّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
85%	82	غير كافية
15%	14	كافية
100%	96	المجموع

يكشف لنا الجدول رقم (23) أنّ معظم أفراد العيّنة والذي بلغ عددهم 82 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل (85%) يؤكدون على أنّ المعلومات السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي غير كافية، بينما نجد 14 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل (15%) يرون أنّ المعلومات السياسية التي تقدمها الشبكات الاجتماعية كافية.

يعود سبب اتفاق أغلبية المبحوثين على أنّ المعلومات السياسية المقدّمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير كافية إلى عدم اقتناعهم بكل المعلومات السياسية المنشورة عبر هذه المواقع، حيث لا توجد حرفية في نقل الأخبار خصوصاً مع انتشار ما يعرف بثقافة الاستسهال في نشر المعلومات من قبل هواة، فقد تنشر إشاعات وأخبار مفبركة لا أساس لها من الصّحة لما يستوجب التحري من مصداقيتها ومدى دقتها عن طريق الإعلام التقليدي لأنّه يعتمد على مصادر رسميّة في جلب المعلومات التي يقدّمها.

الجدول رقم (20): يبيّن ثقة المبحوثين بالمعلومات السياسيّة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
60%	58	لا
40%	38	نعم
100%	96	المجموع

يكشف لنا الجدول أعلاه أنّ 58 مبحوثاً من أصل 96 مبحوثاً أي ما يعادل نسبة (60%) لديهم ثقة في المعلومات السياسيّة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بينما نجد 38 مبحوثاً ما يعادل نسبة (40%) لا يتقنون في المعلومات السياسيّة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يعود سبب ثقة أغلبية المبحوثين في المعلومات السياسيّة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنّ هذه المواقع لا تنتمي إلى أيّ جهة سياسيّة وبالتالي فهي تنتشر الأخبار والمعلومات السياسيّة الغير مسبوقه بشكل مباشر وأيّ صوتاً وصورة دون تستر عن حقائقها ومجريات أحداثها، كما أنّها تنتج المجال للنقاش وإبداء الرأي حول المعلومات المنشورة وتوضيح الغموض إن وجد، وذلك بالإجابة على الاستفسارات المطروحة عن طريق التعليقات، وبالتالي تمكن الطلبة من فهم الواقع السياسي وبناء موقف أو وجهة نظر حوله.

الجدول رقم (21): يبين مدى ثقة المبحوثين بالمعلومات السياسيّة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
منخفضة	8	8%
متوسطة	50	52%
عالية	00	00%
المجموع	58	100%

تكشف المعطيات الإحصائية للجدول أعلاه أنّ غالبية المبحوثين والذي بلغ عددهم 50 مبحوثاً من أصل 58 مبحوثاً أي ما يعادل نسبة (52%) لديهم ثقة في المعلومات السياسيّة المنشورة بدرجة متوسطة، بينما نجد 8 مبحوثين من أفراد العينة يثقون بالمعلومات السياسيّة المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة، في حين أنّه لا يوجد من المبحوثين من يثق بالمعلومات السياسيّة المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية.

يعود سبب وقوف أغلب المبحوثين في المعلومات السياسيّة المقدمة عبر صفحات التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة إلى تمتع هذه الصفحات بهامش واسع من الحرية وبالتالي غياب الرقابة والقوانين الضابطة للنشر ما قد يؤدي إلى نشر أخبار ومعلومات سياسيّة مجهولة المصدر تحتمل الصدق كما تحتمل الكذب، لذا لا يستطيع الطالب الواعي أن يثق في هذه المعلومات ثقة عالية حيث يبقى على حذر منها إلى غاية التأكد من مصدرها ومصداقيتها، تفادياً للوقوع في التّغليب والتّضليل الإعلامي.

المحور 04: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

الجدول رقم (22): يبيّن مناقشة المبحوثين للقضايا والأحداث مع الآخرين أثناء تصفّحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	72	%75
لا	24	%25
المجموع	96	%100

تكشف معطيات الجدول أعلاه أنّ 72 من أفراد العيّنة من أصل 96، ما يعادل نسبة (75%) يناقشون القضايا والأحداث السياسيّة مع الآخرين أثناء تصفّحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، بينما نجد أنّ 24 مبحوثاً ما يعادل نسبة (25%) لا يناقشون القضايا والأحداث السياسيّة مع الآخرين أثناء تصفّحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

يعود سبب مناقشة الطّلاب للقضايا والأحداث السياسيّة مع الآخرين أثناء تصفّحهم لمواقع التواصل الاجتماعي لمحاولة معرفة أبرز الأخبار والأحداث السياسيّة الوطنيّة والدولية، وأهم القرارات التي تتخذها الدولة في الشأن السياسي، وذلك لتكوين صورة ذهنية عن الأوضاع السياسيّة المعيشة، وكذا معرفة آراء الآخرين ووجهات نظرهم حول هذه الموضوعات، وهل هم يتشاركون مع بعضهم البعض في نفس المعلومات أم أنّ هناك ما لا يعرفونه حولها، حيث يقيّمون أنفسهم ويستفيدون من هذه المناقشة بتصحيح وجهات نظرهم أو معلوماتهم ما يؤدي إلى تنمية ثقافتهم السياسيّة.

الجدول رقم (23): يبيّن ظروف مناقشة الطلبة للقضايا والأحداث السياسية مع الآخرين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
10%	7	دائما
85%	61	أحيانا
5%	4	نادرا
100%	72	المجموع

يبيّن الجدول أعلاه أنّ أغلب المبحوثين والذي بلغ عددهم 61 من أصل 72، ما يعادل نسبة (85%) يناقشون مع الآخرين حول القضايا والأحداث السياسيّة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، من حين لآخر، بينما نجد أنّ 7 مبحوثين ما يعادل نسبة (10%)، يناقشون مع الآخرين حول المواضيع السياسيّة بصفة دائمة، في حين نجد أنّ 4 مبحوثين ما يعادل نسبة (5%) نادرا ما يتناقشون مع الآخرين حول الشأن السياسي أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

يعود سبب مناقضة الطلاب للقضايا والأحداث السياسيّة مع الآخرين من حيثن لآخر إلى الاحتكاك الكثير بصفحات التّواصل الاجتماعي، ما جعلهم يتفاعلون مع ما تنشر من أحداث ومواضيع سياسية من خلال التّعليق عليها ومناقشة أحداثها وإبداء آرائهم الشخصيّة حولها، لكن هذا راجع إلى طبيعة الموضوع السياسي وأهميته بالنسبة إليهم لذلك فهم يناقشون الأحداث والقضايا السياسيّة أحيانا وليس بصفة دائمة.

الجدول رقم (24): يبيّن رأي المبحوثين حول مواقع التواصل الاجتماعي وفتحها المجال للتعبير بحرية عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسيّة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	58	60%
لا	38	40%
المجموع	96	100%

تكشف معطيات الجدول أعلاه، أنّ 58 مبحوثاً من أصل 96، ما يعادل نسبة (60%) يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي مكنتهم من التعبير بكلّ حرية عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسيّة، في حين نجد أنّ 38 مبحوثاً، أي ما يعادل (40%) يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تفتح لهم المجال للتعبير بحرية عن القضايا والأحداث السياسيّة.

يعود سبب رؤية معظم المبحوثين بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي مكنتهم من التعبير عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسيّة إلى ما وفّرتهم المواقع من حرية واسعة في إبداء الأفكار والآراء حول مختلف القضايا والأحداث ومناقشتها بكلّ صراحة وشفافية وإظهار تأييدهم أو معارضتهم للسلطة دون خوف من أيّ جهة كانت، وذلك لعدم خضوع هذه المواقع للرقابة حيث يصعب السيطرة عليها، بسبب ما قدمه من كمّ هائل من المعلومات السياسيّة.

الجدول رقم (25): يوضح مساهمة الشبكات الاجتماعية في دفع الطلبة للمشاركة السياسيّة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	39	41%
لا	57	59%
المجموع	96	100%

تكتشف لنا لغة الأرقام في الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين والذي بلغ عددهم 57 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل 59 لا تدفعهم مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة السياسية لأنهم ربما غير مؤهلين سياسيا بينما نجد 39 مفردة من أصل 96 ما يعادل 41 يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تدفعهم للمشاركة السياسية.

يمكن تفسير هذه المعطيات التي تبين أن أغلب أفراد العينة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تدفعهم لأي مشاركة سياسية وذلك راجع لعدم ميولهم لمثل هذه المجالات السياسية وربما راجع لعدم اقتناعهم بالطريقة التي تتبعها الفضاءات الالكترونية في طرح مناقشة هذا النوع من المواضيع خاصة وأن مجال السياسة من بين المجالات الجد حساسة التي تخص شؤون الدولة.

الجدول رقم (26): يوضح طبيعة المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الانخراط في الأحزاب السياسية	1	3%
المشاركة في الانتخابات	11	22%

المشاركة في نقاشات سياسية	21	54%
العزوف عن الانتخابات	6	15%
المجموع	39	100%

الجدول رقم (27): يوضح مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى أفراد العينة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	70	73%
لا	26	27%
المجموع	96	100%

تبين الأرقام أن معظم المبحوثين والذي بلغ عددهم 70 مفرد من أصل 96 مفرد أي ما يعادل نسبة 73% يرون أن المواقع تساهم في تنمية وعيهم السياسي بينما نجد 26 مفردة من أصل 96 ما يعادل نسبة 27% يؤكدون مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لديهم.

يعود سبب تأكد أغلب أفراد العينة على أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل أو بآخر في تنمية وعيهم السياسي إلى الوظائف التي تقوم بها هذه المواقع كالتوعية والتثقيف السياسيين من خلال ما تنشره من مواضيع سياسية تمس الرأي العام.

الجدول رقم (28): يبين أكثر المواقع الاجتماعية تأثيرا في تنمية الوعي السياسي حسب رأي المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة
فيسبوك	68	71%
تويتر	8	8%
يوتوب	13	14%
انستغرام	7	7%
المجموع	96	100%

تكشف الأرقام الإحصائية في الجدول أعلاه أنّ معظم الطلبة المبحوثين والذي بلغ عددهم 68 مبحوثا من أصل 96 مبحوثا ما يعادل نسبة 71% أجمعوا على أنّ الفيسبوك هو أكثر المواقع تأثيرا في تنمية الوعي السياسي، بينما نجد تقارب في نسب المبحوثين المتبقين حول رأيهم في أكثر المواقع تأثيرا في تنمية الوعي السياسي، حيث يرى 13 مبحوثا ما يعادل نسبة 14% أنّ اليوتيوب هو أكثر المواقع تأثيرا في تنمية الوعي السياسي، أما 8 مبحوثين ما يعادل 8% فيرون أنّ تويتر يعتبر الموقع الأكثر تأثيرا في تنمية الوعي السياسي، بينما نجد أنّ 7 مبحوثين ما يعادل نسبة 7% يرون أنّ موقع الأنستغرام هو أكثر المواقع تنمية للوعي السياسي.

يعود سبب اختيار أغلب المبحوثين لموقع الفيسبوك كأكثر المواقع تأثيرا في تنمية الوعي السياسي إلى أنّ الفيسبوك يمثل رصيذا إخباريا هاما نظرا لما ينقله من معلومات سياسية حول مختلف القضايا والأحداث والتي لا يمكن مجاراتها من قبل المواقع الإلكترونية

الأخرى، وهذا لما يتميز به من سرعة وسهولة الاستخدام وكذا توفير إمكانية التفاعل ومناقشة القضايا السياسية المطروحة وتحليلها وتفسيرها وذلك بالتعبير عن آرائهم حولها بكل حرية ودون أي قيود، لذا فقد تمكن الفايسبوك من خلق نضج سياسي بين الأفراد وعزز الشعور لديهم بضرورة القيام بتغيير سياسي جذري والذي جسد في حراك 22 فيفري 2019.

الجدول رقم (29): يوضح اقتراحات المبحوثين لتنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

النسبة	التكرار	الاحتمالات
66%	63	فتح المجال أمام الطلبة لتعبير عن رأيهم السياسي
34%	33	إدراج مادة الثقافة السياسية ضمن البرنامج السنوي
100%	96	المجموع

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين والذي بلغ عددهم 63 مفردة من أصل 96 مفردة ما يعادل نسبة 66% يرون أن الاقتراحات الأمثل لتنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين يكون من خلال فتح المجال أمام الطلبة لتعبير عن رأيهم السياسي، في حين نجد 33 مفردة ما يعادل 34% اختاروا إدراج ثقافة السياسة ضمن البرنامج السنوي كأفضل اقتراح.

يرى معظم المبحوثين أن فتح المجال أمام الطلبة لتعبير عن رأيهم السياسي يساهم في تنمية وعيهم السياسي وذلك بإعطائهم فرصة مناقشة القضايا وأحداث السياسية.

2- النتائج الميدانية للدراسة:

توصّلنا في هذه الدراسة التي تمحورت حول موضوع "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" إلى عدة نتائج من أهمها:

- أنّ جميع أفراد العينة يمتلكون حسابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لما أتاحتها هذه المواقع من إمكانية التواصل وتبادل الآراء والأفكار والاطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات.

- أظهرت لنا هذه الدراسة أنّ معظم أفراد العينة لديهم حساب عبر الفيسبوك.

- كشفت لنا الدراسة أنّ الهاتف النقال هو الوسيلة التي يعتمد عليها غالبية الطلبة أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لسهولة استخدامه وتوفيره خدمة تصفح الانترنت، كما أنّهم يفضلون التصفح ليلا وذلك لانشغالهم في فترة النهار واعتبار الفترة الليلية فترة راحة.

- أثبتت الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يفضلون متابعة القضايا السياسية ذات الطابع الوطني وذلك لمعرفة أهم المستجدات التي تجري في الساحة الوطنية.

- أوضحت لنا الدراسة أنّ أغلب أفراد العينة يتفاعلون مع الموضوعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليق على المنشورات وذلك لإبراز آرائهم واتجاهاتهم حول هذه الموضوعات.

- أكّدت الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية بدافع ما تتمتع به من آنية وفورية في نقل الأحداث السياسية.

- بيّنت لنا الدراسة أنّ المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في آراء أغلب المبحوثين اتجاه قضية سياسية وذلك بتدعيم موقفهم اتجاه هذه القضية.
- أظهرت لنا الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يثقون في المعلومات السياسية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي عوضت الإعلام التقليدي في نشر المعلومات السياسية وذلك لما وفرته من سرعة نقل الأحداث السياسية لحظة وقوعها نصا وصوتا وصورة، بالإضافة إلى أنها كسرت النمط أحادي الاتجاه للإعلام التقليدي، حيث أتاحت إمكانية التفاعل مع هذه المعلومات وإبراز الآراء الشخصية حلها.
- أكّدت لنا الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يناقشون القضايا والأحداث السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لما لديهم من اهتمامات مشتركة حول الشأن السياسي.
- كشفت الدراسة أنّ المنشورات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على القرار الانتخابي لدى أغلب المبحوثين.
- بيّنت لنا هذه الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لهم المجال للتعبير بحرية عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسية.
- كشفت هذه الدراسة أنّ معظم الطلبة المبحوثين زادت درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي منذ بداية الحراك الشعبي في 22 فيفري 2018 وهذا راجع إلى ما وفرته من تغطية واسعة لأحداث هذا الحراك السياسي.
- أثبتت لنا هذه الدراسة أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية الوعي السياسي لدى معظم الطلبة الجامعيين وخصوصا الفيسبوك الذي يعد من أكثر المواقع تأثيرا في تنمية الوعي السياسي.

3- مناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

3-1 مناقشة النتائج الميدانية في ضوء الفرضيات:

بعد جمع وتبويب البيانات وتحليلها، خلصنا بالدراسة الميدانية إلى النتائج التالية:

أ- عرض نتائج الفرضية (01):

- يستخدم معظم الطلبة الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي

للتأكد من مدى صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

✓ يكشف الجدول رقم (04) أنّ جميع أفراد العينة يمتلكون حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ يكشف الجدول رقم (05) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي التي يمتلكها أفراد العينة هي: الفاييسبو، يوتيوب، تويتر والانستغرام.

✓ يكشف الجدول رقم (06) أنّ أغلب أفراد العينة يمتلكون حسابا عبر مواقع التواصل الاجتماعي منذ خمسة (5) سنوات.

• استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أن الفرضية الأولى تحققت، حيث أنّ معظم الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

ب- عرض نتائج الفرضية (02):

- يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:

- ✓ يكشف الجدول رقم (11) أنّ أغلب أفراد العينة يهتمون بمتابعة المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ يكشف الجدول رقم (16) أنّ معظم أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية لما تتميز به من آنية وفورية في نقل الأحداث السياسية.
- ✓ يكشف الجدول رقم (18) أنّ معظم أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية من حين إلى آخر.
- ✓ يكشف الجدول رقم (20) أنّ أغلب أفراد العينة يثقون في المعلومات السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

• استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أنّ الفرضية الثانية تحققت، حيث أنّ معظم الطلبة الجامعيين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات السياسية.

ج- عرض نتائج الفرضية (03):

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين اتجاهات سياسية لدى الطلبة الجامعيين

للتأكد من مدى صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:

- ✓ يكشف الجدول رقم (17) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تسهم في تكوين موقف سياسي لدى أغلب أفراد العينة.

✓ يكشف الجدول رقم (19) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تدفع أغلب أفراد العينة للمشاركة السياسية.

✓ يكشف الجدول رقم (21) أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على القرار الانتخابي لدى أغلب أفراد العينة.

• استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أنّ الفرضية الثالثة لم تحقق، حيث أنّ مواقع التواصل الاجتماعي لم تساهم في تكوين اتجاه سياسي لدى معظم الطلبة الجامعيين.

3-2- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة العلمية:

اعتمدنا في هذه الدراسة على مقاربة الاستخدامات والاشباعات حيث سناقش نتائج دراستنا بناء على فروض هذه المقاربة العلمية:

أ- عرض نتائج الفرضية (01):

- أعضاء الجمهور مشاركون إيجابيون وفعالون في عملية الاتصال الجماهيري، يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق إشباعات مقصودة تلبي توقعاتهم

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

✓ يكشف الجدول رقم (11) أنّ أغلب الطلبة المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة القضايا السياسية المنشورة.

✓ يكشف الجدول رقم (14) و(15) أنّ أغلب أفراد العينة يتفاعلون مع القضايا السياسية المنشورة عن طريق التعليق وإبداء آرائهم حول هذه القضايا.

✓ يكشف الجدول رقم (16) أنّ معظم الطلبة المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية وذلك بدافع الآنية والفورية في نقل

الأحداث السياسية، وكذا بغرض الإطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات السياسية الوطنية والدولية التي تلبى اهتماماتهم الشخصية.

✓ يكشف الجدول رقم (21) أن معظم المبحوثين رغم اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة المعلومات السياسية إلا أنهم لا يثقون في كل ما ينشر، حيث أنّ درجة ثقتهم في هذه المعلومات السياسية متوسطة.

✓ يكشف الجدول رقم (22) أنّ أغلب أفراد العينة يناقشون القضايا والأحداث السياسية مع الآخرين أثناء تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

• استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أنّ الفرضية الأولى تحققت، حيث أنّ معظم الطلبة الجامعيين مشاركون إيجابيون وفعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال الجماهيري لتحقيق اشباعات مقصودة تلبى توقعاتهم.

ب- عرض نتائج الفرضية (02):

- الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته، فالأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال من تستخدم الأفراد

للتأكد من مدى صحة الفرضية من عدمها نحاول استنتاج نتائج الاستمارة:

✓ يكشف الجدول رقم (05) أنّ أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك.

✓ يكشف الجدول رقم (07) أنّ معظم أفراد العينة يفضلون الاعتماد على الهاتف النقال كوسيلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

- ✓ يكشف الجدول رقم (12) أنّ أغلب الطلبة المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لكن بدرجة متوسطة ما يعني أنهم يتابعون المواضيع التي تشبع اهتماماتهم السياسية فقط.
 - ✓ يكشف الجدول رقم (13) أنّ معظم المبحوثين يفضلون متابعة المضامين السياسية الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - ✓ يكشف الجدول رقم (28) أنّ معظم أفراد العينة يرون بأن موقع الفيسبوك يعتبر من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً في تنمية الوعي السياسي.
- استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أنّ الفرضية الثانية تحققت، حيث أنّ معظم الطلبة الجامعيين يختارون الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاتهم، فالطلبة من يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال من تستخدم الطلبة.

ج- عرض نتائج الفرضية (03):

- تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتنوعة

للتأكد من صحة هذه الفرضية من عدمها نحاول استعراض نتائج الاستمارة:

- ✓ يكشف الجدول رقم (20) أنّ أغلب الطلبة المبحوثين يرون بأنّ مواقع التواصل الاجتماعي عوّضت الإعلام التقليدي في نشر المعلومات السياسية.
- ✓ يكشف الجدول رقم (26) أنّ معظم أفراد العينة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لهم المجال للتعبير بحرية عن آرائهم حول مختلف القضايا السياسية.

✓ يكشف الجدول رقم (28) أنّ أغلب الطلبة الجامعيين يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية الوعي السياسي لديهم.

• استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة أنّ الفرضية الثالثة تحققت، حيث أنّ وسائل الإعلام تتنافس مع مواقع التواصل الاجتماعي في إشباع الحاجات المتنوعة لمعظم الطلبة الجامعيين.

3-3- مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

سنحاول مناقشة النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة لمعرفة مدى التوافق بين نتائج كل منهما:

أ- عرض نتائج الدراسة السابقة (01):

- غالبية أفراد العينة يتابعون الإعلام التفاعلي لما يقدمه من سرعة في تغطية الأحداث والحرية والجرأة في تناول القضايا والموضوعات وهذا ما يفتقر إليه الإعلام التقليدي.
- يعتبر غالبية أفراد العينة أنّ الإعلام التفاعلي يشكّل لهم منبراً حياً لطرح قضايا دارفور السياسية.
- غالبية أفراد العينة يؤكدون أنّ وسائل الإعلام التفاعلي استطاعت أن تعزّز قناعاتهم السياسية في الأحداث والقضايا المتعلقة بدارفور.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا بنتائج هذه الدراسة السابقة نحاول عرض النتائج

الميدانية لموضوع بحثنا:

- أكدت دراستنا أن معظم أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية بدافع ما تتمتع به من آنية وفورية في نقل الأحداث السياسية، إضافة إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي عوضت الإعلام التقليدي حيث أتاحت إمكانية التفاعل مع الموضوعات السياسية وإبراز الآراء الشخصية حولها.
- بينت لنا الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يرون أنّ مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لهم المجال للتعبير بحرية حول مختلف القضايا والأحداث السياسية.
- أثبتت لنا نتائج دراستنا أنّ المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في آراء أغلب المبحوثين إتجاه قضية سياسية وذلك بتدعيم موقفهم إتجاه هذه القضية.

استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة من الدراسة السابقة لفاروق أحمد يحيى حسن أنها تتوافق مع نتائج دراستنا.

ب- عرض نتائج الدراسة السابقة (02):

- أكدت الدراسة أن جل الصحفيين الجزائريين لا يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار.
- غالبية الصحفيين يتقون بمواقع التواصل الاجتماعي بدرجة قليلة أو لا يتقون بها إطلاقاً.
- غالبية الصحفيين يفضلون المزج بين المصادر التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا بنتائج الدراسة السابقة نحاول عرض النتائج الميدانية لموضوع دراستنا:

- أكدت الدراسة أن معظم أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية.
- كشفت لنا الدراسة أن أغلب المبحوثين يتقنون في المعلومات السياسية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي عوّضت الإعلام التقليدي في نشر المعلومات السياسية.

❖ استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة من الدراسة السابقة لوبكر بوعزيز أنها لم تتوافق من النتائج المتحصل عليها في موضوع بحثنا.

ج- عرض نتائج الدراسة السابقة (03)

- بينت لنا الدراسة أنّ أفراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.
- أثبتت الدراسة أنّ أفراد العينة زاد استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي نتيجة لما يحدث في العراق.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا بنتائج الدراسة السابقة نحاول عرض النتائج الميدانية لموضوع بحثنا:

- أثبتت لنا هذه الدراسة أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية الوعي السياسي لدى معظم الطلبة الجامعيين.
- بينت لنا الدراسة أنّ المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر في آراء أغلب المبحوثين اتجاه قضية سياسية معينة.

❖ استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة من الدراسة السابقة لرأفت مهند عبد الرزاق أنها توافق مع نتائج موضوع بحثنا.

د- عرض نتائج الدراسة السابقة (04):

- تبين أنّ أغلب أفراد العينة لديهم حساب عبر الفايسبوك.
- أظهرت الدراسة أنّ أفراد العينة يفضلون الفترة المسائية وفترة الليل لتصفح حساباتهم.
- توصلت نتائج الدراسة إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل الوعي السياسي والفكري والثقافي للشباب في نظر أفراد العينة.

للتأكد من مدى توافق نتائج دراستنا بنتائج هذه الدراسة السابقة نحاول عرض النتائج الميدانية المتحصل عليها في موضوع بحثنا:

- بينت الدراسة أنّ أغلب الطلبة الجامعيين لديهم حساب عبر الفايسبوك.
- أظهرت لنا الدراسة أنّ معظم أفراد العينة يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ليلاً وهذا راجع لانشغالهم في فترة النهار واعتبار الفترة الليلية فترة راحة.

- كشفت لنا الدراسة أن أغلب المبحوثين يرون أنّ موقع الفايسبوك يعد من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيراً في تنمية الوعي السياسي.

❖ استنتاج:

نستنتج من خلال النتائج المستنبطة من الدراسة السابقة لهدار خالد أنها توافق مع نتائج دراستنا الميدانية.

خلاصة:

تناولنا في هذا الفصل الإطار التطبيقي للدراسة، حيث قمنا بتفريغ المعطيات المتحصل عليها من استمارة البحث في جداول إحصائية والتعليق عليها وتحليلها وتفسيرها والوصول إلى أهم نتائج الدراسة، ثم مناقشة هذه النتائج في ضوء الفرضيات والمقاربة العلمية وكذا في ضوء الدراسات السابقة.

خلصنا في الأخير إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين بفضل مواكبتها التطورات الحاصلة في الساحة السياسية من خلال ما تنتشره من معلومات وأخبار سياسية آنية وفورية سواء على الصعيد الوطني أو الدولي بالإضافة إلى ما أتاحتها من حرية الرأي والتعبير وذلك بتوفيرها عنصر التفاعل مع المنشورات والتعليق عليها ومناقشتها وإبراز مختلف الآراء والأفكار حولها.

الاستنتاجات العامة للدراسة:

بعد عرض النتائج الميدانية للدراسة ومناقشتها في ضوء الفرضيات والمقاربة العلمية والدراسات السابقة توصلنا إلى الاستنتاجات العامة التالية:

- يستخدم الطلبة الجامعيون مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأحداث السياسية، حيث يفضلون متابعة الأحداث السياسية الوطنية بالدرجة الأولى ويتفاعلون مع هذه الأحداث بشكل إيجابي من خلال مناقشتها مع الآخرين وإبراز آرائهم حولها.
- يعتمد الطلبة الجامعيون على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات السياسية بدافع ما توفره من آنية وفورية في نقل الأحداث وكذا تمكينهم من الاطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات السياسية الوطنية والدولية.
- استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي التفوق على وسائل الإعلام التقليدي في نشر الأخبار والمعلومات السياسية لأنها لا تنتمي إلى أي جهة سياسية وبالتالي فهي تنتشر الأحداث السياسية الغير مسبوقه بكل حقائقها دون التستر عن مجريات وقوعها.
- تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من فتح المجال أمام الطلبة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم حول مختلف القضايا والأحداث السياسية وإبراز وجهة نظرهم حولها دون خوف من أي جهة سلطوية كانت، وهذا راجع لانتعها بهامش واسع من الحرية وخضوعها لرقابة نسبية فقط عكس الإعلام التقليدي الخاضع لقيود قانونية لا يمكن الخروج عن إطارها.
- ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، حيث يعد الفايسبوك من بين أهم المواقع الاجتماعية تأثيرا في تنمية الوعي السياسي لما وفره من تغطية واسعة للأحداث السياسية والتي لا يمكن

مجاراتها من قبل المواقع الالكترونية الأخرى، فقد تمكن من توعية الشباب وخلق نضج سياسي لديهم وتعزيز شعورهم بالمسؤولية اتجاه الوطن ودفعهم للخروج عن صمتهم والمطالبة بالتغيير السياسي والذي جسد في حراك 22 فيفري 2018.

اقتراحات الدراسة:

في ضوء ما توصلنا إليه من نتائج قمنا بتقديم اقتراحات قد تسهم في تعزيز الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والتي سنوجزها فيما يلي:

- عدم استغلال حرية النشر والتعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في انتهاك خصوصية وحرية الآخرين والتشهير بهم.
- التعامل مع الأخبار والمعلومات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوعي من قبل المتلقين لتجنب الوقوع في فخ الزيف الإعلامي.
- يجب على كل الناشرين للمعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التحلي بالمعايير المهنية المتمثلة في نقل الأخبار بكل دقة وموضوعية والتحري عن مصدرها الرسمي قبل نشرها.
- تقرب السياسيين من الشعب وذلك بإنشاء حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي للاستماع لآراء المواطنين وانشغالاتهم والعمل على تلبية مطالبهم وإيجاد حلول لمشاكلهم.
- فتح المجال أمام الطلبة الجامعيين لمناقشة القضايا والأحداث السياسية بكل حرية من خلال عقد ملتقيات وندوات سياسية في الجامعات بحضور خبراء في الشأن السياسي وذلك من أجل العمل على زيادة ثقافتهم ووعيهم السياسي وفهم الأحداث والأزمات المحيطة بهم ومواجهتها بطرق وأساليب واعية وعقلانية.

خاتمة

حاولت هذه الدراسة الموسومة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين" تسليط الضوء على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها الظاهرة الأبرز في عالمنا اليوم، والدور الفعّال الذي تلعبه هذه الأخيرة في تزويد فئات المجتمع بالمعلومات السياسية المختلفة، خاصة فئة الطلبة الجامعيين باعتبارها الفئة الأكثر تأثيراً في أي مجتمع لما تمثله من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير، فلم تعد الشبكات الاجتماعية مجرد فضاءات للتواصل، بل أضحت أحد أهم وسائل التغيير الاجتماعي والسياسي، حيث أتاحت الفرصة للطلبة لنقل انشغالاتهم وتطلعاتهم والتعبير عن أفكارهم وإبداء آرائهم حول مختلف القضايا والأحداث السياسية ومناقشتها بكل حرية.

سعت هذه الدراسة للتعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، كون أنّ هذه المواقع أصبح لها تأثير كبير على الشباب من خلال ما تنقله من أحداث إخبارية ومضامين سياسية مختلفة، لذلك فقد ركزت على معرفة الدوافع السياسية لاستخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي والاشباعات المحققة منها، بالإضافة إلى التعرف على مدى مساهمة هذه المواقع في التأثير على الآراء السياسية لهؤلاء الطلبة.

توصلت هذه الدراسة إلى أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تنمية الوعي السياسي لدى معظم الطلبة الجامعيين، وخصوصاً الفايسبوك الذي يعد من أكثر المواقع تأثيراً في تنمية الوعي السياسي، حيث يستخدمه الطلبة لمتابعة الأحداث السياسية الوطنية بالدرجة الأولى ويتفاعلون مع هذه الأحداث بشكل إيجابي من خلال مناقشتها مع الآخرين وإبراز آرائهم حولها بكل حرية، ما مكّن من توعية الشباب وخلق نضج سياسي لديهم.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القواميس والمعاجم:

1. أحمد حسين اللقائي وعلي الجمل، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 1996.
2. فرج عبد الله طه وآخرون، معجم علم النفس والتحليل النفسي، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.
3. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1997.

ثانياً: الكتب

4. رضوان بلخوي، مدخل إلى الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
5. محمد منصور، تأثير شبكات التواصل على الجمهور المتلقين، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، 2012.
6. خالد خميس السحاتي، الدور المدني للجامعات "قراءة أولية في الأدبيات"، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2017.
7. عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000.

8. سوزان بلاكمور، الوعي مقدمة قصيرة جدا، ترجمة: محمد فؤاد، ط1، مؤسسة هنداوي للتعليم والثقافة، مصر 2016.
9. محمد إبراهيم عبد، الهوية والقلق والإبداع، دار القاهرة، القاهرة، 2002.
10. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
11. السيد عبيد وماجد بهاء الدين، وقفة مع الخدمة الاجتماعية، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
12. صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي للجامعيين، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
13. حسان الجيلاني وبلقاسم سلاطنية، محاضرات في المجتمع والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 25.
14. عزيز داوود، مناهج البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، 2006.
15. عمار بوحوش ومحمد الديبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2009، ص 139.
16. محمد محمد قاسم، المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1999.

17. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي والعلوم الإنسانية، ط2، دار النمير، دمشق، سورية، 2004.
18. أحمد بن مرسل، منهاج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2007.
19. إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج، مناهج وطرق البحث العلمي، ط2، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
20. جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
21. زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، غزة، فلسطين، 2010.
22. حسان الجيلاني وبلقاسم سلاطنية، أسس البحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية، بن عكنون، الجزائر، 2009.
23. محمد وليد البطش وفريد كامل أبوزينة، مناهج البحث العلمي، تصميم البحث والتحليل الإحصائي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2007.
24. خالد أحمد فرحان المشهداني وعبد الخالق عبد الله العبيدي، مناهج البحث العلمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
25. 1 محمد عبيدات، منهجية البحث العلمي "القواعد والمراحل والتطبيقات"، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص 96.

26. حس عماد مكاوي وعاطف عدني العبد، نظريات الإعلام، د.د، القاهرة، 2007.
27. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
28. سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
29. مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
30. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
31. حسين محمود هشيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
32. جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية "من القبيلة إلى الفيسبوك"، ط1، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي، 2013.
33. مركز الدراسات الاستراتيجية، المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، جامعة عبد العزيز، السعودية، 2012.
34. معز بن مسعود، شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس في العالم العربي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس، 2015.

35. رائدة عاشور عبد العزيز، دور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تدعيم الصورة الإعلامية لرئيس الدولة في ظل اندلاع الثورات العربية، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، 2015.
36. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفاليس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
37. عطا الله بن فهد السرحاني، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في مكافحة الإرهاب، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، الرياض، 2013.
38. ليلي أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
39. عبد الرزاق الدليمي، صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
40. مصطفى محمد موسى، الإرهاب الإلكتروني، ط1، دار الكتب والوثائق القومية المصرية، مصر، 2009.
41. إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
42. سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، ط1، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
43. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط1، مؤسسة طية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

44. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
45. شفيق حسين، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن، القاهرة، 2014.
46. جبريل بن حسن العريشي وسلمى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، الشبكات الاجتماعية والقيم "رؤية تحليلية"، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
47. وسام كمال، الاعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
48. كاظم شنون المقدادي، الإعلام الدولي والجديد وتصعد السلطة الرابعة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
49. ياسر خضر البياتي، الإعلام الجديد "الدولة الافتراضية الجديدة"، ط1، دار البديا ناشرون وموزعون، 2014.
50. حارث عبود ومزهر العاني، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، ط1، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
51. عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
52. صالح العلي، مهارات التواصل الاجتماعي "أسس ومفاهيم وقيم"، ط1، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

53. محمد عبد الواحد حجازي، الوعي السياسي في العالم العربي، ط1، دار الوفاء
لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
54. عمار حمادة، الوعي السياسي، ط1، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع،
بيروت، لبنان، 2005.
55. صابر عبد ربه، الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي، دار الوفاء لدنيا
الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002.
56. عامر رضوان أبو ضاوية، التنمية السياسية في البلاد العربية والخيار
الجماهيري، ط1، دار الرواد، طرابلس، ليبيا، 2002.
57. رضا محمد هلال، التعليم والتنشئة السياسية في العالم العربي، معهد البحرين
للتنمية السياسية، البحرين، 2015.
58. عزيز عبده، الإعلام السياسي والرأي العام، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع،
القاهرة، 2004.
59. عبد الفتاح ياغي، الحكومة والإدارة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية، ط1،
دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2012.
60. ثناء فؤاد عبد الله، مستقبل الديمقراطية في مصر، ط1، مركز دراسات الوحدة
العربية، بيروت، 2005.
61. نشأت إدوارد أدبيا، الثقافة السياسية للشباب الجامعي في المجتمع المصري،
الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2009.

62. عبد الغفار رشاد القصبي، الرأي العام والتحول الديمقراطي في عصر المعلومات، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004.
63. صالح محمد عبد الحميد وممدوح منير الشامي، الإعلام السياسي، ط2، مؤسسة طيب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
64. موسى إبراهيم، معالم الفكر السياسي الحديث والمعاصر، عز الدين للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1994، ص 13.
65. محمد خيرت يوسف الكيلاني، الإعلام والصحافة السياسية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
66. هشام جعيط، أزمة الثقافة الإسلامية، ط1، دار الطليعة، بيروت، 2000.
67. زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته "الحالة الكردستانية نموذجاً"، مطبعة خاني دهوك، بغداد، 2006.
68. إسماعيل محمود علي، الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2015.
69. نعيم إبراهيم الطاهر، مدخل إلى العلوم السياسية، ط1، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
70. برهان غليون، محنة الثقافة العربية بين السلطة والتبعية، ط4، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان، 2006.
71. أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة مشيل كيلو، دار ابن خلدون، بيروت، لبنان، د.س.

72. عبد الكريم غانم، الوعي السياسي في المجتمع اليمني، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، لبنان، 2016.
73. إمام شكري أحمد قطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009.
74. صبري بديع عبد المطلب الحسيني، الوعي السياسي في الريف المصري، ط1، إصدارات المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2017.
75. أحمد جمال طاهر، دراسات الفلسفة السياسية، دار الكندي، الأردن، 1988.
76. السيد سلامة الخميسي، الجامعة والسياسة في مصر، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2000.
77. أسامة الغزالي حرب، الأحزاب السياسية في العالم الثالث، مطابع الرسالة، الكويت، 2005.
78. فهمي خليفة الفهداوي، السياسة العامة منظور كلي في البنية والتحليل، ط1، دار المسيرة للنشر والطباعة والتوزيع، عمان، 2001.
79. فيليب برو، علم الاجتماع السياسي، ترجمة محمد عرب صاصيلا، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 1998.

ثالثا: المذكرات الجامعية

أ- مذكرات الماستر:

80. إبراهيم سماعيل وعبد الحكيم غناي، تنمية الوعي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018/2017.

81. بارش أشرف الدين ولعور صابر، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباع المحققة منه، مذكرة بحث لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016/2015.

82. بن عيسى خيرة، متابعة البرامج السياسية في القنوات الخاصة ودورها في تنمية الوعي السياسي عند الطالب الجامعي قناة الشروق أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018/2017.

83. بوقنون نهاد ومخانشة منال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2017/2016.

84. زينة بوشوارب ووفاء جباي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم

الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر،
2015/2014.

85. شرايرية طارق وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي
السياسي لدى المستخدم الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم
الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945،
قائمة، الجزائر، 2017/2016.

86. مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة بالبيت، مذكرة
مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية
والإنسانية، جامعة الشهيد حمة خضر، الوادي، الجزائر، 2015/2014.

ب- مذكرات الماجستير:

87. حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي
"تويتر" من قبل الشباب الكويتي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية
الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2013/2012.

88. رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي
السياسي، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الآداب والعلوم،
جامعة البيرة الأردنية، الأردن، 2013/2012.

89. ريم حسن جسام، دور الإعلام في تعزيز الوعي السياسي لدى المرأة الأردنية من
وجهة نظر الناشطات في قضايا المرأة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير،
كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017/2016.

90. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015/2014.

91. شيرين حربي جميل الضاني، دور التنظيمات الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2010/2009.

92. عبير مجلي أبو دية وكمال خورشيد مراد، الوظيفة السياسية لمنصات شبكات التواصل الاجتماعي "الحراك السياسي انموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2018/2017.

93. محمد عبد الله محمد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2012.

94. يحيى عبد الحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2012/2011.

ج- مذكرات الدكتوراه:

95. بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصدر للأخبار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة1، الجزائر، 2017/2016.

96. جيدرور حاج بشير، اثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2017/2016.

97. فاروق أحمد يحيى حسن، الإعلام التفاعلي ودوره في تنمية الوعي السياسي بدارفور، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2017/2016.

98. محمد سعيد عبد المجيد وممدوح عبد الواحد الغيطي، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الآداب، جامعة كفر الشيخ، مصر، 2013/2012، ص 247.

99. هدار خالد، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب نحو عملية التغيير السياسي في الوطن العربي "الشباب الجامعي الجزائري أنموذجا"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية، لبنان، 2016/2015.

رابعاً: المجالات الجامعية

100. نوال مغربلي، "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إرساء ممارسة جديدة للديمقراطية"، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 1، برلين، ألمانيا، 2018.
101. أمينة خميس الظاهري وعائشة عبد الله النعيمي، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للمرأة الكويتية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 01، الإمارات العربية المتحدة، 2005.
102. نائر عياصرة، "العوامل الرئيسية وراء اندلاع الاحتجاجات والثورات التي شهدتها بلدان الربيع العربي 2009-2011"، مجلة الدراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 4، الأردن، 2016.
103. حيدر فالح زيد، دور البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العراقية وأثرها في تنمية الوعي السياسي للمواطن، العدد 4، برلين، ألمانيا، 2018.
104. رضوان قطبي، "شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، العدد 1، المغرب، 2015.
105. صايل السرحان وآخرون، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي"، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، العدد 4، العراق، 2016.
106. عصام عبد الشافي، "الثورات العربية... الأسباب والمسارات والمآلات"، مجلة البيان، العدد 9، السعودية، 2012.
107. علي أسعد وطفة، "التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي"، مجلة عالم الفكر، العدد 03، الكويت، 2003.

108. محمود عساف، "الدور التربوي لمجالس طلبة الجامعات الفلسطينية في تشكيل الوعي السياسي وسبل تفعيله"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد 1، غزة، فلسطين، 2013.

109. مشري موسى، "شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف"، مجلة المستقبل العربي، العدد 395، لبنان، يناير 2012.

110. مشناق طلب فاضل، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 12، العراق، 2017.

111. ناصر زين العابدين الحمد وليلى عيسى أبو القاسم، "مفهوم وأهمية الوعي اتجاه الدولة والمجتمع"، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 09، (د.ب)، (د.س).

112. نبيلة جعفري، "دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك السياسي العربي"، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 27، الجزائر، 2014.

خامسا: الصحف

113. المراسلون، مليونيات قياسية سليمة رغم الاستفزازات والتخويف، صحيفة الخبر، العدد 9197، الجزائر، 2019.

المراجع باللغة الأجنبية:

114. Manuela teixeira, l'émergence de réseaux sur le webcomme nouveaux outils de marketing, mémoire de doctorat, département de communication, université d'ottawa, Canada, 2009.

115. Tomas Denk and others, political awareness, Concept and measurement, ECPR general conference, Hamburg, Germany, 2018.

المواقع الإلكترونية:

116. محمد جابر خلف الله، نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي، على الرابط:

<https://kenanaonline.com>

117. محمود القاضي، الوعي هو السلاح في عصر المعلومات "الشبكات الاجتماعية، الفرص المحفوفة بالمخاطر"، على الرابط:

<https://www.luxarlink.com/bank39html>

118. ناجي العزي، مفهوم التنشئة السياسية، على الرابط:

<https://djazairess.com>

119. إيمان الحياوي، مفهوم الثقافة السياسية، على الرابط:

<https://mowdoo3.com>

120. محمد بن اسحق الريفي، صناعة الوعي السياسي، على الرابط:

<https://www.wata.cc/fonns>

121. سفين جلال، العوامل المؤثرة في الوعي السياسي، على الرابط:

<https://www.arahgeographers.net>

122. عادل خالدي، كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر، الرابط:

<https://institute.aljazeera.net>

123. بي بي سي نيوز عربي، بوتقلقة ومظاهر الجزائر، الرابط:

www.bbc.com

124. سكاى نيوز عربية، استقالة بوتفليقة...بدء الاجتماع الحاسم، الربط:

<https://www.skymewsarabia.com>

125. Groupe de marketing miniwatts, statistiques du monde internet,

cite : <https://internctworldstats.com>

الملاحق

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال جماهيري

استمارة بحث حول:

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة مولود معمري تيزي وزو

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص إتصال

جماهيري

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة البحثية التي تدخل في إطار التحضير لنيل شهادة

الماستر في علوم الإعلام والاتصال حول "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين".

الرجاء وضع علامة (X) في خانة الإجابة المختارة، نحيطكم علما أن جميع المعلومات التي ستدلون بها عليها في هذه الاستمارة ستبقى سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي وشكرا مسبقا على تعاونكم معنا.

إشراف الأستاذة:

- موكس نعيمة

إعداد الطالبين:

- نايت سيد الناس مائة

- نايت العربي أمازيغ

السنة الدراسية: 2024/2023

المحور الأول (01): البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى
2. المستوى الجامعي: ليسانس ماجستير
3. السن: من 18 إلى 20 سنة من 21 إلى 24 سنة من 24 سنة فأكثر

المحور الثاني (02): عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل

الاجتماعي

4. هل تمتلك حساب عبر مواقع التواصل الاجتماعي: نعم لا
- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" ما هي هذه المواقع
- فيسبوك تويتر يوتيوب انستغرام
- أخرى تذكر:
5. منذ متى وأنت تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- أقل من سنة من سنة إلى 5 سنوات أزيد من 5 سنوات
6. ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها أثناء تفحصك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- هاتف نقال جهاز الحاسوب لوح الكتروني
7. ما هي المدة التي تستغرقها خلال تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أزيد من ساعة
8. هل تتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام اسمك الحقيقي؟
- نعم لا
- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" (اسمك الحقيقي) هل يعود سبب ذلك إلى:
- سهولة العثور عليك إعطاء مصداقية لحسابك
- إبراز أرائك ومواقفك الشخصية

المحور الثالث (03): اعتماد الطلبة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة السياسية.

9. هل تهتم بمتابعة المواضيع السياسية المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب "نعم": ما درجة اهتمامك

منخفضة متوسطة عالية

10. ما هي طبيعة المواضيع السياسية التي تتابعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

محلية وطنية عربية عالمية

11. هل تتفاعل مع الموضوعات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب "نعم": كيف يتمثل هذا التفاعل؟

نشر الصور والفيديوهات قراءة مشاركات الأصدقاء التعليق على المنشورات

12. ما هي دوافع اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لمعرفة المعلومات

السياسية (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

- الأنية والفورية في نقل الأحداث

- الإطلاع على مختلف الأخبار والمعلومات السياسية والوطنية والدولية

- التفاعل والمشاركة في ابداء الرأي حول مختلف القضايا السياسية

- التعرف على الشخصيات السياسية

- الاطلاع على فضائح السياسيين والفساد الإداري

- متابعة الأحداث السياسية نصا وصوتا وصورة.

13. هل تؤثر المنشورات عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أرائك تجاه قضية سياسية

معنية؟ نعم لا

-إذا كانت الإجابة بـ "نعم": هل أدى ذلك إلى:

تعديل موقفك تدعيم موقفك تغيير موقفك

14. هل المعلومات السياسية المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

كافية غير كافية

15. هل تثق بالمعلومات السياسية التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم": ما درجة ثقتك فيها؟

منخفضة متوسطة عالية

المحور الرابع (04): مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

16. هل تناقش القضايا والأحداث السياسية مع الآخرين أثناء تصفحك لمواقع التواصل

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم": هل يتم ذلك؟

دائماً أحياناً غالباً

17. هل ترى أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت لك مجالاً للتعبير بحرية عن آرائك

حول مختلف القضايا السياسية؟

18. هل دفعتك مواقع التواصل الاجتماعي للمشاركة السياسية؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم": فيما تتمثل هذه المشاركة؟

الإنخراط في الأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات

المشاركة في نقاشات سياسية العزوف عن الانتخابات

19. هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لديك؟

نعم لا

20. ما هي أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا في تنمية الوعي السياسي حسب

رأيك؟

.....
.....
.....

21. ما هي اقتراحاتك لتنمية الوعي السياسي عند الطلبة الجامعيين؟

- فتح المجال أمام الطلبة للتعبير عن رأيهم السياسي

- ادراج مادة الثقافة السياسية ضمن البرنامج السنوي

- أخرى تذكر:

.....
.....
.....