

جامعة مولود معمري - تيزي وزو -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال



دور موقع التواصل الاجتماعي " فايس بوك " في تشكيل الوعي السياسي

لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو

دراسة ميدانية على طلبة كلية الإعلام والاتصال بتامدة

مذكرة مكملة لنيل لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال جماهيري ووسائط جديدة

تحت إشراف الأستاذة:

د. كريمة لمعوش

إعداد الطالبين:

- حمزة كابش

كاتب يسين بوعراب

السنة الجامعية : 2018 - 2019

كلمة الشكر

بسم الله والصلاة والسلام على رسول الله، والحمد لله حمدا على فضله

سبحانه و نعمه التي أنعمها علينا

ونشكره تعالى على امدادنا بالقوة لإتمام هذا العمل المتواضع ونسأله أن

يجعله في ميزان حسناتنا إن شاء الله

عملا بقوله سبحانه وتعالى: " وإن شكرتم لأزيدنكم " وبقوله صلى الله عليه

وسلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله " نتقدم بالشكر الجزيل لأستاذتنا

المشرفة " لمعوش " على كل ما قدمته لنا من إعانة طيلة الموسم الجامعي،

نشكرها على رحابة صدرها وصبرها معنا طيلة مدة إنجاز هذه الدراسة..

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على النبي المصطفى ، وعلى آله
وصحبه ومن بآثاره اقتفى،

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى والدي اللذين أنارا لي الدرب منذ
الصغر وأتمنى لهما طول العمر ، وإلى جميع أشقائي وشقيقتي الوحيدة،
إلى زوجتي العزيزة ، وإلى جميع أصدقائي ورفقائي في الجامعة ، وإلى
كل من يعرف حمزة من قريب أو بعيد .

حمزة

إهداء

اهدي هذا العمل إلى كل من كان لي عوناً في انجازه وإتمامه.

العائلة، الأهل، و الأصدقاء.

كل باسمه فمن غفلته اللسان تذكره القلوب.

اهدي عملي هذا لكل من كان لي أذان صاغية.

و أيادي مساعدة.

اهدي عملي لكل ساهر في طلب العلم.

كاتب يسين

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف أكثر على مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" نشأتها، أنواعها أهميتها (بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في تشكيل وتنمية الوعي السياسي لفئة الطلبة الجامعيين، وقد وقع الاختيار على طلبة جامعة مولود معمري ببنزوي وزو من مستعملي هذه المواقع طبع ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج المسحي من خلال توزيع استمارة لجمع البيانات من المبحوثين وتكونت عينة الدراسة من 100 مفردة وتم تحكيم الاستمارة من خلا لإرسالها إلى أساتذة محكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال.

وقسمت دراستنا إلى جانب منهجي وثاني نظري وآخر تطبيق الذي تم فيه التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات. وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، حيث قسمناها إلى أربعة محاور ولكن قبلها كان هناك شق خاص بالبيانات الشخصية، فيحين كان عنوان المحور الأول : استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقع الفيسبوك على شبكة الانترنت بشكل مفرط ويومي، أما المحور الثاني فكان عنوانه : شبكات التواصل الاجتماعي " فيسبوك " تنافس وسائل الإعلام التقليدية من حيث كونها مصدر للمعلومات وأما المحور الثالث فقد حمل عنوان : أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الثقافة السياسية للطلبة وأما في المحور الرابع والأخير فقد كانت هناك أسئلة تتمحور تحت عنوان : صفحات الفيسبوك السياسية تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ قرارات طلبة جامعة مولود معمري ببنزوي.

ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها نجد:

-أغلبية المبحوثين يعتمدون على الفيسبوك ويقضون أكثر من أربع ساعات في التصفح

-مواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" تزيد من الثقافة السياسية للطلبة وتعززها، وبفضلها يصبح الطالب قادر على التحميل السياسي والمشاركة السياسية.

-تفضيل الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك" على حساب الإعلام التقليدي في جمع المعلومات السياسية.

-المعلومات الواردة في الفيس بوك تؤثر في نظرة الطلبة لبعض القضايا السياسية الراهنة.

الكلمات المفتاحية:

- مواقع التواصل الاجتماعي، الفيس بوك، الوعي السياسي.

Résumé de l'étude

Cette étude vis à connaître et comprendre les sites de réseaux sociaux « Facebook » (leur création , les différents réseaux , leur importance ,) .

En plus du rôle joué par ces réseaux dans la formation et le développement de la conscience politique des étudiants universitaires. Nous avons choisi comme échantillon les étudiants de l'Université du mouloud Maameri Tizi Ouzou utilisateurs de Facebook.

Pour atteindre cet objectif nous avons utilisé la méthode d'enquête consistant en la distribution d'un formulaire pour recueillir des données auprès des étudiants.

L'échantillon d'étude est composé de 100 étudiants. Nous avons vérifié la véracité du formulaire en l'envoyant à des professeurs de la faculté des sciences de l'information et de la communication.

Notre étude a comporté un côté méthodologique, un autre théorique et un côté pratique dans lequel on a vérifié les hypothèses par les réponses de formulaire qu'on a distribué et qui on peut le déviser sur quatre axes après les données personnelles, Le premier axe s'intitule : « L'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants chaque jour » le deuxième troisième axe a pour thème : « les réseaux sociaux concurrencent les mass media traditionnels en tant que source d'informations . et le troisième à le thème : « l'utilisation des réseaux sociaux par les étudiants augmente leur culture politique . Et le quatrième à le thème « les pages facebook politique sur les décisions politiques des étudiants.

Parmi les résultats les plus importants que nous avons obtenus :

La plupart des répondants sont des étudiants préparant la licence

La plupart des répondant utilisent Facebook plus de 04 heures par jour.

Les réseaux sociaux « Facebook » augmentent la culture politique des étudiant et la consolident et leur permettent d'être capable d'analyse politique et de participation politique.

Les mots clé :

- Les réseaux sociaux, facebook, Conscience politique.

خطة الدراسة

مقدمة

الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2- الفرضيات
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- منهج الدراسة وأدواته
- 7- حدود الدراسة
- 8- مجتمع الدراسة وعينته
- 9- تحديد المصطلحات
- 10- الدراسات السابقة
- 11- الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

الإطار النظري

الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الانترنت

المبحث الثاني: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: ماهية الفايسبوك

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول: الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث: محاسن وعيوب الفيسبوك

خلاصة الفصل

الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الوعي السياسي

المبحث الثاني: موقع الفيسبوك ودوره في تشكيل الوعي السياسي

خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي

تمهيد

الفصل الرابع: تحليل البيانات الدراسة الميدانية الخاصة بعينة من المبحوثين لعينة من

الطلبة علوم الإعلام والاتصال لجامعة مولود معمري تامدة.

المبحث الأول: توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة.

المبحث الثاني: تحليل البيانات الدراسة الميدانية الخاصة لعينة طلبة علوم الإعلام والاتصال

لجامعة مولود معمري تامدة حسب الجداول البسيطة.

**المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لعينة طلبة علوم الإعلام والاتصال
لجامعة مولود معمري تامدة حسب الجداول المركبة.**

نتائج الدراسة

خاتمة

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام المرئية و المسموعة والمقروءة مصدرا هاما من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع، فعلى مدى عصور طويلة مضت كانت وسائل الإعلام التقليدية الوسيلة الوحيدة التي يتم الاعتماد عليها للوصول إلى الجماهير وايصال مختلف الرسائل إليهم لكن مع التطور المتسارع لوسائل الاعلام والنمو المتزايد للتكنولوجيا الرقمية ، ظهر ما يمكن تسميته بالواقع الإعلامي الجديد يتجلى من خلال الشبكة العنكبوتية التي وفرت للجمهور خدمة إعلامية راقية بقوالب الكترونية مختلف لم يتعود عليها الجمهور خلال الفترة السابقة التي كان يتعرض فيها لوسائل الاعلام التقليدية

ونجد من بين مظاهر هذا التطور ظهور شبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن والتي مهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف فيما بينها كما سمحت بتبادل الآراء والأفكار بين الشعوب . حيث أصبح بإمكان المستخدم لهذه التكنولوجيا ممارسة كل الأنشطة التفاعلية والتشاركية بكل حرية.

وهنا يمكن أن نقول أن شبكات التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" أحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الأفراد والجماعات، بل تجاوزت ذلك بحسب العديد من المختصين لتشكل واحدة من أهم أدوات الإعلام التفاعلي، وأصبحت أحد عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا، وذلك لما تتيحه من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة، كما أصبحت محركا للشعوب من أجل المطالبة بحقوقهم السياسية المشروعة والتعبير عن آرائهم

تجاه القضايا السياسية للبلاد، عن طريق التعميق و تبادل الصور ومقاطع الفيديو، في حين صارت عاملا مؤرقا للحكومة المستبدة .

ولعل من بين شبكات التواصل الاجتماعي التي غيرت نوعا ما في الواقع السياسي للجزائر هو موقع الفايسبوك الذي بدأ يذيع صيته وسط المستخدمين الجزائريين في العشرية الأخيرة ، حيث ساهم هذا الموقع في تغيير أمور كثيرة في نمط معيشة المواطن الجزائري بصفة عامة والطالب بصفة خاصة وهذا ما لاحظناه جليا وسط المستخدمين منهم في جامعة مولود معمري بتيزي وزو ، وجعلنا نتحرك لإجراء هذه الدراسة التي سنسعى من خلال إلى إيجاد العلاقة بين الفاييس وتنامي ظاهرة الوعي السياسي في وسط الطلبة الجزائريين.

الاطار المنهجي

الإطار المنهجي

الإشكالية

الفرضيات

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

حدود الدراسة

مجتمع البحث وعينة الدراسة

تحديد المصطلحات

الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

1- الإشكالية والتساؤلات الدراسة:

شهد العقد الأخير من القرن الماضي تطورا تكنولوجيا وعلميا هائلا مس جميع مجالات الحياة، فأصبحنا نعيش اليوم في عصر الأقمار الصناعية، الرجل الآلي، السيارات ذاتية القيادة وكذا عصر الحاسوب والأنترنت، وقد عرف قطاع الإعلام والاتصال تطورا مذهلا، جعل الانسان يقف حائرا على الرغم من أنه السبب الرئيسي في وجوده، فأصبح الفرد قادرا على التواصل مع غيره في أي مكان وزمان دون حواجز أو قيود، ويظهر هذا التطور جليا في شبكة الأنترنت وما تحويه من تقنيات الاتصال كمواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعد الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا المعاصر كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع وخاصة فئة الطلبة باعتبارها الفئة الأكثر تأثيرا في أي مجتمع بما يمتلكونه من طاقة وقابلية للتغيير والتطوير.

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحدث منتجات تقنيات الاتصال وأكثرها شعبية خاصة موقع الفيس بوك لما يملكه من خصائص تميزه عن المواقع الإلكترونية الأخرى، والتي جعلته أكثر انتشارا على شبكة الأنترنت وأكثر استخداما من طرف المجتمع الجزائري خاصة لدى فئة الطلبة الجامعيين، حيث أتاح لهم التواصل مع بعضهم البعض والتفاعل في مختلف الأحداث والوقائع خاصة السياسية وتحريهم من مختلف أشكال التسلط والاستبداد السياسي وتخليصهم من الضغوطات السياسية، وكذلك أتاح لهم الفرصة لإبداء آرائهم في القضايا والموضوعات التي تهمهم بحرية لم تكن موجودة من قبل بغية التأثير في العملية وصنع القرار، فأصبح الطالب الجامعي قادر على بناء وتشكيل معارف سياسية من خلال المعلومات المتداولة على صفحات الفيس بوك سواء كانت هذه المعلومات تخدم السلطة وتحسن صورتها الدنيئة لدى الطالب الجامعي أو تكون معلومات ووثائق صور وفيديوهات فاضحة للأنظمة المستبدة

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تشكيل الوعي

السياسي لدى المستخدم الجزائري عموما والطالب الجامعي بشكل خاص وقد جاءت إشكالية الدراسة

كالتالي : إلى أي مدى يساهم موقع التواصل الاجتماعي " فايس بوك " في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو ؟

ومن هذا السؤال الجوهرى تتفرع أربعة أسئلة فرعية جاءت كالتالي :

1- هل يستخدم طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري موقع التواصل الاجتماعي فايس بوك بشكل مفرط ؟

2- كيف يمكن لمواقع التواصل الاجتماعي (فايس بوك) أن تنافس وسائل الإعلام التقليدية في تقديم الأخبار السياسية ؟

3- هل يؤثر التعرض لموقع الفايس بوك من طرف طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري على زيادة الثقافة السياسية لديهم ؟

4- هل يؤثر التعرض المكثف لموقع الفايس بوك على اتخاذ القرارات السياسية عند طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو؟

2- الفرضيات

- ❖ يستخدم طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري موقع الفايس بوك بشكل مفرط ويومي
- ❖ شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الاعلام التقليدية من حيث أنها مصدر المعلومات السياسية
- ❖ استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري يزيد من الثقافة السياسية لديهم
- ❖ صفحات الفايس بوك السياسية تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ القرارات السياسية لطلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو .

3- أسباب اختيار الموضوع

❖ إن اختيار أي موضوع بحث يتم دوماً عند توفر الأسباب كما أنه يمكن القول أن مرحلة اختيار موضوع البحث تعتبر من أصعب المراحل ولكننا نحن طلبة ماستر اتصال جماهيري اخترنا البحث في هذا الموضوع للأسباب التالية :

❖ أسباب ذاتية

- القناعة الشخصية بالفائدة التي سنستقيها من خلال دراستنا لهذا الموضوع
- امكانياتنا المادية والمعرفية التي تسمح لنا بإتمام الدراسة على أكمل وجه زيادة على الوقت الممنوح لنا
- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد
- الرغبة في معرفة سبب نجاح شبكات التواصل الاجتماعي في إستمالة عدد كبير من المستخدمين

❖ أسباب موضوعية

❖ حداثة الموضوع وقلة الدراسات الميدانية التي تدرس دور مواقع التواصل الاجتماعي في رفع الوعي

السياسي لدى فئة الطلبة

- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف فئات المجتمع الجزائري وخصوصا موقع الفايس بوك وهذا طبعا بين الطلبة
- الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي عامة والفايس بوك خاصة للحصول على المعلومات ذات الطابع السياسي .

- قلة الدراسات التي تبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي

- تنامي الوعي السياسي بشكل كبير وسط الفئة الطلابية وهو ما يجعلنا نبحث عن العلاقة بين الفايس بوك المستعمل بكثرة وتنامي الوعي

4- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة في كونها تدرس ظاهرة جديدة تعد من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة، حيث استطاع هذا الاعلام البديل تغيير العديد من المفاهيم في المجتمع وقد بدى تأثيره واضحا على مختلف نواحي الحياة حيث استقطب العديد من شرائح المجتمع بما فيهم فئة الطلبة التي تعد طاقة بشرية لا يستهان بها وتحتاج للعناية والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها والوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة فيها كل هذا جعله يكون من بين المواضيع المهمة التي تحتاج إلى طرح ودراسة

5- أهداف الدراسة :

نطمح من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتباين بين الناحية النظرية والناحية التطبيقية نوجزها فيما يلي :

- ❖ التعرف على وسيلة من وسائل الاعلام الجديد أكثر وأكثر ومدى انتشاره وسط الطلبة الجزائريين
- ❖ الوقوف على أنماط استخدام الفايس بوك لدى الطلبة الجزائريين ومدى اعتمادهم عليه للإمداد بالمعلومات السياسية
- ❖ التأكد من فرضية أن الفايس بوط يغير بنسبة كبيرة من عقليات الطلبة وكذا توجهاتهم السياسية
- ❖ معرفة مدى تأثير المضامين السياسية التي تطرح في هذه المواقع على التوجهات الحزبية للطلاب الجزائريين.

6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.

❖ منهج الدراسة.

تتتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى كشف الوقائع ووصف الظواهر وتحليلها تحليلا دقيقا ، و تحديد خصائصها تحديدا كيفيا وكميا ، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة لظواهر وكيف وصلت

إلى صورتها الحالية وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل. وباختصار فإن الدراسة الوصفية تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها¹

وأما عن المنهج المتبع في هذه الدراسة فإنه يمكن القول أن المنهج يعرف على أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل إلى نتيجة ومعلومة² وكذلك يعرف أنه مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف معين³ والمنهج الملائم لدراستنا هو المنهج المسحي الذي يعد من أبرز المناهج العملية المعتمد عليها في مختلف الدراسات، حيث يعتمد على تحليل الظاهرة قيد الدراسة انطلاقاً من تحديد المكان والمجال والناس المعنيين بالدراسة، ويقوم المنهج المسحي بدراسة الظاهرة ولا سيما مشكلة البحث ضمن بيئة معينة وكذلك مجتمع معين؛ وذلك من أجل الحصول على المعلومات وكذلك تحليلها بالإضافة إلى إظهار النتائج التي تهدف إلى تحقيق التقدم والتطور في مجتمع الدراسة.

❖ أدوات جمع البيانات:

الاستمارة (الاستبيان) : استخدمنا الاستمارة كأداة رئيسية في دراستنا وذلك للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري ببتيزي وزو بحيث يتم ذلك وفق أهداف الدراسة وفرضياتها.

وتعد الاستمارة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعمقة بموضوع الدراسة ، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة بحيث تكون متسلسلة وواضحة الصياغة ، وقد صممت الاستمارة بالتعاون مع الأساتذة المشرفة ، واشتملت على جزأين :الجزء الأول خصص للمتغيرات الديمغرافية واحتوى على خمسة متغيرات فيما تضمن الجزء الثاني " أربعة محاور: الأول جاء بعنوان :

¹مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 1، مؤسسة الوارث،الأردن، 2000 ،ص 126.
²فايز جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي، د ط، دار حامد للنشر والتوزيع،الأردن، 2008 ،ص 18.
³أنجس مورييس، ترجمة مصطفى الأثيري وآخرون، منهجية البحث العلمي في العمل الإنسانية،دط، دار القصة للنشر ،د ب ن، 2004 ،ص 18.

استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفاييس بوك على شبكة الانترنت واحتوى على 6 أسئلة، أما الثاني فقد جاء بعنوان " شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الاعلام التقليدية في كونها مصدر المعلومات " واحتوى على 4 سؤالاً، أما فيما يخص المحور الثالث فكان عنوانه كالتالي : "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد في الثقافة السياسية "وشمل 12 سؤال وقد أدرجنا في الأخير 4 أسئلة في محور رابع بعنوان " صفحات الفاييس بوك السياسية تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ قرارات طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو "

وقد تم توزيع الاستمارة بعد الانتهاء من الجانب النظري وتعرف الاستمارة على أنها : "تمودج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة¹ كما تعرف كذلك على أنها: "وسيلة لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال مجموعة من الأسئلة يطلب من المبحوث الإجابة عنها ، سواء كانت الإجابة بمساعدة الباحث أو بمعرفة المبحوث وحده"²

7- حدود الدراسة:

-المجال المكاني والزمني للدراسة : المجال المكاني هو جامعة مولود معمري بتيزي وزو حيث وزعت الاستبيانات بشكل منظم على طلبة قسم الاعلام والاتصال داخل قاعات التدريس وبالمدرج في كل من الجناحين C و E أما عن المجال الزمني شرعنا في تجهيز المذكرة بداية شهر ديسمبر 2018 إلى غاية نوفمبر 2019.

8-مجتمع البحث وعينة الدراسة: يسعى الباحث دائماً في هذا النوع من الدراسات إلى وضع حدود لدراسته الميدانية، والتي غالباً ما تشمل على عناصر تعتبر ركيزة أساسية في بحثه، كما أن اختيار العينة له دور كبير في نجاح ودقة البحث العلمي.

¹طلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، ط 1، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، (دس)، ص 56.
²علي عبد الرزاق جبلي وآخرون: مناهج البحث الاجتماعي، ط 1، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2007 ، ص 244.

ويقصد أيضا بمجتمع الدراسة جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون المجتمع مكونا من مجموع سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما¹

ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عامة من طلبة جامعة مولود معمري بنيزي وزو .

عينة الدراسة:

ونجد موريس أنجرس يعرف العينة على أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع معين² والعينة الملائمة لهذه الدراسة هي العينة القصدية بالنظر لطبيعة الموضوع بحيث اخترنا أفراد العينة التي تتوفر فيهم خصائص معينة وهم طلبة قسم الاعلام والاتصال والمستخدمين لموقع الفيس بوك وهذا من أجل جمع البيانات والتي من شأنها تذليل جميع الصعوبات للوصول إلى نتائج الدراسة .

وتعرف العينة القصدية على أنها : "هي نوع من المعاينات التي يقوم من خلالها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة عمدية وتحكمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات " وبالتالي فإن العينة التي تتناسب دراستنا هي مجموعة من الطلبة الذين يدرسون في قسم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية" تامدة " ³ والذين يبلغ عددهم 100 طالب حيث حددنا هذه العينة بالاعتماد على السؤال المباشر " هل انت من قسم الإعلام والاتصال " وهذا في الجناحين C و E بما أنه في هذين الجناحين يدرس طلبة الاعلام والاتصال وكذا تخصصات أخرى من العلوم الإنسانية والاجتماعية.

¹النعيمي وآخرون، دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير، الأردن 2009 ، ص

7.

²محمد شقيل، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010 ، ص44.

³آمال عسائي ، اثنوغرافيا مستخدمي الفيس بوك في المجتمع الجزائري ، مذكرة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والاجتماع ، جامعة باتنة 01 ، 2016 ، ص 12 .

9- تحديد المصطلحات:

الدور: وهو نمط من الدوافع والأهداف والمعتقدات والقيم والاتجاهات والسلوكيات المتوقعة ممن يشغل وظيفة ما، أو وضع اجتماعي معين، والدور هو الذي يصف السلوك المتوقع من الشخص في موقف ما¹

مواقع التواصل الاجتماعي: يعرفها محمود عواد بأنها تركيبة إلكترونية اجتماعية تمت صناعتها من أفراد وجماعات أو مؤسسات وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد باسم العقدة ب"node" بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة، 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 الشخص.

كما تعرف على أنها تلك المواقع الإلكترونية التي تقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات، مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والبريد الخطي والصوتي والمرئي، ومشاركتها مع الآخرين²

التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي: هي مواقع إلكترونية تسمح لأي فرد أو شركة بإنشاء حساب فيها ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي مع أعضاء آخرين مهما كانت أعمارهم، أجناسهم وجنسياتهم بهدف مشاركة الأنشطة والاهتمامات والبحث عن تكوين صداقات وتبادل الآراء، والتفاعل مع جميع القضايا المطروحة صوتا وصورة.

الوعي السياسي: وهو أسلوب الرؤية والاهتمام والفعل في العالم، يسير وفق تعهد بحقوق الانسان والعدالة وتفهم القوى وعدم المساواة في النظم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ووفقا للعلاقات والقيم، فهو يتعلق برفض الظلم والأنظمة والبناءات التي تمارس هذا الظلم، لكن ليس رفض الأفراد فهو فن احترام الآخر والعمل

¹ أشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 6.

² عبد الأمير الفيصل، دراسات في الإعلام الإلكتروني، دار الكتاب الجامعي، العيف دولة الإمارات العربية المتحدة، 2014، ص 6.

معه والنظر إليه على أنه إنسان تميزه قوى اجتماعية ويرتبط في صراع مستمر، من أجل احراز مكانة محترمة¹

التعريف الإجرائي للوعي السياسي: وهو ادراك الفرد لواقع مجتمعه وشؤونه السياسية ومعرفة حل المشاكل و القضايا المطروحة بالإضافة إلى القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار، فبالوعي السياسي يستطيع الفرد معرفة حقوقه وواجباته فيصبح قادر على تحديد مكانته، كما أنه في الحقيقة حجرة الأساس للتطبيق الفعلي للديمقراطية .

10 - الدراسات السابقة

إن نمو المعرفة وتشعبها يفرض علينا أن نفتتح دراستنا هذه هي عبارة عن حلقة متصلة لمحاولات كثيرة سابقة ، فكل عمل من هذا القبيل لابد وأن تكون جهود أخرى مسجلة في شكل دراسات سابقة مرتبطة بالبحث و تعود بالفائدة على الباحث وهي بمثابة حجر الأساس الذي تركز عليه دراسته وتساعده في صياغة الفروض والإلمام بجميع جوانب الموضوع وهي أساس التحليل الذي تنته به الدراسة في خاتمة المطاف ، فالبحث لا يبدأ من فراغ وهو ليس آخر ما يكتب في البحوث ، فمعرفة الباحث لمجهودات من سبقوه يجعله يبدأ من نقطة النهاية التي وضعوه.

فقد حظي موضوع دراستنا هذه "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي" بالاهتمام فيما قبل من طرف العديد من الباحثين والدارسين في مجال الإعلام والاتصال ومن أهم هذه الدراسات نجد ثلاث دراسات سابقة تشابه لدراستنا الأولى أجريت في العراق والثانية في الأردن فيما كانت الثالثة والتي اعتمدنا عليها بصفة كبيرة في جامعة قلمة بالجزائر .

¹ عبد الأمير الفيصل، نفس المرجع السابق، ص 7.

الدراسة الأولى:

وهي دراسة قدمت استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب رافت مهند عبد الرزاق بإشراف الدكتور عبد الرزاق الديلمي وكانت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي سنة 2013 أو بالأحرى في الفترة الممتدة 1. مارس 2013 إلى 01 جوان 2013 وهي عبارة عن دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعة كل من الموصل والأنبار وتكريت حيث جاءت الإشكالية كالاتية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في الفيس بوك والتويتز واليوتوب على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم و في التأثير على السلوكيات السياسية و الفكر السياسي لديهم لا سيما مما يطلق عليه اليوم الحراك الشعبي في العراق¹.

أوجه التشابه والاختلاف:

تختلف الدراسات من دراسة الى أخرى، فهناك مجموعة من النقاط تفصلها عن بعضهم البعض فلو اخذنا دراستنا التي تتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري فرع الاعلام والاتصال ودراسة رافت مهند عبد الرزاق التي تتمثل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي سنة 2013، فهناك نقاط اختلاف تفصلنا من بينها مجتمع البحث في دراسة رافت مهند عبد الرزاق اعتمد على طلبة عراقيين، وركزوا على المواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة في الفيس بوك، تويتز واليوتوب في حين عينة دراستنا تمثلت في الطلبة الجزائريين وركزنا على الفيس بوك فقط.

كما أن الفترة الزمنية التي أنجزت دراسة الباحث رافت مهند عبد الرزاق كانت في الفترة الممتدة من 01 مارس 2013 إلى 01 جوان 2013. أما دراستنا من ديسمبر 2018 إلى نوفمبر 2019.

¹رافت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة .الماجستير، جامعة البتراء الأردنية، 2013

لكن نقاط الاختلاف لا ينفى وجود نقاط تشابه بين دراسات ومن نقاط التشابه بين هاتين الدراستين نجد نفس الهدف ويتمثل في الكشف عن مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.

الدراسة الثانية:

جاءت الدراسة تحت عنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني سنة 2016" وقدمت هذه الدراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام والتي أعدت من طرف الطالب: أشرف عصام فريد بإشراف من الدكتور: عزت محمد حجاب". وكانت الدراسة على عينة من طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط أي أنها دراسة ميدانية، وتتمحور مشكلة الدراسة في التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي بالقضايا السياسية المختلفة¹

في حين كانت التساؤلات الفرعية كالآتي:

ما طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟

ما الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟

ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية

والأحداث الجارية؟

أما فيما يخص المنهج المستخدم في هذه الدراسة وهو المنهج الوصفي التحليلي، كذلك تمثل مجتمع الدراسة

في طلبة جامعتي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس تحديداً، كما اعتمد الباحث على العينة

القصدية العشوائية، حيث تكونت عينة الدراسة من 435 مفردة.

¹أشرف عصام فريد صالح: مرجع سبق ذكره ص 45

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

أوجه التشابه والاختلاف:

حاولت هذه الدراسات التعرف على تأثير الوعي السياسي لفئة الشباب الجامعي في دولة الأردن وارتفاع حجم المشاركة السياسية في مجالاتها المتنوعة والذي يؤدي بالنيابة إلى بناء جسر بين الحكومة والجمهور ويكون ذلك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من بين جسور التواصل بين الشباب الذين كانوا إلى وقت غير بعيد يفضلون الصمت في هذه الدولة ذات الطابع السياسي الصعب نوعا ما اقتربت هذه الدراسات كالدراسات ككل من تأكيد وإثبات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي، وهو الهدف الذي يسعى الباحث في التوصل إليه من خلال هذه الدراسة حيث أوضح ذلك بعد تحليل النتائج وتقديم الخلاصة

ولم تغير هذه الدراسة من طبيعة العينة واستعملت فئة الطلبة الجامعيين كما نلاحظ ان معد هذه الدراسة أشرف محمد عصام قد اختار الطلبة من جميع المستويات في جامعتي اليرموك والشرق الأوسط حتى يمكن تعميم النتائج على بقية الطلبة، بينما في دراستنا ركزنا على العلاقة الموجودة بين مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري عموما وطلبة علوم الاعلام والاتصال وذلك بالاعتماد على عينة قصدية والمنهج المسحي، أما أوجه التشابه بين دراسة أشرف عصام فريد ودراستنا كلا من الدراستين ركزتا على عينة متمثلة في طلبة جامعيين كونهم يملكون مستوى عالي للاستيعاب مختلف المضامين المتعلقة بالسياسة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.

11- الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)

المقاربة النظرية

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة " ساندرا بول روكيتش " وزملائها سنة 1974 ، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان " منظور المعلومات " ، وطالبوا فيها بالانتقال من فهموم الاقناع لوسائل الاعلام وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد من اعتماد الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الاعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى.

ومن ثم ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الاعلام من قبل الباحث " ديفلور وسندرا بول روكيتش " بعدان قام بملا الفراغ الذي خلقه نموذج الاستخدامات والإشباعات الذي أهمل تأثير وسائل الاعلام . فمن المفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءا هاما من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع وقد تكون ديناميكية متغيرة أو ساكنة ثابتة وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة .

تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

1-الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية.

2-المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات الى المصادر التي تحقق أهدافهم.

وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي:

أ- جمع المعلومات:

فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج الى معرفتها ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية او خيال تتيح لنا هدف اللعب أو الاسترخاء أو المرح.

ب - تناسي المعلومات:

وتشير الى تنظيم المعلومات التي تم جمعها لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم.

ت - نشر المعلومات:

توزيعها إلى جمهور غير محدود.

أثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي:

الآثار المعرفية والآثار الوجدانية والآثار السلوكية ونعرضها فيما يلي:

أولا -الآثار المعرفية:

الغموض	وهو مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو بها صراع وتناقض لأن الناس يفتقرون الى معلومات كافية لفهم معنى حدث أو معلومات تحدد التفسير الصحيح
تكوين الاتجاه	من الآثار المعرفية للأفراد الذين يعتمدون ويستخدمون معلوماتيا في الاتجاهات نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع مثل :مشكلات البيئة وأزمات الطاقة والفساد السياسي
ترتيب الأولويات	تلعب وسائل الاعلام دورها في ترتيب أولويات الجمهور الذي يعتمد على تلك الوسائل في معرفة القضايا البارزة
اتساع المعتقدات	تساهم وسائل الاعلام في توسيع معتقدات الجمهور لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن أو أشياء عديدة عن طريق الإعلام ويتم تنظيم المعتقدات في فئات تسمى: الأسرة والدين أو السياسة
القيم	هي مجموعة من المعتقدات التي يشترك فيها أفراد أو جماعة ما ويرغبون ترويجها والحفاظ عليها مثل : الأمانة والحرية والمساواة والتسامح

ثانيا - الآثار الوجدانية:

إن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبدل أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين	الفتور العاطفي
عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع	الخوف والقلق
من بين التأثيرات الوجدانية رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزيد شعوره بالاعتراب	الدعم المعنوي والاعتراب

ثالثا : الآثار السلوكية:

وبعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية مثل : اتخاذ مواقف مؤيدة لمطالبة المرأة بحقوقها والمساواة	التشجيع
وبعني عدم النشاط وتجنب القيام بالدفع وهو من الآثار السلوكية لم يحظ بالدراسات الكافية ويتمثل في عدد الإدلاء بالتصويت الانتخابي والعزوف عن المشاركة السياسية	الخمول

ومن أهم فروض النظرية:

الجمهور يعتمد على وسائل الاعلام

أي أن هذه النظرية ترتبط بموضوع بحثنا، من خلال محاولة التعرف على كيفية اعتماد الطلبة على مواقع

التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وتعزيز ثقافته السياسية وتدعي الشعور بالمواطنة لتنفيذ

الأنشطة السياسية مثل المشاركة في التصويت الانتخابي

فوسائل الاعلام أي مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في تقديم معلومات للطلبة حول مختلف الأخبار

والقضايا السياسية الراهنة ومن هنا يتشكل الوعي السياسي

الاطار النظري

الفصل الأول : مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول : ماهية الانترنت

المبحث الثاني : ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث : ماهية الفيس بوك

خلاصة الفصل

تمهيد .

استحدثت التكنولوجيا الجديدة والتقدم الهائل لها نوعا جديدا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني افتراضي ، عمل على إحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم ، وذلك عن طريق ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي التي قربت المستخدم أكثر من الانترنت التي أصبحت أكثر استخداما من طرف الجميع بفضل هذه المواقع والهواتف الذكية التي تحوّلها، حيث قربت المسافات بين الأفراد وألغت الحدود وعملت على التزاوج بين الثقافات ودخلت دار السياسة دون استئذان ومن أشهر هذه الشبكات الاجتماعية موقع الفاييس بوك الذي يعتبر محور دراستنا وبذلك سنتعرف في فصلنا هذا لعدة نقاط نبدأها طبعاً بماهية الانترنت ثم نقدم مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها في المبحث الثاني ونتعرض للفايس بوك في المبحث الثالث .

المبحث الأول : ماهية الانترنت

1- تعريف الانترنت

الشَّابِكةُ أو الإنترنت أو شبكين أو شبكية) بالإنجليزية (internet :، وتلقب بـ(شبكة المعلومات، الشبكة العالمية، الشبكة العنكبوتية) هي شبكة اتصالات عالمية تسمح بتبادل المعلومات بين شبكات أصغر تتصل من خلالها الحواسيب حول العالم. تعمل وفق أنظمة محددة ويعرف بالبروتوكول الموحد وهو بروتوكول إنترنت. وتشير كلمة «إنترنت» إلى جملة المعلومات المتداولة عبر الشبكة وأيضاً إلى البنية التحتية التي تنقل تلك المعلومات عبر القارات¹.

وهي شبكة عالمية من الروابط بين الحواسيب تسمح للناس بالاتصال والتواصل بعضهم مع بعض واكتساب ونقل المعلومات من الشبكة الممتدة في جميع أرجاء العالم بوسائل بصرية وصوتية ونصية مكتوبة، وبصورة تتجاوز حدود الزمان والمكان والكلفة وقيود المسافات وتتحدى في الوقت نفسه سيطرة الرقابة.

ويعرف آخرون الإنترنت كذلك بأنه شبكة دولية للمعلومات تتفاهم باستخدام بروتوكولات وتتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها، وتحتوي على العديد من الإمكانيات مثل البريد الإلكتروني، والاتصال الصوتي المرئي بين الأشخاص، وإقامة المؤتمرات بالفيديو، وقوائم البريد بالإضافة إلى الملايين من الأخبار والتحليلات الصحفية، والعديد من الملفات المتاحة لنقلها واستخدامها بطريقة شخصية وكذلك آلات البحث المرجعي.² ويمكن أن القول أن هذا النظام أحدث ثورة في الاتصالات وأساليب التجارة باستخدام الربط البيني بين شبكات الحاسوب المختلفة في جميع أنحاء العالم، وهو شبكة مطوّرة تقدّم العمليات التكنولوجية المحوسبة، حيث بدأت الشبكة بالتطور في أواخر الستينات، وتمّ إطلاقها يوم الجمعة

¹ترجمة مصطلح internet الإنكليزي على موقع قاموس المعاني. (تاريخ الاطلاع: 21 فيفري 2019) نسخة محفوظة 12 يوليو 2018 على موقع واي باك مشين.

² الاطلاع : 25.02,2019 / تاريخ/ الانترنت <https://ar.wikipedia.org/wiki>

في 29 أكتوبر 1969م وبحلول القرن الحادي والعشرين تمكّن حوالي 360 مليون شخص من الوصول إلى الإنترنت، أي حوالي 6% من سكان العالم، بالإضافة إلى ذلك تحتوي الشبكة على مليارات صفحات الويب التي تمّ إنشاؤها بواسطة أشخاص وشركات من جميع أنحاء العالم، وهي مكان لا حدود له للمعلومات والترفيه والخدمات.¹

تعريف بيتر دايسون : " مجموعة من شبكات الحاسوب التي تصل ملايين الأجهزة حول العالم عن طريق ما يسمى بروتوكول مشترك بغية تحقيق أهداف مختلفة تجارية ، ثقافية ، شخصية ، تعليمية ، دينية ، سياسية ، وتعد شبكة الانترنت مصدر متميز للمعلومات لكونها تتغير وتتجدد باستمرار ، واستخدامها يحتاج إلى إتباع خطوات معينة وصحيحة من أجل الاستفادة منها بأقصر الطرق وأكثرها سهولة²

ويعرفها محمد طلبة وزملائه : " الانترنت هي أهم الإنجازات البشرية في تاريخ الإنسانية ، التي تربط شبكة من الحواسيب المتشابهة أو المختلفة عن طريق بروتوكولات تحكم عملية التشارك في تبادل المعلومات وبروتوكولات ضبط عملية التراسل بين الحواسيب وتربط شبكة الانترنت ملايين الحواسيب وعشرات الألاف من شبكات الحاسوب المنتشرة في معظم دول العالم.

يعرفها القاضي وزملائه : " الانترنت مجموعة من الشبكات المحلية أو العامة تديرها شركات خاصة تؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة التي تربط الشبكات الخاصة والحكومية أو المنزلية بعضها ببعض " .

وتعرف كذلك " هي شبكة تكنولوجية ضخمة تربط عشرات الملايين من أجهزة الحاسوب المنتشرة حول

العالم عن طريق البروتوكولات المتعددة وتعمل بواسطتها على تبادل المعلومات الهائلة في مختلف

نواحي الحياة بكل سهولة ويستخدمها الملايين من الأشخاص من أجل تحقيق أهداف متعددة ."³

¹ computer Hope (3-1-2018), "Internet" ،www.computerhope.com, Retrieved 26-4-2018. Edited.

² جودة أحمد سعادة وعادل فايز السرطاوي، استخدام الحاسوب والانترنت في التعليم الجامعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007،ص

.68

³ نفس المرجع ،ص 69 .

2- نشأة وتطور الانترنت

خلال الحرب الباردة أطلق الاتحاد السوفييتي أول قمر صناعي في عام 1957م لكن ذلك لم يكن بداية جدية، حيث ظهرت شبكة الانترنت بصفة جدية في عام 1969، وهو مشروع من وزارة دفاع الولايات المتحدة. ولقد أنشئ هذا المشروع من أجل مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسب الآلي وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحاسوبية للحواسيب المتوفرة.

وفي الأول من يناير 1983 استبدلت وزارة دفاع الولايات المتحدة البروتوكول (NCP) المعمول به في الشبكة واستعاضت عنه بميثاق حزمة موافيق (بروتوكولات) الإنترنت. ومن الأمور التي أسهمت في نمو الشبكة هو ربط المؤسسة الوطنية للعلوم وجامعات الولايات المتحدة الأمريكية بعضها ببعض مما سهل عملية الاتصال بين طلبة الجامعات وتبادل الرسائل الإلكترونية والمعلومات، عند دخول الجامعات إلى الشبكة، ولقد أخذت الشبكة في التوسع والتقدم وساهم طلبة الجامعات بمعلوماتهم واكتشف المتصفح "موزايك"، والباحث "جوفر" و"آرشي" بل إن الشركة العملاقة "نتسكيب" هي في الأصل فكرة من جهود طلبة الجامعة قبل أن يتبنّاها العقل التجاري، ويوصلها إلى ما آلت إليه فيما بعد. إن مهندسا شبكة الإنترنت هم أحد عوامل نجاح الشبكة حيث أن الهيئة عامة ومفتوحة للجميع، ولما أسست العديد من الشركات الكبرى اليوم التي تعتمد على تزويد الخدمات في شبكة الإنترنت. وهناك تطور متصفح الويب violawww، استناداً إلى ما كان يعرف باسم hypercard. ولحقه فيما بعد متصفح الويب موزايك. وفي عام 1993، وفي المركز الوطني لتطبيقات الحوسبة الفائقة في جامعة إلينوي تم إصدار نسخة 1،0 من موزايك (متصفح ويب)، وبحلول أواخر عام 1994 كان هناك تزايد ملحوظ في اهتمام الجمهور بما كان سابقاً اهتماماً للاكاديميين فقط. وبحلول عام 1996 صار استخدام كلمة الشبكة قد أصبح شائعاً، وبالتالي، كان ذلك سبباً للخلط في استعمال كلمة إنترنت على أنها إشارة إلى الشبكة العنكبوتية العالمية في الويب.

وفي غضون ذلك، وعلى مدار العقد، زاد استخدام شبكة الإنترنت بشكل مطرد. وخلال التسعينات، كانت التقديرات تشير إلى أن الشبكة قد زاد بنسبة 100% سنوياً، ومع فترة وجيزة من النمو الانفجاري في عامي 1996 و 1997. وهذا النمو هو في كثير من الأحيان يرجع إلى عدم وجود الإدارة المركزية، مما يتيح النمو العضوي للشبكة، وكذلك بسبب الملكية المفتوحة لموافق (بروتوكولات) الإنترنت، التي تشجع الأشخاص والشركات على تطوير أنظمة وبيعها وهي أيضاً تمنع شركة واحدة من ممارسة الكثير من السيطرة على الشبكة. حيث بدأت شركات الاتصالات بتوفير خدمة الدخول isp على الإنترنت بواسطة الشبكة الهاتفية عام (1995)¹

وهناك من يرى بأن تطور شبكة الانترنت مرت بأربعة مراحل وهي :

مرحلة الستينيات: بدأت نشأة شبكة الإنترنت منذ بداية الخمسينيات حيث كانت ولادة هذه الشبكة على يد وزارة الدفاع الأمريكية ففي عام 1962م قامت مؤسسة أبحاث خاصة بتطوير الجيش الأمريكي وتدعى (إريا) بتطوير أول برنامج حاسوبي للبحث في مجال الإنترنت، وبعد ذلك بعامين تمّ تصميم نوع جديد من الشبكات لا يعتمد على وجود معالج مركزي. وفي العام 1966م تمّ إرسال بعض البيانات من مكان لآخر على يد أستاذ علوم الحاسوب في جامعة كاليفورنيا السيد (ليروك). بعد هذه المراحل حدث تطور كبير اعتبر بمثابة إعلان حقيقي لولادة شبكة الإنترنت حيث قامت وزارة الدفاع الأمريكية ممثلة بوكالة المشروعات البحثية بإنشاء أول شبكة حاسوب تقوم على نظام تحويل الحزم بحيث تستطيع هذه الشبكة ترتيب البيانات المرسلة عبرها وفقاً لأرقام الحزم التي تضم البيانات بداخلها.

مرحلة بين 1980-1990 : في الثمانينات من القرن المنصرم حدثت تطورات هائلة على شبكة الإنترنت، حيث ازداد عدد المستخدمين للشبكة إلى أن وصلت أقصى سعة لها، فقامت وزارة الدفاع الأمريكية بفصل الجزء العسكري من محتويات الشبكة، وفي عام 1982م أصبح بروتوكول النقل والسيطرة

¹إنترنت وورد ستايتز نسخة محفوظة 04 يناير 2018 على موقع واي باك مشين.

(TCP) وبروتوكول الإنترنت (IP) هما المسؤولان عن عملية الاتصال بين الشبكات، وأصبحت شبكة الإنترنت متاحة لجميع الناس بحلول العام 1985م فأصبح الإقبال متزايداً على هذه الشبكة منذ ذلك الحين.

مرحلة بعد عام 1990 : في عام 1992م وُجدت الشبكة العنكبوتية ذات الاختصار (WWW) وأصبحت من أهم الخدمات والأدوات في تاريخ تطور شبكة الإنترنت، وأصبح عدد المستخدمين للإنترنت في ازدياد هائل فيُقدر عدد مستخدمي الشبكة في الوقت الحالي بما يقارب 2 مليار مُستخدم¹.

3- خصائص الانترنت

التفاعلية : لا يقف دور المستقبل عند حد التلقي، أو القيام بالعمليات المعرفية في إطار الاتصال الذاتي بعيداً عن المرسل، لكنه تحول إلى مشارك في عملية الاتصال ومؤثر في بناء عناصرها من خلال اختياراته ومشاهداته المتعددة. كما أنه يتيح إمكانية مشاركة أكثر من مرسل وأكثر من مستقبل في عملية الاتصال في آن واحد.

التنوع :

-تنوع طرق الاتصال: حيث يوفر إمكانية:

الاتصال الكتابي أو الشفوي.

البريد الإلكتروني.

الاتصال بالجماعات الصغيرة من خلال المؤتمرات أو جماعات النقاش.

الوصول إلى المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف أو القنوات التلفزيونية.

-تنوع المحتوى سواء على صعيد:

¹ محمود حسن جمعة، حيدر شاكر البرزنجي، تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة ، ، منظور اداري - تكنولوجيا، الطبعة الاولى، دار ابن العربي، بغداد العراق، 2014. ص 250-251-252. بتصرّف

وظائف المحتوى أو مجالاته.

المواقع الجغرافية للنشر والإذاعة.

الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها.

التكامل : حيث يوفر الانترنت:

مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله في

منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة في إطار متكامل.

يمكن أن يختار من بينها ما يراه مطلوباً للتخزين أو الطباعة أو التسجيل على أقراص مدمجة.

النظام الرقمي بمستحدثاته يوفر أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين في أسلوب متكامل خلال وقت

التعرض إلى شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.

-الفردية والتجزئة:

يرفع الاتصال من قيمة الفرد وتميزه.

توفر برامجه المتعددة وبروتوكولاته قدراً كبيراً من الخيارات التي منحت أطراف الاتصال حرية أوسع في

التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة من عملية الاتصال.

توفير المقومات الثلاثة التي تتمثل في تأمين البيانات والمعلومات وسريتها والتحكم الذاتي مع مراعاة

حقوق الملكية الفردية.

يرفع من شأن الاهتمامات والتفضيلات الجمعية مهما كان حجم هذا الاهتمام والتفضيل هذا ما يظهر في

المنتديات والمدونات.

-تجاوز الحدود الثقافية

تلتقي فيه مئات الآلاف من الشبكات الدولية والاقليمية وتتزايد كل عام بنسبة كبيرة.

يتجاوز الحدود الجغرافية ويتميز بالعالمية الكونية وسقوط الحواجز الثقافية بين أطراف عملية الاتصال.

تدعم الحوار بين النظم والثقافات الاجتماعية، وتدعم حرية الأفراد والشعوب في الاتصال والإعلام والحرص على تأكيد القيم الاجتماعية السائدة في مواجهة الثقافات الوافدة عبر الشبكات الاتصالية بمستوياتها المختلفة.

- تجاوز وحدة الزمان والمكان:

اتصال من بعد وبالتالي لا يفترض فيه تواجد أطراف عملية الاتصال في مكان واحد. تطور الأجهزة الرقمية إلى أجهزة محمولة، سهلة النقل من مكان إلى آخر، وفرت إمكانية الاتصال مهما تباعدت المسافات.

التزامن الذي لم يعد شرطاً لحصول العملية الاتصالية كما كان في السابق

- الاستغراق في عملية الاتصال:

انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال والأجهزة الرقمية وانتشارها. إقبال المستخدمين للحاسوب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج لوقت طويل. طول فترة التجوال بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية. قد يترتب على الفرد آثار صحية سلبية بسبب هذا الاستغراق¹.

4- مجالات استخدام الانترنت

التعلم والمعرفة: يحتوي الإنترنت على كم هائل من المعلومات والمعرفة، ويمكن تصفح الإنترنت من خلال متصفح الويب، ومن أشهر المتصفحات على شبكة الإنترنت: كروم (بالإنجليزية) Chrome، وفأيرفوكس (بالإنجليزية) Firefox، وإنترنت إكسبلورر (Internet Explorer)، حيث تساعد هذه المتصفحات الفرد في البحث عن أي موضوع أو سؤالٍ لديه، ويحتوي الإنترنت أيضاً على الملايين من

¹ /فداء محسن المدهون . الانترنت والعلاقات العامة <https://enternetpublicrelations.wordpress.com/2011/09/17>

مقاطع الفيديو على مواقع مثل اليوتيوب، التي تساعد في شرح مواضيع مختلفة، كما توجد دورات تعليمية تساعد في تعلم العديد من المواضيع المختلفة.¹

الاتصال والتواصل : كانت عملية المراسلة بين الأشخاص تستغرق وقتاً طويلاً في الماضي، أما في الوقت الحاضر يمكن من خلال الإنترنت مراسلة أي شخص في العالم في أقل من دقيقة حيث استبدل معظم مستخدمي الإنترنت الخدمة البريدية بالبريد الإلكتروني، ومن الأمثلة على أشكال الاتصال الأخرى:

المهاتفة عبر الإنترنت، والرسائل الفورية، والدرشة عبر الفيديو، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي²

البيع والشراء: تستخدم الشركات الإنترنت من أجل بيع المنتجات والخدمات، حيث تقوم مثلاً بإنشاء مواقع تجارية إلكترونية لبيع الهواتف الخلوية، أو الكتب، أو الأقراص المدمجة، ويمكن أيضاً شراء السلع والخدمات مباشرة عبر الإنترنت، مثل: شراء اللوازم المكتبية، أو المواد المطبوعة، كما يستخدم رجال الأعمال الإنترنت لمراقبة عمليات شراء العملاء ومصالحهم، ولكشف ما هو الشيء الذي يشغل فكر الناس حول المنتجات والخدمات المختلفة، ويساعدهم في ذلك تصفح مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت، والرسائل الإلكترونية، وذلك من أجل الاتصال والتواصل مع العملاء والزبائن، كما يمكن الاستعانة بالتغذية الراجعة لمساعدة رجال الأعمال في تطوير منتجاتهم إلى الأفضل، فعلى سبيل المثال: يمكن لشركات بيع السيارات أن تقوم بزيارة منتديات السيارات، من أجل التعرف على السيارات المفضلة للأشخاص الذين يحبون السيارات.³

التبرعات والتمويل: يمكن أن يتبرع أي شخص من خلال الإنترنت للمؤسسات الخيرية، أو المساعدة في دعم وتمويل المشاريع والأفكار، ويمكن أيضاً العثور على العديد من الخدمات عبر الإنترنت التي تسهل عملية التبرع، أو التمويل.

¹ computer Hope (15-9-2017), "What are the advantages of the Internet?", www.computerhope.com, Retrieved 27-02-2019. Edited.

² Margaret Rouse, "Internet " ,searchwindevelopment.techtaraget.com, Retrieved 27-02-2019.edited

³ louise Balle , "How Do Businesses Use the Internet?" ,smallbusiness.chron.com, Retrieved 27-11-2017. Edited

ما يمكن أن نخلص به من خلال ما سبق ذكره أن شبكة الانترنت هي شبكة تكنولوجية ضخمة تربط عشرات الملايين من أجهزة الحاسوب المنتشرة حول العالم عن طريق البروتوكولات المتعددة وتعمل بواسطتها على تبادل المعلومات الهائلة في مختلف نواحي الحياة بكل سهولة ويستخدمها الملايين من الأشخاص من أجل تحقيق أهداف متعددة ، هناك طرق للاتصال مباشرة دائمة أو عن طريق الطلب ، واتصال بالخدمة المتفاعلة ، والاتصال البريدي ، وللانترنت أهمية كبيرة كأداة تعليمية فهو يوفر للدارسين جو المتعة والتشويق أثناء البحث عن المعلومات من خلال الوسائط المتعددة ، و حداثة المعلومات المتوفرة وتجدها باستمرار هذا ما جعل الانترنت تنتشر في أوساط أطوار التعليم الجامعي بنسبة كبيرة

5- فوائد وأضرار الإنترنت

بحلول عام 2015 أصبح عدد مستخدمي الإنترنت 3.2 مليار شخص تقريباً؛ وهذا يعادل نصف عدد سكان العالم،¹ ويعد الإنترنت جزءاً مهماً في حياة الإنسان اليومية، حيث يستخدم للقيام بالعديد من الأمور، مثل الدراسة، والتواصل مع الآخرين، والترفيه عن النفس، والعمل، بالإضافة إلى أنه أكبر مصدر لإثراء المعرفة والحصول على المعلومات في العالم.ولكن هذا ما لا يعني بأنه لا يمتلك أضرار أيضاً ولهذا سنبدأ في هذا العنصر بالفوائد²

5-1 فوائد الانترنت

يوجد العديد من الفوائد والمزايا للإنترنت، منها:³

- إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية من خلال خدمات البريد الإلكتروني المتاحة للمستخدمين، ويمكن استخدام هذه الميزة لأغراض تجارية أو شخصية.

¹ Robert Kahn, Michael Aaron Dennis (27-6-2018), "Internet" ،www.britannica.com, Retrieved 18-7-2018. Robert Kahn, Michael Aaron Dennis (27-6-2018), "Internet" ،www.britannica.com, Retrieved 18-7-2018. Edited.

² Brown (25-4-2017), "Meaning and benefits of internet – 5 tips" ،www.vkool.com, Retrieved 18-7-2018. Edited.

³ ssay on Advantages and Disadvantages of Internet", www.importantindia.com, Retrieved 18-7-2018. Edited.

- المكتبات الافتراضية.
- التبرع من خلال الإنترنت.
- التسوق عبر الإنترنت من خلال المتاجر الإلكترونية التي تعرض البضائع وأسعارها، ويمكن التحقق من مراجعات المستخدمين قبل شراء أي منتج.
- إرسال بطاقات المعايدة في المناسبات المختلفة من خلال الإنترنت.
- التواصل مع الآخرين من خلال التطبيقات المختلفة المخصصة لذلك مثل مواقع التواصل الاجتماعي. البحث عن فرص عمل جديدة والتقدم لها.
- القيام بإنشاء أعمال تجارية من خلال الإنترنت، مثل البيع، والتسويق للمنتجات.
- استخدامه لأغراض ترفيهية، مثل الاستماع إلى الموسيقى أو مشاهدة مقاطع الفيديو.
- الحصول على المعرفة.
- الانضمام إلى دورات تعليمية عبر الإنترنت لتطوير المهارات الشخصية.
- تحسين الصحة، ويكون ذلك من خلال قراءة المواضيع الطبية والعلمية من المواقع المخصصة لذلك.

5-2 أضرار الإنترنت

- بالرغم من أن الإنترنت يصنف كواحد من أعظم اختراعات الإنسان، إلا أنه لا يخلو من العيوب والأضرار، ومنها:¹
- تعرض الإنسان للخطر، قد يتعرض الشخص للخطر من قبل المتصيدين والأشخاص السيئون، بالإضافة إلى احتمال التعرض للتسلط والتعرض للإساءة من قبل الآخرين، ويصبح من السهل على

¹ "What are the disadvantages of the Internet?", www.computerhope.com, 21-5-2018, Retrieved 18-7-2018. Edited.

مرتكبي الجرائم والمتصيدون ملاحقة الشخص والعثور على المعلومات الشخصية عنه بسبب كثرة نشر معلومات كهذه على الإنترنت في الوقت الحالي.

-المواقع الغير أخلاقية والصور العنيفة، مع سرعة وسهولة الوصول إلى الإنترنت يكون سهلاً للكثيرون القيام بإيذاء غيرهم ونشر صور غير أخلاقية أو حتى صور لممارسات عنيفة، بالإضافة إلى أن الكثيرون يتعرضون للابتزاز بسبب تهديدهم بنشر صور فاضحة لهم أو استغلالهم.

- الفيروسات، بسبب الشبكة العنكبوتية التي تربط مليارات أجهزة الحاسوب حول العالم؛ يسهل على مخترقي الحاسوب القيام باختراق وسرقة المعلومات الشخصية لمستخدمي الإنترنت، بالإضافة إلى التعرض لخطر فقدان الملفات الموجودة على الحاسوب.

المبحث الثاني : ماهية شبكات التواصل الاجتماعي

1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الأنترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك ثويتر ، يوتيوب وأنستغرام ، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي ،و تختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" 2006 « BALAS » : " أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن للأفراد يتصلوا ببعض البعض لعدد من الأسباب المتنوعة .

وكذلك يعرفها بريس « preece » ومالوني كريشمار maloney krichmar 2005 على انها : " مكان يلتقي في الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد

والمعايير التي يقترحها البرنامج¹. وتعرف على أنها مواقع الانترنت التي يمكن لمستخدميها المشاركة او المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.²

وفي تعريف آخر باللغة الإنجليزية يطلق عليها « social media »: كما نجد مصطلح social " net-work أي الترابط الشبكي وهو أدق ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي " مواقع التواصل الاجتماعي " أدق من ناحية الوصف.

ويظل السؤال ماذا نعني بمصطلح التواصل الاجتماعي؟ بشكل مبسط هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب زملاء أصدقاء) عن طريق مواقع وخدمات إلكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطي معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات وبذلك تكون أسلوب لتباجل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الإنترنت³ وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني " للويب " الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة.) ، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر في الرسائل أو الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض⁴

وتضع وكالة شيريدان التكنولوجية « cheridan » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: "أحد أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي ويعتمد على ادماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته⁵

¹ Wasinee kittiwongvivat ;pimonpha rakkannan.(2010):facebooking your dream ;master thesis ;p20

² علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي أثارها الأخلاقية والقيمية ، مذكرة ماجستير ، قس الدعوة والثقافة الإسلامية.

³ خالد غساف يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2013 ،ص 24.

⁴ ليلي احمد جرار : الفاييس بوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح، عمان، 2012 ، ص 37.

⁵ عباس مصطفى صادق : الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الاعلام والاتصال ، 2011 ، ص 09.

كما تعرف على أنها أهم المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات أو الصور وتبادل مقاطع الفيديو وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الإلكترونية، أو جراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية ثلاثة مواقع رئيسية هامة : "الفيسبوك" "تويتر" ، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها

المرحلة الأولى:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر مثل (كلاس ميتس) عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع سكس (دجريزس) عام 1997 حيث ركز الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وكانت تقوم فكرته أساسا على فكرة بسيطة يطلق عليها - الدراجات الستة للانفصال -¹ وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وظهر أيضا عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنا" وموقع "كايورلد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999 ، وكاف أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء. وهذا ما عرف بالمرحلة الأولى .

المرحلة الثانية:

ويشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها...) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعارف، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطوير خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية،

¹عبد الأمير الفيصل : دراسات في الإعلام الإلكتروني ، دار الكتاب الجامعي ، العين- دولة الإمارات العربية المتحدة ، 2014، ص 66.

ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع -ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، وموقع الفاييس بوك .

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

حيث ظهرت بعد ذلك المحاولات الأخرى إلا أن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002 حيث ظهر موقع "فرنديستر FRIENDESTER الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى ، محاولة شرائه سنة 2003 ، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع سكايروك « skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 ، وقد استطاع موقع "سكا ي روك " تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين.

ومع بداية 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي تفوق عمى "غوغل" في عدد مشاهدات صفحاته، ويعتبر موقع "ماي سبايس" من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فاييس بوك FACEBOOK والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي مع "ماي" سبايس" ، حتى قام "فايس بوك" في 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين، وهذا أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فايس بوك" بشكل كبير، وعلى مستوى العالم، ونجح بالتفوق على منافسه اللدود "ماي سبايس" عام 2008 أيضا ظهرت عدة مواقع أخرى "twitter" "youtube"، لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع أو لتطور.¹

¹زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع 15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003 ص 23

3- أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

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

الفايسبوك : هو موقع إلكتروني للتواصل الاجتماعي، للأشخاص والشركات ليرزوا أنفسهم ويعززوا مكانتهم عبر أدوات الموقع المتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع أخرى وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.¹

هو الموقع الأشهر على الإطلاق. يسمح بنشر الصور والآراء، ومراسلة الأصدقاء. اقتصر هذا الموقع بدايةً على طلاب جامعة "هارفرد" الأميركية، حيث كان مارك زوكربيرغ، مبتكر "فايسبوك"، طالباً فيها. ثم سرعان ما انتشر هذا الموقع في العالم كله.

-تويتر : "تويتر" هو ثاني أشهر موقع للتواصل الاجتماعي عالمياً، يسمح لمستخدميه بكتابة "التغريدات" وقراءتها. إلا أن هذه التغريدات قصيرة. أُطلق الموقع عام 2006، ويضم حالياً حوالي 500 مليون مستخدم، ومنهم المشاهير والسياسيون الذين يستخدمونه لإبقاء متابعيهم على علمٍ بأخبارهم

¹مياب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته أو تصنع افقا مقابلا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 3 نوفمبر 2010 ، ص 10.

ونشاطاتهم. هذا الموقع مسؤول عن إطلاق الهاشتاغ (#) وهو رمز للكلمات الأكثر تداولاً. قبل "تويتر"

كان استخدام الهاشتاغ مقتصرًا على الأرقام في الهواتف

لينكدإن (LinkedIn) : لينكدإن هو ثالث أشهر موقع في العالم، موجّه للمحترفين، إذ هو مخصّص

لإيجاد فرص عمل. تأسس الموقع في كانون الأول من العام 2002، وأطلق رسميًا في 5 أيار من العام

2003. يستخدم أكثر من 259 مليون شخص هذا الموقع من ما يقرب من 200 بلد مختلف حتى العام

2013، وهو متوافر بعشرين لغة.

يوتيوب: بالإنجليزية (YouTube) يُعدّ أكبر موقع تواصل اجتماعي بأكثر من مليار زائر شهريًا، وهو

مُخصّص بمقاطع الفيديو، أنشئ عام 2005م، بعدها اشترته شركة جوجل بمبلغ 1.65 مليار دولار.

إنستغرام بالإنجليزية: (Instagram) : هو موقع تابع لشركة فيسبوك، ويحظى بأكثر من 400 مليون

زائر، يُتيح للمستخدمين العديد من الأدوات لتعديل الصور، ومقاطع الفيديو.

سناپ شات بالإنجليزية: (Snapchat) : هو تطبيق يُتيح التراسل من خلال الصور، نُشر عام 2011م،

وحسب إحصائية أُجريت في عام 2015م، فإنّه يحظى بمئة مليون مُستخدمٍ فعّال يوميًا.

واتساب : بالإنجليزية (WhatsApp) : هو تطبيق للهواتف الذكية بالإنجليزية (Smartphones) ،

وأجهزة التابلت، والحوايب، يُتيح لمُستخدميه إنشاء مُحادثات مع المُستخدمين الآخرين، ويُمكنهم من

إرسال الصور، والصوتيات، ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى ملفّات الوثائق، وقد أُصدر عام 2010م، وله

أكثر من مليار مُستخدمٍ.

بينتيريست (Pinterest) : يسمح بينتيريست لمُستخدميه بتحديد صفحة أو موقع معيّن وتعليقه على

لائحتهم. يستخدم هذا الموقع للتخزين والجمع والتبادل. والعناصر التي تُحفظ، يُطلق عليها اسم "بينز"، أي

دبابيس. كما يسمح بينتيريست بمتابعة اهتمامات الأصدقاء وأفراد العائلة. في شباط 2013، كان عدد

مُستخدميه 48.7 مليون، وهو في تصاعد.

غوغل بلاس : تملك شركة "غوغل" تطبيق "غوغل بلاس" الذي يتيح لمستخدميه إنشاء صفحة خاصة بهم تحتوي على صورتهم، ومعلومات شخصية، كالسيرة الذاتية. ويسمح للمستخدمين بتبادل الصور مع الأصدقاء أيضاً. كما يضم زر "بلاس 1" مشابهاً لزر "لايك" في موقع "فايسبوك".

تمبلر : ابتكر ديفيد كارب موقع "تمبلر" عام 2006. ويمكن لمستخدميه نشر ما يريدون من صور وفيديوات ونصوص على شكل مدونة قصيرة. كما يمكنهم تبادل الروابط مع باقي المستخدمين. ورمز الهاشتاغ (#) هو الطريقة المثلى التي تمكن المتابعين من إيجاد ما نشره المستخدم. في الوقت الحالي، يضم تمبلر أكثر من 213 مليون مدون.

انستاغرام : يُستخدم "انستاغرام" لتبادل الصور والفيديوات بواسطة الهاتف. ابتكره مايك كريغر وكيفن سيستروم، وأطلقاه قبل ست سنوات في تشرين الأول 2010. حالياً، يضم الموقع أكثر من 300 مليون مستخدم. ويمكن للمستخدمين ربط حسابهم على "أنستاغرام" بحساباتهم في مواقع أخرى كـ"فايسبوك" و"تويتر"، حتى تُنشر الصورة في مختلف المواقع في الوقت نفسه. منذ إنشاء "أنستاغرام"، انتشرت نزعرات عدّة كالسلفي، ثروباك (Throwback)، هاشتاغ نشاطات نهاية الأسبوع.

في كي (VK) : موقع روسي يُستخدم في أوروبا أيضاً. وعلى الرغم من أنه متوافر بعدة لغات، إلا أنّ اللغة الروسية هي الأكثر شيوعاً فيه. يضم الموقع حالياً أكثر من 280 مليون شخص، ويُستخدم بشكلٍ أساسي بهدف المراسلة، وتبادل الرسائل، الصور، الفيديوات، النصوص، الخرائط، الملفات... كما يمكن المستخدمين من نشر أخبار ومقالات من المجلات، وإبداء إعجابهم بها.¹

4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي : تشترك المواقع الاجتماعية في خصائص أساسية أبرزها:

-الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية « profile page » :

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه

¹ <https://www.annahar.com/article/479138-%20https://smallbiztrends.com/2016/05/popular-social-media-sites.html>

كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات و الصور الشخصية.بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ، وبعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرًا، ومعرفة من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي وضعها...إلى غير ذلك من ف النشاطات.

المشاركة (participation) :

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

الانفتاح (openness):

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

المحادثة (conversation):

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة¹

الأصدقاء/ العلاقات (friend /connexion)

وهي بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى "اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

¹خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره ، ص 26-27

إرسال الرسائل :

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

ألبومات الصور « **albums** » :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور

عليها، و إتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع أو التعليق عليها¹ .

المجتمع « **community** » :

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل

فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب

التصوير الفوتوغرافي ، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة

تحتوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا²

المجموعات « **groups** » :

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصة إنشاء مجموعة انتماء ، حيث يمكن إنشاء مجموعة

بمسمى معين أو هدف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة أو للمنضمين إليها في ساحة

أشبه ما تكوف بمنندى حوار مصغر وألبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عف

طريق ما يعرف ، « **events** » أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين

والغائبين

الترابط « **connectness** » :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك

عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع و التي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي

¹ليلي احمد جزار: : الفاييس بوك والشباب العربي مرجع سبق ذكره، ص 41-42.

²خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية مرجع سبق ذكره ، ص 27 .

أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسله إلى معارفك على الفاييس بوك وهكذا مما يسهل ويسارع من عملية انتقال المعلومات .

الصفحات (page) :

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفييس بوك) ، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين ويقوم (الفاييس بوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول إليها 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

5- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشئ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا 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 مثلا في غيا الوالدين أو أحدهما بسبب مشاكل الحياة أو التفكك الأسري.

¹إيلي احمد جرار: الفاييس بوك والشباب العربي مرجع سبق ذكره، ص 42 .

الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل الرسمي الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل به الوقت ومن بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفاييس بوك مثلت لمستخدميها ومشاركة مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفاييس بوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل لملأ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عن البعض منهم¹

البطالة :

وهي عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل أو التعبير عن قدراته وأيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الإحتيال والنصب²

الفضول :

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

¹مشري مرسى: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 395 ، لبنان، يناير 2012 ، ص 57.

²الوافي الطيب وببهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، موقع إلكتروني تم زيارته، 25,02,2019، على الساعة

: <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc> ، 11,56

التعارف وتكوين الصداقات:

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

التسويق أو البحث عن وظائف :

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

كما تتمتع بقائمة التصميم والتطوير وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسيولة ربط الأعمال بالعملاء 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".

فمن خلال عرض لأهم 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 والترويج عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.

المبحث الثالث : ماهية الفاييس بوك

1-تعريف الفاييس بوك : هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا ، تديره شركة

فايس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، ويشير اسم الموقع (Facebook) إلى اسم الدليل

الذي تُسلّمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستعدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم حتى لا يشعر المستجدون بالاعتراب¹ فالمستخدمون بإمكانهم من خلال خدمات الفيس بوك الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها هذه الشركة وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم ؛ فضلا عن تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم .²

كما يعرف كذلك على أنه "وسيلة اجتماعية تساعد الناس كي يتشاركوا بالمعلومات والأخبار مع غيرهم في دوائرهم الاجتماعية والعالم بسرعة وفعالية" ، أي أنه يسهل للأفراد الراغبين في التعرف على زملائهم عن قرب ، الاتصال بهم أو بالمستخدمين لنفس نطاق بريدهم الإلكتروني ، كما يرجع القرار للمستخدم في حرية نشر ما يرغب من أخباره الخاصة وكذا معلومات تتعلق بمعارفه وخطط الإجازة و الصور والأفلام المفضلة والمناسبات القادمة و أي معلومات أخرى عن حياته الشخصية³ وهذا بفضل التطبيقات والخدمات المتاحة في الصفحة الشخصية للمستخدم في الفيس بوك وذلك في الشق المتعلق منها بالحالة الشخصية أو الاجتماعية أو النفسية ، أو حتى عرض آرائه ومعتقداته وحتى أفكاره الخاصة و حرية مشاركتها مع العامة أو الأصدقاء أو العائلة والأصدقاء المقربون أو حتى مع فئة مخصصة من الأصدقاء من جهة أخرى يعرف الفيس بوك على أنه مجتمع افتراضي يشير إلى مكان أين يمكن للأفراد الالتقاء والتفاعل وذلك بسبل شتى من بينها على سبيل المثال لا الحصر : تبادل الصور الثابتة والمتحركة كالفديو ، ومعلومات أخرى كما تنشأ من خلاله اتصالات عامة مع الأصدقاء ، العائلة...

1 - عبد الحميد صلاح محمد : الإعلام الجديد ، دط، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2012 ، ص 317 ، 310
 2 فؤاد شعبان، سبطي عبدة : تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة ، دط، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر 2012 ، ص 108
 3 بوعمر سهيلة : الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، علم النفس ، تخصص علم النفس الاجتماعي ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2013- 2014 ، ص 110 .

المشاركة في أعمال مشتركة ، والتفاعل حول الاهتمامات المتبادلة والتواصل مع مجموعات الاهتمام والأفراد.¹

إذ طور الفيسبوك تكنولوجيات سهلت من عملية مشاركة وتبادل المعلومات بين الأفراد مما شكل لهم خرائط رقمية موازية للشبكات الاجتماعية الواقعية² ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وتبادل الرسائل معهم وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية³.

حيث تتيح خدمة المجموعات والصفحات للمستخدم الانضمام لأي مجموعة تضم أشخاصا يحملون ويشاركون نفس أفكاره حتى وإن لم يكونوا من قائمة أصدقائه

كما عرفه قاموس الاعلام والاتصال " dictionary of media and communications على أنه " موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة الإدارة والموظفين لكنه اتسع لكي يشكل كل الأشخاص⁴ ، وفي هذا التعريف نلمس نوعا من التعريف التاريخي حيث ارتبط مفهوم الفيس بوك هذا بمن ظهوره وكذا انتشاره وتطوره

أما مخترعه مارك زوكربيرج « Mark Zuckerberg » *فيرى أن الفيس بوك عبارة عن حركة اجتماعية Social Movement وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل ، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني من الطريق وأنه سوف يسيطر وسيحتل كل الأنشطة البشرية على الشبكة الدولية؛ لذا فوصفه بأنه "دليل

¹رمضان، الخامسة : استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة 2013 ، ص 102

² Serge Gutwirth and others: **Data Protection in a Profiled World**, Kindle Edition,2010,p119.

³ -Hurdreds, Alan. J:**Register For New Facebook Website**, Harvard Grimson, 2008, P 02.

⁴ Marcel Danesi :**Dictionary of media and communications**, M.E. Sharpe, New York,3110,p117

سكان العالم وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يبتكروا ويستحدثوا لأنفسهم هوية عامة عن طريق الادلاء بما يريدون من معلومات حول أنفسهم وتكوينهم الذهني والعاطفي ونشر صورهم الشخصية و أن الهدف منه أن يصبح العالم مكانا أكثر انفتاحا ¹.

تمتلك وتدير شركة الفيس بوك (الأم) مجموعة من الشركات الفرعية والتي كانت سابقا عبارة عن شركات مستقلة بذاتها .وبناء على هذه الملكية سمحت شركة الفيسبوك لنفسها بمشاطرة المعلومات الخاصة بالمشاركين لديها لدى الشركات الفرعية لها وذلك من منطلق أن هذه المشاركة إعتدت من أجل تيسير ودعم ودمج نشاطاتها وتحسين للخدمة ، من بين تلك الشركات نذكر الآتي بيانه أدناه :

□ Facebook Payments Inc. (<https://www.facebook.com>)

□ Atlas (<http://atlassolutions.com>)

□ Instagram LLC (<http://instagram.com>)

□ Mobile Technologies Inc. (<http://jibbiggo.com>)

□ Onavo (<http://www.onavo.com>)

□ Parse (<https://parse.com>)

□ Moves (<http://moves-app.com>)

□ Oculus (<http://www.oculus.com>)

□ LiveRail (<http://www.liverail.com>)

□ WhatsApp Inc. (<http://www.whatsapp.com>)

وشعار هذه الشبكة هو: "الفيس بوك شبكة اجتماعية وستبقى كذلك ¹always will (It's free and be)، وهذا يعني أن الطابع الاجتماعي لهذه الشبكة يأتي قبل الطابع التجاري لها ؛ فأول ما فكر فيه

¹محمود الفطافطة : علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك انموذجا ، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية ، مدى ، فلسطين ، 2012 ص 33

مؤسس هذه الشبكة هي كيف يجعل الكل متواصل ومتصل مع غيره وبجميع الطرق المتاحة ، ليليه الطابع التجاري متمثلاً في الإعلانات أو التطبيقات وكذا مختلف العمليات التي تحدث من خلال شبكة الفيس بوك الاجتماعية.

2- نشأة وتطور موقع الفيس بوك

جاءت الفكرة الأصلية لمصطلح " فيس بوك " من المدرسة الثانوية التي درس فيها زوكربيرغ خلال العام الدراسي 2000 -2002 " أكاديمية فيليب أكستر " - (Phillips Exeter Academy) ، حيث استوحاه الطالب زوكربيرغ من الكتاب السنوي الذي يسمى " W Xeter Face Book " ، ولم يكن تفكير زوكربيرغ تقليدياً إذ لم يسع لإنشاء موقع تجاري يجذب الإعلانات أو إلى نشر أخبار الجامعة ، ولكن ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة جامعة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم حتى بعد الخروج على أساس أن مثل هذا التواصل إذا تم بنجاح سيكون له شعبية كبيرة² فكان ذلك فعلاً في الرابع من شهر فيفراير من العام 2004 تحت اسم الفيس بوك " The Facebook والشكل الموالي يوضح ذلك.

¹ -موقع الفيس بوك ، خدمة المساعدة (help) ، <https://www.facebook.com/help/111814505650678> ،
² - عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2011 ، ص 184 .



الشكل رقم 1 : يمثل الصفحة الرئيسية لموقع The facebook

كما تعود الإرهاسات الأول للفايس بوك لنسخة أخرى خاصة بجامعة هارفارد ابتكرها زوكيربيرغ ليصاهاي

بها شهرة موقع آخر ألا وهو موقع بوك

" جذاب أم لا ؟) HOT or NOT (كما هو موضح في الشكل رقم 02 وهو عبارة عن موقع

تصويت وترتيب مشهور أنشيء في أكتوبر 2000 من طرف كل من جيمس هونغ و جيم يونغ James

Hong and Jim Young، يسمح هذا الموقع لزواره بالتصويت على صور الأفراد حسب مقياس

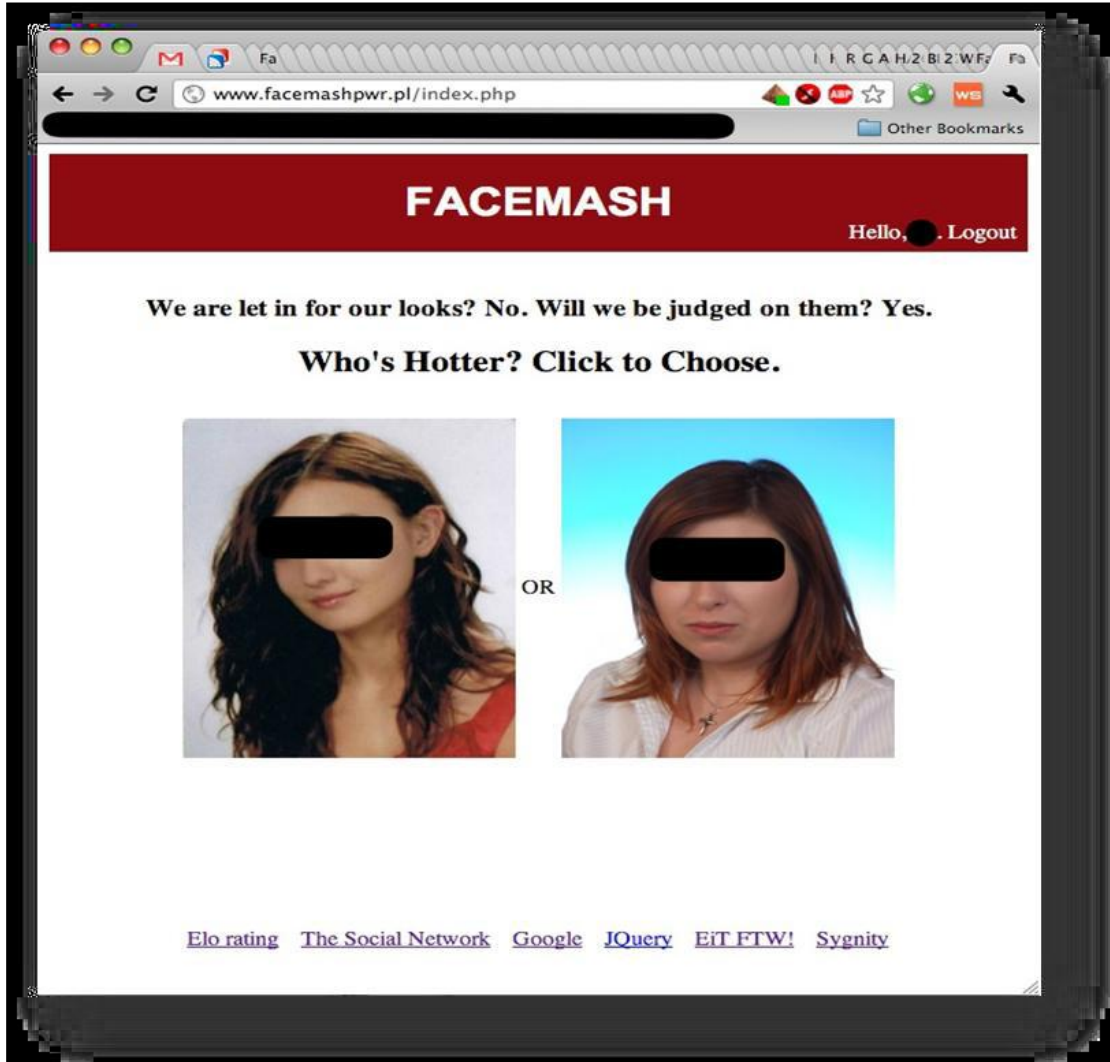
الجمال والإثارة



الشكل رقم 02 : يمثل صفحة من موقع Hotornot.com

وأمام شهرة هذا الأخير قرر زوكربيرغ آنذاك (30 أكتوبر) أن يكتب برمجيات موقع جديد سمي ب: " FACEMASH " أنظر الشكل 03 وكان هذا الموقع نتاج لخبرته في السنة الثانية من التعليم الجامعي وابتكر هذا الأخير ليسمح للطلاب بجامعة هارفارد بمقارنة بين طلبة آخرين اعتمادا على صفحاتهم الشخصية كما هو الحال بموقع . Hot or not إلا أن هذا الموقع لم يكتب له الاستمرار لاجتماع عدة عوامل منها نقص خبرة زوكربيرغ وكذا للتدخل الحازم لسلطة إدارة جامعة هارفرد، كما تم اتهام مؤسسه بالقرصنة على اعتبار أن زوكربيرغ ارتكب أعمال قرصنة إلكترونية وتحايل للحصول على الصور من قاعدة معلومات كل شبكة خالة بتسعة إقامات متواجدة على مستوى جامعة هارفرد حيث لجأ

إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد ، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي¹



الشكل رقم 03: يمثل الصفحة الرئيسية من موقع Facemashpwr.pl

إلا أن هذا لم يثته عن عزمه في ابتكار شبكة اجتماعية خاصة بالطلبة حيث طور فيما بعد صفحة لمساعدة زملائه في مراجعة مادة تاريخ الفنون ضمت صوراً من العصر الأوغسطي وتحت كل صورة تعليق وملاحظات. كما قام زوكربيرغ في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه بتأسيس موقع " الفيس بوك " على النطاق thefacebook.com وتحديداً في 4 يناير من عام 2004 وقد أدلى زوكربيرغ

¹-Justin Levy : **Facebook Marketing** Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns(3rd ed , Que Publishing, United States of America ,2012,pp 5-6

بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد" "أستطيع أن أقوم بأشياء مماثلة لهذه في كل الأوقات كما أن الفيس بوك لم يستغرق مني لانجازه سوى أسبوع فقط

"I do stuff like this all the time," Zuckerberg says in his relaxed tone "The facebook literally took me a week to make."¹

اقتصرت في البداية عضوية الموقع على طلبة هارفارد كوليديج أقدم كليات جامعة هارفارد وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداسغين موسكوفيجز (مبرمج وأندرو ماکولام) رسام جرافيك وكري هيوز إلى زوكربيرغ لمساعدته في تطوير الموقع ، أما في شهر مارس من عام 2004 ، فقد تم فيه فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبييل ليتسع الموقع أكثر فيما بعد أن فتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية

وفي شهر يونيو من عام 2004 ، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا لتقوم فيما بعد الشركة بإسقاط أداة التعريف (The) من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي²

¹ By Michael M. Grynbaum :**Mark E. Zuckerberg '06: The whiz behind thefacebook.com** ,artical published on The Crimson in June 10, 2004 <http://www.thecrimson.com/article/2004/6/10/mark-e-zuckerberg-06->

² Seward, Zachary M : **Judge expresses skepticism about Facebook lawsuit**

The Wall Street Journal. <http://www.wsj.com/articles/SB118539991204578084 25/07/2007>

(اطلع عليه بتاريخ 14-03-2014 طرف الطالبة أمال عساس من جامعة بانة لتحضير شهادة الماجستير)

كما قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 ، وهو ما أشار إليه زوكربيرغ بالخطوة المنطقية التالية ، فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات ومن بينها شركة أبل Apple المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006 ، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر 13 سنة فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح وفي أكتوبر من عام 2008 ، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك عن اتخاذ مدينة دبلين مقرا دوليا له ¹

أما في ديسمبر 2013، أضاف فيسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبي" أما أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة جديدة من الإيكونات أصدرتها فيس بوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته. والمتتبع للمراحل التي مر بها هذا الموقع يجد أنه مر بعدة تغييرات جذرية منذ نشأته والتي كانت محل انتقاد من قبل المستخدمين الذين اعتادوا على الشكل القديم للموقع ، إلا أن هذا الامتعاظ سرعان ما يتحول لإشادة بالمميزات الجديدة التي تحصل عليها الموقع مع كل تغيير وفيما يلي أهم المحطات التي مر بها الفيس بوك والتي خضع من خلالها لعدة تغييرات أو مستجدات لتصل الصفحة إلى ما هي عليه الآن : بداية كانت مع ظهوره أول مرة وقد تم عرض هذه المرحلة سابقا في معرض الحديث عن النشأة أعلاه لتليها المراحل التالية والتي تم إعدادها من قبل الباحثين :

2015 : صفحة البيانات الشخصية (Profile) الأصلية للفيس بوك كما ظهرت ميزة المجموعات

¹ - Lacy, Sarah :Facebook opening the doors wider، business week

اطلع عليه بتاريخ 09-03-2008 من طرف الطالبة أمال عساسي من جامعة باتنة لأنجاز مذكرة ماجستير
http://www.bloomberg.com 2006-09-12



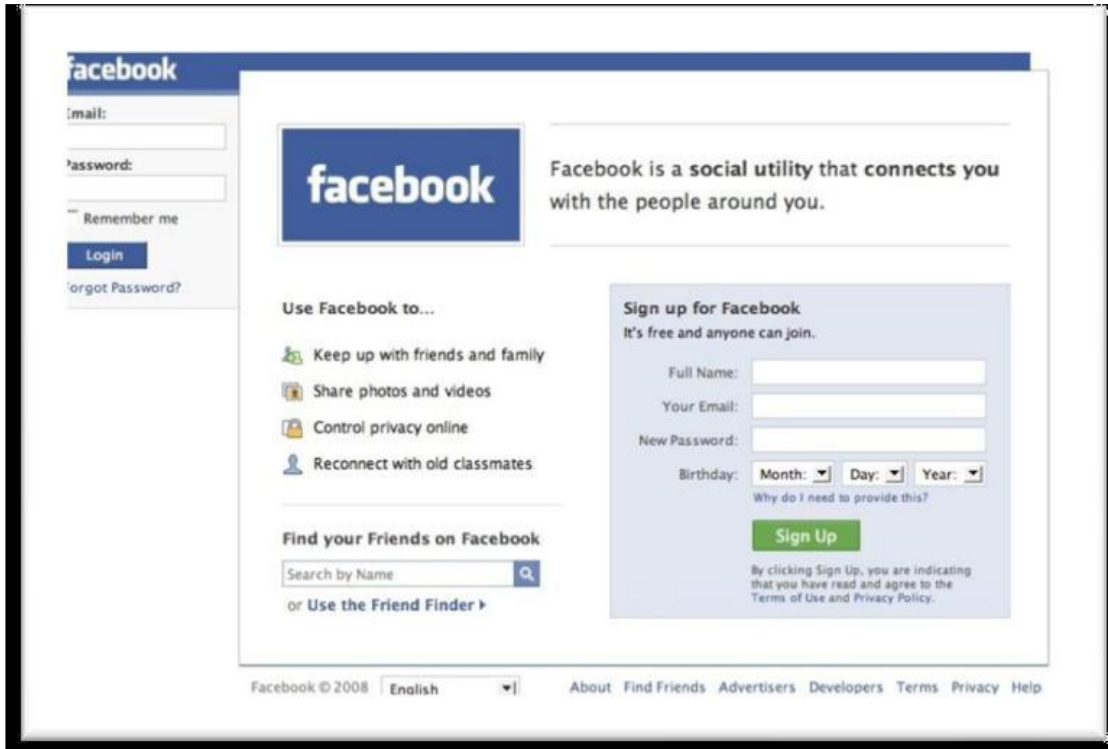
الشكل رقم 04 يمثل قبل ظهور ميزة "News Feed" كانت عبارة عن عدد من الحسابات غير المتصلة



الشكل رقم 5 يمثل تحديث الصفحة الشخصية لمؤسس الموقع كما أنشأ "فيس بوك" خدمة "News Feed" عام 2006 لسهولة التعرف على أنشطة أصدقائك -



2008 : الشكل رقم 06: يمثل تطوير صفحة الدخول للفييس بوك الصفحة الأولى وفتح مجال الاشتراك

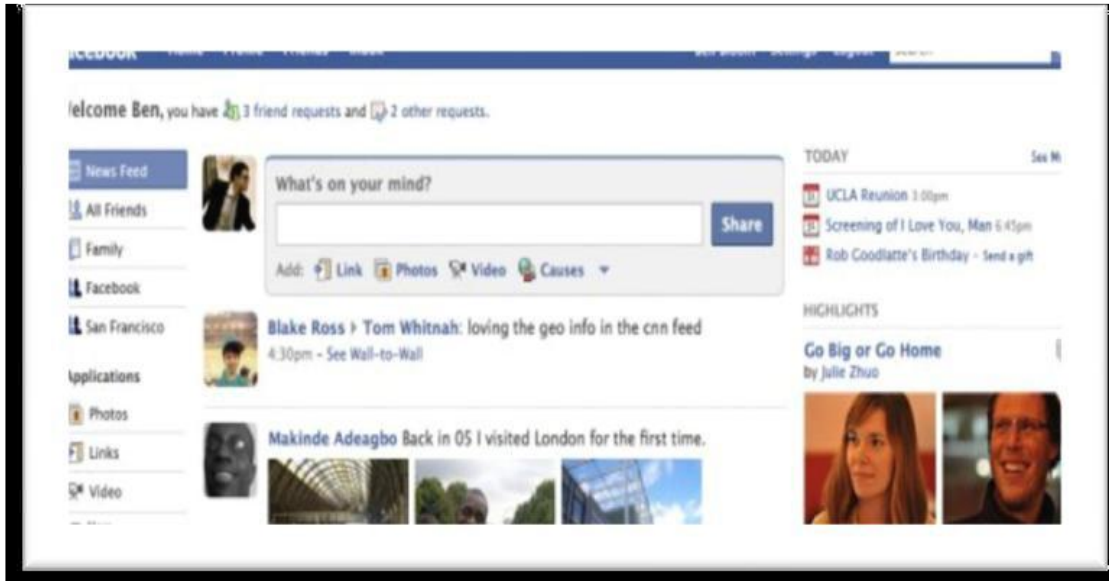


الشكل رقم 08: يمثل الصفحة الرئيسية لفيس بوك لسنة 2009

حصلت الصفحة الرئيسية للموقع "فيس بوك" على بعض التحسينات إذ تم تطويرها لتحمل أخبارا وأحداث قد تهم المشتركين كما بدأ الاهتمام بما يرغب الأفراد بمشاركته من خلال طرح سؤال (ماذا يدور في عقلك)

"What's on your mind?"

وبدأت في عرض العديد من الأخبار في "News Feed" تماشيا مع طريقة عرض شبكة التواصل الاجتماعي تويتر.



الشكل رقم 08 يمثل من ضمن التعديلات الكثيرة التي حصل عليها "فيس بوك" في 2010. كانت القائمة المدرجة تحت اسم وصورة الحساب والتي تحتوى على أيقونات للصور والمعلومات الشخصية، كما أدرج "فيس بوك" ميزة الإخطارات ضمن الشريط العلوي للصفحة الرئيسية، وتم في هذه المرحلة التركيز على تطوير الصفحة الشخصية للمستخدمين، وكذا فتح المجال لهم لإبداء إعجابهم بصفحات المشاهير و تسهيل التواصل والتفاعل معهم.



الشكل رقم 09 يمثل تعديل صفحة الفايسوك لسنة 2011 أصبحت خاصية المتابعة أسرع ومتابعة أخبار الأصدقاء أصبحت أسهل وتفعيل خدمة متابعة أخبار وكل ما ينشر على صفحات أخرى لغير الأصدقاء و انتشر مصطلح المتابعة (Follow) على أوسع

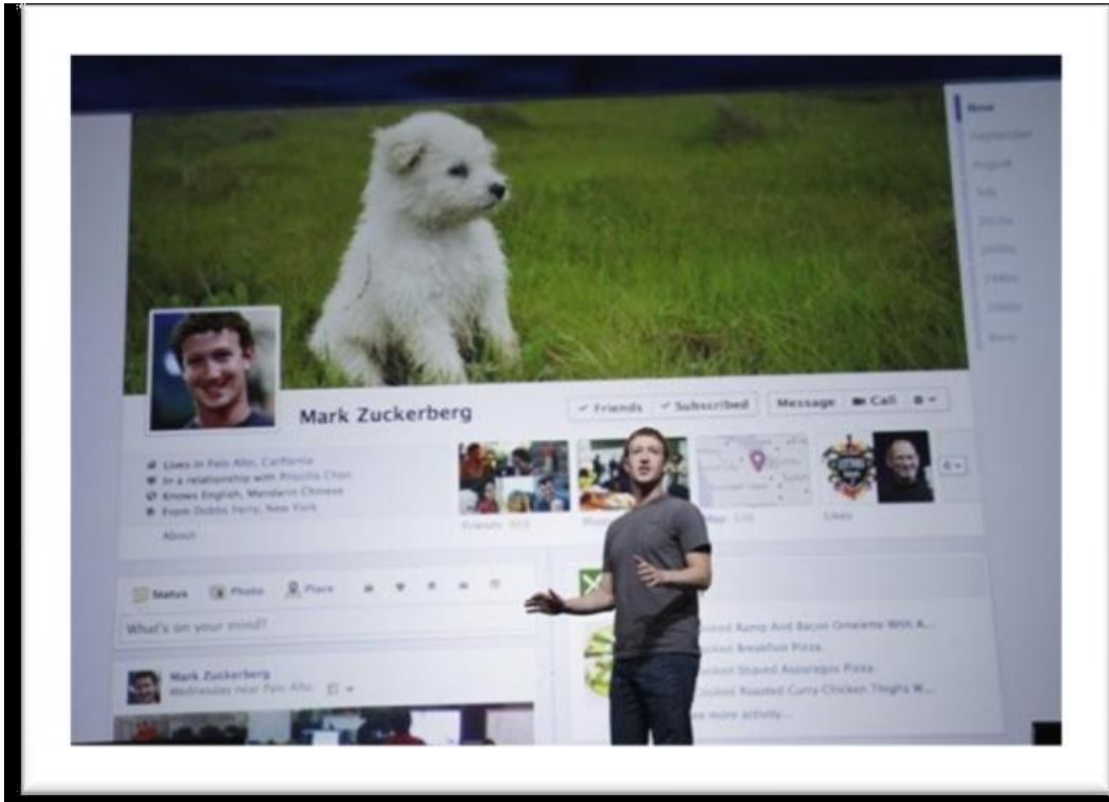
نطاق كما حدث مع مصطلح أعجبنى (Like) ، كما تم تدعيمها بإتاحة خدمة الدردشة المباشرة عبر

الفيديو وتطوير خدمة جديدة تسمى بالخط الزمني Timeline حيث تم الاستغناء على ما يسمى بالجدار

وWall وتفعيل خدمة الخط الزمني حيث حث الفيس بوك المشتركين على مشاركة قصة حياتهم والمراحل

والخبرات التي مروا بها

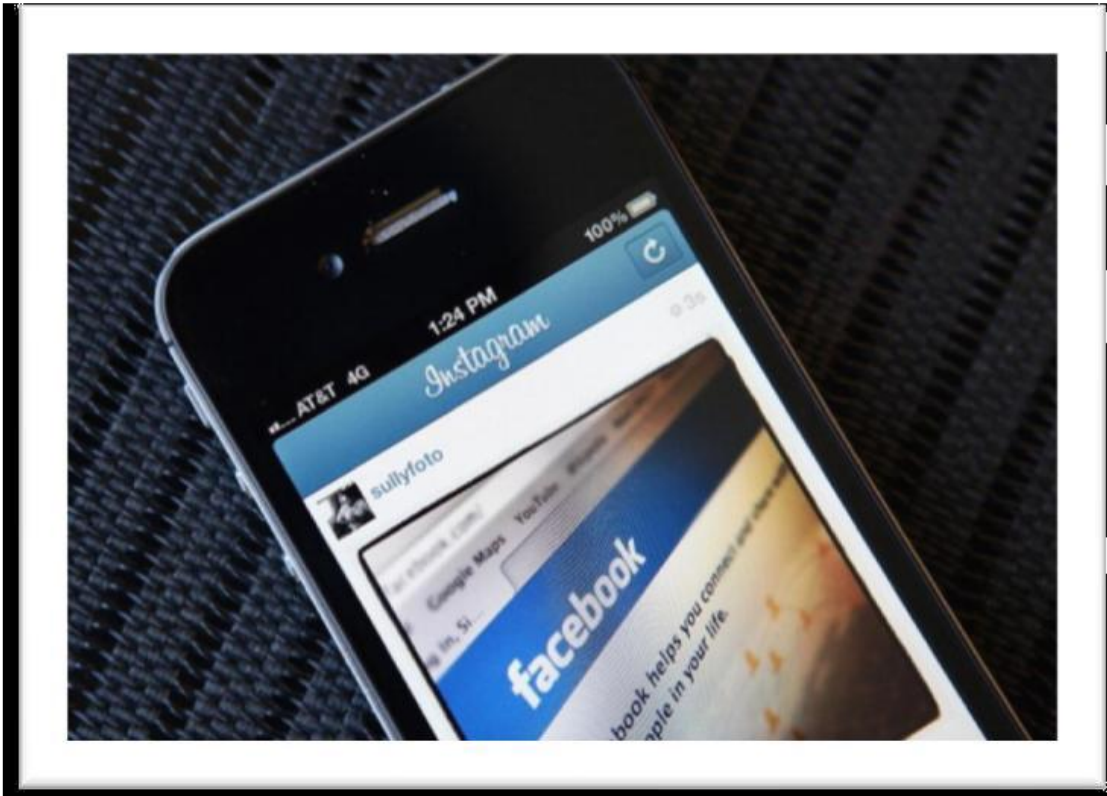
سواء بمجال العمل أو الدراسة ...

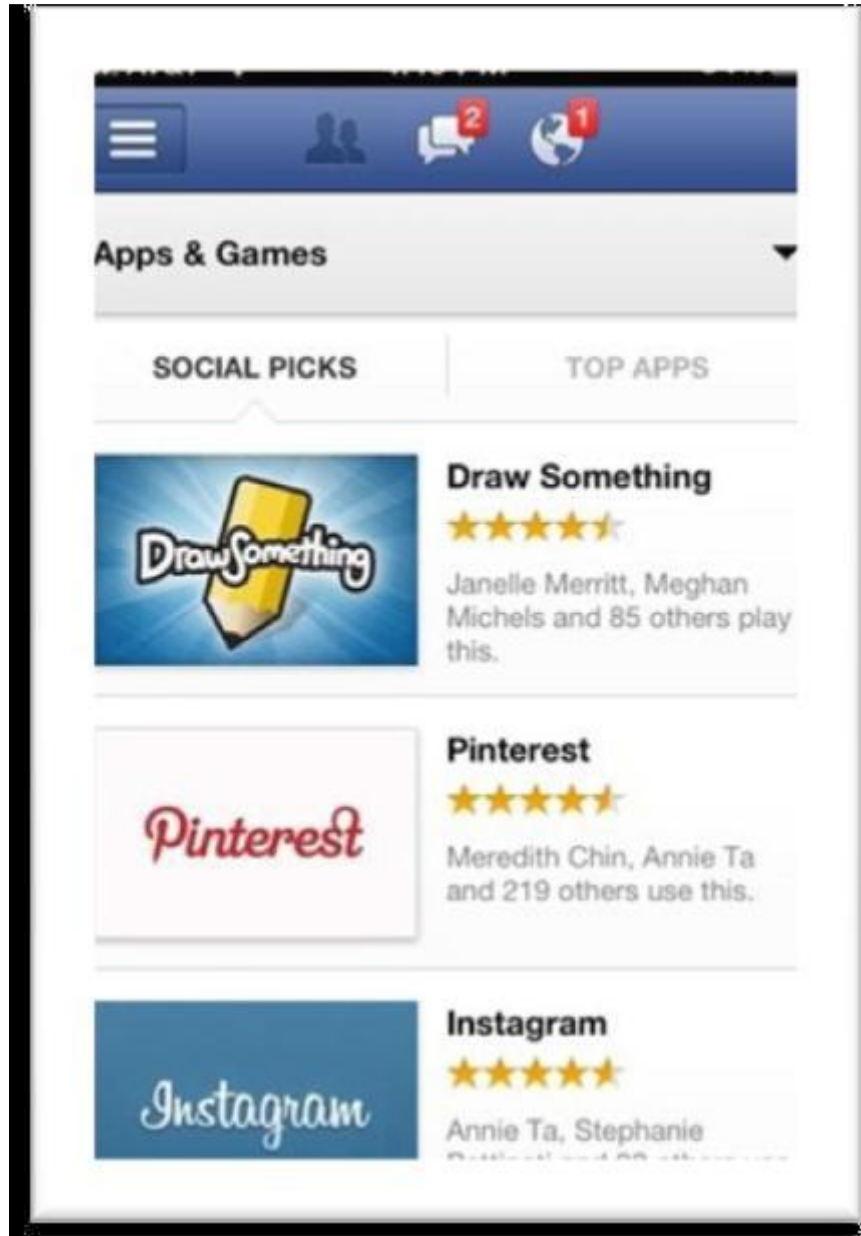




الشكل رقم: 10 يمثل استحداث خدمة مركز التطبيقات بالفييس بوك لسنة 2012

بدأ فيس بوك في عرض إعلانات على هيئة "News Feed" في يناير 2012 ، و لإرضاء واشباع الطلبات المتزايدة لمستخدمي الهاتف المحمول قام الفاييس بوك باستحداث خدمة التطبيقات حيث ظهرت في البداية حوالي 500 من تطبيقات الفيس بوك، وكان معظمهم من الألعاب . أما في ربيع 2012 ضم الفيس بوك إلى باقته خدمة الانسغرام Instagram بكل ما فيها من تقنيات عالية في عرض الصور ومشاركتها





2013 : تم استحداث وصلات تم تضمينها بالصفحة الشخصية للمستخدمين تتعلق بكل ما يمثل المستخدمين من معلومات قصد مشاركتها مع أصدقائهم أو العامة ففي البداية تظهر علبة حوار يتم شرح العملية للمستخدم وكذا طريقة عرض تلك المعلومات من أجل الموافقة عليها كما تم التمييز بين المستخدمين الذين يستعملون الفيس بوك باللغة العربية وبين اللغات الأجنبية من ناحية اتجاه الصفحة من اليمين إلى اليسار أو العكس

* قمنا ببعض التحديثات إلى كيفية عرض يومياتك. أصبحت منشوراتك ومناسباتك في الجهة اليسرى وما تبقى من الأقسام في الجهة اليمنى.

التالية

* تسهل صفحة المعلومات عنك الجديدة العرض على أمدقائك الأمور التي تثير اهتمامك.

التالية

أما في الفترة الأخيرة قام الفيس بوك بتحديث شروط استخدام موقع وتطبيقات الخاصة بالفيس بوك وقام بتبنيه جميع المستخدمين عن طريق اشعار في حسابه أو عن طريق ارسال رسالة الى بريده الالكتروني وكانت تتضمن أن بمجرد استخدامك الفيس بعد 1 يناير من 2015 وهذا يعتبر بمثابة موافقة على هذه الشروط والتعديلات الجديدة.

6- خصائص الفيس بوك

يوصف الفيس بوك بكونه "دليل سكان العالم" وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم ، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً¹ كما أن هدف الفيس بوك باعتباره شبكة تواصل اجتماعي هو خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحد ، تختلف

¹ ، صادق عباس : الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008 ،ص 15

وجهاتهم ومستوياتهم وألوانه ، وتتفق لغتهم التقنية . كما أن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة ، أو حب الاستطلاع والاكتشاف . و الشخص في هذا

المجتمع عضو فاعل ، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب و يشارك ، ويسمع و يتحدث ، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط ، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط ، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي . ومن بين الخصائص التي يتميز بها الفيس بوك الموسوم كشبكة تواصل إجتماع نستعرض فيما يلي¹

4-1- العالمية :

إستطاع الفيس بوك بفضل حركيته إلغاء العديد من الحواجز التي قد تواجه المجتمعات الواقعية من حواجز جغرافية مكانية وحتى زمنية ، حيث مكن الافراد من الشرق من التواصل مع أفراد أو مجتمعات غريبة في بساطة وسهولة خاصة مع تطور التطبيقات الخاصة بالفيس بوك من تحديثات مكنت الأفراد من التواصل فيما بينهم ، فضلا عن الطرق المكتوبة و اعتماد الصورة والصوت . ففي البداية كان شعار الفيس بوك "لنجعل عالما أكثر انفتاحا وتوصلا " ليتجاوز مداه إلى أن وصل إلى العالمية في آفاق استعماله ، خاضعا بذلك لمنطق العولمة التي جعلت من التواصل أمرا لا مناص منه وجعلت العالم قرية كونية يحق للجميع التواصل وتداول أخبارهم وأخبار غيرهم وكل ما يهمهم من معارف ومستجدات لينتقل بذلك المشهد من أروقة هارفرد كولييدج إلى العالمية فيسهل الاتصال لمن يريد ليترسخ بذلك شعار " in your life Connect and share with the people " أي اتصل وتشارك مع الأشخاص المتواجدين في حياتك .

¹بدر الدين بن بلعباس : شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين ، الفيس بوك وطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة نموذجاً ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع التربية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2014 ص 48

4-2 التفاعلية

فالفرد فيها بالإضافة لكونه مستقبل و قارئ ، فهو مرسل وكاتب و مشارك ، فهي تلغي السلبية المقيتة من الإعلام القديم كالتلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ فالفرد من خلال الفيس بوك يرسل ويكتب ويتحدث ويستقبل سواء عن طريق الرسائل النصية أو المسموعة أو المصورة فيتفاعل مع غيره ومع مجرى الأحداث والتعليقات ضمن صيرورة أخذ ورد ، لهذا يعد الفيس بوك من التقنيات التي سمحت بتغيير مجرى الاتصالات كغيره من شبكات التواصل الاجتماعي ؛ فبعدها كانت الاتصالات خطية مباشرة من مرسل إلى متلقي أحدثت الوسائل التفاعلية على غرار الفيس بوك ثورة غيرت مسار الاتصالات ، فهذه التفاعلية أعطت للفرد الفرصة بشكل أكبر على أن يشارك ويسهم بشخصه في الموضوع تحليلا ونقدا أو تعليقا وفي إطار تدرجه ذلك ينعكس الأمر على شخصيته ويتحول من شخصية منغلقة ومجرد شخصية هامشية إلى شخصية على الأقل تملك رؤية وهذا الأمر لا ينطبق على الجميع ولا يمكن تعميمه لكن المقدمات التي تقضي إلى هذه النتيجة تعتبر ذات دلالة موضوعية قوية ، ففي هذا الحقل الافتراضي لا يهم من يعلق أو ما هي درجته العلمية أو مكانته الاجتماعية مع الفارق الجوهرى في الأخذ بمضامينها لكنها في الاطار العام تعتبر تعليقا "فكرة" بعيدة عن الجدل الحاصل في اعتبارها مجدية أو غير مجدية

كما قد يكون المحيط واحدا من المحددات الهامة للاختيار أو الاهتمام المشترك أي أنه إذا كان الفرد في بيئة ومع "جماعة الرفاق" التي تنحو نحو استخدام الفيس بوك فإنه ولكي يتواصل معهم غالبا ما يستعين بهذه الشبكة للتواصل مع رفاقه ، لأن التفاعل بين الأفراد هنا يكون حول مواضيع مشتركة بالدرجة الأولى ثم تأتي المجموعات الجديدة القائمة على التعارف وغيره .

3-4 التوفير والاقتصادية:

اقتصادية في الجهد والوقت و المال ، فمجانية الاشتراك والتسجيل أتاحت للفرد البسيط إمكانية امتلاك فضاء أو حيز افتراضي على الفيس بوك ويات يشعر بانتمائه ولم يعد ذلك حكرا على نخبة هارفارد كما ساهمت الاعلانات والتطبيقات المدفوعة الأجر من زيادة أرباح الشركة باعتبارها شركة استثمارية تستمد أرباحها من تداول الأفراد لأنشطتهم وصورهم وتفاعلاتهم اليومية ؛ فالحرص على بقاء الفيس بوك كما هو مجاني هو في الأصل حرص على زيادة مؤشرات الأرباح .كما يجدر التنويه هنا أنه قد يكون التسجيل في الشبكات الاجتماعية ووضع المعلومات مجانية ، لكن على الشركات الاستثمار في تكاليف الموظفين أو المستشارين الذين سيديرون العمل على تلك الشبكات.

4-4التنوع وسهولة الاستخدام:

فيستخدمها الطالب للتعلم ، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء... وهكذا حيث أتاحت التحديثات العديدة التي قام بها الفيس بوك الفرصة أمام المشتركين فيه للقيام بمختلف أنشطتهم فضلا عن التنوع اعتمد الفيس بوك على البساطة في عرض تطبيقاته وتحديثاته فهو يعد كأحد البرامج الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة اللغة والرموز والصور التي تيسر للمستخدم التفاعل ، ولعل الملاحظ لصفحة الفيس بوك يجد أنها ومنذ نشأتها اعتمد فيها لون واحد بدون تغيير فالمنافسة على أوجها ولم تعد المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم والألوان أو غيرها بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار ببساطة هذه هي لغة التكنولوجيا فكل لحظة تمر على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة ابداعية جديدة .كما يمكن الإشارة في ذات السياق أنه قد يكون الدخول للفيس بوك سهلا ولكن استخدامه بالشكل الصحيح ليس بتلك السهولة إذ أن هناك الكثير من

حالات الفشل التي صادفتها مدونات ومجموعات كان سببها عدم مقدرتها على جمع أكبر عدد من المشتركين وإبقائهم على المجموعة للتفاعل فيما بينهم وهذا أمر يحتاج العديد من الجهود في التخطيط¹.

5- تطبيقات وخدمات الفيس بوك

يوفر الفيس بوك على اعتباره من بين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي خدمات اتصالية تفاعلية بالدرجة الأولى تتيح للمتفاعلين من خلالها تبادل الآراء والأفكار والتعليق والصور والمعارف وغيرها من أشكال الدردشة والمشاركات ، ومن بين تلك الخدمات نذكر من بينها على سبيل المثال لا على الحصر ما يلي² :

5-1خاصية لوحة الحائط Wall :

وهي عبارة عن مساحة مخصصة من صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وكذا النشر على صفحته أو التعليق على ما ينشره و كذا إبداء الإعجاب بما ينشره ويخضع كل هذا لهامش الخصوصية الذي يتيح الفرد لغيره ، إذ يمكنه التحكم في من ينشر على حائطه ومن يتفاعل معه وكذا من يمكنه رؤية ما ينشره أو ينشره أصدقائه على ذلك الحائط.

5-2 خاصية الصور Photos:

تتيح هذه الخاصية للمشارك من إمكانية اعداد ألبوم للصور خاص به ، وكذا تبادل الصور الخاصة به أو المتعلقة بأصدقائه ويتم تحميل هذه الصور من جهاز المستخدم الموقع كما يمكنه من مشاركة صور نشرها غيره .

¹ - Saikaew kanda: **How Social Media Change**, Business,Technology, and society, 2011
www.slideshare.net,08/02/2019,20:15

² - آن كولير و لاري ماجد : دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك ، 31-32 Connectsafely.org تم الاطلاع عليها ، بتاريخ : 22.02,2019

5-3 خاصية الفيديو Videos:

و تسمح للمستخدم تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها عبر الموقع أصدقائه بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات فيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرئية (صوت وصورة) لأصدقائه.

5-4 خاصية الحالة Status:

و تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية ابلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي كما طور تقسيم الفيس بوك خاصية الحالة النفسية من خلال التعبير عنها بأيقونات تعبر عن الفرح أو الغضب وكل الحالات النفسية التي قد يمر بها الفرد .

5-5 خاصية الأحداث الهامة Events:

وتتيح للمستخدمين إمكانية الاعلان عن أحداث هامة وكذا عن حدث ما جاري يدونه وإخبار الأصدقاء والأعضاء ويتم من خلاله سؤالهم عن رغبتهم بالحضور أو الرفض.

5-6 خاصية الإشعارات: Notifications

تستخدم هذه الخاصية للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال دائم بآخر التحديثات التي قام بالتعليق عليها سابقا

5-7 خاصية النكز Poke :

و النكز عملية تنبيه أصدقاء على الفيس بوك لجذب انتباههم وكأن المستخدم يقول مرحبا

5-8 خاصية الإشارة Tag :

إلى جانب الخاصية السابقة (النكز) أضاف الفيس بوك خدمة الإشارة وهي خالية متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيس بوك

5-9- خاصية الهدايا: Gifts

وتتيح هذه الخاصية للمستخدمين ارسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم وتظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.

5-10 خاصية الألعاب: Games

يوفر الفيس بوك العديد من الألعاب المختلفة كما يسمح للمستخدم أن يدعو العديد من الأصدقاء ممارسة لعبة معينة بشكل جماعي أو فردي.

5-11- خاصية الحلقات أو المجموعات: Groups

يتيح الفيس بوك فرص تكوين مجموعات الاهتمام , حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة ويوفر موقع الفيس بوك لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر كما يتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات, ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين, كما تمكن المشتركين من الانضمام إلى مجموعات للنقاش في موضوع ما, فعند إنشاء المستخدم مجموعة يكون مسؤولا عنها ويمكنه اقتصار تحديثات الحالة والصور ومقاطع الفيديو و أي محتوى آخر على الأشخاص المشتركين في هذه المجموعة فحسب. وتتميز هذه المجموعات بحسب الخصوصية إلى مجموعات مفتوحة ومغلقة وسرية , يمكن لأي مستخدم على الفيسبوك الانضمام إلى المجموعة المفتوحة والإطلاع على المنشورات والحوارات بها أما المجموعات المغلقة فيسمح للعامة من غير الأعضاء على الاطلاع على قائمة المشتركين بها وكذا عنوان المجموعة أما المنشورات فتبقى حصرا بين أعضاء المجموعة فقط أما المجموعة السرية فتتميز بخصوصية عالية فلا يستطيع أحد العثور عليها عن طريق البحث ولا يمكن أحد من خارج المجموعة من رؤيتها¹ .

¹ أن كولير و لاري ماجد : دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك، مرجع سبق ذكره، ص 30

بالإضافة إلى تطبيقات أخرى يطول شرحها ولا يكفي المجال هنا لحصرها جميعا وهذا ما يميز الفيس بوك من امتداد للتطبيقات والخدمات التي تتيح للأفراد بالتواصل بكل سهولة وبدون قيود .

6- كيفية الاشتراك وآلية التواصل بين المستخدمين عبر الفيس بوك

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة اجتماعية يرتادها الشباب فقط اعتقاد خاطئ إذ أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك ، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية ، فدافع المستخدم للحصول على الاشباع المطلوب بأقل جهد ونفقات أقل وفي أي وقت

وفي أي مكان ومن أي مكان ، بالإضافة لسهولة الاستخدام ، جميع هذه العوامل ساعدت بشكل كبير في ازدياد شعبية هذا الموقع الاجتماعي ، فيكفي أن يمتلك الفرد مهارات أساسية في الانترنت تمكنه من اللوج إلى العالم الافتراضي خاصة و أن التسجيل بها مجاني ومفتوح أمام الجميع حيث لا يتطلب إنشاء حساب بموقع الفيس بوك أكثر من ايميل تتلقى عليه رابط لتفعيل الاشتراك وذلك للتحقق من هوية المستخدم ، بعدها يمكن الدخول بسهولة إلى الموقع وهو لا يتيح الدخول إلا لأعضائه.

كما أنه يسمح لك بالاتصال والوصول إلى أصدقائك ومعارفك ببسر إذ يعطيك خيار أن تدعو الأشخاص الذين تحفظ بعناوينهم البريدية في دفتر العناوين في الإيميل الذي استخدمه للتسجيل فالمشترك الجديد في الفيس بوك يلاحظ ان الفيس بوك يقترح Suggest إضافة أصدقاء يعرفهم و له معهم تواصل مما يثير استغراب

المستخدم في معرفة المتوقع لهم ، تفسير ذلك أن المتوقع يقوم بامتلاك قائمة معارفك في البريد الإلكتروني إن كان في Hotmail أو Yahoo أو Gmail و يقوم بعمل اقتراح لك إن كانوا أعضاء في الفيس بوك أو اقتراح دعوتهم للانضمام إلى المتوقع ، و هذه الخطوة تتم كخرق واضح من شركات البريد الإلكتروني بدون مشورة صاحب البريد ، كما يتيح لك دعوة الأصدقاء الذين تعرف حساباتهم البريدية

الالكترونية (إيميلاتهم) من خارج قائمتك أو أسمائهم وكل ما عليك بعد أن تجدهم هو أن تستخدم أيقونة إضافة صديق ويتيح لك أيضا خيار

مراسلتهم ليقرروا هم قبول دعوتك أو تجاهلها ، و عبر خاصية أصدقاء أصدقائك بإمكانك في فترة بسيطة التعرف و التواصل مع كل معارفك زملاء المدرسة منذ الابتدائية و الثانوية ثم مرحلة الجامعة و زملاء العمل.

و كذلك عبر التشبيك مع مختلف الشبكات هذه شبكة الأصدقاء بمختلف اهتماماتهم وشبكة زملاء العمل وشبكة العائلة بمختلف اهتماماتهم سيكون قد توصلت و كونت شبكة كبيرة و هكذا يتم مع جميع المستخدمين فتكونهم بالتالي في فترة بسيطة بالعديد من الشبكات للمستخدمين في الموقع بشكل هرم مقلوب كلما مر الوقت.

. تتزايد عضوية المستخدمين¹

كما يقوم مستخدمو الفيس بوك بالدرشة والمشاركة في الصور وإرسال مقاطع الفيديو والتواصل وتبادل الأخبار والاستمتاع بالألعاب وتحديد الاجتماعات واللقاءات وإرسال التهاني بأعياد الميلاد وأداء الواجبات والأعمال ، فهو يدعم البنية التحتية للأنشطة اليومية ولا يمكن حصر الأنشطة التي تجرى عبر هذا الموقع ففي كل شهر يضيف المستخدمون أكثر من 30 مليار محتوى سواء تعليقات وصور على الشبكة أو مقاطع فيديو واستحداث مجموعات وغيرها من المهام المتاحة ، وكل هذه النشاطات تعد كآليات تتيح التواصل بين المستخدمين من أعضاء الفيس بوك.

¹وائل مبارك خضر فضل الله : أثر الفيس بوك على المجتمع ، دط،المكتبة الوطنية بالسودان ،الخرطوم ، 2012 ص 15

7- إحصائيات عن مجتمع الفيس بوك

7-1- في العالم

تدير شركة فيسبوك أكبر شبكة للتواصل الاجتماعي في العالم بإجمالي عدد مستخدمين تجاوز المليارين مستخدم منذ أواخر عام 2017، وتواجه الشبكة منافسة محمومة من قبل العديد من الشبكات التي تسعى للتربع على عرش التواصل الاجتماعي وعلى رأسها شبكة تويتر.

نستعرض فيما يلي بالأرقام إحصاءات مثيرة عن موقع فيسبوك ومستخدميه على مستوى العالم:

- أكثر من 1.3 مليار مستخدم ينشطون شهرياً على موقع فيسبوك.

- إجمالي عدد المستخدمين النشطين يبلغ 864 مليون مستخدم يومياً.

- 72,3 بالمئة من البالغين المتصلين بالإنترنت يزورون فيسبوك مرة واحدة على الأقل في الشهر.

152 مليون مستخدم ينشطون يومياً على موقع فيسبوك في الولايات المتحدة وكندا فقط، و 24 مليون في المملكة المتحدة وحدها.

228 مليون مستخدم ينشطون يومياً على الشبكة في قارة آسيا، و 206 مليون في قارة أوروبا.

- 426 مليون مستخدم ينشطون شهرياً على موقع فيسبوك في قارة آسيا، و 289 مليون في قارة أوروبا.

- بالمتوسط، يمضي كل مستخدم نحو 21 دقيقة من وقته على فيسبوك يومياً.

- بالمتوسط، يقضي إجمالي مستخدمي فيسبوك 20 مليار دقيقة على الموقع كل يوم.

- يقضي كل مستخدم نحو 8.3 ساعات من وقته على موقع فيسبوك شهرياً.

- تبلغ حصة فيسبوك 15.8% من إجمالي الدقائق التي يمضيها المستخدمون على الإنترنت.

- 76% من مستخدمي فيسبوك يسجلون دخولهم مرة واحدة في اليوم إلى الموقع، و 40% منهم فقط يتفقدون حساباتهم عدة مرات في اليوم الواحد.

-66% من إجمالي مستخدمي موقع فيسبوك تتراوح أعمارهم ما بين 15 و 34 سنة، و28% هم من الجيل الجديد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 12 و 17 سنة، و34% تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 سنة.
- يبلغ حجم بيانات المستخدمين التي يخزنها فيسبوك نحو 300 بيتابايت، أي ما يعادل 300.000 تيرا بايت (300 مليون جيجابايت).

-100 ألف طلب صداقة ترسل في كل دقيقة على شبكة فيسبوك.

-إجمالي عدد الصداقات "Friendship" على فيسبوك يبلغ 150 ملياراً.

-بالمعدل، يمتلك كل بالغ على فيسبوك نحو 300 صديق (Friend).

-21% من مستخدمي فيسبوك يمتلكون 50 صديقاً على الأكثر.

70% من البالغين على موقع فيسبوك هم أصدقاء (Friends) مع آبائهم.

42% من مستخدمي موقع فيسبوك هم من الذكور.

-كل فتاة أمريكية على موقع فيسبوك تمتلك بالمعدل 250 صديقاً.

30% من مستخدمي فيسبوك يحملون درجة البكالوريوس.

-يبلغ إجمالي مستخدمي فيسبوك في الهند 102 مليون مستخدم، وتبلغ نسبة انتشاره "Penetration" نحو 8.2%.

-المملكة المتحدة تمتلك أعلى نسبة في العالم ممن يستخدم سكانها موقع فيسبوك، وتبلغ نسبة انتشار الموقع فيها "56.5% Penetration".

-على الرغم من حظره، يبلغ إجمالي مستخدمي موقع فيسبوك في الصين نحو 100 مليون، 35% منهم ذكور، و65% من الإناث.

-قراءة 90% من مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط وشمال افريقيا يستخدمون موقع فيسبوك.

-تونس هي الدولة التي تمتلك أقوى نسبة انتشار لموقع فيسبوك في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقيا.

-نسبة من يستخدمون موقع فيسبوك من إجمالي الأغنياء أو ممن يحملون لقب "مليونير" تبلغ نحو 57%.

-حصة فيسبوك من إجمالي الصور الذاتية "سيلفي" التي يتم مشاركتها على شبكات التواصل تبلغ 48%.

-عدد مرات مشاهدة زر "الإعجاب" أو "المشاركة" يبلغ 22 مليار مرة في كل يوم.

-عدد المواقع التي تحتوي على زر "الإعجاب" أو "المشاركة" في صفحاتها يبلغ 7.5 مليون موقع.

-بلغ إجمالي عدد الإعجابات "Likes" على موقع فيسبوك منذ إطلاق الموقع 1.13 تريليون إعجاب.

-بالمتوسط، يبلغ عدد الإعجابات على فيسوك في اليوم الواحد 4.5 مليون إعجاب.

-يبلغ عدد الإعجابات على فيسبوك أكثر من 3 ملايين إعجاب في الدقيقة الواحدة.

-يبلغ إجمالي عدد المنشورات "Posts" التي تم وضعها بمواقع جغرافية 17 مليار منشور.

-إجمالي الصور المحملة على موقع فيسبوك بلغ إلى الآن 250 مليار صورة.

-بالمتوسط، 350 مليون صورة تحمل يومياً على شبكة فيسبوك.

-أكثر من 243000 صورة تحمل على فيسبوك كل دقيقة.

-نصيب المستخدم الواحد من إجمالي الصور المحملة على فيسبوك يبلغ 217 صورة.

-يبلغ إجمالي عدد المشاركات التي يقوم بها مستخدمو الموقع يومياً نحو 4.75 مليار مشاركة، بالنسبة

للنصوص والصور والفيديو على حد سواء.

-10 مليارات رسالة يتم إرسالها يومياً عبر موقع فيسبوك.

-إجمالي عدد الأغاني وألبومات الصور ومحطات الراديو التي تم مشاركتها على موقع فيسبوك بلغ 110

مليون.

-إجمالي عدد الكتب الإلكترونية التي تم مشاركتها على فيسبوك بلغ 1.47 مليون كتاب.

-نسبة الأمريكيين الذين يحصلون على أخبارهم من خلال فيسبوك تبلغ 30%.

- إعلان الخطوبة والزواج من أبرز الأحداث التي تم مشاركتها على فيسبوك سنة 2013.
- "ديزني لاند Disneyland" أكثر المواقع الجغرافية وسمياً على فيسبوك سنة 2013 في الولايات المتحدة.
- "البابا فرنسيس" أكثر المواضيع تداولاً على فيسبوك على مستوى العالم سنة 2013.
- نصيب فيسبوك من إجمالي المشاركات "Shares" على شبكات التواصل عالمياً يبلغ 41%.
- 14'4% من إجمالي منشورات فيسبوك تحتوي على "هاشتاغ".
- 20.7% من مستخدمي فيسبوك يتوجهون إلى موقع يوتيوب مباشرة بعد تصفح الموقع.
- المنشورات غير اللائقة وتحديداً الصور والفيديو، أبرز الأسباب لإلغاء الصداقات على فيسبوك.¹

7-2- في البلدان العربية عام 2017 :

- الفيسبوك هو الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً وشعبية حول العالم. تشير الإحصاءات في نهاية الربع الثالث من عام 2016 إلى وجود 1,79 مليار مستخدم "فعال ومتفاعل" شهرياً، وذلك بارتفاع نسبته 16% عن العام 2015.

فيسبوك أيضاً الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصاءات بداية عام 2017 إلى وجود ما يقرب من 156 مليون مستخدم "فعال ومتفاعل"، بزيادة 41 مليون مستخدم مقارنة بعام 2016، الذي كان فيه إجمالي عدد المستخدمين في الدول العربية 115 مليوناً. اللغة العربية هي اللغة الأكثر استخداماً على موقع الفيسبوك... بنسبة 55%.

7-2-1 ترتيب الدول العربية من حيث أعداد مستخدمي الفيسبوك 2017:

مصر - أكثر من 33 مليون مستخدم، وهو ما يشكل 37% من السكان.

السعودية - أكثر من 18 مليون مستخدم. 58% من السكان .

الجزائر - أكثر من 16 مليون مستخدم. 43% من السكان.

¹ تاريخ الاطلاع 05.03.2019 على الساعة 11:07 <https://www.google.com/search?q=face-learn.blogspot>

- العراق – أكثر من 13 مليون مستخدم. 40% من السكان.
- المغرب – أكثر من 12 مليون مستخدم. 38% من السكان.
- الإمارات – أكثر من 8 مليون مستخدم. 94% من السكان .
- سوريا – أكثر من 6 مليون مستخدم. 37% من السكان.
- تونس – أكثر من 5 مليون مستخدم. 55% من السكان.
- الأردن – أكثر من 4 مليون مستخدم. 66% من السكان.
- السودان – أكثر من 3 مليون مستخدم. 8% من السكان.
- ليبيا – أكثر من 2 مليون مستخدم. 49% من السكان.
- الكويت أكثر من 2 مليون مستخدم. 71% من السكان.
- لبنان – أكثر من 2 مليون مستخدم. 56% من السكان.
- قطر – أكثر من 2 مليون مستخدم. 95% من السكان.
- اليمن – أكثر من 2 مليون مستخدم. 8% من السكان.
- عمان – أقل من مليون مستخدم. 41% من السكان.
- فلسطين – أقل من مليون مستخدم. 34% من السكان.
- البحرين – أقل من مليون مستخدم. 73% من السكان.
- جيبوتي – أقل من مليون مستخدم. 20% من السكان.
- موريتانيا – أقل من مليون مستخدم. 11% من السكان.
- جزر القمر – أقل من مليون مستخدم. 9% من السكان.
- الصومال – أقل من مليون مستخدم. 8% من السكان.

7-2-2-نسب توزع مستخدمي الفيسبوك في البلدان العربية - 2017:

مصر 23%. السعودية 13%. الجزائر 12%. العراق 10%. المغرب 9%. الإمارات 6%.
سوريا 5%. تونس 4%. الأردن 4%. لبنان 2%. السودان 2%. ليبيا 2%. الكويت 2%.
قطر 2%¹

7-3 في الجزائر

أعلنت شركة الفاييس بوك عن إحصائياتها في الجزائر لعام 2017 وقد شملت هذه الاحصائيات الفئات الأكثر نشاطا على مستوى هذه الشبكة بالإضافة إلى العدد النشط شهريا مع أكثر الصفحات التي يزورها الجزائريون .

وأشارت الاحصائيات إلى أن العدد الناشط من الجزائريين شهريا يتراوح ما بين 15 و 20 مليون ناشط منهم نسبة 65 بالمئة من الرجال بينما 35 بالمئة من العنصر النسوي ، وأكثرهم من الفئة الشبابية التي يتراوح أعمارها ما بين 18 و 24 سنة وتشغل هذه الفئة 58 بالمئة من النساء بينما 32 بالمئة من النساء ، أما بالنسبة للفئة الثانية التي يتراوح أعمارهم ما بين 25 و 34 سنة فتشغل نسبة الرجال 39 بالمئة في حين أن النساء لا تتعدى الـ 32 بالمئة أما لباقي الفئات فهي قليلة جدا .

أغلب مرتادي هذه الشبكة في الجزائر هم عزاب وليسوا متزوجين 49 بالمئة ، أما 29 بالمئة فهم من المتزوجين 9 بالمئة من المخطوبين و 12 بالمئة منهم من وضعوا خاصية مرتبط على الحائط في الفاييس بوك

أغلب مرتادي الفاييس بوك في الجزائر من الجامعيين ثم تليهم فئة الذين يرتادون الثانوية تأتي الآن للولايات الأكثر استعمالا للفايس بوك نجد الجزائر العاصمة في المقدمة بنسبة 31 بالمئة ثم تليها وهران ثم قسنطينة وبعدها سطيف وباتنة بنسب متقاربة جدا كما تليهم أيضا ورقلة وغانابة بنسب قليلة أيضا بالحديث عن الصفحات التي يزورها الجزائريون فقد سجلت الصفحات الدينية أعلى النسب ثم تليها الصفحات الرياضية والثقافية وهذا طبعا حسب احصائيات موقع أندرويد الصفحات الجزائرية الأكثر اطلاعا للأخبار هي صفحة البلاد نيوز ، كما ضمت القائمة أيضا صفحة الإعلامي حفيظ دراجي و صفحات المتعاملين الهاتفيين جيزي ونجمة

¹ تاريخ الاطلاع 2019 03 04 على الساعة 22 :45 <https://www.arringol.com/content/22601>

خلاصة الفصل

وبعد ذكر كل الإيجابيات والسلبيات التي تعود على هذه الوسائل يمكن القول أنه على المستخدم أن يكون أكثر عقلانية في استعمالها لها ويعمل دائماً على أن يعالج بها مشاكله لا أن يزيد عليها بهذه الوسيلة التي وعود أن تكون وسيلة للترفيه أصبحت اليوم تعيق الكثير عن أداء مهامهم وتسبب المشاكل وقطع العلاقات ما يعني بأن الإنسان دائماً هو المسؤول على نجاح أو فشل هذه المواقع التواصلية في حياته اليومية .

الفصل الثاني : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

المبحث الأول : الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني : سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الثالث : محاسن وعيوب الفاييس بوك

خلاصة الفصل

تمهيد

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا إيجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها.

رغم كل الإيجابيات التي وفرتها شبكات التواصل الاجتماعي في شتى المجالات لا يمكن أن ننفي أن كل وسيلة رغم إيجابياتها لا تخلوا من السلبيات، فأثرت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي على حياة الفرد والمجتمع وشكلت مخاطر خاصة للأطفال كذلك البالغين.

المبحث الأول : الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي

حاولنا في هذا المبحث أن نعدد الإيجابيات في شكل نقاط وبعدها سنحاول شرح كل نقطة على حدى فجاءت كالآتي :

-نافذة مطلة على العالم :حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

-فرصة لتعزيز الذات :فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته ، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

-أكثر انفتاحا على الآخر : إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات و التقاليد،و اللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.

-منبر للرأي والرأي الآخر :إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتنا، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكر ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أما حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجيهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية¹.

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

¹جمال معنوق وشريهان كريم: دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات وممارسات الأفراد في المجتمع، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي، بسكرة 10 ديسمبر 2012

-تزيد من تقارب العائلة الواحدة :فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة .

تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة وقد شاهدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبنائها إما بسبب التبنى أو الاختطاف أو الهجرة الشرية ، في العثور على الأبناء.¹

2-المبحث الثاني: التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي

مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين ومن تلك الآثار السلبية :

-يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيققل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن المجال مفتوح أما حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.²

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

¹موسى جواد الموسوي أوخرون: الإعلام الجديد تطور الأداعو الوسيلة و الوظيفة،ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، بغداد 2011، ص 47
²وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع،ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم ، 2011 ، ص 20

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

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

-انعدام الخصوصية: تواجد أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستعملونها بغرض الإساءة والتشهير.

-الصدقات قد تكوف مبالغاً فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء ولو أنه لقب غير دقيق لأن الصداقة تتشكل مع مرور الزمن وليس فورا وهذا ما فيه نوع من النفاق.

-انتحال الشخصيات: أي يقوم المستخدم بانتحال شخصية واستغلالها لنشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف¹

-تراجع استخدام اللغة العربية لصالح العامية : أضحي استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف أو المحادثة فتحوّلت حروف اللغة العربية

¹محمد عجم: الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفض عنه، جريدة الشرق الأوسط 10 ديسمبر 2010 الموافق ل 8محرم 1432 هـ ، العدد 1170 ص 12

إلى رموز وأرقام ، فملا حرف الحاء "7" والقاف "3" وهذا ما أكدته دراسة على صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي" ¹

المبحث الثالث : محاسن وعيوب الفيس بوك

يُمكن من خلال الفيس بوك الحصول على صفحةٍ شخصيّةٍ ينشر فيها صاحبها ما يريد من صور وكتابات ومقاطع فيديو، كما يُمكنه إتاحة رؤية منشوراته للآخرين. الفيس بوك سلاح ذو حدين؛ يُمكن استخدامه للنفع ونشر الخير وتطوير الذات والمجتمع، كما يُمكن استخدامه لإفساد الفرد والمجتمع.

1- إيجابيات الفيس بوك

- وسيلة لنشر الدعوة إلى الله: يعرض الدعاة والمسلمون عموماً دعوتهم بمختلف الطرق والأساليب، وبسبب الإقبال من الناس على الفيس بوك فيمكن أن يكون نقطة تأثير مهمّة في هذا المجال.

نافذة للإعلام ونشر الأخبار المختلفة فور حدوثها.

البحث عن صديق أو قريب افتقده قريبه منذ زمن ولم تعد بينهما صلة، فيمكن أن يجده من خلال البحث عن اسمه في الفيس بوك.

وسيلة للحصول على الأخبار ومُختلف المجالات العلميّة والدينيّة والثقافية.

سبب للتسلية والترويح عن النفس ولكن بالضوابط الشرعية وعدم تضييع الوقت.

طريق للتعبير عن الرأي في الأحداث السائدة في العالم أو في أيّ مجال من مجالات الحياة. باب

للتواصل مع الأصدقاء والأقارب الموجودين في أماكن بعيدة.

¹ عادل عيد الصمد : استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية

http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\$501 تاريخ الاطلاع 01.03.2019 على الساعة 14:34

2- سلبيات الفيس بوك

ضياع الساعات وهدر الأوقات وفوات كثير من الأعمال التي يُمكن أن ينتفع بها الفرد وينفع بها غيره، أبرزها عبادة الله التي من أجلها خُلق الإنسان.

قلّة التواصل الشخصي مع الأسرة والأصدقاء، وضعف الروابط والعلاقات الودية، بسبب قضاء وقت كبير على الفيس.

نشر أسرار البيوت والخصوصيات التي ينبغي الاحتفاظ بها.

جرح كثير من الناس عندما يطلعون على النعم التي ينشرها أصحابها، من ولد ومال وغير ذلك.

وسيلة للفساد الأخلاقي: فمن خلالها يدخل الأبناء على المواقع الإباحية ويتصفّحون الصور والفيديوهات دون رقيب. التسبّب بالتعب للعين، فضلاً عن إرهاق الجسد عموماً بسبب إطالة استخدامه.

نشر إساءات لدين الإسلام والعقيدة.

النقاشات الطويلة التي تحدث أحياناً وتتسبّب بالخلافات؛ لأنّ الكتابة وحدها لا توصل الفكرة واضحة كما لو كان الحديث مباشراً.

استغلاله في نشر الفتن والأخبار المضلّة.

كذلك هناك مخاطر وأضرار عديدة يظهر أثرها على الفرد والمجتمع في جميع جوانب الحياة، ومن هذه الأضرار:

2-1 أضرار الفيسبوك على الأطفال

يُصبح الأطفال ضحايا لأولئك الأشخاص الذين يُمارسون تصرفاتٍ عدوانيةٍ من خلال صفحاتهم على الفيسبوك.

تعرّض الأطفال للمُضايقة من قبل الزملاء أو التعدي عليهم، واستعمال الفيسبوك وسيلة للسخرية والاستهزاء من الآخرين.

عدم التنبؤ بالمخاطر التي تُحيط بالطفل أو الحالة النفسية أو الانفعالية التي يعيشها على عكس البيئة الطبيعية مثل بيئة المنزل، أو بيئة المدرسة؛ فإنّها تُعتبر من أفضل الوسائل في التنبؤ بالمخاطر التي تحقّق بالطفل.

الإفراط في استخدام الفيسبوك، والتقنية الحديثة ممّا ينعكس بشكلٍ سلبي على صحّة الأطفال والأفراد الذين في عُمر ما قبل المراهقة؛ حيث إنّهم أكثر عرضةً للاضطرابات النفسية؛ كالتوتر، والاكتئاب، والمعاناة في مواجهة المُشكلات المستقبلية.

ضياع وقت الأطفال وهدره على تصفّح مواقع دون فائدة، والحديث عن أمور لا فائدة منها.¹

2-2 أضرار الفيسبوك على البالغين

تفاقم مشكلات الحياة؛ فالحياة الواقعية لا تخلو من مشكلاتٍ تواجه الأشخاص، لكن بوجود الفيسبوك تتفاقم هذه المشكلات وتكثر الصراعات، وتنتشر بنطاقٍ واسع وسرعة أكبر، فقد ينشر الشخص في لحظة غضب يعيشها، أو لحظة اندفاعٍ يشعر بها أمراً يصعب التراجع عنه، فيشعر بكبر حجم المشكلة، والحالة التي زادها سوءاً بتسرّعه ونشره أموراً كان من الأفضل عدم نشرها.

نشر مستخدمي شبكات الإنترنت معلومات شخصية من شأنها الإضرار بهم وبأصدقائهم، ومساعدة الغرباء في تحديد أماكنهم، واستخدامها للتلاعب بهم، وإلحاق الإساءة إلى سُمعتهم وعائلاتهم.

إضاعة الوقت وهدره في الجلوس ساعات طويلة على صفحة الفيسبوك، والذي يؤدي إلى فقدان الشعور بالواقعية، والعيش في العالم الافتراضي، وعدم قدرة الشخص على الموازنة بين الأنشطة المختلفة، والواجبات المكثّف بها في الجانب العملي، والتزامات الأصدقاء في عالم الفيسبوك.

مشاهدة وإطلاع المُستخدمين على محتوى غير لائق.

¹ أن كولير ولاري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك (الطبعة الأولى)، صفحة 5، جزء 1. بتصرّف.

وجود احتمالية للتواصل غير اللائق مع الأشخاص، والذي يؤدي فيما بعد إلى تطوّر هذه العلاقات، وخروجها على أرض الواقع.

تشويه السمعة، والإساءة إلى الآخرين نتيجة المشاركات اللفظية، أو الصور، أو مقاطع الفيديو التي توضع على الفيسبوك وتُعبّر عن الغضب.

تظهر على مُستخدميه كثرة الاضطرابات النفسية كالهوس، والجنوح نحو العدائية، والسلوكيات المُعادية للمجتمع.

دفن المواهب الحقيقيّة لدى الفرد والأنشطة والهوايات؛ فهو يقضي الساعات الطوال أمام الفيسبوك من غير ممارسة لأيّ نشاطٍ على أرض الواقع، فيقلّ إنتاجه، وتقل مرونته الجسدية، ويُصيبه الكسل والهزال¹.

3- الدراسات المتعلّقة بأضرار الفيسبوك

تطرقت العديد من الدراسات لأثر استخدام الفيسبوك على الشباب وشخصيّاتهم وتحصيّلهم الدراسي وتواصلهم مع الآخرين من حولهم، ومن هذه الدراسات:²

3-1- دراسة أرين كارينسكي: (Arene karpenski)

وصاحب هذه الدراسة هو أرين كارينسكي وهو باحث في القسم الثقافي بجامعة أوهايو الأمريكية وقد نشرت مؤخرا صحيفة "تايمز أوف لندن" دراساع التي اظهرت العلاقة بين تصفح "الفيس بوك" لساعات طويلة وتحصيل الطلبة في المدارس والجامعات وبينت تلك الدراسة ان العلامات التي يتحصل عليها طلاب الجامعات المدمنين على تصفح موقع الفيس بوك ادنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع.

¹مريم غزال ونور الهدى شعوبي تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي (الطبعة الأولى)، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، (2013م - 2014م)، صفحة 44 - 45، جزء 1. بتصرّف.
²حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب (الطبعة الأولى)، جزء 1، فلسطين، صفحة 11 - 13، بتصرّف.

وقال الباحث ارين كارينسكي لصحيفة "تايمز اوف لندن" ان الدراسة التي اجرتها الجامعة اخيرا وشملت 219 طالبا جامعيًا اظهرت انه كلما تصفح الطالب الجامعي هذا الموقع كلما تدنت علاماته في الامتحانات". و اضاف "اظهرت دراستنا ان الاشخاص الذين يقضون وقت اطول على الانترنت يخصصون وقت اقصر للدراسة" لافتا الى "ان لكل جيل اشياء تجذبه" ومشيرا الى ان هذا الموقع يتيح للمستخدم الدردشة وحل الالغاز وابداء رايه في الكثير من الامور والبحث عن اصدقاء جدد او قدامى .

وقال كارينسكي ان 79 بالمئة من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بان ادمانهم على موقع الفيس بوك اثر سلبيا على تحصيلهم الدراسي¹.

وفي تحصيل النتائج التي حصلت عليها هذه الدراسة فإنها توصلت إلى أنه كلما زاد تصفح الطالب للموقع تدنت درجاته وتحصيله في الامتحانات، كما بينت الدراسة أيضاً أنّ الأشخاص الذين يقضون على الموقع وقتاً أطول يُخصّصون وقتاً أقل للدراسة.

3-2- دراسة ميشيل فانسون (Michel Fanson) :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية؛ حيث أُجريت الدراسة على 1600 شاب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيسبوك وكانت النتيجة أنّ أكثر من النصف منهم يقضون وقتاً أطول على الفيسبوك من ذلك الوقت الذي يمضونه مع الأصدقاء الحقيقيين أو مع أسرهم، وأظهرت الدراسة أيضاً أنّهم يتحدثون عبر الهاتف بصورة أقل، ومشاهدتهم للتلفاز قليلة بالنسبة لغيرهم.

3-3- دراسة شركة إيفرسيف: (Eversif)

أُجريت هذه الدراسة على النساء اللواتي يستخدمن الفيسبوك، وأظهرت أنّ 85% منهنّ يتعرّضن لمضايقات، و 80% منهنّ قد تأثرن بعادات مُستخدمات الفيسبوك وتجاربهن، و 85% منهنّ أعربن عن

¹ <https://montada.echoroukonline.com/showthread.php?t=82768> تاريخ الإطلاع 02 مارس 2019 على الساعة 22:09

شعورهنّ بالضيق والاستياء من تصرفات الصديقات والأصدقاء على الفيسبوك من كثرة التفاخر والادّعاء بما هو بعيد عن الواقع؛ كالعيش الرغيد، والحياة الهادئة المثالية.

4- نصائح لمستخدمي الفيس بوك

تذكّر دوماً أنك لست وحدك أثناء تصفحك، بل إن الله تعالى يؤدّ ويطلع على كل ما تخفيه، وهذا سيكون وازعاً لك في البعد عن المحرمات والانحرافات.

كن على اطلاع على سلبيات وإيجابيات هذا الموقع لتكون أكثر حذراً من الوقوع في شباكه.

ضع برنامجاً لقضاء يومك تُخصّص فيه مدة محدّدة لنشاطك على الفيس لتتوقّف عند انتهائها، وبالتالي تتجنّب الاستغراق في صفحاته. اندمج في الحياة الاجتماعية وتجنب العزلة¹.

¹هناك سرور، تأثير وسائل التواصل الإلكتروني في التطور الاجتماعي - الاقتصادي (الطبعة الأولى)، جزء 1، دار النشر مصر، دس، صفحة 27. بتصرّف.

خلاصة الفصل

وبعد ذكر كل الإيجابيات والسلبيات التي تعود على هذه الوسائل يمكن القول أنه على المستخدم أن يكون أكثر عقلانية في استعمالها لها ويعمل دائما على أن يعالج بها مشاكله لا أن يزيد عليها بهذه الوسيلة التي وعود أن تكون وسيلة للترفيه أصبحت اليوم تعيق الكثير عن أداء مهامهم وتسبب المشاكل وقطع العلاقات ما يعني بأن الإنسان دائما هو المسؤول على نجاح أو فشل هذه المواقع التواصلية في حياته اليومية .

الفصل الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول : ماهية الوعي السياسي

المبحث الثاني : موقع الفيس بوك ودوره في تشكيل الوعي السياسي

خلاصة الفصل

تمهيد:

أصبح موقع الفاييس بوك وسيلة لتبادل الحديث بين الأصدقاء في شتى المجالات حيث تعدى دور المحادثة البسيطة والعشوائية إلى تكوين مجموعات ذات ميولات مشتركة ومصالح واحدة وخصوصا بين الطلبة الذين يتجاوزون الأحاديث السياسية بالخصوص ولهذا حاولنا في هذا الفصل أن نسلط الضوء على الوعي السياسي ككل وعلى الفاييس بوك وما يقوم به من توعية في هذا الميدان فما المقصود بالوعي السياسي وما هي المفاهيم المشابهة له ؟ وكيف يعمل الفاييس بوك على نشر الوعي السياسي أو بتعبير آخر على رفع الوعي السياسي في الوسط الطلابي ؟

المبحث الأول: ماهية الوعي السياسي

1- مفهوم الوعي السياسي ومفاهيم مشابهة له

تعريف الوعي: الوعي هو إدراك المرأ لذاته وما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل من معرفة ويمكن

إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام: الإدراك والمعرفة ، الوجدان، النزوع والإرادة

تعريف الوعي السياسي: هو الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث

وتطورات وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف

المستترة وراء مواقفها وتحركاتها ومشاريعها

وبالرغم من بساطة هذا التعريف إلى أن صعوبة تحقيقه تظهر من الشروط المفروضة فيه :

الإدراك: ينبغي أن يكون صحيحا، أي ليس نابعا من أوهام أو الأعيب .

المعرفة: ينبغي أن تكون لغايات والأهداف المستترة وليس للظواهر .

المعرفة: متعمقة بالقوى المؤثرة وليس بالقوى المنفعلة¹

ويعرف الوعي السياسي أيضا بأنه إدراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الإقليمي والدولي،

ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به، ومعرفة مشكلات العصر المختلفة،

وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنيا وعالميا.

والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة ماله من حقوق وما عليه من واجبات في كل الأنظمة الديمقراطية

، فالمجتمعات التي تسعى إلى التحول إلى النظام الديمقراطي بحاجة إلى منظومة من المعارف السياسية

التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة ، يستطيع الفرد من خلالها التعرف على الظواهر والمشاكل

التي تحيط به محليا ودوليا، والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها

ويحدد موقفه منها والتي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها.

¹عمار حمادة:الوعي والتحليل السياسي، دار البيدي، بيروت، 2005 ، ص 29-30

ومن وجهة نظر أخرى التي ترى بأن المجتمع لا يكون واعيا " وعيا سياسيا مناسباً" لمجرد متابعته للأحداث السياسية وتحديد موقف من زعيم ما أو حزب ما أو اتجاه معين، بل " الوعي المناسب" هو الوعي الجوهري الذي يتحول إلى نمط حياة وعادة وسلوك يمارسه الإنسان تلقائياً بدون تفكير، ويعطي الإنسان الكفاءة للتوصل إلى حلول المشاكل التي تواجه المجتمع، أو على الأقل القدرة على جعل المجتمع في أفضل حالاته وأقربها إلى الحل¹

-المفاهيم ذات الصلة بالوعي السياسي:

المشاركة السياسية:

يعد مفهوم المشاركة السياسية من المفاهيم التي أثارت الجدل والتساؤل حول ما هيته والأنشطة السياسية المختلفة التي تنضوي تحته ويقوم بها الأفراد والمشاركون .

وقم علماء السياسة وباحثيها -أجانب وعرب- العديد من التعريفات لهذا المفهوم منها :

تعرف المشاركة السياسية بأنها: الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح لمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون "

ويتناول آلان بيك وسيمينج Beek & Senings " مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفها بأنها العملية التي يحدث فيها إشراك الموظف في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي ويكون تحديد المشاركة السياسية من خلال متصل متدرج يمثل

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

أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الإيجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي، المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات والمشاركة. في المناقشات السياسية والرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت "

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربع مراحل للمشاركة السياسية هي:

-مرحلة الانتماء السياسي: أي متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية.

-مرحلة المعرفة السياسية: بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي أو القومي.

-مرحلة التصويت السياسي: ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية والمشاركة في التصويت

-مرحلة المطالب السياسية: ويتمثل في الإتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك

في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية.¹

التنشئة السياسي:

يقول "هايمن" في كتابه "التنشئة السياسية" بأنها "عملية تعلم الفرد المعايير الاجتماعية عن مؤسسات

المجتمع المختلفة"، والتنشئة السياسية هي جزء من التنشئة الاجتماعية والتي من خلالها يكتسب الفرد

الاتجاهات والقيم السائدة في المجتمع، كما تعتبر التنشئة السياسية وسيلة لتصحيح الثقافة السياسية

المنحرفة في المجتمع، وخلق ثقافة مدنية جديدة ومتحضرة للعبور بالمجتمع من حالة التخلف إلى التقدم.²

الثقافة السياسية:

تعرف الثقافة السياسية Political culture على أنها فرع من فروع الثقافة العامة التي تهتم بطبيعة

العلاقة بين الأفراد من ناحية القيم والمعايير السلوكية مع السلطة السياسيّة في مجتمع ما، كما يمكن

تعريف الثقافة السياسيّة بأنها جُملة من المعارف والآراء والاتجاهات الخاصة بمجتمع ما تجاه الشؤون

¹د. وديع العززي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، صنعاء، (د _ س) ص134
² تاريخ الدخول http://www.djazairress.com/elayem/ 2 08:20 28:02.2019 ناجي الغزي: مفهوم التنشئة السياسية،

السياسية والسلطة والحكم في المنطقة. تشمل الثقافة السياسية الولاء والانتماء والشرعية والمشاركة والسياسة والحكم والدولة، بذلك يمكن القول أن الثقافة السياسية هي ذلك الفرع المنبثق عن الثقافة العامة ويمتاز باستمرارية تغيره وتطوره، وتُبنى هذه الثقافة تبعاً لما ينتهجه مجتمع ما من قي واتجاهات وسلوكيات يتأثر ويؤثر فيها، وتتفاوت الثقافة السياسية بين المجتمعات والأفراد¹

2- أهمية الوعي السياسي:

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

يمنح الوعي السياسي الشعوب القدرة على التعايش في الواقع السياسي وإدراك المقاصد السياسية من كل التحركات التي تطرأ على الساحة السياسية الساحة السياسية، فالوعي السياسي بقضايا الامة العربية يمثل أساسا العمل الوحدوي، فيتوحد شعور ووجدان تلك الشعوب لمناصرة قضايا ذات اهتمام مشترك كالوحدة العربية والقضية الفلسطينية.

وكذلك يرفع الوعي السياسي من قدرة الافراد على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، ويحصنها من اكتساب وعي زائف تحكمه الطائفية والعنصرية ويساعد على استقرار المجتمع، فهو من الركائز الاساسية لبناء الامة والنهوض بها.

ولغياب الوعي السياسي آثار سلبية على بناء المجتمع سياسيا وديمقراطيا ، فغيابه ينقد الرؤية الواضحة لنضوج المجتمع سياسيا وثقافيا ، ويجعل قيم الحياة تنهار وتفقد توازنها وبريقها من فضاء المجتمع ، وان أي تراجع او ضمور في مسيرة بناء الوعي السياسي يعطل دور المجتمع ، وفي ظل غياب الوعي لا يمكن لأي شعب او مجتمع التعرف على واقعه ورصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه ، وبذلك من

¹إيمان الحيوي : مفهوم الثقافة السياسية، <http://mawdoo3.com> / تاريخ الدخول : 18.02.2019 على الساعة 8:30

الصعوبة جدا التكيف بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع ، وذلك بسبب عدم فهم أسلوب اللغة السياسية المثالية التي يستقرئ بها العالم المتحضر لأحداثه السياسية.

ويرى عساف أن غياب الوعي السياسي يؤدي الى وجود نوع من الفراغ السياسي وانخفاض مستوى المعرفة السياسية ، كما يؤدي الى عد الاكتراث بما يجري على ارض الوطن وانحسار الفكر وعدم ادراك قضايا الوطن وقضايا العالم وظهور بعض السلوكيات الغير مرغوب فيها بالإضافة إلى وجود مظاهر عدم الانتماء وزيادة الإحساس بالاعتراب .

فالوعي السياسي يخلق ثقافة عالية واطلاعا واضحا على مجريات الاحداث يستطيع من خلالها الفرد أن يدرك ما يدور حوله من احداث ومتغيرات ، ويحافظ على انتمائه الوطني والعربي والإسلامي¹

3- أدوات تكوين الوعي السياسي

تتعدد الأدوات التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، والتي يمكن للفرد أن يكتسب من خلالها معلوماته وحقائقه ومعلوماتن وقيمه ومثله السياسية ، ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارساته اليومية، ويتكون عندما يشعر الفرد أنه مواطن في بلده وله حقوق وعليه واجبات، ومن هذه الأدوات نجد:

الأسرة: تعتبر الأسرة النواة الأساسية لبناء لمجتمعات، وهي أول مؤسسة ينشأ فيها الطفل ويتم تلقينه المبادئ التي تمكنه من التكيف مع مجتمعه فبداخل الأسرة يبدأ الفرد باكتساب اتجاهات وأفكار جديدة، فهي المصدر الأول للمعلومات والقيم والمعتقدات السياسية، حيث يتجلى دور الأسرة في نقل معاني وطنية وما يدخل في نطاق ذلك من مفاهيم الوطن والهوية والأرض .

الأصدقاء: هي بناء اجتماعي غير رسمي يضم عدد من الأفراد، وله دور أساسي في تكوين وعي الفرد وتوجهاته السياسية وآرائه وقيمه .

¹شراييرة طارق ، برقعة نهلة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي دراسة لنيل الماجستير، غير منشورة، بجامعة سطيف ، 2016.2017 ص 72-73

3-المؤسسات التعليمية: تعتبر المؤسسات التعليمية بكل عناصرها إحدى أدوات تكوين الوعي السياسي لدى الأفراد ، فهي تقوم بأهم دور من خلال التعليم وغرس القيم والفضائل في نفوس الأفراد مثل حب الوطن والانتماء، وكذلك تنمية مهارات المشاركة السياسية، ويكون تأثيرها من عدة جوانب هي : التنقيف السياسي من خلال الأنشطة المدرسية، والتنقيف من خلال تدريس مواد لها علاقة بالسياسة، وكذلك دور المعلم وثقافته ووعيه السياسي .

4-الأحزاب السياسية: تقوم الأحزاب السياسية بدور فعال في تكوين الوعي السياسي، حيث تعمل على تبسيط العملية السياسية وتكوين الإحساس السياسي للمواطنين، وتقوم بتزويد أعضائها بالمعارف السياسية واعداد الكوادر السياسية، وتسعى الأحزاب السياسية إلى التأثير على الأفراد من غير أعضائها بهدف الارتقاء ببرامجها وانضمام أفراد جدد لها فهي بحاجة إلى جماهير تؤيدها

5- وسائل الإعلام : تعتبر وسائل الإعلام أحد العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي، فهي تلعب دورا مهما في ترسيخ القيم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها للأفراد والتي تسير في تكوين اتجاهات سياسية ولها دور في عملية التنشئة السياسية وحث الأفراد على المشاركة السياسية.¹

4-أسباب وملامح الضعف السياسي

1-طبيعة النظام السياسي: إن من أهم ميزات الأنظمة الشمولية تحديد قدرة الأفراد على التفكير السياسي وجعل هذا التفكير يدور ضمن خطط محددة تخدم هذه الأنظمة ويصب في استمراريتها مما يؤدي الى ابتعاد الأفراد بشكل عام عن التعمق بالثقافة السياسية كالدستور والحقوق والواجبات وصلاحيات السلطة وغيرها لأن هذه كلها تعتبر من المحرمات في مثل هذه الأنظمة مما يسيئ في صنع الوعي السياسي للأفراد وتعميم حالة الاستغفال والتخلف

¹شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية،مذكرة ماجستير غير منشورة، 2015 ، ص 35-36

عند التغيير لم تحل مشكلة الوعي السياسي لدى الجماهير إذ بدأت القوة السياسية ومن أجل مصالح ضيقة تلعب على ضعف الوعي السياسي الذي كان سائداً في المرحلة السابقة وعملت على تعميم الاختلاف المذهبي والقومي والعشائري خدمة لأهدافها المرحلية .

2- **التخلف الاجتماعي:** إن أي سمات هذا التخلف الأمية , التعصب , الاتكالية, الانغلاق , المزاجية الانبهار غير الوعي وتهميش دور المرأة . وهذا بالتأكيد لم يكن وليد هذه المرحلة و إنما هو تخلف تراكم عبر عقود من السيطرة الأجنبية وعدم الاستقرار والديكتاتورية

3- **ضعف العدالة الاقتصادية:** وهذا الأمر أيضا يعود الى المراحل التي عاشها المجتمع والتي عانى خلالها من الاستعمار الأجنبي والمحلي وعدم جدية الحكومات المتعاقبة على حل المشاكل الاقتصادية لا سيما البطالة وتوزيع الثروة والتصنيع وغيرها , فضلا عن انعكاس الظروف السياسية على الواقع الاقتصادي، مما انعكس بالتالي على حالة المجتمع الثقافية بشكل عام والوعي السياسي بشكل خاص إذ أن من أبرز عوامل تراجع الوعي هو الفقر والبحث عن لقمة العيش التي لا تسمح للإنسان بأن يطالب بحقوقه السياسية التي تتيح له المشاركة في النشاطات السياسية بمختلف أوجهها . ونرى أن سياسة التجويع هي إحدى وسائل الأنظمة لإضعاف الوعي و احباط المجتمع ومنعه من محاسبتها، الأمر الذي قد يدفع إلى ما يطلق عليه بالثورة الشعبوية وهي في الواقع اندفاع غير واعي للجماهير المقهورة ظلما للخلاص مما ينتج عنه انهيار شامل لمرتكزات المجتمع وبروز حالة جديدة لا تعرف نتائجها¹.

كذلك نجد ملامح للضعف السياسي أبرزها :

1- **أزمة الهوية:** وتتعلق بعدم معرفة أفراد المجتمع السياسي لهوية نظامهم السياسي وطبيعته فهل هو ذو نظام قبلي أم ديني أم علماني أم غير ذلك ، الأمر الذي يجعل الصورة غير واضحة ومشوشة لدى الأفراد مما يجعلهم غير قادرين على تحديد حقوقهم وكيفية التعامل مع المواقف والاختلافات السياسية.

¹ شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مرجع سبق ذكره، 37-38.

2- أزمة الاندماج الاجتماعي : نتيجة التخلف الذي يعاني منه المجتمع لاسيما على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي ،وهي آثار متراكمة كما ذكرنا عبر عقود طويلة من القهر والحرمان ، جعلت الأفراد يلتفون حول تقسيماتهم الطائفية والعشائرية أو القومية الأمر الذي ساعد على عكس هذه التقسيمات على الواقع السياسي، وبالتالي أصبح الوعي السياسي بالمفهوم الذي أوردناه يغيب عن المجتمع ويحل محله التعصب والانحياز غير الواعي.

3- أزمة المشاركة :نتيجة لشعور أفراد المجتمع بأن الواقع السياسي الجديد لم يحل مشاكلهم الاجتماعية والاقتصادية وأن النخب السياسية منشغلة في الصراع على السلطة ومكاسبها والتي هي بالتأكيد بعيدة عن هموم الناس وأهدافهم كل ذلك يجعل الفرد يعزف عن المشاركة السياسية وبذلك تصبح العملية الديمقراطية شكلية وغير ناضجة.

5- العوامل المساعدة على تعميم الوعي السياسي

في البدء يجب أن نؤكد على ضرورة التوازن بين الواقع الذي عليه المجتمع وبين ما نصبوا إليه بعيدا عف الوهمية .

إذ أن التحول السياسي الذي ينقل المجتمع من حالة النظام الشمولي المنغلق إلى حالة النظام الديمقراطي المفتوح دون المرور بحالة الاستعداد النفسي والفكري قد يحدث حالة من فقدان التوازن الاجتماعي وهذا ما لاحظناه مع بداية التغيير، الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة إلى إعادة التوازن للمجتمع قبل كل شيء بإشاعة الأمن والانضباط ومن ثم البدء بعملية تعميم الوعي السياسي وذلك من خلال :

- انبثاق الأطر السياسية الفاعلة التي تشكل النظام السياسي بكافة مستوياتها انطلاقا من أطر فكرية وايدولوجية وطنية، تهدف بشكل حقيقي بالفعل والقول لبناء نظام ديمقراطي سليم بعيدا عن المصالح

الضيقة والأهداف الآنية، الأمر الذي يعزز ثقة المواطن بتلك القوى وبالتالي تسهل عملية التأثير الإيجابي بينها وبين المواطن.¹

- تنظيم علاقة المواطن بالدولة من خلال إيجاد قوانين عادلة تحقق المصلحة المشتركة للدولة والفرد.
- تعميم مبدأ الحوار في حل الخلافات السياسية بعيداً عن التطرف، كون أن التطرف هو من سمات المجتمع البدائي وهذا من صلب واجب القوى السياسية المتواجدة على الساحة، والتي يجب أن تعطي نموذجاً صالحاً للأفراد وبهذا نستذكر قولاً للإمام الشافعي (رأينا صحيح قبل للخطأ ورأيكم خطأ قابل للصواب)

إشاعة مفهوم الأغلبية والأقلية بشكله السليم ، إذ أن ما روج له بعد التغيير أن الأغلبية والأقلية إنما هي إما مذهبية أو قومية وبالتالي تصبح أغلبية دائمية وأقلية دائمية، وهذا خطأ جسيم في تطبيق مفهوم الديمقراطية لأن مفهوم الأغلبية والأقلية هو مفهوم سياسي بحث يتبع المنهج الذي تبناه مجموعة سياسية لإدارة الدولة وهو ليس عقيدة دينية أو مذهبية عرقية لأن هذه المفاهيم اجتماعية لذلك فإن الأغلبية هي مؤقتة ويمكن أن تكون أقلية في دورة انتخابية أخرى وبالعكس وذلك انطلاقاً من طبيعة برامجها السياسية وقناعة المجتمع بها

إشاعة الثقافة والذوق العام وإبراز مفهوم الجمال بجوانبه الروحية والأخلاقية والمظهرية في المجتمع ويكون ذلك بواسطة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لاسيما المؤسسات التعليمية منها بدءاً من المراحل الدراسية الأولى صعوداً، وذلك من أجل بناء جيل يمتلك بالثقافة والوعي ليسهم في تعميق التجربة الديمقراطية، حتى تصبح مع مرور الزمن تجربة ناضجة تحاكي التجارب الديمقراطية العريقة .

إشاعة مبدأ العدالة الاقتصادية من خلال حل المشاكل المعيشية للمجتمع كالبطالة والفقر والعدالة في توزيع الثروة، إذ أن تلك المشاكل هي من أبرز معوقات الوعي بشكل عام والسياسي بشكل خاص.

¹ - شدان يعقوب خليل ابو يعقوب: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مرجع سبق ذكره، 39-40.

إن الدولة الديمقراطية هي دولة مؤسسات تتطلب قبل كل شيء الاستقرار السياسي وهذا يتحقق عبر تعميم الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وشعوره بأن مؤسسات الدولة هي المعبرة عن إرادتهم ورغباتهم وتستوعب نشاطاتهم وانهم جزء منها ،وكلما كان الوعي السياسي حاضرا ومتأصل أو متجزرا لدى أغلبية أفراد المجتمع نرى أن القوة السياسية الفاعلة تجد نفسها مضطرة لإتباع مناهج عقلانية في مشاريعها السياسية وذلك في محاولة لاقتناع الأفراد بتلك المشاريع وبالتالي يكوف من الصعب بمكان استغلال الجماهير والعزف على المشاعر البدائية كالتحفيز الديني أو الطائفي أو القومي أو المناطقي.

إنه من الواضح أن الانتقال من حالة الأنظمة الشمولية إلى الحالة الديمقراطية لا تكون بشكل آلي وسريع ،لأن التجارب الديمقراطية تحتاج فسحة من الزمن تطول أو تقصر حسب طبيعة المجتمع ونظامه، فبريطانيا التي تمثل أعرق الديمقراطيات الحديثة احتاجت إلى أكثر من ستة قرون حتى تنتج العملية الديمقراطية فيها ويتعمق الوعي السياسي لدى أبناء المجتمع البريطاني وتخلل هذه القرون الطويلة ارهاصات وأحداث عنيفة أدت في النهاية الى استقرار المجتمع سياسيا واجتماعيا واقتصاديا .فمنذ عام 1215 عندما وقع الملك الإنجليزي ما أطلق عليه بالعيد الأعظم (الما كناكارتا) والذي فيه إقرار لتقليد سلطة الملك لصالح ممثلي الشعب، بدأ المجتمع الانكليزي رحلة البناء الديمقراطي التي اتخذت اتجاهين الأول سياسي تمثل بالمكاسب التي حصل عليها البرلمان على حساب سلطات الملك والاتجاه الثاني فكري تمثل بظهور عدد من المفكرين الذين عملوا على إنضاج الفكر الديمقراطي ومن أبرزهم " جوف لوك " الذي وضع الأسس الفكرية لما أطلق عليه بالثورة الجبلية عام 1688 والتي صدرت خلالها لائحة الحقوق وفيها تحديد واضح لصلاحيات السلطات التنفيذية والتشريعية . وأشار " لوك " إلى المبادئ الأساسية لحقوق الأفراد الطبيعية و ان وجود الحكومة هو لحماية هذه الحقوق وليس التعدي عليها¹.

¹ - شندان يعقوب خليل ابو يعقوب: اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، مرجع سبق ذكره، ص 38-40

لقد تمكن الشعب البريطاني من استيعاب وهضم الأفكار الديمقراطية التي أصبحت جزءاً من تكوينه النفسي والفكري ساعده على ذلك وجود سلطات احترمت الأعراف والقواعد الديمقراطية الأمر الذي جعل المجتمع البريطاني لا يتأثر بالهزات التي تعرضت لها المجتمعات الأوروبية كما حصل في إيطاليا وألمانيا إذ أن بريطانيا لا يظهر فيها قادة أمثال "هتلر" أو "موسوليني" أو "ستالين" لان المناخ الشعبي والواعي والمدرک لا يسمح بظهور مثل هؤلاء القادة الذين يعملون على التلاعب بالمجتمع من خلال الشعارات القومية أو الإيديولوجية.

إن تعمق الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع هو أحد عوامل الاستقرار الاجتماعي والسياسي الذي سينعكس حتماً على التطور العمراني والسياسي¹.

المبحث الثاني : موقع الفيس بوك ودوره في تشكيل الوعي السياسي

1- شبكات التواصل الاجتماعي من نظرة سياسية

أصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية وتعزيز المشاركة السياسية وهو المطلوب المطروح حالياً على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديمقراطية توفر ثقافة سياسية وإدراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة مثل : الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري والتي تؤثر بدورها بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا أو المشكلات في المجتمع، إلى جانب دورها في بناء المشاركة السياسية من خلال

¹د. موسى محمد آل طويرش: الوعي السياسي كعنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي , الجامعة المستنصرية بغداد
<http://thenewiraq.com/?p=2512> تاريخ الدخول : 2019. 01.03 على الساعة 23:19

اهتمام الأفراد ووعيي تجاه النظام السياسي وتكوين آراء ومعتقدات باعتبارهم ناشطين يلعبون دورا فاعلا في العملية السياسية بوجه عام¹

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي على تدعيم الممارسة الديمقراطية عبر إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي وزيادته لدى الأفراد وتدعي دور المعارضة السياسية إضافة إلى استخدامها كوسيلة لنشر الثقافة السياسية وتوعية الجمهور وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية ، بما يزيد من المشاركة النشطة للأفراد وتعد أولى خطوات التنمية السياسية²

2- آراء ونماذج حول مواقع التواصل الاجتماعي وأهميتها في العملية السياسية

أجمع معظم المختصين سواء على الصعيد الإعلامي أو السياسي بأن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفييس بوك بصفة خاصة أضحت العنصر الأصعب في العملية السياسية وطلبك لدورها الفعال في تزويد الشباب بالمعلومات والثقافة السياسية وللتوضيح أكثر نأخذ على سبيل المثال ما قاله المدير الإقليمي لميكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية: " نظرا لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية فالرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" نجح في انتخابات الرئاسة الأمريكية من خلال القاعدة الكبيرة الأخيرة التي حصل عليها من شبكات التواصل الاجتماعي³

ثم انتقل استخدام هذه المواقع من الغرب إلى الجهة العربية، فنجد أنها لعبت دورات هاما في ثورات الربيع العربي والتي دار حولها جدل كبير من قبل المختصين فمنذ مطلع 2011 نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي

¹ أشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الردي ، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة) ، جامعة الشرق الوسط ، 2016 ، ص42.

² رأفت مهني عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير ، جامعة البتراء الأردنية ، 2013 ، ص48

³ يوسف ورداني: ثقافة الشباب بين تحديات الأنترنت وعجز الدولة ، موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الأنترنت.

وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والأليات المجتمعية الجديدة، وقد كان للنمو الكبير والسريع لشبكات التواصل الاجتماعي والتحول في أنماط واتجاهات استخداميا دورا في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية، حيث شهدت هذه الفترة تحولا واضحا في استخدام هذه المواقع من الأغراض الاجتماعية والتجارية إلى السياسية.

ويرى أحد المختصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمد محسن اليهري: "بأن الأحداث الأخيرة في كل من مصر وتونس أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية في الانتخابات الماضية، شهدت رفض الإدارة الأمريكية لقيام مؤسسة تويتر بعملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، بغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل . الاجتماعي على الصعيد السياسي¹

وفي ذات السياق يقول الدكتور فتحي حسن: " يبدو اليوم أن هذا التفاعل والحوار والجد والنقاش السياسي والفكري والاجتماعي قد أفرز حالة من الوعي المختلف الذي يمكن أن يكون ضمن روافد عديد أحد مفجرات ثورتي تونس ومصر أو على الأقل من بين عوامل تنسيقها وتحركها² أي أن الشبكات الاجتماعية ليست المتسبب في قيام ثورات الربيع العربي ولكنها جعلت الثورة ممكنة وعجلت بها، كما منحتها القدرة على النمو وأكسبتها مزيدا من التأييد والتعاطف داخليا ودوليا بشكل ما كان له أن يحدث أو بدونها.

"الشباب المتظاهرين في تونس ومصر وفي أماكن أخرى في المنطقة أصبح بإمكانهم من خلال استخدام أدوات التواصل الاجتماعي بنشر مطالبهم وأن يدعون الآخرين للانضمام إلى المظاهرات أو يحظو بمزيد من الدعم من شرائح أخرى عريضة في المجتمع³، وهذا ما جاء على لسان أحد المتظاهرين في القاهرة

¹نادية بن ورقلة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، جامعة الجلفة، الجزائر، دس، د ص.

²مجلة جامعة الأبحاث العلوم الإنسانية، مجلد 6، 2012،

³عامر وقتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، العربي للنشر . والتوزيع، القاهرة، 2011، ص 18

حيث قال: "نحن نستخدم الفاس بوك لتنظيم المظاهرات ونحدد مواعيدها ونستخدم تويتر للتنسيق ونستخدم يوتيوب لخبر العالم ونجعلهم يشاهد ما يحدث"¹

3- أهمية موقع الفيس بوك في تشكيل الوعي السياسي

لقد أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي كفاعلٍ جديدٍ مؤثرٍ في تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، حيث أبانت ثورات الربيع العربي على دور هذه الشبكات في الحراك السياسي الذي عرفته المنطقة العربية، من خلال المساهمة في التعبئة الافتراضية للرأي العام وتكوين الوعي السياسي من خلال نشر العديد من القيم كالحرية والديمقراطية والعدالة، بما دفعهم إلى الفعل الثوري والحراك السياسي كما ساهمت في حشد الجماهير وتنظيمهم في مظاهرات واحتجاجات انطلاقاً من العالم الافتراضي لشبكات التواصل الاجتماعي.²

ولقد أصبح الفيس بوك أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف المجالات خاصة السياسية منها وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الطلبة منهم بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذا المجال.³ فباختصار نقول أن الفيس بوك يساهم بشكل كبير في امداد الفرد بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولاً إلى تشكيل آرائه واتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي⁴

كما يساهم في تزويد الشعب بالخبرات السياسية والتي من خلالها يتشكل الرأي العام كما أنه يلعب دوراً هاماً في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقع السياسية الهامة⁵

¹نادية بن ورقلة : مرجع سابق ، دص.

²<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/3580> تاريخ الإطلاع : 06.03.2019 على الساعة 20:00.

³أشرف عصام فريد صالح: أشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب

الجامعي الردني ، مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة) ، مرجع سبق ذكره، ص 42

⁴أرفت مهند عبد الرزاق: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 48

⁵نفس المرجع ص 50

وقد تزايد دور الفاييس بوك في تشكيل الوعي السياسي حيث أصبح يلعب دورا هاما في تشكيل وعي المواطنين حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الفرد الأمور وتشكل لديه صورة ذهنية عن الدول والمواقف والقضايا والأحداث¹

فالحراك الجماهيري في بلدان الربيع العربي تكون انطلاقا من الوعي السياسي لدى الشباب المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي ، هذه الأخيرة وبالخصوص الفاييس هي التي دفعت له لأجل تغيير ما كان يعيشه من تهميش واستبداد ومن بعدها تطور مستوى الوعي السياسي لدى الشباب حتى خرج للتظاهر والاحتجاج وهذا ما حدث بالضبط في المنطقة العربية خلال الثورات العربية أين تحول موقع الفاييس بوك لمواقع للتعبئة من خلال الصفحات والمواقع التي جعلت الشباب يتبادل الصور والفيديوهات ويتناقش مما شكل لديه وعي كبير جعله يخرج للساحات ويتظاهر بطريقة منظمة باحكام على هذه المواقع الاجتماعية طبع وتعتبر كاترين لاکورستول catherine lacorsthole أن عوامل عديدة تتفاعل مع بعضها البعض لكي يصل الشعب إلى الانفجار والناس عادة ما يتحدثون وينظمون إلى مثل هذه المجموعات على الفاييس بوك²

¹موسي عبد الرحيم حلس، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني (دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة الأزهر) مجلة جامعة الأزهر بغزة ، سلسلة العلوم الإنسانية 2010 المجلد 12 العدد 2 ص 146 .

²الفييس بوك ودوره في تفجير الثورات العربية <http://www.unitedna.net/showsubject.aspx?id=4652> تاريخ الاطلاع 06 مارس 2019 على الساعة 18:50

خلاصة الفصل

من خلال استعراضنا لما جاء في الطفرة الرقمية التي تجسدها مواقع التواصل الاجتماعي فقد مكنت الأفراد من التواصل من مختلف أنحاء العالم كما ساهمت بعض الخصائص التي توفرها هذه المواقع في نجاحها وتوسع انتشارها كشبكة الفايبر بوك حيث أصبحت الميزة الطاغية على جميع ميادين الحياة ولا يقتصر دورها على المجال الاقتصادي فقط بل انتقل إلى مجالات أخرى على غرار المجال السياسي، وقد رشحت هذه الميزات التي تتميز بها إلى أن ترقى إلى مصاف وسائط التنشئة الاجتماعية والسياسية وأصبحت تلعب دورا في عملية الإصلاح السياسي والتعبئة الجماهيرية بالإضافة إلى تشكيل الوعي وعليه يجب توجيه مستخدمينا نحو الاستخدام الأمثل لها وكيفية تفعيلها أو الاستفادة منها لأنها سلاح ذو حدين.

الاطار التطبيقي

الفصل الرابع : دراسة ميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول : توزيع العينة حسب متغيرات الدراسة حسب الجداول البسيطة

المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لطلبة الإعلام والاتصال حسب الجداول المركبة

المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لعينة طلبة علوم الإعلام والاتصال لجامعة مولود معمري تامدة حسب الجداول المركبة

نتائج الدراسة

تمهيد :

بعدت عرضنا لمختلف الجوانب النظرية في الفصول الثلاثة الأولى والتي كانت لها علاقة بموضوع دراستنا (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود معمري بتبزيوزو-الفايس بوك نموذجاً -) سوف نناقش في هذا الفصل التطبيقي البيانات التي جمعناها بعد توزيعنا للاستمارة الاستبائية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة مولود معمري تيزي وزو (تامدة) والتي ضمت مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالوعي السياسي وكذا علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل الوعي حيث شكلت هذه المؤشرات شكل محوري فالاستمارة التي طبقت على أفراد العينة من أجل التحقق من صدق الفرضيتين اللتين تم طرحهما سابقاً في المرحلة الأولى من الدراسة .

الفصل الرابع: تحليل بيانات الدراسة الخاصة لعينة من طلبة الإعلام والاتصال جامعة مولود معمري

تامدة

المبحث الأول : توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة.

أثناء اختيار العينة قمنا بمراعاة مجموعة من المتغيرات التي سنخص لها الذكر فيما يلي:

أولاً: متغير الجنس: الذي يتمثل في الذكر والأنثى.

ثانياً: متغير السن: الذي يشتمل على الفئات التي تستجيب لموضوع دراستنا والمتمثلة في فئة الشباب

والمترجمة بطلبة علوم الإعلام والاتصال.

المتمثلة في: طلبة من 18_20 سنة، 21_23 سنة، 24_26 سنة، 26 فما فوق.

ثالثاً: حسب متغير مستوى التعليم:

قمنا بتقسيم العينة وفق المستويات التعليمية المتمثلة في المستوي الجامعي (ليسانس، ماستر). وذلك

لمعرفة دور الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة، واستجابة لموضوع دراستنا.

رابعاً: مكان الإقامة:

أما فيما يخص هذا المتغير فقد اخترنا "الحي الجامعي"، "نزل العائلة".

وهذا انطلاقاً من الواقع، كون هناك من الطلبة من يقطنون في الحي الجامعي، والفئة الأخرى في المنزل.

خامساً: متغير السكن:

أما فيما يخص المتغير الأخير فقد حددنا فيه "الريف والمدينة" كونه يؤثر علي دراستنا نظراً لظروف تدفق

الانترنت في كلهما، إذ نجد غالباً ما يكون التدفق في المدن أكثر من الأرياف.

الجدول رقم 01 يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	تكرارات النسبة الجنس
48%	48	ذكر
52%	52	أنثى
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 01

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة الإناث بلغت 52 % تكرر، بينما وصلت نسبة الذكور إلى 48 % ويعود ذلك إلى أن اغلب المبحوثين إناثا وهذا ما يعكس نسبة الذكور 48%.

الجدول رقم 02 يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن

النسبة %	التكرارات	التكرارات النسبة السن
08%	08	18 الى 20 سنة
20%	20	21 الى 23 سنة
44%	44	24 الى 26 سنة
28%	28	26 سنة فما فوق
100%	100	المجموع

تحليل الجدول رقم 02

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 أن نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 20 سنة بلغت 08 % وبعدد تكرارات 08 ،بينما وصلت نسبة الطلبة التي تتراوح أعمارهم ما بين 21 و 23 إلى 20 % أي بعدد تكرار 20 وفيما يخص فئة 24 -26 فقد وصلت النسبة 44 % بعدد تكرار 44 طالب وهي أعلى نسبة ويليه الاقتراح الأخير وهو 26 سنة فما فوق بنسبة تقدر 28 % أي بعدد تكرار 26 طالب

الجدول رقم 03 يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	التكرارات النسبة المستوى التعليمي
58%	58	ليسانس
42%	42	ماستر
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 03

نستنتج من خلال الجدول رقم 03 أن نسبة طلبة الليسانس بلغت 58 % ،بينما وصلت نسبة الماستر إلى 42 % وبعدد تكرارات وصلت إلى 42 تكرار ويعود ارتفاع نسبة الليسانس إلى كون الطلبة يتوافدون بكثرة على قسم علوم الاعلام والاتصال لكن وبعد الحصول على الليسانس هناك من يتوقف عن الدراسة ليتحول إلى العمل

الجدول رقم 04 يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة مكان الإقامة
70%	70	حي جامعي
30%	30	المنزل العائلي
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 04

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الطلبة الذين يقيمون في الحي الجامعي قد بلغت 70 % وبعدها تكرارات 70 تكرار وهذا لكون ولاية تيزي وزو منطقة جبلية ولا تساعد على التنقل يوميا بين الجامعة ومقر السكن وبالتالي يفضل الطلبة التركيز على الدراسة في البقاء بالأحياء الجامعية، بينما وصلت نسبة الطلبة المقيمين في البيت العائلي إلى 30 % وبعدها تكرارات وصلت إلى 30 تكرار

الجدول رقم 5 يمثل توزيع المبحوثين حسب منطقة السكن.

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة منطقة السكن
40%	40	الريف
60%	60	المدينة
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 05

يتبين من خلال الجدول رقم 05 أن نسبة 40 % من أفراد العينة الإجمالية وبعدها تكرار 40 تكرار يسكنون في الريف، في حين مثلت الفئة التي تقطن في المدينة نسبتها 60 % وبعدها تكرارات 60 تكرار

المبحث الثاني: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لعينة من طلبة الإعلام والاتصال حسب الجداول البسيطة.

المحور الأول : استخدام طلبة علوم الإعلام والاتصال لموقع الفاييس بوك على شبكة الانترنت بشكل مفرط ويومي

الجدول رقم 06 يمثل نسب إجابات الطلبة حول ما إ كانوا يستخدمون الفاييس بوك أم لا

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الاقتراحات
100%	100	دائما
00%	00	أحيانا
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 06:

يبين لنا الجدول رقم 06 أن نسبة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون الفايس بوك هي 100 % بتكرار 100 (وهذا ما يخدم موضوع دراستنا)، فيما انعدمت نسبة لدى الذين يستخدمونه أحيانا. وهذا راجع الى شعبية موقع الفايسبوك وكذا سهولة استخدامه.

الجدول رقم 07 يمثل طريقة استخدام الفايس بوك لدى المبحوثين.

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الاقتراحات
45%	45	وحدك
50%	50	مع جماعة الطلبة
05%	05	مع العائلة
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 07

أظهرت الدراسة الميدانية المتعلقة بإجابات الطلبة الجامعيين على السؤال مع من يستخدم الفايس بوك بأن المشتركين يحرصون على استخدام الفايس بوك فيما بينهم كطلبة وهذا يقدر بنسبة 50 % ويتكرر 50، أما نسبة 45% ويتكرر 45 فكانت للأفراد الذين يتصفحون الفايس بوك لوحدهم في حين نالت إجابة مع العائلة نسبة 05 % ويتكرر 05.

ويمكن تفسير هذه النتائج إرتفاع نسبة الطلبة الذين يستخدمون الفايسبوك وهذا راجع إلى أهمية الموقع بالنسبة إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل فيما بينهم كطلبة والاطلاع على المستجدات في الجامعة، أما فيما يخص إجابة لوحدك فقد احتلت هي الأخرى نسبة 45% الطلبة يستخدمون الفايس بوك أيضا في هواتفهم الذكية سواء في الحافلات أو حتى في غرف النوم بالإقامات الجامعية في حين نالت

الإجابة مع العائلة المرتبة الأخيرة بنسبة 05 % لأن معظم الطلبة يمتلكون هواتف محمولة شخصية ولا يتفاعلون بها مع عائلاتهم

الجدول رقم 08 يمثل طبيعة اللغة التي يستخدمها الطلبة على موقع الفايس بوك

النسبة %	التكرار	تكرارات النسبة الاقتراحات
46%	46	اللغة العربية الفصحى
50%	50	الامازيغية
4%	04	لغة أخرى
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 08:

يظهر لنا من خلال الجدول رقم 08 الذي يمثل اللغة التي يستعملها الطلبة بكثرة في الفايس بوك هي اللغة الأمازيغية وهذا بنسبة 50 % وبتكرار 50، أما فيما يخص الذين يتفاعلون باللغة العربية فقد وصلت نسبتهم 46 % بتكرار 46 مفردة ، ولم يحصد خيار اللغة الأخرى أي نسبة كبيرة ما عدا 04% بتكرار

04

وهذا راجع الى كون اغلب الطلبة الذين يدرسون في جامعة مولود معمري تامدة من منطقة القبائل.

الجدول رقم 09 يبين دوافع المبحوثين لمتصفح موقع الفايس بوك

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الاقتراحات
45%	45	تبادل الحديث مع الزملاء
30%	30	الترفيه
25%	25	الحصول على المعلومات
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 09:

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم 09 أن إجابات الطلبة كانت متباينة، حي نجد أن نسبة 45% وبتكرار 45 أجابوا ب "تبادل الحديث مع الزملاء"، بينما هناك نسبة 30% من الطلبة بتكرار 30 طالب أجابوا "بالترفيه" وقد جاءت إجابة "الحصول على المعلومات" في المرتبة الأخيرة عكس ما توقعناه بنسبة 25% فقط بتكرار 25 مفردة

وهذا راجع للحياة التي يعيشها الطلبة والتي تتركز أكثر على طلب الترفيه وتبادل الحديث مع الزملاء في الجامعة باعتبارهم من فئة الشباب وخصوصا في درجة الليسانس عكس الماستر أين ينضج الطالب أكثر ويبحث عن المفيد في مواقع التواصل الاجتماعي .

الجدول رقم 10 يمثل دور الفاييس بوك في راحة الطلبة

الإقتراحات	التكرار	النسبة %
دائما	58	58%
أحيانا	42	42%
لا يريحك تماما	00	00%
مجموع	100	100%

تحليل الجدول رقم 10:

أظهرت النتائج المتعلقة بإجابات الطلبة الجامعيين حول ما إن كان الفاييس بوك يريحهم معنويا بأن هناك 58% وبتكرار 58 يريحهم استخدام الفاييس بوك كثيرا، أما نسبة 42% وبتكرار 42 فكانت للأفراد الذين أجابوا بأن الفاييس بوك يريحهم أحيانا وأما فيما يخص الإجابة الثالثة "لا يريحك تماما" فقد انعدمت الإجابات ولم يجب ولا واحد بهذا الخيار . وهذا في الحقيقة أمر منطقي بما أن الفاييس بوك يريح معنويات المتصفح خصوصا الطلبة الذين تجدهم في غالب الأحيان مشردي الذهن بين البحث عن الأستاذ والركض وراء الحافلات والبقاء مدة طويلة في طابور الإطعام .

الجدول رقم 11 يبين اشباعات الطلبة الجامعيين التي يحققها في استعمال الفايسبوك

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الاقتراحات
50%	50	ترتاح معنويا
32%	32	يزيد من ثقافتك الشخصية
18%	18	مطلع دائما على الجديد
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 11:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 أن نسبة 50 % وبتكرار 50 تترى بأن إستخدام الفاسبوك تجعل الطالب يرتاح معنويا ، فيحين نالت الإجابة "يزيد من الثقافة الشخصية " نسبة 32 % وبتكرار 32، أما فيما يخص الإجابة "مطلع دائما على الجديد " فكانت نسبتها 18 % .

وهذه النسب تدل على أن الطالب الجامعي يستعمل موقع الفايس بوك أكثر ليرتاح معنويا من الضغوطات المفروضة عليه ما بين الدراسة والعمل في بعض الأحيان خارجا خصوصا لطلبة الماستر كما أنهم لم يغفلوا عن جانب زيادة الثقافة الشخصية التي نالت نسبة معتبرة من الإجابات على العموم

المحور الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي " فاييس بوك " تنافس وسائل الإعلام التقليدية .

الجدول رقم 12 يمثل الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة حول مصدر حصولهم على المعلومات السياسية

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الاقتراحات
70%	70	الفايسبوك
30%	30	وسائل الإعلام التقليدية
100%	100	المجموع

تحليل الجدول رقم 12:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) أن الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية هي الفيس بوك حيث نالت الإجابة 70 % بتكرار 70 ، ، في حين نالت إجابة الإعلام التقليدي 30 % وبتكرار 30.

وهذا راجع لما يتميز به الفيس بوك من سرعة وأنية التفاعل ، بالإضافة ، إلى الحرية المطلقة عكس الإعلام التقليدي الذي يعتبر مقيد ويفتقد للتفاعلية والمصادقية.

الجدول رقم 13 يبين إن عوض الفيسبوك وسائل الإعلام التقليدية في زيادة المعارف السياسية أم لا

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
70%	70	نعم
30%	30	لا
%100	100	المجموع

تحليل الجدول رقم 13:

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (13) أن الفيسبوك فعلا عوض وسائل الاعلام التقليدية في الامداد بالمعلومات السياسية وهذا بما أن نسبة 70% كلها أجابت بنعم أي أيدوا القرار وقد انقسمت النسبة ما بين 40 للذكور و 30 للإناث أما نسبة الذين أجابوا بلا فقد كانت 30%

ويرجع إرتفاع نسبة المجيبين بنعم إلى اقتناعهم فعلا بان الفيس بوك عوض التلفزيون خصوصا في الامداد بالمعلومات السياسية

الجدول رقم 14 يبين سبب اعتماد الطلبة للفائس بوك كوسيلة للإمداد بالمعلومات السياسية

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
27,14%	19	سرعة الاتصال
8,57%	6	التنوع في المعلومات
20%	14	التعمق في تناول المعلومة
30%	21	سهولة الاستخدام
5,71%	04	المرونة
8,57%	06	المشاركة وإبداء الرأي
%100	70	المجموع

تحليل الجدول رقم 14:

يتضح من خلال الجدول كل الأسباب التي تجعل الطالب يعتمد على الفائس بوك لكي يحصل على المعلومات السياسية بحيث تأتي إجابة سهولة الإستخدام ب 30 % ب 21 مفردة فيما تأتي الإجابة سرعة الاتصال في المرتبة الثانية بنسبة 27,14% % فيما يأتي خيار التعمق في تناول المعلومات كالثالث خيار بنسبة 20 % أي بتكرار 14 مفردة ، ويتواصل الترتيب فتأتي إجابة المشاركة وإبداء الرأي ب 8,57% بتكرار 06 مفردة أما في المرتبة الخامسة الترتيب تأتي إجابة التنوع في المعلومات ب 8,57% % بتكرار 06 طالب أما في المرتبة الاخيرة فقد جاء خيار الإجابة ب المرونة ب 8,57% % بتكرار 04 مفردات فقط

الجدول رقم 15 تناول المواضيع بكل حرية هو الذي يدفع الطلبة للاعتماد على الفاسبوك كوسيلة للتوعية السياسية

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	67	67	%67
لا	33	33	%33
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 15:

يتبين من خلال الجدول رقم (15) أن معظم الطلبة يعتبرون الفاييس بوك هو وسيلة للتوعية السياسية بسبب الحرية التي يتمتع بها وغياب الرقابة بما أن نسبة 67% أجابت كلها بنعم أما البقية والتي توزعت بين 33 % بتكرار 33 مفردة فقد أجابت بلا وعلى حسبهم فإن الفاييس بوك يعاني هو الآخر من نقص الحرية والرقابة من طرف السلطات الأمنية

المحور الثالث : أثر استخدام الفاييس بوك على الثقافة السياسية للطلاب

الجدول رقم 16 يبين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

الإقتراحات	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
فايس بوك	75	75	%75
يوتوب	25	25	%25
تويتر	00	00	%00
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 16:

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (16) أن نسبة الذين يستخدمون الفايس بوك هي 75 % بتكرار 75 (وهذا ما يخدم موضوع دراستنا) ،بينما اليوتيوب يستخدم بنسبة تقدر 25 % وبتكرار 25 ، أما فيما يخص التويتر فكانت نسبة استخدامه منعدمة.

ويرجع إرتفاع نسبة استخدام الفيسبوك إلى شعبيته وسهولة الاستخدام ومميزاته لكن المدهش أنه ولا طالب يستعمل التويتر في جامعة مولود معمري بالرغم من سهولة استعماله وانتشاره بكثرة في وسط المستخدمين الجزائريين .

الجدول رقم 17 يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
%16	16	أقل من ساعة
%40	40	من ساعتين إلى ثلاثة
%44	44	أكثر من أربع ساعات
%100	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 17:

أظهرت النتائج الجدول رقم 17 بأن عدد الساعات التي يقضيها الطالب في التصفح في الفايس بوك ، حيث جاءت إجابة أكثر من أربع ساعات بالمرتبة الأولى بنسبة 44 % وبتكرار 44، أما نسبة 40 % وبتكرار 40 فكانت نسبة الطلبة الذين يتصفحون من 2 إلى 3 ساعات في حين نالت إجابة أقل من ساعة 16 % وبتكرار 16،.

وهنا يمكن ان نقول أن إرتفاع نسبة إجابة أربع ساعات راجع إلى أهمية الموقع إليهم ولما يحققه من رغبات متنوعة كالتواصل مع الأصدقاء في مختلف الأماكن والتسلية والترفيه، وتبادل الأفكار والمعلومات كما يمكننا أن نقول أنهم وصلوا إلى حد الإدمان

أما فيما يخص إجابة 02 -إلى- 03 ساعات فهذا راجع إلى اجتياهم المتواصل واللامتناهي والدور الذي يلعبه الفيس بوك في المجال التعليمي والثقافي في حين احتلت أقل من ساعة المرتبة الأخيرة بسبب انشغال الطلبة بالدراسة أو عدم تحبيذهم لهذا الموقع كثيرا أو ربما غياب الانترنت في المنزل

إلخ .

الجدول رقم 18 : يمثل الفترات المفضلة عند الطلبة لتصفح الفيس بوك

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
06%	06	صباحا
01%	01	ظهرا
43%	43	مساء
32%	32	الليل
18%	18	ليس عندي فترة محددة
100%	100	المجموع

تحليل الجدول رقم 18:

يبين الجدول رقم (18) أن نسبة 43 % ويتكرر 43 أي الأغلبية عادت للفترة المسائية أما، أما اما الفترة الليل فوصلت نسبتها إلى 32 % ويتكرر 32 وفيما يخص الذين اجابوا بليس عندي فترة محددة فقد احتلت

نسبة 18% وفيما يخص فترة الصباح فقد استحوذت على نسبة 6% أما فترة الظهر فوصلت النسبة الإجمالية إلى 01% وبتكرار 01.

احتلت فترة المساء والليل المراتب الأولى لأنها الفترة التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة للأنترنيت عند خروجهم من الجامعة، وبالنسبة لخيار الصباح فبعض الطلبة يفضلون التصفح صباحا خاصة عندما تكون هناك ساعات فراغ، أما فيما يخص فترة الظهر فنجد القليل من يفضل التصفح في هذه الفترة وذلك لتواجدهم في الجامعة وأماكن الدراسة، أما الذين أجابوا بأنهم لا يمتلكون فترة مجددة فهم من الطلبة الذين يملكون هواتف ذكية وتقنية 3جي و4 جي فنتيح لهم فرصة التصفح في الجامعة

الجدول رقم 19 يمثل طبيعة تفاعل الطلبة على موقع الفاييس بوك

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
44%	44	التعليق على بعض الأنشطة
28%	28	لنشر الصور
28%	28	الإعجاب
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 19:

نستنتج من خلال الجدول رقم (19) أن إجابة التعليق على بعض الأنشطة قد احتلت الصدارة بنسبة 44% وبتكرار 44، أما فيما يخص نشر، الصور والإعجاب فقد إستحوذتا على نفس النسبة % 28 وبتكرار 28.

وبذلك نقول أن الطلبة يفضلون التعليق على الأنشطة السياسية سواء كان هذا التعليق ساخرا بناء أو ناقدا المهم أن يخرج الطالب مكبوتاته ويعبر ويناقش.

الجدول رقم 20 يمثل القضايا التي يتم إثارتها من طرف الطلبة

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
43%	43	المواضيع الساخرة من السياسة
08%	08	الموالاة الحزبية
26%	26	المعارضة للنظام الحاكم
23%	23	المشاركة في الحوار
100%	100	المجموع

تحليل الجدول رقم 20:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (20) أن نسبة الذين أجابوا المواضيع الساخرة من السياسة قد إحتلت المرتبة الأولى بنسبة 43 % وبعدها تكرر 43 ، أما من أجابوا على المواضيع المعارضة للنظام فوصلت نسبتهم الإجمالية إلى 26 % وبتكرار 26، أما فيما يخص المشاركة في الحوار بنسبة 23 % وبتكرار 23 ، وفي المرتبة الاخيرة الموالاة الحزبية نسبتها تقدر 08 % وبتكرار 08 ، .

تبين من خلال هذه النسب أن ارتفاع نسبة المعارضة للنظام والمواضيع الساخرة من السياسة راجع لكون الطلبة من الفئة المثقفة التي ترغب دوما في إبداء آرائها في السياسة خصوصا في ظل الظروف التي تمر بها البلاد في حين كانت نسبة الموالاة الحزبية منخفضة وهذا ربما راجع لفقدان الأحزاب للمصداقية وعزوف الطلبة عن التنظيمات الحزبية.

الجدول رقم 21 يمثل آراء الطلبة حول مساهمة الفاييس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والإقليمية والعالمية .

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	76	76	%76
لا	24	24	%24
المجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 21:

نلاحظ من نتائج الجدول رقم 21 أن إجابات الطلبة متباينة، حيث نجد نسبة 76 % ويتكرر 76، أجابوا ب "نعم" ،لمساهمة الفاييسبوك بتعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والإقليمية والعالمية، بينما نجد نسبة 24 % من الطلبة الذين أجابوا عكس ذلك.

وهذا راجع للدور الفعال الذي يلعبه الفيسبوك في زيادة المعرفة للأوضاع السياسية للمجتمع المحلي والإقليمي والعالمي ، في حين يعتقد البقية أن الفيسبوك موجود لربط علاقات الصداقة فقط.

الجدول رقم 22 يمثل آراء الطلبة حول كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفاييس بوك

الإقتراحات	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
الاحتكاك بالصفحات السياسية	42	42	%42
التعليق وإبداء الرأي	32	32	%32
بتقديم المعلومات	26	26	%26
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 22:

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 42 % وبتكرار 42 من النسبة الإجمالية تأمن الوعي السياسي يتشكل من خلال الاحتكاك بالصفحات السياسية ، أما بالنسبة للتعليق وابداء الآراء فقد إحتلت المرتبة الثانية بنسبة 32 % ،فيحين جاءت إجابة تقديم معلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة 26% وبتكرار 26 .

أي أن الوعي يتشكل من خلال الإحتكاك بالصفحات السياسية والدخول في نقاشات مع الأعضاء واستسقاء معلومات منها عن طريق طرح أسئلة والحصول على إجابات، أم افيما يخص التعليق وابداء الرأي فهي أيضا طريقة لإكتساب الوعي وذلك يكون بإبداء الرأي سواء بالمعارضة أو الموالاتة، النقد...إلخ، نفس الشيء بالنسبة لتقديم المعلومات والتأكد من صحتها واثرائها من قبل الناقدين .

الجدول رقم 23 يمثل إجابات الطلبة حول طريقة التعبير عن الرأي

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
55%	55	الالكترونيا
41%	41	الحوار المباشر
04%	04	الاثنين معا
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 23:

تبين لنا نتائج الجدول رقم (23) أن نسبة 55 % وبتكرار 55، من أفراد العينة الإجمالية تعتقد أن الرأي الالكتروني هو أفضل طريقة للتعبير عن الرأي، فيحين جاءت الإجابة " عن طريق الحوار " في المرتبة الثانية بنسبة 41 % وبتكرار 41، واخيرا نجد الإجابة الثالثة التي تمثل الاثنين معا فقد نالت نسبة 04% وبتكرار 04.

ويرجع سبب إرتفاع نسبة الرأي الالكتروني لتفضيل الطلبة النقاشات السياسية اعلى الانترنت بسبب ارتفاع المستوى التكنولوجي عكس الطلبة السابقين الذين كانوا يفضلون المؤتمرات، المحاضرات والملتقيات ويرون بأنها أكثر فاعلية لتحقيق المبتغى بالإضافة إلى تميزها بالشفافية والمصادقية والوصول إلى الأهداف المحددة.

الجدول رقم 24 يمثل آراء الطلبة حول استخدام الفاييس بوك في السياسة .

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإقتراحات
40%	40	تطور في مجال السياسة
44%	44	فشل في السياسة المباشرة
16%	16	تجسس على آراء الشعب
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 24:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) أن نسبة 44 % وبتكرار 44 ، ترى أن إستخدام الفيسبوك في السياسة هو فشل في السياسة المباشرة ، فيحين نالت الإجابة "تطور في مجال السياسة" نسبة 40 % وبتكرار 40، أما فيما يخص الإجابة " تجسس على آراء الشعب " فكانت نسبتها 16 % وبتكرار 16 . يحتل جواب "فشل في السياسة المباشرة المرتبة الاولى بسبب فشل الدولة أو السلطة في سياستها الموجهة إلى المواطنين عامة والطلبة بشكل خاص التي تعتمد على وسائل الإعلام التقليدي كجسري ربط بين الدولة والمواطن، وعدم القدرة على معرفة اتجاهات الشعب والرأي العام وذلك راجع لعزوف الطلبة على

وسائل الإعلام التقليدية والتوجه نحو الفاييس بوك وبالتالي عوضت الدولة اخفاقها في السياسة المباشرة بالاعتماد على الفاييس بوك في المجال السياسي .

الجدول رقم 25 يمثل آراء الطلبة حول دور الفاييس بوك في تعميق الشعور بالمسؤولية اتجاه القضايا السياسية

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	38	38	38%
لا	62	62	62%
مجموع	100	100	100%

تحليل الجدول رقم 25:

أظهرت نتائج الجدول أن نسبة 62 % وبتكرار 62 ترى بأن الفيسبوك لا يعمق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية، فيحين نالت الإجابة نعم نسبة 38 % وعدد تكرارات وصلت إلى 38 تكرار .

وفيما يخص الفئة التي تنفي دور الفيسبوك في تعميق الشعور بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية تؤكد أن معلومات الفيسبوك فاقدة للدقة والوضوح، كما أنه لا يهتم بتحليل المعلومات عكس الإعلام التقليدي ولا يقدم معلومات سياسية.

الجدول رقم 26 : يمثل آراء الطلبة حول مساهمة الفايس بوك في انماء الوعي السياسي

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة	الإجابة
58%	58		نعم
42%	42		لا
100%	100		مجموع

تحليل الجدول رقم 26:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 26 أن نسبة 58% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 58 قد أجابوا ب"نعم"، أما نسبة الطلبة الذين أجابوا ب " لا" فوصلت إلى 42 % وبتكرار 42.

مما يؤكد لنا بأن موقع الفيسبوك يقدم معلومات بكم هائل كما يقدم الأخبار للإعلام، أي أن الفيسبوك يساهم في المشاركة السياسية للطلبة هذا حسب الفئة التي أجابت ب "نعم" ، أما الفئة الثانية التي أجابت ب "لا" فترى عكس ذلك. ففي نظرهم الفيسبوك لا يزيد من القدرة على التحليل وهذه المواقع تفتقد للمصداقية.

الجدول رقم 27 يبين كيفية مساهمة الفايس بوك في زيادة الوعي السياسي لدى الطلبة

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة	الإقتراحات
27,58%	16		قراءة ما بين السطور
53,44%	31		معرفة الخلفية السياسية
18,16%	11		إدراك الأفكار والايديولوجيات السياسية
100%	58		مجموع

تحليل الجدول رقم 27:

بعد معاينتنا للجدول اعلاه نجد أن نسبة 53,44% من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 31 ترى بأن معرفة الخلفية السياسية هي الإجابة المثالية، فيحين نالت الإجابة " قراءة ما بين الأسطر " نسبة 27,58% بتكرار 16 مفردة اما المرتبة الثالثة والاخيرة إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية" فنالت نسبة 18,16% .

فقد يعتقد معظم لطلبة بان الفاييس بوك يتيح لهم معرفة الخلفية السياسي والقراءة الحكيمة للمواضيع والقضايا السياسية والسير في أغوار النصوص والتحليلات والنقاشات للوصول إلى المعرفة الحقة والأهداف الباطنية،لأنه ليس بالشكل تعرف الأشياء بل بعد معرفة الخلفية السياسية لكل المواضيع وهذا ما يأتي من خلال النقاشات التي تثار على موقع الفاييس بوك من طرف العارفين طبعاً .

المحور الرابع : شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ القرارات السياسية لطلبة الاعلام

والاتصال

الجدول رقم 28 يمثل رأي الطلبة ما إذا كان الفاييس بوك سبب في تغيير رأيهم إزاء قضية سياسية

معينة

النسبة %	التكرار	تكرار النسبة الإجابة
56%	56	نعم
44%	44	لا
100%	100	مجموع

تحليل الجدول رقم 28:

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) أن نسبة 56% لمن أجابوا ب"نعم" ،أي أنهم غيروا موقفهم بسبب معلومات وردت في الفاييس بوك من أفراد العينة وبتكرار 56، اما نسبة 44% من أفراد العينة لم يغيروا موقفهم إزاء قضية معينة بسبب معلومات وردت في الفيسبوك .

ان اكثر من نصف افراد العينة يقرون بأن الفيسبوك ساهم في تغيير موقفهم إزاء بعض القضايا السياسية وذلك بناء على المعلومات التي يتوافر عليها "الفيسبوك"، كما أنه يؤثر على فهم الأفراد للمواقف والحكم على الأشياء .

الجدول رقم 29 يمثل دور الفاييسبوك في اتخاذ طلبة الاعلام والاتصال قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفاييس بوك

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	14	14	%14
لا	86	86	%86
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 29:

يتضح لنا الجدول رقم (29) أن نسبة 86 % من أفراد العينة الإجمالية وبتكرار 86 لم يقرروا المشاركة في الانتخابات بسبب معلومات وردت في الفيسبوك ، أما فيما يخص الذين شاركوا بفضل الفاييسبوك تقدر بنسبة 14 %.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن الذين أجابوا "لا" أنهم كانوا رافضين للانتخابات والفايس بوك زاد من رفضهم وخفض من رغبتهم في الاقتراع وذلك عن طريق المنشورات المتداولة مثل ما وردت في الآونة الأخيرة آراء وتعليقات بفضل الحراك الشعبي وكمثال نجد " إن الانتخابات ستنظمها العصابة والرئيس يكون مختارا منذ البداية" حيث تزامنت فترة دراستنا مع الحراك الشعبي والمطالبة بإسقاط كل رموز النظام (الجزائري)

أما فيما يخص من أجابوا ب " نعم " فهم قد غيروا موقفهم من الرفض إلى زيادة الرغبة في المشاركة الانتخابية وذلك متأثرا بما ينشر في الفايس بوك من حملات تحسيسية ومقالات تؤكد على ضرورة الانتخاب والحفاظ على الوطن إلخ

الجدول رقم 30 يبين إجابات الطلبة حول قرار الانضمام إلى حزب ما بعد نقاشات سياسية على الفايس بوك

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	16	16	%16
لا	84	84	%84
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 30:

يمثل الجدول رقم 30 أن أغلبية أفراد العينة وبنسبة 84 % ويتكرر 84 يرون أن الفيسبوك ونقاشاته السياسية ليست بالسبب الكافي للالتحاق بالأحزاب والانضمام إليها، فيحين نالت الإجابة "نعم" 16 % ويتكرر 16 أي أن هناك من يغيرون موقفهم بعد نقاشات سياسية على الفايس وفي هذا الصدد نعتقد أن لأغلبية الراضة ترى بأن عدم الانخراط في الأحزاب راجع لعدم وضوح أهدافهم وكذا توجه الأحزاب أيديولوجي كذلك طبيعة استخدام الموقع اجتماعيا وثقافيا أكثر منه سياسيا .

الجدول رقم 31 يبين إن كان الفاييس بوك يساهم في التضليل الإعلامي اتجاه القضايا السياسية

لدى الطلبة.

الاجابة	تكرار النسبة	التكرار	النسبة %
نعم	54	54	%54
لا	46	46	%46
مجموع	100	100	%100

تحليل الجدول رقم 31:

نلاحظ من خلال الجدول رقم 31 أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب "نعم" تقدر ب 54 % بتكرار 54، تليها نسبة 46 % الذين أجابوا ب " لا" وبتكرار 46 .

يؤكد معظم أفراد العينة أن الفيسبوك يقوم بالتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية وذلك لما يروجه من معلومات وأخبار قد تكون غير صحيحة وتفتقد للمصداقية بهدف الوصول إلى أهداف شخصية فكثير من الأخبار تعتمد على المغالطات المنطقية حيث يقوم القائم بالدعاية عبر الفيسبوك باستخدام عبارات مقنعة وان كانت غير سليمة أو واقعية، وهنا يتم النفوذ إلى العقل الباطن والتأثير اللاواعي على اهتمامات المتلقي أو الطلبة ورغباتهم ثم توجيهها وفق مصالح النخبة

المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لعينة طلبة علوم الاتصال
جامعة مولود معمري تامدة حسب الجداول المركبة.

الجدول رقم (32) يمثل علاقة المتغيرات الجنس السن ، مكان الإقامة ومنطقة السكن بطبيعة استخدام الفاييس بوك

النسبة	المجموع	أحيانا		دائما		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%100	48	00	00	100%	48	ذكر	الجنس
%100	52	00	00	100%	52	أنثى	
%100	100	00	00	%100	100	المجموع	
%100	8	00	00	%100	8	من 18 إلى 20 سنة	السن
%100	20	0	00	%100	20	من 21 إلى 23 سنة	
%100	44		00	%100	44	من 24 سنة إلى 26 سنة	
%100	28	00	00	%100	28	26 ما فوق	
%100	100	00	00	%100	100	المجموع	
%100	70	00	00	%100	70	حي جامعي	مكان الإقامة
%100	30	00	00	%100	30	منزل عائلة	
%100	100	00	00	100%	100	المجموع	
%100	40	00	00	%100	40	الريف	منطقة السكن
%100	60	00	00	%100	60	المدينة	
%100	100	00	00	%100	100	المجموع	

نتائج الجدول رقم 32

تبين الإجابات في الجدول أن الإجابة على سؤال طبيعة استخدام الفاييس بوك قد استحوذ خيار دائما على كل الإجابات بنسبة 100% لكن بعد إدخال المتغيران نجد في الجنس أن 48% منهم ذكور و52% إناث ، أما بإدخال متغير السن نجد 8% منهم في فئة ما بين 18-20 سنة ، و20% في فئة ما بين

21 و 23 سنة ، أما أكبر نسبة 44 % فقد استحوذت عليه فئة من 24 سنة إلى 26 سنة وهي فئة طلبة الماستر والليسانس الذين وزعنا عليهم الاستمارات، ونجد خلفهم مباشرة فئة 26 سنة فما فوق بنسبة 28 % ، أما بعد إدخال متغير مكان الإقامة في نفس السؤال دائما نجد 70 % ممن أجابوا بدائما يقطنون الأحياء الجامعية و 30 % يسكنون في المنزل العائلي ، وأما بخصوص المتغير الأخير فنجد 60 % ممن أجابوا بدائما يقطنون في المدينة و 40 % في الريف . وهذا ما يعني بأن الطلبة يستخدمون الفاييس بوك بشكل دائم وبشكل أكبر الإناث الذين وجدنا منهم نسبة 52 % كلهم صوتوا بشكل دائم

الجدول رقم (33) يبين الدوافع التي تجعل المبحوثين يستعملون الفاييس بوك

النسبة	المجموع	الحصول على المعلومات		تبادل الحديث مع الزملاء		الترفيه		الإجابة المتغير		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100%	48	25%	12	45,83%	22	29,16%	14	ذكر	الجنس	
100%	52	25%	13	44,23%	23	30,76%	16	أنثى		
100%	100	25%	25	45%	45	30%	30	المجموع		
100%	8	25%	2	50%	4	25%	2	من 18 إلى 20 سنة	السن	
100%	20	25%	5	453%	9	30%	6	من 21 إلى 23 سنة		
100%	44	25%	11	45,45%	20	29,54%	13	من 24 سنة إلى 26 سنة		
100%	28	25%	7	42,85%	12	324%	9	26 ما فوق		
100%	100	25%	25	45%	45	30%	30	المجموع		
100%	58	25,86%	6	44,82%	26	29,31%	17	ليسانس		المستوى الجامعي
100%	42	23,80%	10	42,23%	19	30,95%	13	ماستر		
100%	100	25%	25	45%	45	30%	30	المجموع		

نتائج الجدول رقم 33

أكبر نسبة في الإجابات على سؤال الدوافع التي تجعلك تستعمل الفاييس بوك عادت إلى خيار تبادل الحديث مع الزملاء بنسبة 45%، 22 منها للذكور بنسبة 45,83% و 23 للإناث بنسبة 44,23% وقد جاءت الإجابة للترفيه في المرتبة الثانية بنسبة 30، 14% منهم للذكور و 16 للإناث، فيما جاءت الإجابة " الحصول على المعلومات " في المرتبة الثالثة بنسبة 25 %، 12 منها للذكور و 13 للإناث، أما بإدخال متغير المستوى التعليمي فقد كان توزيع إجابة " تبادل الحديث مع الزملاء " فقد كانت توزعت ما بين 26% لأصحاب الليسانس و 19% لأصحاب الماستر، أما إجابة " الترفيه " فقد انقسمت ما بين 17% لأصحاب الليسانس و 13% للماستر وفي الأخير إجابة " الحصول على المعلومات انقسمت ما بين 6% لليسانس و 10% للماستر. وتحليل كل هذه الإجابات وجدنا أن خيار تبادل الحديث مع الزملاء هو الأكبر نسبة ما يعني بأن الدافع الأكبر لاستعمال الفاييس بوك من طرف الطلبة في جامعة مولود معمري بتيزي وزو.

الجدول رقم 34: يمثل الاشباعات التي يحققها الطلبة الجامعيون باستعمال الفيسبوك .

النسبة	المجموع	يزيد من ثقافتك الشخصية		مطلع دائما على الجديد		ترتاح معنويا		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	48	31,25%	15	18,75%	9	50%	24	ذكر	الجنس
100%	52	32,69%	17	17,30%	9	50%	26	انثى	
100%	100	32%	32	18%	18	50%	50	المجموع	
100%	8	37,5%	3	12,5%	1	50%	4	من 18 إلى 20 سنة	السن
100%	20	30%	6	20%	4	50%	10	من 21 إلى 23 سنة	
100%	44	31,81%	14	18,18%	8	50%	22	من 24 سنة إلى 26 سنة	
100%	28	32,14%	9	17,85%	5	50%	14	26 ما فوق	
100%	100	32%	32	8%	8	50%	50	المجموع	
100%	58	32,75%	19	17,24%	10	50%	29	ليسانس	
100%	42	30,95%	13	19,04%	8	50%	21	ماستر	
100%	100	32%	32	18%	18	50%	50	المجموع	

نتائج الجدول رقم 34

كانت الإجابات على سؤال الاشباع التي يحققها الفايس بوك كالتالي ترتاح معنويا 50 % توزعت ما بين 24% للذكور و 26% للإناث أما إجابة مطلع دائما على الجديد فقد تحصلت على نسبة 18 % توزعت بالتساوي ما بين الذكور والإناث بتسعة لكليهما ، أما إجابة يزيد من الثقافة الشخصية فقد تحصلت على 32 % توزعت ما بين 17 للإناث و 15 للذكور ، أما باد حال متغير السن فإن إجابة ترتاح معنويا تتوزع كالتالي 4% لفئة من 18 إلى 20 سنة و 10% لفئة من 21 إلى 23 سنة وأما بالنسبة لفئة 24 - 26 سنة فقد كانت في المرتبة الأولى ب 22 فرد كامل وقد جاءت إجابة 26 سنة فما فوق في المرتبة الثانية ب 14 فرد أجابوا بترتاح معنويا، وقد جاءت في المرتبة الثانية إجابة يزيد من ثقافتك الشخصية برصيد 32 % وكانت أعلى فئة فيها هي 24 - 26 سنة ب 14 مفردة أجابت بهذه الطريقة وأما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب إجابة مطلع دائما على الجديد برصيد 18 % وكانت أعلى نسبة فيها هي فئة 24-26 سنة ب 8 مفردات وأقل نسبة هي فئة من 18 إلى 20 سنة بمفردة واحدة ، وبتحليل كل هذه المعطيات نجد أن أغلبية الطلبة يستعملون الفايس بوك لتحقيق الراحة المعنوية

الجدول المركب رقم (35) يمثل نسبة اجابات الطلبة حول ما ان كان عوض الفيسبوك وسائل الإعلام التقليدية أم لا وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي

الاجابة المتغير	نعم		لا		النسبة	المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
الجنس	ذكر	34	70,83%	14	37,5%	48	100%
	انثى	36	69,23%	16	30,76%	52	100%
	المجموع	70	70%	30	30%	100	100%
المستوى الجامعي	ليسانس	41	70,68%	17	29,31%	58	100%
	ماستر	29	69,04%	13	30,95%	42	100%
	المجموع	70	70%	30	30%	100	100%

يوضح الجدول رقم 35

نلاحظ من خلال الجدول رقم 35 أن نسبة إجابات الطلبة حول ما إن كان الفايسبوك قد عوض وسائل الإعلام التقليدية أم لا كانت كالتالي: في المرتبة الأولى نجد المجيبين بـ"نعم" 70,83% منهم ذكور و69,23% للإناث.

في حين نالت الإجابة "لا" 37,5% للذكور و30,76% للإناث، وفي متغير "المستوى الجامعي" كانت الإجابة بـ"نعم" موزعة بين 41 مفردة لأصحاب الليسانس بنسبة 70,68% و29 مفردة لأصحاب الماستر بنسبة 69,04% لأصحاب ماستر، وأما فيما يخص إجابة "لا" فإنها توزعت على 17 منها ذكور بنسبة 29,31% و13 للإناث بنسبة 30,95% وهذا راجع لاستخدام الفايسبوك بقوة من طرف الطلبة عكس ما كانوا يفعلون حين كانوا يعتمدون على الوسائل الإعلامية التقليدية وهذا ما يعني بأن الفيسبوك عوض فعلا وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات السياسية من طرف طلبة جامعة مولود معمري "تامدة"

الجدول رقم (36): يبين ما إن كان تناول المواضيع بكل حرية هو الذي يدفع الطالب للاعتماد على

الفيسبوك كوسيلة للتوعية السياسية أم لا حسب متغير الجنس، السن و المستوى التعليمي

النسبة	المجموع	لا		نعم		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	48	33,33%	16	66,66%	32	ذكر	الجنس
100%	52	32,69%	17	67,30%	35	انثى	
100%	100	33%	33	67%	67	المجموع	
100%	8	37,5%	3	62,5%	5	من 18 إلى 20 سنة	السن
100%	20	35%	7	65%	13	من 21 إلى 23 سنة	
100%	44	34,09%	15	65,90%	29	من 24 سنة إلى 26 سنة	
100%	28	28,57%	8	71,42%	20	26 ما فوق	
100%	100	33%	33	67%	67	المجموع	
100%	58	32,75%	19	67,24%	39	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	42	33,33%	14	66,66%	28	ماستر	
100%	100	33%	33	67%	67	المجموع	

تحليل الجدول رقم 36

- تبين نتائج الجدول رقم 36 أن نسبة الطلبة الذين أجابوا بـ"نعم" يتبادلون المواضيع بكل حرية وهو الذي يدفعهم لاعتماد على الفيسبوك كوسيلة للتوعية السياسية بـ 67,30% إناث و66,66% ذكور، أما المجيبون بـ "لا" بلغت نسبة الذكور 33,33% أما الإناث 32,69%.

وفي متغير السن أظهرت النتائج أن الفئة العمرية 26 ما فوق في المرتبة الأولى أجابوا بـ"نعم" بنسبة 71,42% تليها الفئة العمرية من 24 سنة إلى 26 بنسبة 65,90%، ثن الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 65% وفي الأخير الفئة من 18 إلى 20 سنة بنسبة 62,5%، أما المجيبون بـ"لا" كانت أعلى فئة هي من 18 إلى 20 سنة بنسبة 37,5%، أما فيما يخص المستوى الجامعي، سجلت اعلي نسبة لطلبة ليسانس الذين أجابوا بـ"نعم" بنسبة 67,24% أما ماستر 66,66% أما المجيبون بـ"لا" فقد توزعت 32,75% لطلبة ليسانس و33,33% لطلبة ماستر، وعند تحليل كل هذه المعطيات نجد أن فعلا الحرية التي تعطي على الفيسبوك سوء في النشر، والتعبير عن الرأي، أو الاتصال... هو الذي جعل الطلبة يستعملونه بقوة.

الجدول رقم (37) يمثل طبيعة التفاعل طلبة جامعة مولود معمري (تامدة) مع موقع الفيسبوك حسب متغير السن، الجنس، المستوى التعليمي

النسبة	المجموع	الاعجاب		نشر الصور		التعليق على بعض الانشطة		الإجابة المتغير		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100%	48	27,08%	13	25%	12	47,91%	23	ذكر	الجنس	
100%	52	28,84%	15	30,76%	16	40,38%	21	انثى		
100%	100	28%	28	28%	28	44%	44	المجموع		
100%	8	25%	2	12,5%	1	61,5%	5	من 18 إلى 20 سنة	السن	
%100	20	30%	6	25%	5	45%	9	من 21 إلى 23 سنة		
%100	44	27,27%	12	27,27%	12	45,45%	20	من 24 سنة إلى 26 سنة		
100%	28	28,57%	8	35,71%	10	35,71%	10	26 ما فوق		
100%	100	28%	28	28%	28	44%	44	المجموع		
100%	58	27,58%	16	22,41%	13	50%	29	ليسانس		المستوى الجامعي
100%	42	28,57%	12	35,71%	15	35,71%	15	ماستر		
100%	100	28%	28	28%	28	44%	44	المجموع		

تحليل نتائج الجدول رقم 37

- يظهر من خلال الجدول رقم 37 أن نسبة إجابة الطلبة حول طبيعة التفاعل على موقع الفيسبوك حسب متغير الجنس المحببون بالتعليق على بعض الأنشطة في المرتبة الأولى بـ 47,91% منهم ذكور و 40,38% إناث، في حين نالت إجابة "نشر الصور" نسبة 30,76% إناث و 25% منهم ذكور وأما الذين أجابوا "بالإعجاب" بلغت نسبة الذكور 27,08% أما الإناث 28,84%.

وفي متغير السن الإجابة بالتعليق على بعض الأنشطة كانت الفئة العمرية من 18 إلى 20 سنة في المرتبة الأولى بنسبة 61,51% تليها الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 45,45%، ثم الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 45% وأخيرا الفئة من 26 ما فوق بنسبة 35,71%.

وفي إجابة "نشر الصور" نجد الفئة 26 ما فوق في المرتبة الأولى بنسبة 35,71% تليها الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 27,27% تم الفئة من 21 إلى 23 سنة في المرتبة الثالثة بنسبة 25% وأخيرا الفئة من 18 إلى 20 سنة بنسبة 12,5%، أما المجيبون "بالإعجاب" تحصلت الفئة من 21 إلى 23 سنة على المرتبة الأولى بنسبة 30% تليها الفئة 26 ما فوق بنسبة 28,57% ثم الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 27,27% وأخيرا الفئة من 18 إلى 23 سنة بنسبة 25% أما فيما يخص متغير مستوى التعليمي، فبلغت نسبة الإجابة "التعليق على بعض الأنشطة" 50% لأصحاب ليسانس و35% لأصحاب ماستر، أما في إجابة نشر الصور كانت 35,71% للطلبة ليسانس و28% للطلبة الماستر أما المجيبين "بالإعجاب" فنجد فيها 28,57% ليسانس و28% للماستر، وبالتالي نجد أن التعليق على بعض الأنشطة هو الذي يقصر اهتمامات الطلبة مقارنة بالإعجاب أو النشر الصور في الموقع الفيسبوك وهذا ما يخدم موضوع البحث وهو زيادة الوعي السياسي.

الجدول رقم (38): يمثل نسب القضايا التي تم إثارتها من طرف الطلبة جامعة مولود معمري حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي

النسبة	المجموع	المشاركة في الحوار		المعارضة لنظام الحكم		الموالة الحزبية		المواضيع الساخرة من السياسة		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	48	22,91%	11	25%	12	8,33%	4	43,75%	21	ذكر	الجنس
100%	52	23,07%	12	26,92%	14	7,69%	4	42,30%	22	انثى	
100%	100	45,98%	23	51,92%	26	16,02%	08	86,05%	43	المجموع	
100%	58	22,42%	13	25,86%	15	8,62%	5	43,10%	25	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	42	23,80%	10	26,19%	11	7,14%	3	42,85%	18	ماستر	
100%	100	23%	23	26%	26	08%	08	43%	43	المجموع	

تحليل الجدول رقم 38

- عند تحليل بيانات الجدول رقم 38 نجد في الإجابة على السؤال حول أي من القضايا السياسية التي تساهم في إثارتها وإثرائها حسب متغير الجنس، الإجابات التالية: المواضيع الساخرة من السياسة كانوا 43,75% ذكور و42,30% إناث، أما المجيبون بالموالاة الحزبية" نسبة الذكور 8,33% أما الإناث 7,69%، أما الإجابة الثالثة المعارضة للنظام الحكم 25% منهم ذكورا و26,92% إناث أما الإجابة الأخيرة المشاركة في الحوار بلغت نسبة الإناث المجيبات بـ23,07% أما الذكور 22,91% أما حسب متغير المستوى الجامعي نسبة الليسانس الذين أجابوا "بالمواضيع الساخرة من السياسة بلغت نسبتهم 43,10% أما المستوى الماستر بلغت نسبتهم 42,85% ، أما الإجابة الثانية "الموالاة الحزبية" أجابوا عنها 7,14% ليسانس و8% من ماستر، وكذلك الذين أجابوا "المعارضة لنظام الحكم" بلغت نسبة الماستر 26% أما مستوى ليسانس 26,19% أما الإجابة الأخيرة المشاركة في الحوار منها نستنتج أن المواضيع الساخرة هي أولى اهتمامات الطلبة على عكس المعارضة لنظام الحكم الذي يتخوف منه بعض المستخدمين.

الجدول رقم 39 يمثل آراء الطلبة الجامعيين حول كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفيسبوك حسب متغير الجنس والسن والمستوى التعليمي

النسبة	المجموع	تقديم المعلومات		التعليق وإبداء الرأي		الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها		الإجابة المتغير		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100%	48	25%	12	31,25%	15	43,75%	21	ذكر	الجنس	
100%	52	36,53%	14	32,69%	17	40,38%	21	انثى		
100%	100	26%	26	32%	32	42%	42	المجموع		
100%	8	25%	2	37,5%	3	37,5%	3	من 18 إلى 20 سنة	السن	
100%	20	25%	5	30%	6	45%	9	من 21 إلى 23 سنة		
100%	44	27,27%	12	31,81%	14	40,90%	18	من 24 سنة إلى 26 سنة		
100%	28	25%	7	32,14%	9	42,85%	12	26 ما فوق		
100%	100	26%	26	32%	32	42%	42	المجموع		
100%	58	25,86%	15	32,75%	19	41,37%	24	ليسانس		المستوى الجامعي
100%	42	26,19%	11	30,90%	13	42,85%	18	ماستر		
100%	100	26%	26	32%	32	42%	42	المجموع		

تحليل الجدول رقم 39

- يبين الجدول رقم 39 كيف يتشكل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعيين عند استخدام الفيسبوك حيث جاءت الإجابة حسب متغير الجنس، بلغت نسبة الذكور المجيبون بالاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها بنسبة 43,75% أما الإناث 40,38% أما الإجابة "التعليق وإبداء الرأي" بلغت نسبة الذكور 31,25% أما الإناث 32,69% أما الجواب الأخير تقديم المعلومات بلغت نسبة الذكور المجيبين 25%، أما الإناث 36,53% وفي متغير السن نجد نسبة فئة 26 ما فوق أعلى نسبة المجيبين بالاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها وهي 42,85% وتليها الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 45% وتليها

الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 40,90% وأخيرا الفئة من 18 إلى 23 سنة بنسبة 37,5%، أما
المجيبين بالتعليق وإبداء الرأي" فالفئة من 18 إلى 20 سنة هي الفئة الأولى بنسبة 37,5% ثم الفئة من
20 ما فوق بنسبة 32,14% تليها الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 31,81% وأخيرا الفئة من 21 إلى
23 سنة بنسبة 30%، أما الطلبة الذين أجابوا "بتقديم المعلومات" بلغت نسبة الفئة من 24 إلى 26
سنة 27,27%، تليها الفئة من 18 إلى 20 سنة والفئة من 12 إلى 23 سنة بنسبة 25% وكذلك نسبة 25%
لفئة 26 ما فوق أما في متغير المستوى الجامعي فنجد 41,37% لليسانس و42,85% للماستر الذين
أجابوا بـ بالاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها.

أما الذين أجابوا "التعليق وإبداء الرأي" نسبة الليسانس 32,75% أما الماستر 30,90% وأخيرا
"تقديم المعلومات" أجابوا بنسبة 25,86% منهم من مستوى ليسانس و26,59% ماستر وهذا يعني
تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة يكون بالاحتكاك مع أصحاب الصفحات السياسية والتفاعل معهم
الالكترونيا أو بالتعليق وإبداء الرأي حول بعض الأمور التي يتم نشرها في الفيسبوك.

الجدول رقم 40: يمثل الطريقة الأفضل في التعبير عن الرأي لدى طلبة جامعة مولود معمري (تامدة) حسب متغير الجنس ، السن ومكان الإقامة والمستوى الجامعي

النسبة	المجموع	الاثنين معا		الحوار المباشر		الالكترونيا		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	48	4,16%	2	41,66%	20	54,16%	26	ذكر	الجنس
100%	52	3,84%	2	40,38%	21	55,76%	29	انثى	
100%	100	4%	4	41%	41	55%	55	المجموع	
100%	8	12,5%	1	37,5%	3	50%	4	من 18 إلى 20 سنة	السن
100%	20	05%	1	40%	8	55%	11	من 21 إلى 23 سنة	
100%	44	4,54%	2	40,90%	18	54,54%	24	من 24 إلى 26 سنة	
100%	28	00%	0	42,85%	12	57,14%	16	26 ما فوق	
100%	100	4%	4	41%	41	55%	55	المجموع	مكان الإقامة
100%	70	2,85%	2	28,57%	20	68,57%	48	حي جامعي	
100%	30	6,66%	2	70%	21	23,33%	7	منزل عائلة	
100%	100	4%	4	41%	41	55%	55	المجموع	
100%	58	5,17%	3	39,65%	23	55,17%	32	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	42	2,38%	1	42,85%	18	54,76%	23	ماستر	
100%	100	4%	4	41%	41	55%	55	المجموع	

تحليل نتائج الجدول رقم 40

يبين الجدول رقم 40 أن الطريقة الأفضل في التعبير عن الرأي لدى طلبة تامدة مولود معمري فحسب متغير الجنس الذكور الذين أجابوا الكترونيا بلغت نسبتهم 54,16% أما الإناث 55,76%، أما الطلبة الذين أجابوا "الحوار المباشر" بلغت نسبة الذكور 41,66% أما الإناث 40,38%، أما الذين أجابوا اثنين معا الكترونيا والحوار المباشر بلغت نسبة الذكور 4,16% أما الإناث 3,84% وفي متغير السن نجد إجابة الكترونيا نسبة 57,14% لفئة 26 ما فوق، أما فئة من 24 إلى 23 سنة بنسبة 55% تليها الفئة من 24 إلى 26 بنسبة 54,14% وأخيرا الفئة من 18 إلى 23 سنة بنسبة 50%، أما الإجابة "بالحوار المباشر" تعتبر الفئة من 26 ما فوق في المرتبة الأولى بنسبة تقدر بـ 42,85% تليها الفئة 24 إلى 26 سنة بنسبة 42,85% ثم الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 40% وأخيرا 37,5% للفئة من 18 إلى 23 سنة، أما في المتغير الثالث مكان الإقامة فقد توزعت كالتالي 68,57% للذين أجابوا الكترونيا

و23,33% للذين يقيمون في منزل، أما نسبة الذين أجابوا بالحوار المباشر 28,57% منهم المقيمين في الحي الجامعي و70% من العائلة وفي الإجابة اثنين معا 2,85% منهم مقيمين في حي جامعي و6,66% في المنزل، أما بإدخال التغير الأخير وهو المستوى الجامعي نجد طلبة ليسانس يفضلون التعبير عن رأيهم الكترونيا بنسبة 55,17% أما الماستر 54% أما نسبة الذين يفضلون الحوار المباشر نجد 39,65% منهم طلبة ماستر و42,85% ليسانس، كما يوجد الذين يفضلون الاثنين معا نجد نسبة الماستر 2,38% أما ليسانس 5,17% فاعلم الطلبة يفضلون تقديم رأيهم الكترونيا مادام هناك نقص في الوقت لحضور ملتقيات سياسية ولتنظيم الحوارات والمناظرات فيما بينهم.

الجدول رقم 41: يمثل نسب إجابات الطلبة حول ما إن كان بالنسبة لهم استخدام الفيسبوك في السياسة هو تطور في السياسة أم تحسين آراء الشعب أم فشل في السياسة المباشرة حسب متغيرات

الجنس السن والمستوى التعليمي

النسبة	المجموع	فشل في السياسة المباشرة		تحسين آراء الشعب		تطور في مجال السياسة		الإجابة المتغير		
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
100%	48	41,66%	20	18,75%	19	39,58%	19	ذكر	الجنس	
100%	52	46,15%	24	13,46%	7	40,38%	21	انثى		
100%	100	44%	44	16%	16	40%	40	المجموع		
100%	8	37,5%	3	25%	2	37,5%	3	من 18 إلى 20 سنة	السن	
100%	20	40%	8	25%	5	35%	7	من 21 إلى 23 سنة		
100%	44	38,63%	17	15,90%	7	45,45%	20	من 24 سنة إلى 26 سنة		
100%	28	57,14%	16	7,14%	2	35,71%	10	26 ما فوق		
100%	100	44%	44	16%	16	40%	40	المجموع		
100%	58	44,82%	26	15,51%	9	39,65%	23	ليسانس		المستوى الجامعي
100%	42	42,85%	18	16,66%	7	40,47%	1	ماستر		
100%	100	44%	44	16%	16	40%	40	المجموع		

تحليل نتائج الجدول رقم 41

- نلاحظ من خلال الجدول رقم 41 أن استخدام الفيسبوك يزيد طور في مجال السياسية بنسبة 40% توزعت حسب متغير الجنس نسبة الذكور 39,58% أما الإناث 40,38% أما الإجابة تحسين آراء الشعب بلغت نسبة الذكور 18,75% أما الإناث 13,46% وفي الإجابة فشل في السياسة المباشرة 41,66% منهم ذكور أما الإناث 46,15% وفي متغير السن نجد الفئة الأكبر إجابة بتطور في مجال السياسة هي الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 45,45% تليها الفئة من 18 إلى 20 سنة بنسبة 37,5% ثم الفئة من 26 ما فوق بنسبة 35,71% وأخيرا الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 35% أما الإجابة بتحسين آراء الشعب الفئة الأولى المجيبة بذلك هي الفئة من 18 إلى 20 سنة ومن 21 إلى 23 سنة بنسبة 25% وتليها الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 15,90% وأخيرا الفئة 26 ما فوق بنسبة 7,14% أما جواب بفشل سياسة المباشر اكبر فئة أجابت بذلك هي فئة من 26 ما فوق بنسبة 57,14% تليها الفئة من 21 إلى 23 سنة بنسبة 40% ثم الفئة من 24 إلى 26 سنة بنسبة 38,63% وأخيرا الفئة من 18 إلى 20 سنة بنسبة 37,5% وفي متغير المستوى التعليمي نجد النسبة 39,65% للطلبة ليسانس أجابوا بتطور في مجال السياسة و 40,47% ماستر، أما نسبة إجابة "تحسين آراء الشعب" 15,51% ليسانس 16,66% ماستر، وأخيرا نسبة طلبة الليسانس الذين أجابوا بفشل في السياسة المباشر بلغت 44,82% أما طلبة ماستر 42,85%.

ويعني أن استخدام الفيسبوك في السياسة كان فعلا يسبب فشل السياسة المباشرة.

الجدول رقم 42: يمثل دور الفيسبوك في اتخاذ طلبة علوم الاعلام والاتصال قرارات الانتخاب وعلاقته بمتغيرات الجنس المستوى الجامعي ومكان الإقامة

المتغير	نعم		لا		النسبة	المجموع	النسبة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
الجنس	ذكر	7	14,58%	41	85,41%	48	100%
	انثى	7	13,46%	45	86,53%	52	100%
	المجموع	14	14%	86	86%	100	100%
مستوى جامعي	ليسانس	8	13,79%	50	86,20%	58	100%
	ماستر	6	14,28%	36	85,71%	42	100%
	المجموع	14	14%	86	86%	100	100%
مكان الإقامة	حي جامعي	10	14,28%	60	85,71%	70	100%
	منزل عائلة	4	13,33%	26	86,66%	30	100%
	المجموع	14	14%	84	84%	100	100%

تحليل نتائج الجدول رقم 42

- بين الجدول رقم 42 دور الفيسبوك في اتخاذ طلبة علوم الإعلام والاتصال القرارات حيث نجد 14,58% من ذكور أجابوا بـ"نعم" و13,46% منهم إناث الذين أجابوا بـ"لا" 85,41% منهم ذكور و86,53% إناث، أما متغير مستوى تعليمي نجد 13,79% من طلبة ليسانس أجابوا بـ"نعم" و14,28% من طلبة ماستر، أما الذين أجابوا بـ"لا" بلغت نسبة الليسانسيين 86,71% أما الماستر 83,71% أما المتغير الثالث المستوى الجامعي فنجد 14,28% من طلبة حي جامعي أجابوا بـ"نعم" و85,71% أجابوا بـ"لا".

أما 13,33% من طلبة المقيمين في منزل عائلة أجابوا بـ"نعم" و86,66% أجابوا بـ"لا" وهو ما يؤكد بأن أغلبية الطلبة الذين وزعنا عليهم الاستمارة من قاطني الاقامات الجامعية بتيزي وزو كما أن الفيسبوك لا يملك أي دور في اتخاذ قرار الانتخابات لدى طلبة جامعة مولود معمري .

الجدول المركب رقم 43: يمثل دور الفيسبوك في انضمام طلبة جامعة مولود معمري الى حزب ما

وعلاقته بمتغيرات الجنس المستوى الجامعي ومكان الإقامة

المتغير	الإجابة		نعم		لا		النسبة	المجموع
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
الجنس	ذكر	8	16,66%	40	83,33%	48	100%	
	انثى	8	15,38%	44	84,61%	52	100%	
	المجموع	16	16%	84	84%	100	100%	
المستوى الجامعي	ليسانس	9	15,51%	49	84,48%	58	100%	
	ماستر	7	16,66%	35	83,33%	42	100%	
	المجموع	16	16%	84	84%	100	100%	
مكان الإقامة	حي جامعي	11	15,71%	59	84,28%	70	100%	
	منزل عائلة	5	16,66%	25	83,33%	30	100%	
	المجموع	16	16%	84	84%	100	100%	

تحليل نتائج الجدول رقم 43

- يبين الجدول أعلاه (43) دور الفيسبوك في اتخاذ قرار الانضمام الى حزب فكانت الإجابة حسب متغير الجنس 66,16% من الذكور أجابوا بـ"نعم" و83,33% أجابوا بـ"لا" أما الإناث 38,15% منهم أجابوا بـ"نعم" و61,84% أجابوا بـ"لا"، أما في متغير المستوى الجامعي نسبة طلبة الليسانس الذين أجابوا بـ"نعم" 51,15% أما نسبة الذين أجابوا بـ"لا" 48,84%، أما طلبة الماستر 66,16% منهم أجابوا بـ"نعم" و33,83% أجابوا بـ"لا"، أما المتغير الأخير وهو مكان الإقامة نسبة طلبة المقيمين في الجامعة أجابوا بـ"نعم" حيث بلغ نسبتهم 71,15% أما الذين أجابوا بـ"لا" 28,84% أما المقيمين في المنزل مع العائلة 66,16% أجابوا بـ"نعم" و33,83% أجابوا بـ"لا".

الجدول المركب رقم 44: يبين إن كان الفيسبوك يقوم بالتضليل الاعلامي نحوى القضايا السياسية أم

لا حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي

النسبة	المجموع	لا		نعم		الإجابة المتغير	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	48	45,83%	22	54,16%	26	ذكر	الجنس
100%	52	46,15%	24	53,84%	28	انثى	
100%	100	46%	46	54%	54	المجموع	
100%	58	46,55%	27	53,44%	31	ليسانس	المستوى الجامعي
100%	42	45,23%	19	54,76%	23	ماستر	
100%	100	46%	46	54%	54	المجموع	

تحليل نتائج الجدول رقم 43

بين الجدول رقم 44 دور الفيسبوك في التضليل الإعلامي نحوى القضايا السياسية حيث تبين النتائج أن نسبة الإجابة بـ"نعم" على هذا السؤال تقدر بـ54% توزع حسب متغير الجنس إلى 26 تكرار للذكور وبنسبة 54,16% و 28 تكرار للإناث بنسبة 53,84%، وفيما يخص الجواب الثاني فنجد نسبة 46% أجابت بـ"لا" وقد توزعت حسب متغير الجنس إلى 22 تكرار للذكور وبنسبة 45,83% و 24 تكرار للإناث بنسبة 46,15%، وفي متغير المستوى التعليمي فقد توزعت النسبة إلى 31 تكرار لطلبة الليسانس و 23 تكرار لطلبة الماستر بنسبة 54,76%، أما نسبة الليسانس الذين أجابوا بـ"لا" بلغت 46,55%.

أما الماستر 45,23% مما يؤكد أن الطلبة يؤكدون أن قرارات الفيسبوك تمارس التضليل الإعلامي اتجاه بعض القضايا السياسية لان أغلبية المصوتين صوتوا بـ"نعم" للسؤال.

نتائج الدراسة :

و في النهاية توصلنا إلى إثبات أو نفي الفرضيات التي وضعناها كإجابة مؤقتة لإشكالية الدراسة.

- الفرضية الأولى : يستخدم طلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري موقع الفاييس بوك بشكل

مفرط ويومي

من خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول (06) والجدول رقم (10) استطعنا اثبات هذه الفرضية ، حيث نجد أن كل أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي كما أنهم يرتاحون من الناحية المعنوية دائماً باستعمال الفاييس بوك وهو ما يؤكد بأنهم يستعملون الفاييس بوك بشكل مفرط ويومي وبالتالي تتحقق الفرضية الأولى

الفرضية الثانية :شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الاعلام التقليدية من حيث أنها مصدر

للمعلومات

يرى معظم أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك" أصبحت المصدر الأول الذي يعتمد عليه الطلبة في استسقاء المعلومات خاصة السياسية منها، وهذا ما يتضح لنا من خلال نتائج الجداول التالية الجدول: (12 ، 13 ، 14) وهذا ا راجع لما يتميز به سرعة ومرونة وحينية التفاعل وتمتعه بهامش كبير من الحرية.

-الفرضية الثالثة :استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة يزيد من الثقافة السياسية

فمن خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول (25) والجدول (26) استطعنا إثبات هذه الفرضية، حيث نجد أن أغلبية أفراد العينة يرون بأن مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من الثقافة السياسية للطلبة، وتعزيز الوعي السياسي بالقضايا الإقليمية والعالمية، بالإضافة إلى زيادة القدرة على التحليل السياسي والمشاركة السياسية وصناعة القرار .

-الفرضية الرابعة : صفحات الفاييس بوك السياسية تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ القرارات السياسية

لطلبة الاعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتيزي وزو

من خلال نتائج التحليل الإحصائي للجدول 28 استطعنا إثبات هذه الفرضية حيث نجد أغلبية أفراد العينة يرون بأنه بسبب معلومات وردت في الفاييس بوك قرروا تغيير مواقفهم اتجاه بعض القضايا السياسية، لكن تحليلات الجداول 29 و30 لم تحقق الفرضية بما أن أغلبية المجيبين مثلا لم يتخذوا قرار الانتخاب بسبب المعلومات الواردة في الفاييس بوك كما أنهم لم يتخذوا قرار الانضمام إلى الأحزاب بسبب المعلومات التي وردت في الفاييس بوك وهذا ما يعكس الوعي السياسي لدى الطالب.

فعلى ضوء المعطيات النظرية التي جمعناها، حاولنا الربط بينها وبين النتائج الميدانية التي قمنا بتحليلها وتوصلنا إلى النتائج التالية:

النتائج المتعلقة بالمحور الأول : استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفاييس بوك على شبكة الانترنت بشكل مفرط ويومي

-كل الطلبة التي وزعنا عليهم الاستمارات يستخدمون الفاييس بوك بشكل مفرط ويومي بما أنها الوسيلة التي تسمح لهم بالتنفس بعض الشيء من ضغط الجامعة

-أغلبية الطلبة يستخدمون الفاييس بوك إما مع جماعة الرفاق في الجامعة أو لوحدهم ولا يميلون لاستعمال هذا الموقع برفقة العائلة

-النسبة الأكبر من الطلبة يستعملون اللغة الأمازيغية في حواراتهم على الفاييس بوك بما أنها الأسهل فيما بينهم وتليها اللغة العربية

-استعمال الفاييس بوك يجعل الطالب يرتاح معنويا ويزيد أكثر من ثقافته الشخصية

النتائج المتعلقة بالمحور الثاني " :شبكات التواصل الاجتماعي تنافس وسائل الإعلام التقليدية كونها مصدر للمعلومات" السياسية

-أجمع أغلبية الطلبة على أن الفيس بوك هو الوسيلة المعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية لما يتميز به من سرعة وأنية ومتوفر في كل مكان وزمان كذلك عوض الإعلام التقليدي من حيث زيادة المعرفة،

- الأسباب التي جعلت الأحزاب اليوم تعتمد وبشكل كبير على الفيس بوك هو الترويج لبرامجها وأفكارها ، وذلك راجع لجملة من الأسباب نذكر منها: السرعة والمرونة، التنوع في المعلومات وكذا سهولة الاستخدام.

-سيطرة السلطة على أقلام الحقيقة دفع بالأغلبية إلى التوجه إلى صفحات الفيس بوك لتناول المواضيع السياسية بكل صدق وشفافية.

النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الثقافة السياسية للطلاب الجامعي".

وجدنا في هذا المحور أن غالبية أفراد العينة تعتمد على الفيس بوك، حيث يعتبر أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما بين طلبة جامعة مولود معمري .

أظهرت البيانات الإحصائية أن معظم أفراد العينة تقضي أكثر من أربع ساعات في تصفح الموقع وذلك خلال الفترة المسائية.

ساهم الفيس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والعالمية لدى غالبية الطلبة وخصوصا في فترة الحراك الشعبي التي عرفتها الجزائر بين شهرين فيفري ومارس وذلك من خلال المضامين السياسية المتناولة عبر صفحات الفيس بوك.

أظهرت الإحصائيات أن غالبية الطلبة يرون أن الحوار الالكتروني على الفيس بوك هو أفضل وسيلة للتعبير عن الرأي ، فمن خلاله يقومون بإيصال المعلومة بشكل سليم، بالإضافة إلى توضيح الغموض إن وجد، ومعرفة الحقيقة من خلال تعابير الوجه وزيادة على كل هذا فهم لا يخشون من أي شيء .

غالبية الطلبة يقولون بأن استخدام الفيس بوك في السياسة هو عبارة عن تدارك لما أصبحت عليه السياسة المباشرة حيث أصبحت تعاني من الفشل وغياب المصداقية. ولهذا ينفر منها الطالب ويفضل موقع التواصل الاجتماعي فايس بوك لكي يعبر على آرائه فيما يخص ما يحدث في البلاد

غالبية الطلبة يرون بأن الفيس بوك ومواضيعه السياسية ساهم في إنماء وعيهم السياسي، من خلال التسريبات التي توضع أحيانا على صفحات الفيس بوك، وكذا إجراء بعض النقاشات التي تساهم في معرفة الخلفية السياسية لبعض الأحزاب والسياسيين.

النتائج المتعلقة بالمحور الرابع : شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ القرارات

السياسية لدى طلبة الاعلام والاتصال

-أظهرت الاحصائيات أن المعلومات التي ترد في الفيس بوك تؤثر فعلا على نظرة الطلبة اتجاه بعض القضايا السياسية

-أظهرت الإحصائيات أن قرار الانتخاب لا يتخذ من خلال معلومات نشرت في الفيس بوك ولا شعارات تروج هنا وهناك ، وإنما هو صادر عن قناعة ذاتية تبني على أساس الأفعال والواقع.

- المعلومات التي تنتشرها الأحزاب السياسية على موقع الفيس بوك لا تؤثر على قناعات الطلبة بالانخراط ضمن هذه الأحزاب

- يمارس الفيس بوك التضليل الإعلامي اتجاه الطلبة في بعض القضايا السياسية وهو ما أكدته الإحصائيات.

الخاتمة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي التي هي ناتج عن التطور الهائل لتكنولوجيات الاتصال نجحت في تغيير ملامح العالم الذي جعلته كقرية صغيرة من جميع النواحي، ففي الحقيقة وجدت هذه المواقع من أجل التواصل بين الأفراد إلا أنها في الأخير تعدت هذا الهدف وأحدثت تغييرا في البنية الاجتماعية والاقتصادية وامتدت أيضا لتشمل النشاط السياسي خصوصا بين فئات النخبة (الطلبة مثلا) وهذا ما يتجلى في تداول المعلومات السياسية والآراء على حوائط الطلبة أو من خلال النقاشات الحامية التي تكون عادة في صفحات المجموعات الخاصة .

وهذا ما حاولنا أن نؤكدته خلال دراستنا هذه التي تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " في تشكيل وتكوين الوعي السياسي للطلبة ، باعتبارهم أكثر عرضة لهذه المواقع حسب العديد من الدراسات ، ومن بين النتائج المتوصل إليها نجد أن طلبة جامعة مولود معمري يتعرضون لهذه المواقع " الفيس بوك " بشكل متزايد، كما أنها رفعت ولو بنسبة قليلة مستوى الثقافة السياسية لديهم.

وفي الأخير يمكن أن نقول أن مواقع التواصل الاجتماعي " الفيس بوك " أتاحت الفرصة

للطلبة

ومنحهم مساحات أوسع خالية من القيود للتعبير عن آرائهم وتطلعاتهم السياسية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع والمصادر

1- الكتب

- 1) احمد جرار ليلي: الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، عمان، 2012 .
- 2) آنكولي رولا ري ماجد، دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك (الطبعة الأولى)، صفحة 5، جزء 1، مصر، 2011، بتصرّف.
- 3) جبلي علي عبد الرزاق وآخرون : مناهج البحث الاجتماعي ، ط 1 ، دار المعرفة الجامعية ،مصر ، 2007.
- 4) جمعة النجار فايز وآخرون: أساليب البحث العلمي، المنظور التطبيقي، د،ط (دار حامد للنشر . والتوزيع، الأردن، 2008
- 5) جمعة محمود حسن ، م. حيدر شاعر البرزنجي، تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة، منظور اداري - تكنولوجياي، الطبعة الاولى، دار ابن العربي، بغداد العراق، 2014.
- 6) -جودة أحمد سعادة و السرطاوي عادل فايز ، استخدام الحاسوب والانترنت في التعليم الجامعي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الاردن، 2007.
- 7) حمادة عمار: الوعي والتحليل السياسي، دارالبيدي، بيروت، 2005
- 8) الدليمي عبدا لرزاق: الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، عمان، 2011
- 9) سرور هناء ، تأثير وسائل التواصل الإلكتروني في التطور الاجتماعي - الاقتصادي (الطبعة الأولى)، دار النشر مصر، د.س.
- 10) شعبان فؤاد ، سبطي عبيدة : تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياتها الحديثة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر 2012

- (11) شفيق محمد: البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية) د، ط (المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010 .
- (12) صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011
- (13) طلعت إبراهيم : أساليب وأدوات البحث الاجتماعي ، ط 1 ، دار الغربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، (د-س)،
- (14) عامر وفتحي حسين : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك ، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2011 .
- (15) عبد الحميد صلاح محمد : الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012
- (16) عوض حسني ، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب (الطبعة الأولى)، فلسطين، صفحة 11 - 13، جزء 1. بتصرف.
- (17) الفيصل عبد الأمير: دراسات في الإعلام الإلكتروني ، دار الكتاب الجامعي ، العين - دولة الإمارات العربية المتحدة ، 2014 .
- (18) محمود الفطافطة :علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين الفيسبوك نموذجا، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية) مدى فلسطين، 2012
- (19) مرسي مشري : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 395 ، لبنان ، يناير 2012 .
- (20) مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط 1، مؤسسة
- (21) المقدادي خالد غسان يوسف: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1 ، دار النفائس للنشر، الأردن، 2011.

22) موريس أنجريس : منهجية البحث العلمي في العموم الإنسانية، ترجمة مصطفى الأشرف وآخرون ،دار القصبة للنشر، 2004.

23) الموسوي موسى جواد و آخرون : الإعلام الجديد تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، ط 1، مكتبة الإعلام المجتمع ، بغداد 2011 .

24) وائل مبارك خضر فضل الله: اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1 ، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011 .

25) ورداني يوسف : ثقافة الشباب بين تحديات الانترنت وعجز الدولة، موقع معهد الوارف للدراسات الإنسانية على شبكة الانترنت .

2-المجلات والجرائد

1) الأوسط . 10 ديسمبر 2010 الموافق 8 محرم 1432 هـ،،، العدد 1170

2) حلمي خضر ساري : تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري) مجلة الجامعة ، دمشق ، المجلد 24 ، العدد الأول + الثاني ، 2008 ، ص 302

3) زاهر رامي : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية، ع 15 ، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، 2003 .

4) زاهر رامي: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، ع15 ،جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003 ص 23

5) مجلة جامعة الأبحاث، العلوم الإنسانية، مجلد6، 2012.

6) محمد عجم : الانترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط ، العدد 11704 ، 10ديسمبر 2010 الموافق ل 8 محرم 1432

7) مهاب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف وسيرته العصرية ، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد

انتاج صورته أم تصنع افقا ؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 134 3 نوفمبر 2010

8) موسي عبد الرحيم حلس دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب

اللسطيني (دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة الأزهر) مجلة جامعة الأزهر بغزة،

سلسلة العلوم الإنسانية 2010 المجلد 12 العدد2

9) ميا بنصر : "الفايسبوك " صورة المثقف وسيرتها لعصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج

صورتها وتصنع افقا مقابلا؟جريدة القيسالكويتية اليومية، العدد 134463 نوفمبر 2010 ---محمد

عجم: الانترنت والتكنولوجيا الحديثة تكشف ان انعزال الشباب -عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفضعنه،

جريدة الشرق

3-رسائل الماجستير والدكتوراه

1) أشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى

الشباب الجامعي الرديني ، مذكرة تخرج قدمت لنيل شياذة الماجستير (غير منشورة) ،جامعة الشرق

الوسط ، 2016.

2) آمال عساسي، اثنوغرافيا مستخدمي الفاييسبوك في المجتمع الجزائري، دراسة مكملة لنيل شهادة

الماجستير في علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل لإعلام والاجتماع، جامعة باتنة 01 ، 2016 .

3) بدر الدين بلعباس :شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين، الفيسبوك

وطلبة جامعة محمد خيضر بسكرة ، انموذجا، مذكرة . ماجستير (غير منشورة ،في علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع التربية جامعة محمد خيضر بسكرة،2014

4) برقعة نهلة وشرابية طارق وهقاشي مروة : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة

الوعي السياسي لدى الطلبة -الفايس بوك نموذج -،مذكرة تخرج قدمت لنيل شهادة

الماجستير، جامعة 08 ماي 1945 بقالمة، 2016

5) بوعمر سهيلة : الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعي نحو شبكة التواصل الاجتماعي

"فيسبوك" ،مذكرة ماجستير) غير منشورة (فيعلم النفس تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد

خيضر، بسكرة 2013.

6) رأفت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي،مذكرة تخرج

قدمت لنيل . شهادة الماجستير،جامعة البترا الأردنية، 2013

7) رمضان،الخامسة :استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى

الشباب الجامعي دراسة مسحية حول جمهور الشبكات الاجتماعية بجامعة محمد خيضر بسكرة، رسالة

ماجستير) غير منشورة (جامعة محمد خيضر بسكرة

8) شدان يعقوب خليل ابو يعقوب : اثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية

الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ، جامعة النجاح ، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2015

9) علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج

ماجستير ،قسم الدعوة والثقافة الإسلامية ، 2012 .

10) لينا العلمي : العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة

جامعة النجاح الوطنية،مذكرة تخرج لنيل درجة البكالوريوس في العلوم السياسية ،فلسطين ، 2011 .

11) مريم غز الونور الهدش عوبي، (تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي

(الطبعة الأولى)، الجزائر: جامعة قاصدي مرياح ورقلة (2013م - 2014م)

12) نادية بن ورقلة : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي ، جامعة الجلفة ، الجزائر ، 2013

13) النعيمي وآخرون : دور البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني بالتوعية السياسية لطلبة الجامعات الأردنية ، رسالة ماجستير،الأردن ، 2009 .

14) وديع العززي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني،صنعاء،(د_س)

4-ملتقيات:

1) جمال معتوق وشريهان كريم : دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الأفراد في المجتمع ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغيير الاجتماعي بسكرة 9، 10ديسمبر 2012.

2) سليمة رابحي : الحملات الانتخابية و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بين وسائل الاتصال الجديدة و أنماط التبليغ التقليدية ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي ، بسكرة 10 سبتمبر 2012 .

5-المراجع باللغة الأجنبية

- 1) -Hurdreds, Alan. J: Register For New Facebook Website, Harvard Grimson, 2008
- 2) -Justin Levy : Facebook Marketing Leveraging Facebook's Features for Your Marketing Campaigns(3rd ed , Que Publishing, United States of America ,2012.
- 3) -Marcel Danesi: Dictionary of media and communications, M.E. Sharpe, New York,2010.
- 4) -Michael M. Grynbaum:Mark E. Zuckerberg'06: The whizbehind thefacebook.com ,article published on The Crimson in June 10, 2004

5) -Serge Gutwirth and others: Data Protection in a Profiled World, Kindle Edition,2010

6-مواقع الكترونية:

1) موسى محمدى الطويرش: الوعي السياسي عنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي

,الجامعة المستنصرية ,بغداد <http://thenewiraq.com/?p=2512>

2) الفيس بوك ودوره في تفجير الثورات العربية

<http://www.unitedna.net/showsubject.aspx?id=4652>

3) عادل عبد الصمد :استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية

,[http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$50](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$50)

4) آنكولير ولاري ماجد :دليل أولياء الأمور لاستخدام الفيسبوك ، Connectsafely.org

5) موقع الفيسبوك، خدمة المساعدة (help)

,<https://www.facebook.com/help/111814505650678>,

6) ناجي الغزي : مفهوم التنشئة السياسية، 1402 <http://www.djazairress.com/elayem/>

7) إيمان الحيارى : مفهوم الثقافة السياسية- <http://mawdoo3.com>.

8) [http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid\\$501](http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid$501)

9) <http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/do>

10) <http://www.luxorlink.com/bank39html> .

11) computer Hope, "What are the advantages of the Internet?"،.

12) Margaret Rouse, "Internet "،searchwindevelopment.techtarget.com,

13) louise Balle , "How Do Businesses Use the

Internet?"smallbusiness.chron.com,

- 14) Robert Kahn, Michael Aaron Dennis , "Internet" , www.britannica.com,
- 15) Robert Kahn, Michael Aaron -, "Internet" , www.britannica.com
- 16) Brown, "Meaning and benefits of internet – 5 tips" , www.vkool.com,
ssay on Advantages and Disadvantages of Internet", www.importantindia.com,
- 17) wat are the disadvantages of the Internet?", www.computerhope.com,
- 18) -<http://www.thecrimson.com/article/2004/6/10/mark-e-zuckerberg-06->
- 19) -Seward, Zachary M : Judge expresses skepticism about Facebook lawsuit
- 20) The Wall Street
Journal, <http://www.wsj.com/articles/SB118539991204578084>
- 21) Saikaewkanda: How Social Media Change, Business, Technology, and
society, 2011 www.slideshare.net
- 22) <https://www.google.com/search?q=face-learn.blogspot>
- 23) <https://www.arrajol.com/content/22601>
- 24) <https://www.android-dz.com/ar/facebook-dz-2017/>

الملاحق

جامعة مولود معمري - تيزي وزو-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

صحيفة استقصاء حول موضوع :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة مولود
معمري بتيزي وزو-الفايس بوك نموذجاً -

دراسة ميدانية على طلبة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

في إطار إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال نضع
بين أيديكم هذه الاستمارة التي نرجوا منكم أن تجيبوا عنها في إطار موضوعي
وهذا من أجل خدمة موضوع بحثنا هذا وفي الأخير نتقدم لكم بالشكر الجزيل

تحت إشراف الأستاذة :

أ. كريمة لمعوش

من إعداد الطلبة :

- حمزة كاش
- كاتب يسين بوعراب

ملاحظة : توضع علامة x في الخانة المناسبة

هذه المعلومات سرية وتستهمل سوى لأغراض علمية محظى

السنة الجامعية : 2018. 2019

: بيانات شخصية

- الجنس : ذكر أنثى
- السن : 20-18 23-21 26-24 26 فما فوق
- المستوى الجامعي : ليسانس ماستر
- مكان الإقامة : حي جامعي منزل العائلة
- منطقة السكن : الريف المدينة

المحور الأول : استخدام طلبة علوم الاعلام والاتصال لموقع الفاييس بوك على شبكة الانترنت بشكل مفرط ويومي

1- هل تستخدم موقع الفاييسبوك ؟

- دائما
 أحيانا

2- مع من تستخدم الفاييسبوك ؟

- وحدك
 مع جماعة الطلبة
 مع العائلة

3- طبيعة اللغة التي تتفاعل بها على موقع الفاييس بوك؟

- اللغة العربية الفصحى
 الأمازيغية
 لغة أخرى

4- الدوافع التي تجعلك تتصفح موقع الفاييسبوك ؟

- تبادل الحديث مع الزملاء
 الترفيه
 الحصول على المعلومات

5- هل استعمال الفاييس بوك يريحك معنويا ؟

- دائما
 أحيانا
 لا يريحك تماما

6- ما هي الإشباعات التي تحققها باستعمال الفاييس بوك

ترتاح مغويا
 يزيد من ثقافتك الشخصية
 مطلع دائما على الجديد

المحور الثاني : شبكات التواصل الاجتماعي " فايس بوك " تنافس وسائل الإعلام التقليدية .

7- ما هي الوسيلة التي تعتمد عليها في الحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بالأحداث السياسية ؟

الفايس بوك وسائل الإعلام التقليدية

8- حسب رأيك هل عوض الفايس بوك وسائل الاعلام التقليدية من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعارف السياسية ؟

نعم لا

9- إذا كانت الإجابة بنعم إلى ما يعود سبب اعتماد الفايس بوك كوسيلة لزيادة المعرفة السياسية ؟

1- سرعة الاتصال

2- التنوع في المعلومات والتميز بالعمق في تناول الأحداث

3- العمق في تناول الأحداث

4- سهولة الاستخدام

5- المرونة

6- المشاركة وإبداء الرأي

أخرى أذكرها ؟

10- هل تناول المواضيع السياسية بكل حرية ودون رقابة ضمن موقع الفايس بوك هو الشيء الذي دفع بك إلى اعتماده كوسيلة للتوعية والانماء السياسي على حساب وسائل الإعلام التقليدي ؟

نعم لا

المحور الثالث : أثر استخدام الفاييس بوك على الثقافة السياسية للطلاب .

11-أي من هذه الشبكات أكثر استخداما ؟

- الفاييس بوك
 تويتر
 اليوتيوب

12-ما هو حجم الوقت الذي تقضيه في تصفح الموقع ؟

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

مدى أخرى أذكرها

13-ما هي الفترات المفضلة لديك للتصفح ؟

- الصباح
 الظهيرة
 المساء
 الليل
 ليس عندي فترة محددة

14-ما هي طبيعة تفاعلك على موقع الفاييسبوك ؟

- التعليق على بعض الأنشطة
 نشر الصور
 الإعجاب

15-حسب أولوياتك ، أي من هذه القضايا السياسية التي تساهم في إثارتها وإثرائها ؟

- المواضيع الساخرة من السياسة
 الموالاتة الحزبية
 المعارضة للنظام الحاكم

المشاركة في الحوار

16- هل يساهم الفاييس بوك في تعزيز الوعي السياسي لديك بالقضايا المحلية الإقليمية والعالمية؟

نعم لا

17- يتشكل الوعي السياسي عند استخدام الفاييسبوك من خلال؟

الاحتكاك بالصفحات السياسية والتفاعل معها

تقديم المعلومات

التعليق وابداء الرأي

أخرى أذكرها

18- أيهما أفضل أن تعبر عن رأيك الكترونيا أو عن طريق الحوار المباشر؟

الكترونيا

الحوار المباشر

كلاهما معا

19- هل ترى بأن استخدام الفاييس بوك في السياسة هو؟

تطور في مجال السياسة

تجسس على آراء الشعب

فشل في السياسة المباشرة

أخرى أذكرها؟

20- هل عمق الفاييس بوك شعورك بالمسؤولية تجاه القضايا السياسية؟

نعم لا

21- هل يساهم الفاييس بوك ومواضيعه السياسية في انماء وعيك وزيادة قدرتك على التحليل السياسي؟

نعم لا

22- إذا كانت إيجابتك بنعم كيف تجلى ذلك؟

قراءة ما بين الأسطر

معرفة الخلفية السياسية

إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية

..... أخرى أذكرها

المحور الرابع :- صفحات الفيس بوك السياسية تؤثر إلى حد كبير في اتخاذ قرارات طلبة جامعة مولود معمري بتيزي وزو

23- هل حدث وأن غيرت موافقك إزاء قضية ما بسبب معلومات وردت في الفيسبوك ؟

نعم لا

24 -بناء على ما ورد من معلومات في الفيس بوك هل قررت أن تنتخب بسببها ؟

نعم لا

25- هل أثرت فيك النقاشات السياسية على موقع الفيس بوك وقررت الانضمام بعدها إلى حزب ما ؟

نعم لا

26- حسب رأيك هل يقوم الفيس بوك بالتضليل الإعلامي نحو القضايا السياسية ؟

نعم لا

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ	شكر وتقدير
ب-ج	الإهداء
	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
05	الإشكالية وتساؤلات الدراسة
06	الفرضيات
07	أسباب اختيار الموضوع
08	أهمية الدراسة
08	أهداف الدراسة
09	منهج الدراسة وأدواته
10	حدود الدراسة
11	مجتمع البحث وعينة الدراسة
12	تحديد المصطلحات
13	الدراسات السابقة
18	الإطار النظري للدراسة (نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام)
	الجانب النظري
	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
22	تمهيد
23	المبحث الأول : ماهية الانترنت
33	المبحث الثاني : ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
44	المبحث الثالث : ماهية الفاييس بوك
78	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني
	إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي
80	تمهيد
81	المبحث الأول : الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي
82	المبحث الثاني : التأثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي
84	المبحث الثالث : محاسن وعيوب الفاييس بوك
90	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث
	مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي
92	تمهيد
93	المبحث الأول : ماهية الوعي السياسي
103	المبحث الثاني : موقع الفاييس بوك ودوره في تشكيل الوعي السياسي
108	خلاصة الفصل

	الفصل الرابع : دراسة ميدانية حول مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي
111	تمهيد
112	المبحث الأول : توزيع المبحوثين حسب متغيرات الدراسة
115	المبحث الثاني : تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لطلبة الإعلام والاتصال حسب الجداول البسيطة
136	المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية الخاصة لطلبة الإعلام والاتصال حسب الجداول المركبة
153	نتائج الدراسة
	الخاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول البسيطة والمركبة

الصفحة	قائمة الجداول	رقم الجدول
113	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	01
113	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير السن	02
114	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	03
114	يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير مكان الإقامة	04
115	يمثل توزيع المبحوثين حسب منطقة السكن.	05
115	يمثل نسب إجابات الطلبة حول ما إ كانوا يستخدمون الفاييس بوك أم لا	06
116	يمثل طريقة استخدام الفاييس بوك لدى المبحوثين.	07
117	يمثل طبيعة اللغة التي يستخدمها الطلبة على موقع الفاييس بوك	08
117	يبين دوافع المبحوثين لمتصفح موقع الفاييس بوك	09
118	يمثل دور الفاييس بوك في راحة الطلبة	10
119	يبين إشباعات الطلبة الجامعيين التي يحققها في استعمال الفاييس بوك	11
119	يمثل الوسيلة التي يعتمد عليها الطلبة حول مصدر حصولهم على المعلومات السياسية	12
120	يبين إن عوض الفاييس بوك وسائل الإعلام التقليدية في زيادة المعارف السياسية أم لا	13
121	يبين سبب اعتماد الطلبة للفايس بوك كوسيلة للإمداد بالمعلومات السياسية	14
122	تناول المواضيع بكل حرية هو الذي يدفع الطلبة للاعتماد على الفاييس بوك كوسيلة للتوعية السياسية	15
122	يبين استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	16
123	يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	17
124	يمثل الفترات المفضلة عند الطلبة لتصفح الفاييس بوك	18
125	يمثل طبيعة تفاعل الطلبة على موقع الفاييس بوك	19
126	يمثل القضايا التي يتم إثارتها من طرف الطلبة	20
127	يمثل آراء الطلبة حول مساهمة الفاييس بوك في تعزيز الوعي السياسي بالقضايا المحلية والإقليمية والعالمية	21
127	يمثل آراء الطلبة حول كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفاييس بوك	22
128	يمثل إجابات الطلبة حول طريقة التعبير عن الرأي	23
129	يمثل آراء الطلبة حول استخدام الفاييس بوك في السياسة .	24

130	يمثل آراء الطلبة حول دور الفاييس بوك في تعميق الشعور بالمسؤولية اتجاه القضايا السياسية	25
131	يمثل آراء الطلبة حول مساهمة الفاييس بوك في إنماء الوعي السياسي	26
131	يبين كيفية مساهمة الفاييس بوك في زيادة الوعي السياسي لدى الطلبة	27
132	يمثل رأي الطلبة ما إذا كان الفاييس بوك سبب في تغيير رأيهم إزاء قضية سياسية معينة	28
133	يمثل دور الفاييس بوك في اتخاذ طلبة الإعلام والاتصال قرار الانتخاب بسبب معلومات وردت في الفاييس بوك	29
134	يبين إجابات الطلبة حول قرار الانضمام إلى حزب ما بعد نقاشات سياسية على الفاييس بوك	30
135	يبين ان كان الفاييس بوك يساهم في التضليل الإعلامي اتجاه القضايا السياسية لدى الطلبة.	31
136	يمثل علاقة المتغيرات الجنس السن ، مكان الإقامة ومنطقة السكن بطبيعة استخدام الفاييس بوك	32
137	يبين الدوافع التي تجعل المبحوثين يستعملون الفاييس بوك	33
138	يمثل الإشباع التي يحققها الطلبة الجامعيون باستعمال الفاييس بوك	34
139	يمثل نسبة إجابات الطلبة حول ما إن كان عوض الفاييس بوك وسائل الإعلام التقليدية أم لا وعلاقته بمتغير الجنس والمستوى التعليمي	35
140	يبين ما إن كان تناول المواضيع بكل حرية هو الذي يدفع الطالب للاعتماد على الفاييس بوك كوسيلة للتوعية السياسية أم لا حسب متغير الجنس، السن و المستوى التعليمي	36
142	يمثل طبيعة التفاعل طلبة جامعة مولود معمري (تامدة) مع موقع الفاييس بوك حسب متغير السن، الجنس، المستوى التعليمي	37
143	يمثل نسب القضايا التي تم إثارتها من طرف الطلبة جامعة مولود معمري حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي	38
145	يمثل آراء الطلبة الجامعيين حول كيفية تشكيل الوعي السياسي عند استخدام الفاييس بوك حسب متغير الجنس السن والمستوى التعليمي	39
147	يمثل الطريقة الأفضل في التعبير عن الرأي لدى طلبة جامعة مولود معمري (تامدة) حسب متغير الجنس ، السن ومكان الإقامة والمستوى الجامعي	40
148	يمثل نسب إجابات الطلبة حول ما إن كان بالنسبة لهم استخدام الفاييس بوك في السياسة هو تطور في السياسة أم تحسين آراء الشعب أم فشل في السياسة المباشرة حسب متغيرات الجنس السن والمستوى التعليمي	41
150	يمثل دور الفاييس بوك في اتخاذ طلبة علوم الإعلام والاتصال قرارات الانتخاب وعلاقته بمتغيرات الجنس السن والمستوى الجامعي ومكان الإقامة	42
151	يمثل دور الفاييس بوك في انضمام طلبة جامعة مولود معمري إلى حزب ما وعلاقته بمتغيرات الجنس السن والمستوى الجامعي ومكان الإقامة	43
152	يبين إن كان الفاييس بوك يقوم بالتضليل الإعلامي نحوى القضايا السياسية أم لا حسب متغيري الجنس والمستوى التعليمي	44

