

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

قسم علوم الإعلام والاتصال



دراسة بعنوان :

الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي  
(فيسبوك نموذجاً)

دراسة ميدانية بقسم العلوم السياسية بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

ـ ناجي بولمهار

إعداد الطالبتين:

ـ بسمة بوخلوط

ـ عزيزة كحلات

لجنة المناقشة:

رئيساً .

مشرفاً ومقرراً.

مناقشاً.

١ . الأستاذ: العجروود آسيا

٢ . الأستاذ: ناجي بولمهار

٣ . الأستاذ: بوقرة محمد

السنة الجامعية: 2017/2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل ونشكره أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف "ناجي بولعمار" على مجهوده المتواصل معنا وحرصه الدائم لإتمام هذه الدراسة بنجاح، كما لا ننسى كل من مد لنا بيد العون والمساعدة من قريب أو بعيد، وفي هذا المقام لا يسعنا إلا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى طل أساتذة العلوم الإنسانية والاجتماعية بصفة عامة، وأساتذة علوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، الذين مكفوا على إعطائنا أحسن ما لديهم لإتمام مسيرتنا الجامعية، وكل التقدير والاحترام للزملاء الطلبة.

# إهداء

إلى الذين قال في حقهم عز وجل (وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ

وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا)

إلى من كانوا. سندنا في الحياة إلى أمي الغالية وأبي العزيز وإخوتي

الأعزاء

إلى كل الأقارب والأصدقاء والزلاء.

إلى من كان له الفضل في محو ظلمة الجمل أساتذتي الأفاضل ولكل

من ساهم في إنجاز هذا العمل من بعيد أو قريب.

العمل إلى جميعهم دون استثناء إليهم كل الاحترام والتقدير

بسمه بوخلوط وعريزة كحيلاته

## ملخص الدراسة

جاءت هذه الدراسة المعنونة الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي (موقع الفيسبوك نموذجاً) خلال الفترة الممتدة من شهر جانفي 2017 إلى غاية شهر ماي 2017 تمت هذه الدراسة على طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل كمجتمع دراسة بالاعتماد على العينة العشوائية الطبقية لإجراء الدراسة، وتندمج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوضعية حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي، معتمدين على الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات المعلومات، أما في ما يخص الجانب النظري فأدرج في فصل واحد تم التطرق فيه إلى ماهية جمهور وسائل الإعلام الاستخدامات السياسية، الفيسبوك كفضاء للتواصل الاجتماعي، الاستخدامات السياسية لوسائل الإعلام، وأخيراً الجانب التطبيقي للدراسة التي تم فيه التعريف بعينة الدراسة عرض نتائج الدراسة مناقشتها، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية لموقع التواصل الاجتماعي والذي يلعبه الموقع في طرح القضايا السياسية كما هدف الدراسة إلى معرفة علاقة استخدام الفيسبوك بالمشاركة السياسية وتكوين اتجاهات سياسية .

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة تمتلك حاسب آلي مزود بشبكة الأنترنت هواتف نقال ذكي مزود بتقنية 3G ، كما أنها تستخدم موقع الفيسبوك بشكل يومي .

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة لديها ميل نحو متابعة القضايا السياسية معالجتها مناقشتها .

بينت نتائج الدراسة أن أغلب مفردات عينة الدراسة تشارك في الأنشطة والأحداث السياسية .

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد عينة الدراسة زاد وعيها السياسي وفهمها للحقوق السياسية جراء استخدامها للموقع .

بينت نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة تكون لها اتجاه معارفي نحو الأنظمة السياسية، وأن موقع الفيسبوك يقوم بتشكيل الاتجاهات نحو القضايا السياسية الراهنة وتغييرها جراء ما يتم نشره في الموقع .

مفاهيم الدراسة: الاستخدامات، السياسة، موقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك، طلبة الجامعيين .



إن تطور شبكة الأنترنت يرجع بشكل مبسط إلى أن الأنترنت هو عبارة عن نظام اتصالاتي معلوماتي أمريكي طور بشكل سري في الستينات لأغراض عسكرية ويهدف إلى تبادل المعلومات الخاصة عند نشوء حرب نووية، وأتت الفكرة وكانت غاية بالبساطة من خلال تكوين شبكة الاتصالات ليس لها مركز تحكم رئيسي، فإذا ما دمرت أحدها أو العديد من أطرافها فإن آنية هذا النظام تسمح به بالمرور عبر شبكة الالكترونية وكانت التجربة الأولى في أمريكا عام 1969، حيث تم توصيل حاسبات وزارة الدفاع ببعضها بنجاح، وفي الثمانينات القرن العشرين تطورت شبكة الأنترنت حيث استخدم بروتوكول التحكم في نقل المعلومات للاتصال بين الشبكات وجد أن الجامعات مراكز الأبحاث والمنظمات والوكالات بالانضمام إلى هذه الشبكة ومن تم تحول إلى الأنترنت الذي نعرفه حالياً، حيث بدأ بتقديم خدمات الأنترنت عملياً في سنة 1985، وكان عدد المشتركين فيه في تزايد، وأصبح الأنترنت الآن وكما هو جلي أكبر شبكة في تاريخ البشرية حيث أصبح الأفراد يتبادلون الرسائل والأخبار، المعلومات كما يتشاركون في مجموعات تناقش وتعارف .

تنشر اليوم في مختلف مناطق العالم على شبكة الأنترنت مواقع تسمى بشبكات التواصل الاجتماعي أو مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة فتحت آفاق جديدة في جوانب الحياة الإنسانية، ومع ظهور الأجيال الأخيرة لشبكة الأنترنت أصبح الأفراد يلجئون إلى هذه المواقع للتعبير لشؤون الثقافة الاجتماعية والسياسية خاصة مع الإقبال المتزايد من طرف مستخدميه نتيجة ما تتميز به هذه الأخيرة من تفاعل والحرية الواسعة عن وسائل الإعلام التقليدية .

تعتبر السياسة بأنها تلك العلاقة بين الحاكم والمحكومين في الدولة كما أنها تلك الطرق الإجراءات المؤدية إلى اتخاذ القرارات من أجل مجتمعات والمجموعات السرية وهي أيضاً تعتبر دراسة السلطة التي تقوم بتحديد المصادر المحدودة، وكون السياسة محددة بأهداف وغايات مقصودة ومرسومة فالسياسي يلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي من أجل ممارسة أساليب السلطة على الأفراد والجماهير .



أصبح الأفراد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية مؤثرة في المشهد السياسي ذلك من خلال المشاركة في حياة السياسة عن طريق التعبير عن الآراء والمواقف والاتجاهات السياسية عن مختلف القضايا والأحداث السياسية الراهنة، وتعد المشاركة السياسية عنصرا هاما في بناء المجتمع الديمقراطي، بل إن الديمقراطية وتطورها دائما يتوقف على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئة الشعب وطبقاتها وجعلها حقوقا يتمتع بها كل فرد في المجتمع .

يلجأ العديد من الطلبة الجزائريين لاستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لأغراض سياسية ذلك عن طريق تقديم طرح سياسي لقضايا وأحداث سياسية وتلبية حاجاتهم السياسية ورغبتهم في التواصل عبر الموقع من أجل متابعة الأحداث السياسية الراهنة، وأصبح الأنترنت مصدر هام في طرح القضايا السياسية ومتابعتها وتبادل الآراء والنقاشات ونشر الأفكار السياسية، وهذا ما نسعى من خلال هذه الدراسة التي تهدف إلى معرفة الاستخدامات السياسية لموقع الفيسبوك حيث قمنا بتناول هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول .

خصص بالفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة حيث قمنا فيه بتحديد إشكالية الدراسة تساؤلاتها وأسبابها وأهميتها، مفاهيم الدراسة، كما قمنا بتحديد الإجراءات المنهجية للدراسة وذلك بتحديد منهج الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة إلى جانب تحديد المجالات الدراسية وعرض الدراسات السابقة .

خصص بالفصل الثاني الإطار النظري للدراسة حيث قمنا بتقسيمه إلى أربع فصول فيما يخص الفصل الأول قمنا بالتطرق إلى مدخل عام لجمهور وسائل الإعلام حيث تناولنا فيه ماهية جمهور وسائل الإعلام، خصائصه، أنواعه، نظرية الاستخدامات والشباعات، أما الفصل الثاني فقمنا بالتطرق إلى الاستخدامات السياسية وذلك بالحديث عن مفهوم علم السياسة، تطور علم السياسة التنشئة السياسية والاتجاهات السياسية، وفيما يخص الفصل الثالث فتم الحديث عن موقع التواصل الاجتماعي كفضاء للتواصل الاجتماعي وتم التطرق فيه إلى نشأة موقع الفيسبوك وتطوره، خصائصه إحصائيات عن الموقع، إيجابياته، وسلبياته، أما الفصل الرابع والأخير فتم التطرق إلى الاستخدامات

السياسية لوسائل الإعلام وذلك من خلال التعرض إلى علاقة الإعلام بالسياسة، الإعلام السياسي الأنظمة السياسية، والوظيفة السياسية لوسائل الإعلام .

أما الفصل الثالث فقد خصصناه للإطار الميداني لدراستنا الذي قمنا فيه بالتعريف بعينة الدراسة، تم عرض وتفسير وتحليل نتائج الدراسة بناءً كما جاءت وفق محاور استمارة التي كانت تحتوي على محاور الاستمارة، وصولاً إلى نتائج الدراسة .

الجانب المنهجي

## تمهيد:

إن الباحث مهما كان مستواه العلمي أو تخصصه لا يستطيع أن يشرع في دراسة موضوع بحثه، دون أن تكون لديه معرفة عن هذا الموضوع وتبني له أهميته وتساعدته في تحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها عن هذه الدراسة كما توضح له الأبعاد التي يجب التطرق إليها والتركيز عليها أثناء القيام بالدراسة، لذلك يجب على الباحث عند انطلاقه في دراسة أي موضوع أن يحدد الإطار العام له وذلك بتحديد إشكالية بحثه وتساؤلات دراسته وكذا أهدافه والأسباب التي كانت وراء جعل الباحث يختار هذا الموضوع، وبعد ذلك يحدد مفاهيم الدراسة والإجراءات المنهجية المتبعة وأدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المعتمدة، وصولاً لتحديد مجالات الدراسة والدراسات السابقة والمشابهة لموضوع دراسته وهذه الخطوات هي ما سيتم التطرق إليها في هذا الفصل .

## 1. موضوع الدراسة

## ١,١ مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

من بين إفرازات الثورة التكنولوجية ثورة الأنترنت، وشهد ظهور هذه الأخيرة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال القرن العشرين، وكان استخدام هذه الأخيرة محتكرا من قبل هيئة الدفاع الأمريكي ومع مرور الوقت طور من قبل هيئة الأبحاث العلمية والأكاديمية ليرفع بذلك من انتشارها لدى كافة الهيئات والمنظمات خاصة لما توفره هذه الشبكة وتتيحه من حرية التعبير عن الآراء الأفكار التفاعل الكبير والمشاركة في العملية الاتصالية، ولقد أدى الانتشار الواسع لمختلف المواقع والتطبيقات على شبكة الأنترنت أهمية كبيرة في مجتمعات اليوم المعاصرة.

اقتحمت شبكة الأنترنت مختلف المجالات الاجتماعية، الثقافية والسياسية وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصال وأكثرها شعبية رغم أن هذه المواقع أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، ولم يكن في بدايته مجرد أداة لقضاء وقت الفراغ الزائد للتعلم المحيط لما تتيحه من خدمات الدردشة والتواصل المشاركة بين كافة المستخدمين في شتى المجالات عبر مختلف المواضيع وما لبثت هذه الصورة تخفت حتى امتد استخدام هذه المواقع ليشمل النشاط السياسي.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من المؤسسات المهمة التي تقوم بدور مهم في إكساب عادات وسلوكيات جديدة من خلالها تعمل على تشكيل مختلف المواقف والاتجاهات السياسية لدى الفرد إلى جانب الجماعات المرجعية (الأسرة، المؤسسات الدينية، المؤسسات الجامعية) أداة مهمة من أدوات العمل السياسي.

ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي عبر شبكة الأنترنت من ربط التكنولوجيا بالسياسة ونتيجة ذلك أتاحت حرية كبيرة للتعبير عن الآراء والأفكار والخبرات بين المشاركين حول مختلف القضايا دون أي قيود أو رقابة أو أي تعميم كونه يمثل ساعة مفتوحة للممارسات السياسية، إذ استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي في جميع القضايا والأحداث السياسية عبر مختلف أنحاء العالم.

مع ظهور جيل الشباب في إمكانية استغلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانتشارها لدى هذه الفئة بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب بصفة عامة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة كون هذه الفئة أكثر أهمية في بناء المجتمعات، وهذا قصد الاستفادة من إشغال وقت الطلبة مما يفيدهم وذلك من خلال زرع جوانب سياسية مهمة من الجوانب المختلفة، وبث روح المسؤولية الاجتماعية .

يعتبر موقع التواصل فيسبوك من بين أكثر المواقع الأكثر انتشارا عبر الشبكة، والأكثر استخداما لدى الطلبة خاصة في المجال السياسي وهذا حسب الدراسات والإحصائيات المقدمة، ومن خلال ما تم عرضه في هذا السياق أفترض وجود علاقة بين استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعيهم السياسي وتكوين المواقف والاتجاهات بين مختلف الأحداث والقضايا السياسية لدى مختلف الفئات الطلابية ومن هنا يمكن لنا طرح التساؤل الرئيسي التالي:

**ماهي الاستخدامات السياسية لطلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل لموقع الفيسبوك**

**الاشباكات المحققة عن ذلك ؟**

يندرج ضمن التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية :

١ . ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل لموقع الفيسبوك ؟

٢ . كيف يؤثر استخدام موقع الفيسبوك في تكوين الثقافة السياسية لدى طلبة العلوم

السياسية ؟

٣ . هل يؤدي استخدام موقع الفيسبوك إلى تكوين المشاركة السياسية لطلبة العلوم السياسية

بجامعة جيجل ؟

٤ . هل يؤدي استخدام موقع الفيسبوك إلى تشكيل الاتجاهات السياسية عند طلبة العلوم

السياسية بجامعة جيجل ؟

## 2.1 أسباب اختيار الموضوع :

لم يكن اختيارنا لموضوع الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى الطلبة الجامعيين من باب الصدفة وإنما جاء لعدة أسباب منها ما هو ذاتي وما هو موضوعي .

### 1.2.1. أسباب ذاتية

الاهتمام الشخصي لدراسة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك .

إثارة الموضوع الفضول والمعرفة في إنجازه .

الرغبة في الدراسات التي تتعلق بالشأن السياسي .

لم يكن اختيارنا لهذا الموضوع صدفة وإنما جاء جراء النقاش والحوار مع الطلبة في تخصص علوم الإعلام والاتصال .

### 2.2.1 أسباب موضوعية

ارتباط وتلاؤم الموضوع مع طبيعة التخصص .

قلة الموضوعات والدراسات في هذا المجال .

إثراء المكتبة بالدراسات والأبحاث العلمية .

ملاحظة الاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك للطلبة الجامعيين في المجال السياسي .

## 3.1 أهمية الدراسة وأهدافها.

### 1.3.1 أهمية الدراسة :

يمكن تحديد أهمية الدراسة في ضوء الاعتبارات التالية :

#### أهمية علمية :

يستمد هذا الموضوع أهمية من أهمية دراسة فئات الطلبة فهذه الفئة طاقة بشرية مهمة

مؤثرة في كيان المجتمع ويحتاج للعناية والمحافظة عليها والجوانب المؤثرة، وتناولت الدراسة الموضوعات

المماثلة هذه بصورة علمية وشاملة والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة مما تسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي .

### أهمية عملية :

تبلغ أهمية هذه الدراسة في كونها تدرس ظاهرة مستجدة من أواسط المجتمع الجامعي بصفة خاصة وتمكن من التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين مختلف الآراء والمواقف نحو مختلف الأحداث والقضايا السياسية، وتكوين مختلف الاتجاهات نحو مختلف الأحداث والأحزاب السياسية، وتبرز أهمية هذه الدراسة في معرفة استخدامات السياسة المختلفة لدى الطلبة الجامعيين جراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك كمصدر للمعلومات سياسية من جهة ومن جهة فيما تشهده الساحة العربية من تغيرات سياسية جراء الاعتماد الكبير على مواقع التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية .

### 2.3.1 أهداف الدراسة .

تعد أهداف الدراسة بمثابة المسار الموجه لعملية البحث والتي تمكن الباحث من الوصول إلى النتائج المرجوة لذا سنحاول الوصول إلى مجموعة الأهداف التي تتمثل فيما يلي :

١. معرفة طبيعة الاستخدامات السياسية المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة العلوم السياسية .
٢. معرفة دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك .
٣. معرفة الاتجاهات المحققة من استخدام طلبة العلوم السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك .
٤. معرفة الدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في طرح القضايا السياسية التي تهم طلبة العلوم السياسية .
٥. معرفة العلاقة بين دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية لموقع التواصل الاجتماعي بتكوين الاتجاهات السياسية وتنمية الوعي والمعرفة السياسية لدى طلبة العلوم السياسية .



## 4.1 تحديد المفاهيم :

إن لأي دراسة تعتمد على جملة من المفاهيم التي توضحها وتجعلها متميزة عن باقي الدراسات لقد اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم أهمها مايلي :

## مفهوم الاستخدام :

**لغة:** في اللغة العربية من استخدام (الرجل غير) يخدمه، واستخدام فهو مستخدم والآخر مستخدم أي اتخذه خادما ، طلب منه أن يخدمه واستخدام الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه الاستخدام يعني باللغة الفرنسية استعمال<sup>1</sup>

**اصطلاحا :** هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء و استغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم .

إن مفهوم الاستخدام طرحه Jacques perent في كتابه منطق الاستخدام في بداية الثمانينات يعرف في الواقع معان متعددة ومختلفة .

كلمة استخدام توظف كمرادف للاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان، وفي بعض الأحيان كمرادف للتملك .

إن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية وعليه فإن استخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديموجرافية والاجتماعية الثقافية والاقتصادية للأفراد .

يشير الباحث " عبد الوهاب بوخنوفة " على أن مفهوم الاستخدام يقتضي الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة ماديا.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عصام نور الدين ، معجم نور الدين الوسيط ( عربي ،عربي) ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 2005 ، ص 102 .

<sup>2</sup> أحمد عبد اللي ، مستخدمو الأنترنت ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، قسم الدعوة والإعلام والاتصال ، قسنطينة . جامعة الأمير عبد القادر 2002\_2003 ، ص 6 .

قدم **La croix** مفهوم الاستخدام حيث يقول أن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط تظهر تبرز بصورة منتظمة على نحو كاف، بحيث تشكل عادات منسجمة مندمجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية وقائمة مسبقا وتعيد إنتاج نفسها وربما مقاومة الممارسات الاجتماعية المنافسة لها والمرتبطة بها.<sup>1</sup>

أما معجم **La rebert de sociologie** فيرى "إن الاستخدام نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة بفضل التكرار والقدم".<sup>2</sup>

بظهور وسائل اتصال الحديثة تعزز مفهوم المستخدمين والذي يرمز إلى الجمهور النشط الايجابي يحدد نوع الموضوع الذي يرغب به والوسائل التي يتعرض وفقا لمعلومات التي يرغب في الحصول عليها.<sup>3</sup>

### التعريف الإجرائي:

هو عملية التصفح التي يقوم بها طلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، في الاطلاع على مختلف الأحداث والمستجدات السياسية نحو مختلف القضايا عبر موقع الفيسبوك.

### مفهوم السياسة:

**لغة:** إن أصل كلمة سياسة عند العرب هو من ( السوسى ) بمعنى الرئاسة، فقول العرب ساسى القوم سياسة، بمعنى قام به، وسوسه القوم أي جعلوه يسومهم، ويقال سوسى فلان أمرا بين فلان أي كلف سياستهم، والسياسة هي القيام على شيء ما يصلحه، والأمر هنا هو أمر الناس، وكلمة (أمر) شائعة الاستعمال بمعنى حكم ودولة.<sup>4</sup>

**في قاموس المحيط:** سيست الرعية سياسة، أي أمرتها ونهيتها، وفلان مجرب قد ساس وسيسى عليه، بمعنى أدب و أدب وأمر وأمر.

<sup>1</sup> رواية أحمد شفاء، حاجات المراهقين الثقافية والإعلامية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 21 .

<sup>2</sup> حمدي حسن، وظائف الاتصال الجماهيري، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة 1991، ص 30 .

<sup>3</sup> لمياء سامي عبد الفتاح، الأنترنت ودوره في آلية التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم العربي، مصر، 2009، ص 77 .

<sup>4</sup> ابن منظور، لسان العرب ج6، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 1996، ص 429 .

السياسة فعل السائس الذي يسوس الدواب سياسة، أي يقوم عليها ويروضها، والوالي يسوس الرعية أي يأمرهم.<sup>١</sup>

اصطلاحاً:

السياسة هو نشاط تقوم به منظمات أو أطراف محددة أو تتعلق بالمناظرات حول المسائل وحول إذا ما كانت، والإجراءات المتخذة إزائها معقولة أو يجب إلغائها.

السياسة هي فن الحكم ، أي من الرئاسة .

السياسة هي قبل كل شيء نشاط اجتماعي، يتعلق بالعلاقات الاجتماعية بين الناس، يختلف

التعبير عنه من منظمة لأخرى ومن حين لآخر، انه نشاط اجتماعي ديناميكي.<sup>٢</sup>

التعريف الإجرائي:

السياسة هو نشاط اجتماعي تقوم به عدة منظمات أو أطراف وذلك من أجل تحديد الإجراءات الواجب اتخاذها، وذلك حول بعض المسائل والمناظرات ويختلف التعبير عنها من منظمة لأخرى .

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

هو مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ، ظهرت مع الجيل الثاني لشبكة الويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات اهتمام.<sup>٣</sup>

يعرفها المنصور: بأنها شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض، وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والمعلومات وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الاجتماعية.<sup>٤</sup>

<sup>١</sup> محمد الفيروز أبادي ، قاموس المحيط ، مجموعة من المحققين، بيروت ، مرسة الرسالة، 1987، ص710 .

<sup>٢</sup> إسماعيل عبد الفتاح ، محمود منصور هبة ، النظم السياسية وسياسات الإعلام ، مركز الإسكندرية للكتاب ، مصر ، 2009 ، ص11.

<sup>٣</sup> المنصور محمد ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي . ( رسالة ماجستير غير منشورة الأكاديمية العربية المفتوحة ) ، الدنمارك ، 2013، ص50.

<sup>٤</sup> خالد سليم ، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية ، دار المتنبي للنشر، قطر ، 2013، ص50 .

هي منظومة في الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية.<sup>1</sup>

### التعريف الإجرائي:

هي مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح لمستخدميها من خلال واقع افتراضي لانتقاء الأصدقاء المعارف من كافة أنحاء العالم، حيث يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعلومات والصور ومقاطع الفيديو تتيح هذه المواقع العديد من الخدمات مثل خدمات البريد الإلكتروني .

### مفهوم الفيسبوك :

هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليها مجاناً وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية مملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو المدرسة أو الإقليم من أجل الانضمام الاتصال بالآخرين أو التفاعل معهم كما يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم.<sup>2</sup>

هو موقع أنشئ عام 2004 على يد مارك زوكربيرغ، الذي كان طالبا بجامعة هارفارد في حينه يسمى بكتب الوجوه الذي كانت تطبع و توزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرص لديهم بالتعرف التواصل مع بعضهم البعض خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج ، حيث يتفرغ الطلاب في شتى الأنحاء، فكان الهدف تأسيس موقع الكتروني ليقوم بعمل بطريقة أسهل وأوسع انتشار وأكثر فاعلية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> راضي زاهر، استخدام موقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية ، العدد الخامس عشر ، جامعة عمان الأهلية ، عمان ، 2013 ، ص61 .

<sup>2</sup> عبد الكريم تفرقيني ، العلاقات الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ، العدد السادس ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة البليدة ، 2013 ، ص242 .

<sup>3</sup> علي خليل شقرة ، الإعلام الجديد ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2014 ، ص64 .

## التعريف الإجرائي:

هو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي ساعدت على ربط العديد من الأفراد مهما كانت مواقعهم وأماكنهم، الذي يتيح لمستخدميه التفاعل مع مختلف القضايا الاجتماعية والتعليمية والسياسية هذا لما يوفره في نشر الأفكار والأنشطة التي تصل إلى مختلف الأفراد مهما كانت شرائحهم وفي أسرع وقت ممكن .

## مفهوم الطالب الجامعي:

## اصطلاحاً :

الطالب الجامعي هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة، تبعاً إلى تخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك الطالب أحد العناصر الأساسية والفعالية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدداً بالنسبة العالمية في المؤسسة الجامعية.<sup>1</sup>

يعرف محمد علي محمد الطلبة الجامعيين على أنهم جماعة أو شريحة عن المثقفين في المجتمع بصفة عامة، إذ يتركز المئات والآلاف من الشباب في نطاق المؤسسة التعليمية.<sup>2</sup>

## التعريف الإجرائي:

الطالب الجامعي هو ذلك الفرد الذي يسعى إلى تحصيل المادة العلمية بمختلف الطرق والوسائل الأدوات وذلك من أجل بلوغ درجة علمية (ليسانس، ماجستير، دكتوراه) .

<sup>1</sup> فضيل دليو ، الجامعة تنظيمها ، مجلة الباحث الاجتماعي ، دائرة البحث علم الاجتماع ، جامعة منتوري ، العدد الأول ، قسنطينة ، 1995 ، ص18 .

<sup>2</sup> محمد علي محمد ، الشباب الجامعي والتغير الاجتماعي ، دار النهضة العربية ، بيروت ، ص16 .

## 2. الإجراءات المنهجية

## 1.2. منهج الدراسة :

من المعروف أن تقدم العلم مقترن بالمنهج وهنا يقول ديكرت : "لا نستطيع أن نفكر في بحث حقيقة ما إذا كنا سنبحثها بدون منهج لأن الدراسات والأبحاث بدون منهج تمنع العقل من الوصول إلى الحقيقة".<sup>1</sup>

بهذا ولأجل أن تكون الدراسة علمية لا بد أن نمر عبر منهج علمي فالباحث يقوم باختيار المنهج المناسب الذي يساعده على دراسة ظاهرته .

يعرف المنهج على أنه :

"الطريق المؤدي إلى المعرفة العلمية الصحيحة".<sup>2</sup>

كما يعرف أيضا : "الطريق الذي يسلكه الباحث للتعرف على الظاهرة والكشف عن الحقائق المرتبطة بها بغرض التوصل إلى إجابات عن الأسئلة التي تثيرها المشكلة".<sup>3</sup>

اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي القائم على وصف المعطيات الواقعية الميدانية وتحليلها تندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية الميدانية، ويعد هذا المنهج من أنسب الطرق في مجالات الدراسات الاجتماعية، وهو المنهج المتبع بهذا النوع من الدراسات خاصة .

<sup>1</sup> مروان عبد الحميد إبراهيم ، أسس البحث العلمي ، ط1 ، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان ، 2000 ، ص60 .

<sup>2</sup> محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية ، دار المنشورات الجامعية ، باتنة ، الجزائر، 1999 ، ص7 .

<sup>3</sup> وائل عبد الحميد ، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ، الدار الجامعية للنشر ، مصر، 2002 ، ص48 .

يرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية والاجتماعية ويقوم الباحث بجمع المعلومات عن هذه الظاهرة ويهتم بوصفها وصفا دقيقا بدلالة الحقائق المتوافرة ويعبر عنها تعبيراً كيفياً، بوصف الظاهرة وتوضيح خصائصها، أو وصفاً كمياً بوصف الظاهرة رقمياً.<sup>1</sup>

يعتمد المنهج الوصفي على مجموعة من الخطوات ابتداءً من الشعور بمشكلة البحث وتحديد أهدافها ووضع الفروض، واختيار عينة البحث المناسبة ثم أدوات البحث المناسبة من استمارة، مقابلة ملاحظة بعدها يقوم بجمع المعلومات بغرض الوصول إلى النتائج لتحليلها وتفسيرها.<sup>2</sup>

## 2.2. أدوات جمع البيانات.

يتوقف نجاح أو فشل أي بحث علمي على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث تحكماً أكبر في الأدوات المستخدمة لجمع البيانات باختيار أكبر ملائمة وأدقها للمنهج المستخدم في الدراسة وبناءً على إشكالية الدراسة وفروضها فقد اعتمدنا على أداة الاستمارة الملاحظة كأداة أساسيتين لجمع المعلومات فيما يخص موضوع دراستنا .

### الاستمارة:

تعرف الاستمارة بأنها نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف يتم تنفيذها إما عن طريقة المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد عبد الله اللحلح، البحث العلمي، الدار الجامعية للنشر، مصر، 2002، ص92.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص12.

<sup>3</sup> رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط1، 2002، ص85.

هي تستخدم بكفاءة في البحوث الاستكشافية لجمع أكبر قدر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة وتستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع.<sup>1</sup>

يعد الاستبيان أداة مهمة ومفصلة وملائمة للحصول على حقائق أو معلومات أو بيانات مرتبطة بحالة معينة.<sup>2</sup>

هي تلك الأداة التي من خلالها التعرف على آراء الباحثين وعلى موضوع معين وتمتاز هذه الأداة كونها تساعد على جمع المعلومات الجديدة المستمدة من الواقع، أي أن الاستمارة هي وسيلة للتحويل في اتصال بالمتغير بواسطة طرح الأسئلة عليها واحدة وبنفس الطريقة بهدف استخلاص اتجاهات سلوكيات مجموعة انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها.<sup>3</sup>

قمنا بتوزيع الاستمارة على (100) مبحوثاً، وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلتنا واضحة بسيطة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، اعتمدنا في صياغة أسئلة الاستمارة على أسئلة متنوعة تتنوع من أسئلة مغلقة، ونصف مفتوحة.

اعتمدنا في الاستمارة الخاصة بهذه الدراسة على مجموعة من المحاور الرئيسية :

**المحور الأول:** يضم بيانات شخصية حول المبحوثين .

**المحور الثاني:** عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل لموقع الفيسبوك .

**المحور الثالث:** استخدام الفيسبوك وعلاقته بالمشاركة السياسية .

**المحور الرابع :** استخدام الفيسبوك علاقته بالثقافة السياسية .

**المحور الخامس:** علاقة استخدام الفيسبوك بتشكيل الاتجاهات السياسية .

<sup>1</sup> عبد الله عبد الرحمان ، مناهج وطرق البحث الاجتماعي ، دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2002 ، ص371 .

<sup>2</sup> محمود عبد الحليم منسي ، مناهج البحث العلمي في المجالات التربوية والنفسية ، دار المعارف ، مصر ، 1999 ، ص201 .

<sup>3</sup> موريس أنجيس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيدي صحراوي، ط1، دار القصة، الجزائر، 2006 ، ص107 .



### 3.2 الأساليب الفنية (الإحصائية لمعالجة الدراسة )

عند إنجازنا لهذه الدراسة اعتمدنا على أسلوبين للتحليل والمتمثلان في :

#### 1.3.2 التحليل الكمي

هو ذلك النوع من التحليل الذي يتيح للباحث أن يستخرج إحصائيات تصف السلوك في موقف اجتماعي معين ويستخدم هذا الأسلوب النسب المئوية في الكشف عن صحة الفرضيات من خلال إجابات المبحوثين عن الأسئلة المطروحة حول هذه الفرضيات ،وقد استخدمنا هذا الأسلوب من أجل القراءة الإحصائية لموضوع الدراسة وتم توظيفها من خلال الجداول والنسب المئوية .

#### 2.3.2 التحليل الكيفي

يتم في هذا النوع أساليب التحليل التعبير عن البيانات وعن نتائج التحليل بصورة غير كمية وذلك عن طريق عرض النتائج وتفسيرها، وتم استخدام هذا الأسلوب من القراءة السوسولوجية للبيانات الإحصائية وذلك لإعطائها الدلالة والمعنى السوسولوجي وفق ما تقدم من محتوى معرفي ونظري للدراسة<sup>1</sup>.

### 4.2 تحديد مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي كونه يساعد على قياس تحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث الاجتماعي أن لكل دراسة ثلاث حدود رئيسية وهي: المجال الجغرافي،المجال الزمني،المجال البشري.

<sup>1</sup> دلال قاضي ، محمود السياقي ، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي\_ ط1 ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 ،ص182 .

### 1.4.2 المجال الجغرافي

يقصد به الحيز أو النطاق المكاني لإجراء البحث الميداني وقد تم بالتحديد على مستوى جامعة جيجل بالقطب الجامعي الصديق بن يحيى على مستوى كلية العلوم السياسية .

### 2.4.2. المجال الزمني

يقصد بالمجال الزمني أو المدة الزمنية أو المدة الزمنية المستغرقة لانجاز مذكرة التخرج وقد كانت مرحلة التفكير في موضوع البحث في بداية العام الدراسي ودامت مدة شهر وبعد ذلك انتقلنا إلى مرحلة اختيار الموضوع ومحاولتنا ضبط موضوع الدراسة وبعد مناقشته والاطلاع على الجانب المعرفي قمنا بالضبط النهائي للموضوع وكان ذلك خلال مدة زمنية مند شهر أكتوبر إلى غاية أواخر شهر ديسمبر .

ثم جاءت مرحلة البناء المنهجي والمعرفي لموضوع الدراسة وفي هذه المرحلة قمنا بعملية التصميم المنهجي لخطة الدراسة حتى يسهل علينا الشروع فيها وفق خطة منهجية معينة وقد دام ذلك مدة لا بأس بها قدرت حوالي شهر بالتحديد من أواخر شهر ديسمبر إلى غاية أوائل شهر جانفي . في الأخير مرحلة جمع البيانات وتحديدها ودامت مدة ثلاثة أشهر وذلك من منتصف جانفي إلى غاية أوائل شهر أفريل، وبعد ذلك جاءت مرحلة بناء الاستمارة ونزولنا إلى الميدان وذلك في 2017/04/4 وتفرغ البيانات المتحصل عليها وكتابة التقرير النهائي يوم 2017/05/02 وقد قمنا بتسليم مذكرة التخرج بعد كتابة التقرير النهائي له .

### 3.4.2. المجال البشري

لكي تكون الدراسة علمية ولنصل إلى نتائج دقيقة وموضوعية لابد من تحديد المجتمع الأصلي للدراسة تحديدا سليما واضحا و فيما يخص المجال البشري الذي أجرينا فيه دراستنا المتعلقة "بالاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي(فيسبوك)" فيتمثل في طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة جيجل اللذين يستخدمون موقع الفيسبوك، والذي يبلغ مجموع الطلبة المسجلين بقسم العلوم السياسية 329 طالبا .

## مجتمع الدراسة

يعرف مجتمع الدراسة على أنه "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص متنوعة تميزها عن غيره من العناصر الأخرى التي يجرى عليه البحث والتقصي".<sup>١</sup>

إضافة إلى توفر عناصر وخصائص موجودة فيه دون غيره.<sup>٢</sup>

يعرف مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد والأشخاص اللذين يكونون موضوع مشكلة البحث.<sup>٣</sup>

تعرف العينة بأنها مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية حيث يقوم الباحث بأخذ جزء معين، من أفراد المجتمع الأصلي على أن تكون العينة المختارة تتناسب بمميزاتها وخصائصها مجتمع البحث الأصلي.<sup>٤</sup>

العينة تختار بطريقتين عشوائية أو غير عشوائية، فالباحث يلجئ إلى الطريقة العشوائية إذا كان مجتمع البحث كبير.<sup>٥</sup>

عينة الدراسة تعرف على أنها عدد محدود من مفردات التي سوف يتعامل معها الباحث.

في دراستنا هذه اعتمدنا على طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل، حيث شملت الدراسة على كافة الطلبة لقسم العلوم السياسية، ارتأينا بذلك اعتماد للعينة العشوائية على أساس التناسب، ومنه تم تقسيم هذا المجتمع إلى طبقات كما يلي :

فئة الطلبة الليسانس: والذي يقدر عددهم ب77، حيث قمنا بأخذ عدد من المفردات كما يلي:

$$\text{سنة أولى: } \frac{23 \times 26}{77} = 8 \text{ مفردات.}$$

<sup>١</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، القاهرة، 2002، ص192.

<sup>٢</sup> طاهر حسو الزباري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، ط1، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص171.

<sup>٣</sup> عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث في علم النفس، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص68.

<sup>٤</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص197.

<sup>٥</sup> محمد زيان، منهج البحث العلم وتقنياته، ط1، ديوان المطبوعات، الجزائر، 1983، ص83.

$$\text{سنة ثانية: } \frac{23 \times 25}{77} = 7 \text{ مفردات .}$$

$$\text{سنة ثالثة: } \frac{23 \times 26}{77} = 8 \text{ مفردات .}$$

لتقدر عدد مفردات ب23 عند فئة طلبة الليسانس .

فئة طلبة الماستر: ويقدر عددهم ب252 حيث قمنا بأخذ عدد من مفردات كما يلي :

$$\text{ماستر سنة أولى: } \frac{76 \times 140}{252} = 43 \text{ مفردة .}$$

$$\text{ماستر سنة ثانية: } \frac{76 \times 112}{252} = 34 \text{ مفردة .}$$

لتقدر بذلك عدد المفردات التي أخذناها عند فئة طلبة الماستر ب77 مفردة .

تم تحديد اختيار النسبة على أساس التناسب وبالتالي قدر أفراد العينة ب100 مفردة .

عدد الطلبة المسجلين	السنة	
	سنة التدرج	
26	سنة أولى	ليسانس
25	سنة ثانية	
26	سنة ثالثة	
140	سنة أولى ماستر	ماستر
112	سنة ثانية ماستر	
329	المجموع	

جدول يمثل عدد الطلبة المسجلين بقسم العلوم السياسية 2017/2016

## 3. الدراسات السابقة

إن نمو المعرفة وتشبعها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأي دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل عملي لا بد وأن تكون قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسة سابقة أو مشاهدة سواء كانت ميدانية أو معملية أو مكتبية .

عند الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث العلمي حيث تساعد في تحديد الإطار النظري العام لموضوع دراستنا، وبناء خلفيات حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقي خطوات البحث، وقد حاولنا في هذا الصدد الاعتماد على بعض الدراسات كدراسات مشاهدة لبحثنا واتخاذها كخلفيات نظرية تنطلق منها .

تتمثل أهم الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها فيما يلي:

## 1.3. الدراسات العربية

## 1.1.3. دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى

الطلبة<sup>١</sup>.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، ولقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدماً الاستمارة كأدوات من أدوات جمع البيانات على عينة من الطلبة الجامعيين بلغ عدد مفرداتها (430) مفردة .

<sup>١</sup> رأفت مهند عبد الرزاق حمود، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الأردن، عمان، 2012/2011 .

## أهداف الدراسة:

١. معرفة مدى مشاركة الإعلام الجديد ممثلاً لمواقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين .
٢. معرفة درجة التأثير لمواقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) في طرح القضايا المعاصرة التي تهم المجتمع العراقي .
٣. البحث بالآثار المترتبة من استخدام المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين وتأثيرهم على الرأي العام للجماهير.

## تساؤلات الدراسة:

١. هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) على تشكيل المواقف والاتجاهات السياسية لدى طلبة العراق في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم .
٢. هل تعمل مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الأخبار التي تؤدي إلى تشكيل الانطباعات التي تعكس سلوكهم؟

## فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات المطروحة قام الباحث باقتراح فرضيات لها:

١. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات ( النوع،السكن،المرحلة الدراسية،الكلية،الفئة العمرية) .

٢. لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) في طرح القضايا المعاصرة التي تهم الشباب الجامعي، ولا تؤثر في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي .

### نتائج الدراسة:

١. إن موقع التواصل الاجتماعي (twitter,youtube,facebook) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعة تكريكت، الأنبار، الموصل .
٢. أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر من 40.5 % من أفراد العينة هم مقتنعون بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغيرات في الساحة العربية، بينما 50.5 % من أفراد العينة مثلت الرفض .
٣. أظهرت النتائج 22.1 % من أفراد العينة زاد وعيهم السياسي نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .
٤. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي على الشارع السياسي في العراق .

انحصرت هذه الدراسة في معرفة الدور التي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة، وهي ما تتشابه مع دراستنا التي تبحث في طبيعة الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي وتتشابه أيضاً في منهج الدراسة مجتمع الدراسة .

### التعقيب على الدراسة

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في عينة الدراسة التي اعتمد الباحث فيها على العينة العشوائية القصدية، بينما دراستنا اعتمدت على العينة الطبقية .

ساعدت هذه الدراسة في معرفة أدوات جمع البيانات التي تتلاءم مع دراستنا وفي صياغة مشكلتنا البحثية .

### 2.1.3. دراسة بعنوان: الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر<sup>١</sup>.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، مستخدماً الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات على عدد من الفئات الشبابية في الكويت، وقام بتوزيع 500 استمارة، كما اعتمد الباحث في عينة بحثه على العينة العشوائية البسيطة .

#### أهداف الدراسة:

١. ما طبيعة الاستخدامات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل مستخدميه من الشباب الكويتي .
٢. الأغراض السياسية لمواقع التواصل السياسي تويتر من قبل الشباب الكويتي .

#### تساؤلات الدراسة:

١. ما طبيعة الاستخدامات المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر من قبل مستخدميه من الشباب الكويتي ؟
٢. ما طبيعة الأغراض السياسية لمواقع التواصل السياسي تويتر من قبل الشباب الكويتي؟

<sup>١</sup> حسين قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2012/2013 .



## فرضيات الدراسة:

١. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) في طبيعة الاستخدامات الإعلامية لموقع التواصل الاجتماعي تعزي لبعض الباحثين ؟
٢. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) تعزي لمتغير الجنس ؟

## نتائج الدراسة:

١. في محور الاستخدامات السياسية لموقع تويتر، تبين أن الاستخدامات من أجل كشف الحقائق السياسية، جاء في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية استخدامات أخرى غير ما ذكر في قائمة الاستخدامات، بينما كان الاستخدام من أجل الاطلاع على آخر الأخبار المحلية .
٢. في محور الاستخدامات السياسية الإعلامية لموقع التواصل الاجتماعي تويتر تبين أن استخدام موقع تويتر وسيلة تبادل بعض الصور مع الأصدقاء والمعارف، بينما جاءت الاستخدامات كونه وسيلة للكشف عن الفساد السياسي والإداري في أجهزة الدولة بينما في المرتبة الثالثة تشير إلى التمويل على تويتر في مثل تلك المهمة ذات الصيغة السياسية .
٣. في محور الاستخدامات المتنوعة لموقع تويتر، تبين أن الاستخدامات التي تتعلق بصيغة العمل الذي أقوم به حلت في المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية للاستخدامات التي تتعلق بالصدقات الجديدة من الجنسين، بينما جاء الاستخدام من أجل الترفيه والتسلية في المرتبة الأخيرة من تلك الاستخدامات .

انحصر اهتمام هذه الدراسة أنها تبحث في فئة الشباب الكويتي والمجتمع الكويتي، من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر، بينما دراستنا تنحصر في دراسة ومعرفة الاستخدامات السياسية لموقع الفيسبوك في تكوين الاتجاهات السياسية نحو مختلف الأحداث القضايا السياسية والمعرفة السياسية .

### التعقيب على الدراسة

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا أنهما يبحثان في الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة .

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كل من مجتمع الدراسة وعينة البحث في كونها تختص بدراسة فئة الشباب وعينة البحث تتمثل في العينة العشوائية البسيطة، أما دراستنا فتبحث في فئة الطلبة الجامعيين وتعتمد على العينة الطبقية .

ساعدت هذه الدراسة على صياغة مشكلتنا البحثية وتحديد أداة الدراسة التي تتلاءم مع موضوع الدراسة .

### 3.1.3. دراسة بعنوان : أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي

#### بالقضية الفلسطينية<sup>1</sup>.

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي، مستخدماً بذلك الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات ويشمل مجتمع الدراسة جميع طلبة جامعة النجاح، الذي يبلغ عددهم 19000 طالباً، معتمداً بذلك على العينة الطبقية .

<sup>1</sup> شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة النجاح ، نابلس، فلسطين، 2014/2015 .

## أهداف الدراسة:

١. التعرف على مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي بين طلبة العلوم السياسية .
٢. تحديد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي على طلبة جامعة النجاح الوطنية .

## تساؤلات الدراسة:

١. ماهو حجم اعتماد طلبة جامعة النجاح الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية ؟
٢. ماهو مستوى الوعي السياسي لطلبة جامعة النجاح الوطنية؟

## فرضيات الدراسة:

١. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) بين متوسطات مجالات للوعي السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي تعزي لمتغير الجنس .
٢. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( 0.05 ، 0.50 ) بين متوسطات الوعي السياسي تعزي لمتغير الانتماء .

## نتائج الدراسة :

١. تبين من خلال الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي أفضل وأسرع الآليات للحصول على المعلومات .
٢. أثبتت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرا أوليا بالنسبة لطلبة جامعة النجاح في الحصول على المعلومات .
٣. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في سرعة الاستجابة للأحداث السياسية وسهولة الحشد الجماهيري بسرعة كبيرة .
٤. تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي السياسي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث تمس القضية الفلسطينية .

انحصرت هذه الدراسة في محاولة معرفة الدور المهم الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وهو ما يتوافق مع موضوع دراستنا التي تبحث في الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة .

## التعليق على الدراسة

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في مجتمع البحث وتختلف في عينة الدراسة حيث اعتمد على العينة الحصصية في حين اعتمدنا في دراستنا على العينة الطبقية وساعدت هذه الدراسة على صياغة مشكلة الدراسة وصياغة فروض الدراسة بما يحقق أهداف الدراسة .

### 4.1.3. دراسة بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة في الانتخابات المصرية على عينة من الشباب المصري<sup>١</sup>.

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، ولقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، معتمدا على الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات ويتمثل مجتمع الدراسة على عينة من الشباب المصري الذي يبلغ عدده 500 مفردة معتمدا بذلك على العينة العشوائية المنتظمة.

#### أهداف الدراسة:

١. رصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية .
٢. الاشباعات المتحققة أثناء استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للشباب الجامعي أثناء الانتخابات المصرية 2014 .

#### تساؤلات الدراسة:

١. ما حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الحملة الانتخابية المصرية الرئاسية ؟
٢. ما مدى تأثير استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الحملة الانتخابية المصرية ؟

<sup>١</sup> ممدوح السيد عبد الهادي، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية ، مجلة إعلام النشر الأوسط، العدد الحادي عشر ، حريف 2015 .

## فرضيات الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي ( النوع ، الجامعة) والاشباع المتحققة من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .
٢. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم،الاتصال والتفاعل الاجتماعي والمشاركة في الحياة السياسية والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

## نتائج الدراسة:

١. أظهرت نتائج الدراسة أن 36 % من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
  ٢. أظهرت نتائج الدراسة أن الاشباع السياسية في مقدمة الاشباع المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
  ٣. أظهرت نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع التعرف على الآراء في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاء دافع المساعدة على للنقاش مع الآخرين .
- انحصر اهتمام هذه الدراسة حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية أثناء الانتخابات، بينما دراستنا اهتمت بالاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك .

## التعقيب على الدراسة

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كل من مجتمع الدراسة والمنهج .

ساعدت هذه الدراسة على صياغة مشكلتنا البحثية، وتحديد منهج الدراسة عن جهة

ساعدت على تحديد المقاربة المعتمدة في الدراسة .

## ٢,٣ الدراسات الوطنية

1.2.3. دراسة بعنوان دور الفيسبوك في التثقيف السياسي لدى الطلبة الجامعة<sup>١</sup>

تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات المسحية، حيث اعتمد الباحث على المنهج

المسحي، على عينة من طلبة قسم السنة الثانية ماستر تكنولوجيا الاتصال الحديثة بجامعة

ورقلة، مستخدما بذلك الاستمارة كأداة من أدوات جمع البيانات والمعلومات واعتمد الباحثان

على أسلوب المسح بالعينة .

## أهداف الدراسة:

١ . بيان تأثير الفيسبوك على تدعيم المبادئ السياسية للطلاب الجامعي .

٢ . تبيان مقدار صحة المعلومات في الجانب السياسي على صفحات موقع الفيسبوك من

وجهة نظر الطالب .

<sup>١</sup> مسعود زيدان، عميرات خالد، دور الفيسبوك في التثقيف السياسي، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2015/2014 .

## تساؤلات الدراسة:

١. هل يعتبر الطالب الجامعي صفحات الفيسبوك مصدر للمعلومات السياسية؟
٢. هل تدعم صفحات الفيسبوك المبادئ والقناعات السياسية للطالب الجامعي أم تساعد في نقدها وتغييرها؟

## نتائج الدراسة:

١. أثبتت الدراسة أن موقع الفيسبوك يعتبر مصدر للمعلومات السياسية، حيث أفرزت النتائج أن 71 % من أفراد العينة لها متابعة للقضايا السياسية عبر الموقع.
  ٢. أبرزت الدراسة أن أهم نقطة في تأثير الطلبة بنشرهم لمواضيع سياسية وطنية عبر صفحات الفيسبوك.
  ٣. أظهرت نتائج هذه الدراسة تقارب النسب حول المواضيع السياسية التي هي محل اهتمام الطلبة بين القضايا العربية والقضايا العالمية.
- انحصر اهتمام هذه الدراسة في معرفة الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في عملية التثقيف السياسي لدى الطلبة، بينما دراستنا تهتم بدراسة الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.

## التعليق على الدراسة

- تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في مجتمع الدراسة المتمثل في فئة الطلبة الجامعيين.
- تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في عينة البحث المتمثلة بالمسح بالعينة، بينما دراستنا تعتمد على العينة التطبيقية.

ساعدت هذه الدراسة على صياغة المشكلة البحثية لموضوع الدراسة وتحديد أدوات جمع البيانات المناسبة والمقاربة العلمية لما يحققه أهداف الدراسة ويجيب على تساؤلاتها.



### 2.2.3. دراسة بعنوان : البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي<sup>1</sup>.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسة الوصفية حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، أما العينة فقد اختار في دراسته على العينة القصدية لطلبة كليتي العلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق السياسية، بالإضافة إلى أنه استخدم أدوات لجمع البيانات التي تمثلت في الاستمارة والملاحظة .

#### أهداف الدراسة:

- ١ . تهدف هذه الدراسة إلى توضيح الدور المهم الذي تقوم به وسائل الإعلام الفضائية الجزائرية من خلال برامجها السياسية في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين .
- ٢ . الكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى اعتماد الطلبة على البرامج السياسية في الإعلام الخاص، وبين حجم المشاركة السياسية، ومستوى المعرفة السياسية لديهم .

#### تساؤلات الدراسة:

- ١ . كيف تساهم البرامج السياسية للإعلام الفضائي الخاص في تشكيل الوعي السياسي وتنمية لدى الطالب الجامعي؟
- ٢ . كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية؟

<sup>1</sup> منصور كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، الجزائر، 2015/2014 .

## نتائج الدراسة:

١. إن الطلبة الجامعيين يعتمدون على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية تبين ذلك من خلال أن المشاهدة من طرف الطلبة للقنوات الخاصة كبيرة، حيث بلغت قناة الشروق 77% وتليها النهار 70% ثم الجزيرة 60% وهذا يرجع إلى قوة الطرح للمواضيع السياسية والبرامج المختلفة .

٢. إن البرامج السياسية للفضائيات الخاصة تعد عامل مهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة بلغت 80% من مجموع فئة العينة .

٣. البرامج السياسية لها تأثير على ثقافة الطالب السياسية، ولم يتكون لهم اتجاه سياسي بعد متابعة البرامج السياسية رغم توثق ثقافتهم السياسية من خلال البرامج .

انحصر اهتمام هذه الدراسة في معرفة الدور الذي يلعبه للبرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودوره في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة، بينما دراستنا تهتم بدراسة الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي .

## التعقيب على الدراسة

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كل من مجتمع الدراسة والمقاربة .

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كل من عينة الدراسة التي تعتمد هذه الدراسة على العينة القصدية بينما دراستنا تعتمد على العينة الطبقية، كما تختلف عن دراستنا في كونها عاجلت الاستخدام السياسي في الإعلام التقليدي بينما دراستنا ركزت على الاستخدام السياسي في الإعلام الجديد.

ساعدت هذه الدراسة على صياغة مشكلتنا البحثية وتحديد أداة الدراسة المناسبة بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب على تساؤلاتها .

## خلاصة الفصل المنهجي

لقد تناولنا من خلال هذا الفصل الجانب المنهجي للدراسة والذي تم التطرق من خلاله إلى تحديد الإطار العام لموضوع الدراسة، من خلال تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها أهداف الدراسة وأهميتها، ومفاهيم الدراسة والإجراءات المنهجية المعتمدة وأدوات جمع البيانات الأساليب الإحصائية المعتمدة، إضافة بتحديد مجالات الدراسة والدراسات السابقة، وكذلك المنهج المتبع في الدراسة التي يساعد تلك الأساليب المنهجية للتحقق من صحة تساؤلات الدراسة .

الجانب النظري

## تمهيد :

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات ألغى الحدود وزواج بين الثقافات، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي اليوم الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا، كونها تستقطب شريحة كبيرة من فئات المجتمع، وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثير في أي مجتمع بما يمتلكونه من طلاقة وقابلية للتغيير والتطوير ومما لاشك فيه أن العالم المعاصر يعيش مرحلة تحول كبرى اختزل من خلالها عامل الزمن، أصبحت الشبكات الاجتماعية هي البديل الأمثل لأنشطة الماضي التقليدية وحالة التفاعل بين مجتمعات اليوم المعاصرة مع البيئة والمحيط هي التي تسيطر على النظام الاتصالي بدرجة لافتة للنظر، وه ما يؤكد حدود تحول جذري لأدوات التخاطب والتغيير، كما أنهه الشبكات يقضي فيها العديد من الشباب والمراهقين وقتاً طويلاً في التفاعل مع بعضهم البعض وقد لعبت الأحداث السياسية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات في المقابل كان الفضل لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السياسية بسرعة لمتلقيها في العالم .

## ١. مدخل عام لدراسة جمهور وسائل الإعلام

### 1.1. ماهية جمهور وسائل الإعلام :

هنا نتحدث عن مصطلح الجمهور فقد خضع في تشكيله إلى مرحلتين مهمتين :

#### المرحلة الأولى : مرحلة ما قبل ظهور وسائل الإعلام .

كانت فكرة الجمهور في أصلها تعني هؤلاء اللذين يقبلون على عرض درامي أو لعبة أو أي استعراض عام يستقطب عددا من الناس وكان هذا الجمهور يتصف بعدة صفات ومميزات، اذ أن جميع أفرادهم معروفين بدواتهم ومحددون في الزمان والمكان ذلك أنهم سكان لمدينة أو قرية ما، وكانت تجمعهم لتشكيل جمهور العبادة أو المسرح أو الملعب أو السوق غالبا منظما بحكم العادة ومعين المواقع وفقا للمراتب والمراكز الاجتماعية يشرف عليها سلطة دينية أو روحية أو إدارية حيث كان يجلس سيد القبيلة في الأول تأتي النبلاء ثم حاشيته، حتى نصل إلى جميع الناس في أفرادها لغياب قيم ثقافية وتقاليد .<sup>١</sup>

#### المرحلة الثانية:

في هذه المرحلة كان التطور الصناعي أثر كبير في تطور الطباعة والتي ساهمت في تطوير الصحافة وتسويقها ، خاصة الصحافة الشعبية، أو الموجهة إلى أفراد المجتمعات الجماهيرية، التي بدأت تتكون حول المدن الصناعية الكبرى، وفي هذه المرحلة بدأت الصحافة تتخذ شكلها الجماهيري الذي لا يزال يلازم وسائل الإعلام والاتصال .<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> كامل خورشيد مراد ، الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص315 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص317 .

### المرحلة الثالثة :

إن العامل الثالث الذي ساهم في تشكيل مفهوم الجمهور ظهر وسائل الإعلام الالكترونية، من إذاعة في عشرينيات القرن الماضي والتلفزيون من نفس القرن فقد أصبح الجمهور غير محدد في المكان، حيث باعد البث الإذاعي والتلفزيوني بين أفراد الجمهور من جهة وبينهم وبين المرسل والقائم بالاتصال من جهة أخرى، فظهر شكلان جديداً من أشكال الجمهور هما المستمعون المشاهدون اللذين لم تعد الأمية والحوافز الطبيعية تحولان دون تعرضهم للرسائل الإعلامية كما الشأن بالنسبة للصحافة المكتوبة .

### المرحلة الرابعة:

تمثل العنصر الرابع في اعتناق نظريات الديمقراطية السياسية التي تعتبر وسائل الإعلام وحريةها أحد أهم مظاهرها، فقد انعكست تطبيق الأفكار الديمقراطية في أنظمة الحكم على مهام ووظائف وسائل الإعلام وعلى الرقابة السياسية والاجتماعية، ومبادئ الوصول إليها والمشاركة فيها، كما انعكس على وعي المجتمع بأهمية وسائل الإعلام ودوره في الحياة الاقتصادية والسياسية والثقافية، فلم يعد مفهوم الجمهور يقتصر على مجرد جمهور القراء، وجمهور المستمعين والمشاهدين، حيث ظهرت مصطلحات جديدة لها علاقة وطيدة بالجمهور مثل جمهور الناخبين، جمهور السوق، وهناك تطور آخر لمفهوم الجمهور مع تطور التكنولوجيا، حيث بدأت تظهر مصطلحات جديدة التي تربط تقنية الأنترنت مثل جمهور الواب .<sup>1</sup>

<sup>1</sup> علي قسايسة ، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي ، دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور بالجزائر ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2005\_2006 ، ص360 .



كما يعرف علي قسايسة الجمهور على أنه اشتراك مجموعة من الناس في التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها في التعرض وفي مختلف مراحل التعرض.<sup>1</sup>

جمهور اليوم هو عنصر أساسي وجوهري في العملية الاتصالية فكل من الجمهور يشير إلى مستقبلين أو المتلقين للنصوص الإعلامية وفق شروط ملائمة، كما تستعمل للدلالة على الجمهور كظاهرة سوسيولوجية ارتبط ظهورها وتطورها بانتشار واستعمال وسائل الإعلام في المجتمعات

الحديثة.<sup>2</sup>

## 2.1 خصائص جمهور وسائل الإعلام

جمهور وسائل الإعلام لديه خصائص يتميز بها وذلك قصد التواصل لتائج تخصص هذا الأخير ميولاته ومن أهم وأبرز الخصائص والسمات التي تميز الجمهور نجد:

**السمات الأولية والعامة :** وهي التي تتوافر في كل أفراد الجمهور بمستويات مختلفة والتي لا دخل للفرد في اكتسابها وغير قابلة للتغيير مثل : السن، الجنس، السلالة .

**السمات المكتسبة أو القابلة للتغيير:** مثل اللغة، والدين، ومكان الإقامة، الوظيفة، التعليم، الدخل الحالة الزوجية، كما حدد Mcquail الخصائص الظاهرية للجمهور على النحو التالي :

**الحجم الواسع Zarg Size :** حيث يتخذ شكل الجماهير حجما أوسع بكثير من الأشكال

الأخرى.<sup>3</sup>

**التشتت: Dispersion** اذا تتواجد عناصر الجماهير في أوضاع وأماكن متباعدة ما أكسب الجمهور

يعدا كونيا Global الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وخاصة الأنترنت حيث أصبح

<sup>1</sup> حنان شعبان، أثر العوامل الإشهارية التلفزيونية على عملية التلقي ، دراسة استطلاعية لجمهور طلبة الجامعي ،رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر، 2008\_2009 ،ص28 .

<sup>2</sup> كامل خوري، مرجع سابق .

<sup>3</sup> عبده إبراهيم ، أساليب الاتصال والاتجاهات الاجتماعية ،تحليل نظري، الإسكندرية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2000 ،ص134 .

الجمهور غير محدد في المكان وأضفى عليه صفة التواجد الكلي في كل مكان في الزمان نفسه  
. Ubiquintans

**عدم التجانس Hetrogeneity** : أفراد الجمهور الغير متجانس الأمر الذي يجعلهم متميزين في  
احتياجاتهم وإدراكهم ومصالحهم واهتماماتهم وفي سلوكهم الاتصالي .

**عدم التعارف أو المجهولية : Amonynty** فعناصره غير معروفين لدواتهم ومجهولين لدى بعضهم  
البعض من جهة، ولدى القائل بالاتصال من جهة أخرى .

**غياب التنظيم الاجتماعي : Zack of social organization** حيث أن تباعد عناصر الجمهور  
وعدم معرفتهم ببعضهم البعض يفقدون القدرة على التوحد والتضامن أو التحول في تنظيمات  
اجتماعية بصفاتهم كأفراد الجمهور.

**وجود اجتماعي غير مستقر في الزمان والمكان : Unstable social fixstance** عكس ما  
يرغب فيه أصحاب المؤسسات الإعلامية الذين يريدون جذب الاهتمام لأهمية الوسيلة التي تتوقف  
على حجم جمهورها .<sup>1</sup>

### 3.1 أنواع جمهور وسائل الإعلام

لم يتفق العلماء على حصر دقيق لأنواع الجماهير، واجتهد كل واحد على حسب اختصاصه في  
إيجاد أنماط وأنواع جمهور وسائل الإعلام، وحسب ما قدمه الدكتور **علي قسايسة** في أطروحته، فقد  
اعتمد الباحث "كلوس" في الستينيات من القرن الماضي لتحديد أنماط الجمهور التي حصرها فيما  
يلي:

<sup>1</sup> المرجع السابق ، ص 135 .

### ١,٣,١ الجمهور المفترض **Supposed audiences** :

هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عروض وحدة اتصالية أي اللذين يمتلكون الوسائل المادية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية لوسيلة معينة، لكل اللذين يمتلكون جهاز استقبال تلفزيوني أو اداعي يشكلون الجمهور المفترض لهما، وجمهور الصحيفة يقاس غالبا بعدد نسخ السحب والمبيعات، أما جمهور الصحيفة الالكترونية المفترض فهم اللذين يتوفرون على جهاز كمبيوتر واشتراك دوري في الانترنت .

### 2.3.1 الجمهور الفعلي **Effedive Sudiene** :

هم مجموع الأشخاص اللذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل المواظين على مشاهد تلفزيوني معين، والمستمعين المداومين على حصة إذاعية، أو قراءة صحيفة خاصة، المشتركون، زوار موقع الكتروني سجل حضورهم بمجرد النقر **clik** على الرابط **link**<sup>١</sup>.

### 3.3.1 الجمهور المستهدف **Exposed Audience** :

هو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقى فعلا الرسالة الإعلامية بغض النظر عن إدراكها و عن الموقف الذي سيتخذه منها ، فهناك من أفراد الجمهور اللذين يستجيبون للرسالة هناك من يتجاهلونها، تبعا لتطبيقاتهم مع احتياجاتهم ومصالحهم المادية، واهتماماتهم الفكرية والإعلامية وقيمهم الروحية ومعتقداتهم الدينية<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup> علي قسايسة، مرجع سابق، ص 67 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص 78 .

### 4.3.1 الجمهور النشط Exposed Audience :

هو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسائل الإعلامية بالإيجاب، وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والحملات الانتخابية، أو بالسلب وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو على الأقل ضمان حياده .

فيما يفضل باحثون التمييز بين نوعين اثنين من الجمهور وهما:

"الجمهور العام لوسائل الإعلام والاتصال والجمهور المتخصص".<sup>١</sup>

### 5.3.1 الجمهور العام لوسائل الإعلام:

هو نوع الجمهور المتلقي الذي ينتمي إلى معظم أفراد الجمهور، والفرد في هذا الجمهور العام لوسائل الاتصال غير متجانس وأكثر حجماً، متباعدين في المكان وأحياناً في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية اجتماعية، ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة للقضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية، ويعتبر الجمهور الديمقراطية، فهو يتميز بوجود جماعة نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلاله عرفه **ديوي** على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة.<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> المرجع السابق، ص 79 .

<sup>٢</sup> كامل خورشيد ، مرجع سابق ، ص 319\_320 .

### 6.3.1 الجمهور الخاص لوسائل الاتصال :

يتكون من الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة، أو التوجه الذي يدفع الأفراد ذوي اهتمامات ومصالح معينة في صحيفة وول ستريت جورنال **Wall stette journal** فإنهم عادة ما يكونوا متجانسين خاصة اذا وضعت بعين الاعتبار الاهتمام الاقتصادي على الأقل ومن ثم فهذا الجمهور بعيد متخصص من حيث الاهتمام بالاقتصاديات.<sup>1</sup>

### 7.3.1 الجماهير public :

مصطلح الجماهير أكثر شيوعا واستعمالا في الأدبيات المتداولة في الدراسات الإعلامية والثقافية الشعبية العادية للإشارة إلى الجمهور العريض الذي تستهدفه غالبا وسائل الإعلام، إن المصطلح يحمل دلالات معقدة ومتناقضة تبعا للسياقات الاجتماعية والثقافية حيث مازال الاعتقاد سائدا أنه يحمل معان سلبية وأخرى ايجابية.<sup>2</sup>

### 4.1. نظرية الاستخدامات والاشباع

تختلف المسميات التي تطلق على مدخل الاستخدامات والاشباع فهناك من يطلق عليها نموذج وهناك من يرتقون بها إلى مرتبة النظرية في حين يفضل البعض وهم الأقلية تسميته باسم نظرية المنفعة

<sup>1</sup> علي قسايسة، مرجع سابق، ص81.

<sup>2</sup> فواز منصور الحليم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص65.

حيث ترتبط نظرية الاستخدامات والاشباع بمفهوم -الوظيفية الفردية - ويهتم هذا المفهوم بالنظر لوظائف وسائل الإعلام الجماهيري من وجهة نظر الجماهير بالتركيز على احتياجاتهم ودوافعهم من تعرضهم لتلك الوسائل .<sup>1</sup>

إن البحث حول استعمال وسائل الإعلام والاتصال تحت عنوان الاستعمالات والرضا أو الاستخدامات والاشباع جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل بدلا ماذا تفعل الوسائل بالجمهور وقد ارتبطت البدايات الأولى لهذه البحوث بالدراسات الامبريقية لتأثير الوسائل .

يعود استخدام هذه النظرية ل**ياهو كاتز** عندما تناولها في ورقة بحثية عام 1959 .<sup>2</sup>

تعرف هذه النظرية بأنها "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذي يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة".<sup>3</sup>

تعني نظرية الإشباع أن الأفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل الإشباع لرغبتهم حاجاتهم الكامنة الداخلية حيث أن الأفراد والجمهور هم الذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبون فيه وان دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات والرغبات فقط .<sup>4</sup>

يذهب **ادلستين وزملائه** إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات والاشباع كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية ويضفي هذا النموذج صفة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري وإنما يختار

<sup>1</sup> مديحة حيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة ماجستير في الدعوة والإعلام، كلية علوم اجتماعية وإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2009/2010 ص 34 .

<sup>2</sup> فضيل دليو، الاتصال، دار الفجر، القاهرة، 2003، ص30 .

<sup>3</sup> مرزوق عبد الحاكم العادلي ، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات والاشباع ) دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2004 ، ص 109 .

<sup>4</sup> فواز منصور الحكيم ، سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، ط 1 ، 2011 ، ص 172 .

الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها ونوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة .<sup>1</sup>

يعكس هذا النموذج الفروض الأساسية التي تقوم عليها النظرية والتي يمكن تلخيصها في الأتي:

١- إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية و الفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجه لتحقيق أهداف معينة<sup>٢</sup>.

٢- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه و حاجاته، و كذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام، و من ثم فهو قادر على تحديد اختيار المضمون الذي يلي حاجاته.

٣- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.

4 - تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتنوعة .

وتسعى نظرية الاستخدامات والاشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف تتمثل في

السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل الذي تشبع حاجاته وتوقعاته .

شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا

التعرض التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم العملية الاتصال الجماهيري<sup>٣</sup> كما تركز هذه النظرية على مجموعة من العناصر تمثل محور النظرية وهي :

الجمهور النشط .

<sup>١</sup> حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط1 ، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1988، ص221 .

<sup>٢</sup> محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص30.

<sup>٣</sup> حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره ، ص 241 .

الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام .

دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام .

توقعات الجمهور من استخدام وسائل الإعلام .<sup>١</sup>

### النقد الموجه لنظرية الاستخدامات والاشباع

إدعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على هذا فهو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث أن هناك عوامل اجتماعية تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.

إن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية، التي يتم فيها القياس، وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة. إن المدخل لم يفرق بين الاشباع التي يبحث عنها الجمهور، والاشباع التي تحققت عند المشاهدة، علماً أن هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض له . لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث أنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.

عدم الاتفاق على مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع .

دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الانترنت، وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها .<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر، عمان، ط 1، 2011، ص 89

<sup>٢</sup> منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 206 .



بإسقاط محتوى هذه النظرية على موضوع دراستنا فإن الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك له دور كبير وتأثير بالغ في تحديد الاتجاهات السياسية والمشاركة السياسية، حيث تتعرض هذه الفئة من الطلبة إلى مضامين تتقارب ووجهات نظرهم، واهتماماتهم نحو مختلف القضايا والأحداث السياسية، سواء كانت محلية وطنية، أو دولية، بغرض تشكيل مواقف واتجاهات ومعرفة الاستخدامات السياسية التي تهدف إلى إشباع رغباتهم واحتياجاتهم.

### 2. الاستخدامات السياسية

#### 1.2. مفهوم علم السياسة

اشتقت كلمة سياسة Politics من اللغة اليونانية من كلمة بولس وتعني الدولة المدنية City\_State وكان يقصد بها القلعة في قلب المدينة بأكملها متضمنة ساكنوا الضواحي الذين يشاركون في سياسة تلك المدينة وأعمالها.

استخدمت عبارة السياسة بشكل عام لتعني الدراسة المنظمة لمعاملات الدولة عن طريق تطبيق الطرق العلمية على الوقائع اليومية، وبشكل أدق يعتبر الكثير من الباحثين علم السياسة، دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها والوظائف التي تقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشأت من أجلها، ولكن لا ينبغي الاختلافات في تحديد مفهوم السياسة.

إن مجال علم السياسة معقد لكون يرتبط بحياة المجتمع سواء كان مجتمعا بدائيا أو متطورا.

يرجع هذا التعقيد في كون علم السياسة يبحث في ماهية القوة التي تأخذ لها صورة السلطة والتي يفترض وجودها في البحث في كيفية عملها وتصرفها والأرضية الاجتماعية الاقتصادية والثقافية التي ستندد عليها.<sup>1</sup>

## 2.2. تطور علم السياسة

أصبحت الجامعات تعترف بعلم السياسة كعلم أو فرع من العلوم الاجتماعية والإنسانية منذ نهاية القرن التاسع عشر، وترسخ هذا الاعتراف بإنشاء كل من المدرسة الحرة للعلوم السياسية في باريس عام 1872 ومدرسة لندن لعلم الاقتصاد والسياسة وقد تأكدت أهمية هذا العلم باعتماده كمادة لتدريس في الجامعات الأوروبية بصفة عامة والجامعات الأمريكية بصفة خاصة.

أدى وجود عوامل عديدة للاهتمام بعلم السياسة وقد اقترن ذلك الاهتمام بالمزيد من الاتجاه نحو الدراسة الاستقرائية لمختلف الظواهر السياسية، كالأحزاب السياسية والرأي العام وجماعات الضغط للمصالح وغيرها خاصة في الولايات المتحدة حيث غلبت فيها النزعة المنهجية لدراسة الوقائع الجزئيات إلى درجة أحدثت تطورا منهجيا جديدا جعل علماء السياسة فيها يتبنون نظريات جديدة ظلت دراسة النظريات السياسية التقليدية غالبا في أوروبا إلى أن تأثر العلماء والمفكرين السياسيين في أوروبا بالمنهج الاستقرائية والتحليلية الأمريكية مما أحدث تحول تدريجي لصالح الاتجاه.

<sup>1</sup> جبار علاوي، الاتصال السياسي، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 9.

ظلت النظرة السائدة إلى علم السياسة إلى ما قبل الحرب العالمية الثانية على أنه فرع من فروع العلوم الاجتماعية والإنسانية التي تهتم على وجه ما بالحياة السياسية وأنه ليس هناك ميدان خاص للمعرفة ينفرد به علم السياسة انطلاقاً من أن جميع العلوم الاجتماعية والإنسانية تتناول السياسة .  
أي أن النظرة لعلم السياسة أو العلوم السياسية كانت تؤكد العلاقة بين علم السياسة والعلوم الاجتماعية دون أن نعترف له بموضوع خاص يتفرد به دون سائر العلوم الاجتماعية.

إلا أنه عقب انتهاء الحرب العالمية الثانية وما نتج عن تلك الحرب من ظواهر سياسية لم تكن موجودة من قبل وانقسام العالم إلى كتلتين وقيا كيانات دولة جديدة ، كل هذه العوامل أكدت أهمية لعلم السياسة وفتحت الباب للبحوث السياسية والدراسات المستقلة، وأعطت لعلم السياسة أبعاداً جديدة تبرزه عن العلوم الأخرى .<sup>1</sup>

### 3.2. التنشئة السياسية

يعتبر مفهوم التنشئة السياسية مفهوماً حديثاً، نسبياً، إذ أنه ظهر للوجود بعد الحرب العالمية الثانية بعد انحصار الاستعمار الغربي وحصول معظم الدول على استقلالها، وظهور التكتلات العالمية العسكرية والسياسية مثل الكتلة الغربية ومثلها الشرقية ومن ثم كتلة دول عدم الانحياز، فبدأت كل دولة تعمل جاهدة على استقرار نظامها السياسي، تغرس ما تؤمن به من أفكار ومبادئ في نفوس أبنائها فان مفهوم التنشئة السياسية مفهوم كبير لا يتناسب مع الطفولة التي لا يتسنى لنا أن تقدم لها مفاهيم عملية إلا من خلال اللعب والنشاط .

أهمية التنشئة السياسية تظهر جلية اليوم في الصراع المحتدم بين النظام السياسي ومؤسسات المجتمع المدني فكل طرف يسعى إلى الهيمنة أو التأثير على قوات التنشئة السياسية للحفاظ على استقرار النسق السياسي، وإخفاء طابع المشروعية على نفوذهم وسلطتهم فهم يسعون جاهدين للتحكم والتأثير على قنوات التنشئة السياسية بدءاً من المدرسة، التعليم الرسمي، وانتهاءً بوسائل الإعلام مقابل

<sup>1</sup> مرجع سابق ، ص 34\_35 .

ذلك تسعى القوى الأخرى وخصوصا في المجتمعات المنقسمة ثقافيا أو سياسيا بشكل حاد إلى خلق ثقافة سياسية معاكسة وذلك بعد نفوذها إلى قنوات التنشئة السياسية.<sup>1</sup>

كما تعرف على أنها عملية للتفاعل الاجتماعي التي يتم من خلالها تكييف الفرد مع بيئة الاجتماعية، بحيث يصبح عضوا معترفا به ومتعاوننا مع الآخرين .

يعرفها البعض على أنها تلك العملية التي يكتسب الفرد من خلالها ثقافة ومعايير جماعته في السلوك الاجتماعي، وهي عملية لا تحدث لفترة معينة ثم تتوقف، ولكنها مستمرة وتمتد عبر الأجيال أي أن هناك اتجاهين للنظر إلى مفهوم التنشئة السياسية .

### الاتجاه الأول:

ينظر إلى التنشئة على أنها عملية من خلالها يكتسب الفرد تدريجيا هويته الشخصية التي تسمح له بالتعبير عن ذاته وقضاء مطالبه بالطريقة التي تحلو له .

### الاتجاه الثاني:

ينظر إلى التنشئة على أنها عملية من خلالها يتم بمقتضاها تلقين المرء مجموعة من القيم والمعايير المستقرة في ضمير المجتمع بما يضمن بقائها واستمرارها .

يمكن أن نلخص من خلال ذلك إلى تحديد عناصر مفهوم التنشئة السياسية على النحو التالي :

١ . التنشئة السياسية ببساطة هي عملية لقيم واتجاهات سياسية وتقييم اهتمامات اجتماعية ذات دلالات سياسية .

<sup>1</sup> مختار بيمينه ، أثر الأحداث السياسية المشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على التلفزيون ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر، 2008، ص44 .

٢. التنشئة السياسية عملية مستمرة بمعنى أن الإنسان يتعرض لها طيلة حياته من الطفولة حتى الشيخوخة .

٣. تلعب التنشئة السياسية أدوارا رئيسية ثلاثة :

أ\_ نقل الثقافة السياسية عبر الأجيال .

ب\_ تكوين الثقافة السياسية .

ج\_ تغيير الثقافة السياسية .<sup>١</sup>

هنا العديد من الأنساق الاجتماعية والمؤسسات الاجتماعية المختلفة تقوم بهذا الدور(التنشئة السياسية) بالنسبة للفرد وتنوع وتتعدد الأدوات التي تلعب أدوارا رئيسية في عملية التنشئة، فتحت تأثير الأسرة والمدرسة وجماعات الرفاق وأدوات الإعلام يكتسب الفرد قيما ومعايير واتجاهات منها ما هو اجتماعي له آثاره السياسية، ومنها ما هو سياسي ومن بين أدوات التنشئة مايلي :

### الأسرة:

تعتبر الأسرة من أدوات التنشئة السياسية وأعظمها تأثيرا في حياة الأفراد فهي أول جماعة يعيش فيها الفرد، وهي التي تقوم بإشباع حاجاته البيولوجية وما يرتبط بها من حاجات سيكولوجية واجتماعية، خلال مراحل حياته الأولى، وهي التي تقوم بنقل إليه كافة المعارف والمهارات والاتجاهات والقيم التي تمكنه من أن يعيش حياة اجتماعية ناجحة.

<sup>١</sup> رواجي زريقة، أثر الثقافة السياسية على أداء النظام السياسي، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2013/2014، ص54.

لقد أكدت معظم الكتابات التي تناولت التنشئة على أن الأسرة هي أهم أدوات التنشئة نظرا لما لها من تأثير حلزوني يمتد ليطوق كل الأدوات الأخرى، مثل جماعات الرفاق، المدرسة والسلطة ووسائل الإعلام وغيرها.<sup>1</sup>

### المدرسة:

تقوم المدرسة بعملية التنشئة السياسية عن طريقتين :

#### أ/التثقيف السياسي:

يتم هذا التثقيف من خلال مواد معينة كالتربية الوطنية، التاريخ، وتهدف التربية الوطنية إلى تعريف التلميذ بحكومة بلده، تحديد السلوك المتوقع منه وزرع مشاعر الحب والولاء القومي في نفسه، وإلى تعميق إحساس الطالب بالفخر والانتماء القومي.<sup>2</sup>

#### ب/ طبيعة النظام المدرسي :

فالمدرسة وحدة اجتماعية لها طابعها بالفاعلية الشخصية وفي تحديد نظرته اتجاه البناء الاجتماعي القائم .

#### ج/ جماعات الرفاق :

تعرف جماعة الرفاق على أنها الجماعة التي بموجبها تتكون من أصدقاء الطفل اللذين يتقاربون في أعمارهم وهواياتهم، وجماعات الرفاق لها دور في التنشئة السياسية من خلال حث أعضائه أو الضغط عليهم ليعملوا وفق اتجاهات وأنماط السلوك السياسية التي تقبلها الجماعة، فالفرد يصبح مهتما بالسياسة أو متابعا للأحداث السياسية لان احد أو بعض رفاقه يفعلون ذلك .

<sup>1</sup> مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، ط 1 ، المؤسسة العربية الدولية للنشر، عمان، 2001، ص76.

<sup>2</sup> رواحي رزيقة ، مرجع سابق، ص 55 .

### د/ دور المؤسسات الدينية :

تقوم هذه المؤسسات الدينية بدور كبير في عملية التنشئة وذلك لما تتميز به من خصائص فريدة أهمها:

إحاطته بحالة من التقديس، والثبات والايجابية و ذلك من خلال تعليم الفرد والجماعة التعاليم الدينية المعايير السماوية التي تحكم سلوك الفرد .

إمداد الفرد بسلوكيات أخلاقه .

تنمية الضمير عند الفرد والجماعة .

توحيد السلوك الاجتماعي بين مختلف الطبقات الاجتماعية .<sup>١</sup>

### هـ / دور مؤسسات العمل :

تؤثر مؤسسات العمل في التنشئة من خلال ما يدور داخلها من علاقات واتصالات ومعاملات بين الرؤساء والمرؤوسين ، وبين العاملين في هذه المؤسسات مع بعضهم البعض، بحيث انه كلما كان الفرد أكثر هذه العلاقة بالود والتعاون والمشاركة في اتخاذ القرارات ، وفي تسيير المؤسسة، كلما كان الفرد أكثر للمشاركة خارج نطاق العمل، أما اذا اتسمت هذه العلاقة بالحقد والكراهية والتسلط كلما كان الفرد أكثر ميلا إلى السلبية واللامبالاة في داخل وخارج بيئة العمل .<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> المرجع السابق ص 56 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص 56 .

و/ دور الأحزاب السياسية :

تقوم الأحزاب السياسية بدور كبير في عملية التنشئة السياسية من خلال غرس قيم ومفاهيم ومعتقدات سياسية لدى الفرد ، وذلك بهدف توجيه الأفراد وجهة سياسية معينة تتفق مع هذه الأحزاب، وتقوم الأحزاب من خلال هذا الدور من خلال ما تقدمه من معلومات، وما تمارسه من تأثيرات على الآراء والقيم والاتجاهات السلوكية للجماهير ، مستخدمة في ذلك كل ما تملك من وسائل اتصال بالجماهير سواء كانت هذه الوسائل جماهيرية كالراديو، والتلفزيون، الصحف الكتيبات النشرات، أو وسائل الاتصال المباشر كالندوات والمؤتمرات والمحاضرات والمناقشات والمقابلات التي ينظمها الحزب من اجل الوصول إلى أكبر قطاع ممكن من الجماهير ، وتقوم الأحزاب بعمل مزدوج في عملية التنشئة السياسية وذلك من خلال دعم ثقافة سياسية السائدة وخلق ثقافة سياسية جديدة.<sup>١</sup>

و/ دور وسائل الإعلام :

تؤدي هذه الوسائل من صحف ومجلات واذاعة وتلفزيون دورا هاما في عملية التنشئة السياسية اذ تزود الفرد بالمعلومات السياسية وتشارك في ترسيخ قيمة السياسة، وفي المجتمعات المتقدمة تنشر الوسائل الإعلامية على نطاق واسع وتقوم هذه الوسائل بنقل المعلومات عن قرارات وسياسات النخبة الحاكمة إلى الجماهير، ونقل المعلومات عن مطالب وردود أفعال الجماهير إلى النخبة وهذا التدفق المستمر للمعلومات من أعلى إلى أسفل وبالعكس من شأنه العمل على تأكيد قيم الثقافة السياسية السائدة.<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> مولود زايد الطيب ، مرجع سابق ، ص 89 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص 89 .



هناك أربع مجالات للتنشئة السياسية وهي:

**الثقافة السياسية:** ما يتعلمه الفرد من معلومات، بهدف تنمية المفاهيم السياسية ومعرفة الحقوق والواجبات، والقيم والمعايير والتوجهات للتكيف مع المجتمع.

**مهارات التفكير السياسي:** يقصد بها تنمية قدرة الفرد على استخدام المهارات العقلية، في وصف وتفسير وتحليل وفهم الظواهر والمعلومات والحقائق السياسية، والقدرة على استخدام التأييد والمعارضة.

**الاتجاهات السياسية:** وهي قدرة التنشئة على تكوين وبلورة اتجاهات سياسية لدى الفرد، تساعد على تحديد موقفه إزاء الأشخاص أو الموضوعات أو الأحداث السياسية.

**مهارات المشاركة السياسية:** قدرة التنشئة على تنمية مهارات لدى الفرد مثل الاتصال بالآخرين والتعاون معهم وتعلم فن الحوار السياسي، أو التفاوض، والقدرة على الإقناع والتأثير في الآخرين.<sup>1</sup>

#### 4.2. المشاركة السياسية .

لقد قدمت تعاريف متعددة ومختلفة لمفهوم المشاركة السياسية لتباين معظمها بسبب الزاوية التي يركز من خلالها على الاهتمام بصورة وبأخرى من صور المشاركة السياسية.

فالمشاركة السياسية من منطلق المقاربة انثيمولوجية يقتضي الاقتراب توضيح المقصود بمصطلح المشاركة السياسية بصفة عامة تمهيد الطرح مفهوم المشاركة السياسية.

فالمشاركة السياسية تعني أي عمل تطوعي من جانب المواطن بهدف التأثير على اختيار السياسات العامة وإدارة الشؤون العامة أو اختيار القادة السياسيين على أي مستوى حكومي أو قومي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رواحي رزيقة ، مرجع سابق ، ص 60 .

<sup>2</sup> صبع عامر، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999\_2004 ،رسالة ماجستير في العلوم السياسية ، كلية العلوم السياسية ، الجزائر ، 2007\_2008 ، ص 14 .

تجمع مؤلفات (المشاركة السياسية) علم الاجتماع السياسي على أن المشاركة هي جهود مشتركة للأفراد والجماعات لتحقيق الحاجات الضرورية إلا أنها تختلف في تحديد أسس وأسباب اشتراك هذه الجهود، فالبعض اعتمد على فكرة التنظيم الرسمي المبني على التخطيط المسبق للأهداف، والآخر اعتمد على الجانب الشخصي والنفسي للمشاركة باعتبارها تعاون قائم على الشعور المشترك بالمسؤولية التعريف الممتاز بالمشاركة في مجال علم الاجتماع ذلك الذي يحددها بالسلوك الرسمي أو غير الرسمي المنظم أو العفوي للأفراد والجماعات من أجل القيام بمجموعة من النشاطات الأنشطة التي تهدف إلى تحقيق الصالح العام وتحقيق المشاركة للأطراف، التي تتبنى هذا السلوك نوع عن الإشباع والرضا، وذلك من خلال الوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها.

يمكننا تحديد معنى المشاركة بأنها منح المواطنين فرص متساوية لتحديد طبيعة نظام الحكم والمساهمة في تقرير مصير بلادهم سياسيا واقتصاديا واجتماعيا على النحو اللذين يرغبون الحياة في ظلّه، ومنه تبليور المشاركة السياسية من خلال ثلاثة مظاهر أو خصائص هي :

أ/ **الفعل** : ويقصد به الحركة النشيطة والفعالة للجماهير لتحقيق هدف أو عدة أهداف معينة.

ب/ **التطوع**: ويقصد به أن يقوم المواطنين بعملية المشاركة طوعا واختيارا منهم، في انجاز أهداف وقضايا مجتمعتهم بعيدا عن أي لون من ألوان الضغط والإكراه .

ج/ **الاختيار**: ونعني إعطاء الحق للمشاركين بتقديم المساندة والتعزيد للعمل السياسي والقادة السياسيين في حالة تعارض العمل السياسي والجهود الحكومية مع مصالحهم وأهدافهم وانطلاقا من هذه التعريفات التي قدمت حول مفهوم المشاركة السياسية يمكن لنا تقسيمها إلى أربعة أنواع هي:

### ١. المشاركة الاجتماعية

على أنها تلك الأنشطة التي تهدف إلى التغلب على بعض المشكلات العلمية اليومية وتسهم في تحقيق قدر من التضامن والتكافل بين أعضاء المجتمع وذلك في مجالين أساسيين<sup>١</sup>.

### ٢. المشاركة الاقتصادية

هي مشاركة الجماهير في مشاريع التنمية الاقتصادية وذلك بالمساهمة في وضع قراراتها وتمويلها وتنفيذها، كما تعني الأنشطة التي تقوم بها الجماهير لدعم الاقتصاد القومي مثل: دفع الضرائب الرسوم وغيرها، كما قد تعني أن يقوم الفرد بضبط إنفاقه، بحيث يكون استهلاكه في حدود دخله وبما يسمح له بوجود فائض على الدوام بدعم الاقتصاد الوطني، مع توفر درجة الوعي تجعله يقاطع التجار اللذين يغالون في رفع الأسعار أو يحجبون سلعا معينة عن المستهلكين.

### ٣. المشاركة في الحياة الإدارية

يذهب البعض إلى اعتبار هذا النوع من المشاركة يظهر في الإدارة المحلية وذلك من خلال إتاحة الفرصة للمواطنين في اتخاذ القرارات السياسية التي تمس مصالحهم الذاتية، بما يحقق الصالح العام للدولة، ذلك أن نظام الإدارة المحلية يقدم للمواطنين نوعين من المشاركة هما : المشاركة في التعبير عن وجهة نظر الجماعة المحلية .

المشاركة في التقديم الفعلي للخدمات<sup>٢</sup>.

<sup>١</sup> المرجع السابق، ص 19 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص 20 .

#### ٤. المشاركة السياسية

تعني تلك الأنشطة التي يقوم بها المواطنين بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرارات السياسية التي يتخذونها.

أصبحت المشاركة السياسية تمثل موضوعاً محورياً من موضوعات علم السياسة وذلك انطلاقاً من عدة اعتبارات وبصفتها تمثل إسهاماً حقيقياً في انشغال المواطنين بالمسائل السياسية داخل نطاق مجتمعه سواء كان هذا الانشغال يتم عن طريق التأييد أو الرفض.

اتفق الكثير من الكتاب أن المشاركة السياسية تعبر عن أنشطة وأعمال تستهدف اختيار الحكام التأثير في القرارات الحكومية، وصنع السياسة العامة، فيعرفها "فيربا" و"كيم" بأنها تشير إلى الأفعال القانونية التي يقوم بها مواطنون نحو التأثير على اختيار الأفراد المحكومين أو الأفعال التي يقومون بها. أما "بيرنيشن" فيعرف المشاركة السياسية بأنها مجال تلك الأنشطة التي تأتي في فترة الانتخابات التي بواسطتها يحاول المواطنون التأثير على القرارات الحكومية التي تتعلق بالمشكلات التي تهمهم<sup>١</sup>.

#### ■ أهمية المشاركة السياسية :

تعد المشاركة السياسية شرطاً أساسياً لبناء المجتمع الديمقراطي بل إن نمو الديمقراطية وتطورها إنما يتوقف على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب وطبقاته وجعلها حقوقاً يتمتع بها كل فرد في المجتمع.

ترجع أهمية المشاركة السياسية التأثير الكبير سواء على صعيد أفراد المجتمع السلطة أو السياسة العامة فهي :

تساعد على تحقيق الشروط الاجتماعية والثقافية لتحقيق خطط التنمية المختلفة.

<sup>١</sup> المرجع السابق، ص 21.

تسهم في زيادة ارتباط الأفراد بالنظام وأهدافه، وترفع من شأن الولاء والتأثير والمسؤولية وتحسن الفاعلية، وترفع من مستوى الأداء وتحقق التكيف الاجتماعي .

تخلق المشاركة السياسية الجادة والمهادفة معارضة قوية وبالتالي تساعد على تدعيم الممارسة الديمقراطية ترسيخها .

تؤدي إلى تنمية التصرفات المسؤولة لدى الفرد من حيث إدراكه لتكامل المصالح الخاصة والعامية . تعد مصدر رئيسيا لرضا الفرد عن ذاته ، فالمشاركة لها وظيفة التعبير عن الحرية الشخصية واكتماها وعن طريقها يفرغ الأفراد شحناتهم النفسية والعاطفية والسلوكية اتجاه الأمور السياسية بممارسة فعلية تشعرهم بالطمأنينة وبالقدرة على متابعة مجريات الحياة السياسية<sup>1</sup>.

## 5.2. الثقافة السياسية

إن الحديث عن السياسة وأنظمة للحكم يعود إلى عهود قديمة ، فان العامل الثقافي كان أحد أهم العوامل في دراسة السياسية منذ نشوء هذا العلم، إلا أن مفهوم الثقافة السياسية يعد أحد أهم المفاهيم نسبيا في أدبيات علم السياسة بصفة عامة، ولقد كان العالم السياسي الأمريكي **الموند** له الأولوية في استخدامه في مقال عام 1956 بعنوان **Compatie Poli tical Stayms** ولم تعرف دراسات الثقافة ازدهارا إلا في أواخر الخمسينيات وبداية الستينيات، حيث تمت استعارة هذين المفهومين من العلوم الاجتماعية مثل :علم الأنثروبولوجيا وعلم النفس .

كما أدت التطورات التقنية في تلك الفترة والمتعلقة بتقديم أدوات البحث وجمع البيانات إلى انتشار هذه الدراسات، ومنه ظهرت عدة محاولات لتحديد مفهوم الثقافة السياسية، وتختلف هذه المعاني الدلالات، بحيث يركز علماء الاجتماع على جوانب أخرى تلاؤم اهتماماتهم واتجاهاتهم، كما يختلف المفهوم من بلد إلى آخر يتفق مع تقاليد وتجارب ذلك البلد في الحكم والسياسة، فشرء منتوج ما يعني التصويت، لكن حسب هذه النظرية ( الثقافة السياسية ) يمكن الاستغناء عن صفة السياسة بهذا

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 19 .

المنظور، ولكن هناك من يعتبرها أنماط من التوجه نحو العمل السياسي، فمنهم تالكوت بارسونز، الذي يرى أن الثقافة السياسية هي استعدادات مسبقة للفعل أو السلوك لكن هذا المفهوم يدع جانبا للتساؤل حول الذي يعد سياسيا<sup>1</sup>.

تتكون الثقافة السياسية من عدة عناصر هي :

١. القيم : وهي تصورات إدراكية واضحة مميزة للفرد أو الشخصية أو لجماعاتها

يتم عن طريقها الاختيار بين البدائل وهي التي تقود سلوك الفرد للتعبير بطريقة غير

شرعية عن الفعل الاجتماعي .

فضلا عن هذا التعريف فقد أورد علماء الاجتماع سمات أساسية للقيم من أهمها :

إن القيم تمثل الإطار المرجعي للضبط الاجتماعي في المجتمع .

أنها تحدد سلوك الأفراد وردود أفعالهم المتوقعة .

أنها تحدد التأثير المتلائم للمواقف المشتركة للأفراد المجتمع أما الأبعاد التي يمكن

تحديدها للقيم هي :

إنها مفهوم يحتوي على عنصر معرفي .

من حيث كونها مرغوب فيها فهي تحتوي على عنصر انفعالي .

من حيث تأثيرها في الانتقاء فهي تحتوي على عنصر نزوعي .

٢. المعايير : وهي قواعد السلوك العادي وعناصر أساسية لتحديد الأدوار الاجتماعية لأنها

تضع التوقعات والمجال الذي يمارس فيه دوره، وهي تعكس قيم المجتمع الأساسية .

<sup>1</sup> قرادري حياة ، الصحافة والسياسة ، طاكسيم كوم للدراسات والنشر والتوزيع ، 2008 ، ص31 .

٣. **المواقف** : وهي اتجاهات الشخص نحو المؤسسات أو الأشياء تعبيرا عن تفضيلات أو

تقييم ذلك الشخص، إنها حالات ذهنية تستنتج من السلوك بما فيه الشفهي، لأنه يمكن ملاحظته مباشرة

4. **الاتجاهات** : يشير الاتجاه إلى تنظيم لعدد من المعتقدات حول موضوع معين، وهي عادة ما

ترتبط بموقف محدد، أو بموضوع بالذات ولهذا تجد عددها كبيرا جدا مقارنة بالقيم التي يقلل عددها.<sup>١</sup>

### أنواع الثقافة السياسية

إن الثقافة السياسية ليست واحدة عند كل الأفراد المنتمين للنظام السياسي فحسب **الموند فيرجا** كل ثقافة سياسية تتضمن عناصر محلية وعناصر الخضوع وعناصر المشاركة ومنه قدم الباحثان تصنيف لأنواع الثقافة السياسية وهي :

**الثقافة السياسية المحلية** : وتوجد مثل هذه الثقافات في المجتمعات البسيطة التي لا تخصص فيها ولا عمق في فهمها للوضع السياسي أو الحكم وأساليبه أو النظام السياسي وتركيبه بدقة ووعي، حيث يقوم الفرد بأداء الأدوار المتعددة في الوقت نفسه، فلا توجد أدوار وظائف سياسية متخصصة بمعنى أن يقوم رئيس المجتمع القبلي، شيخ القبيلة مثلا بأداء أدوار سياسية، دينية، اجتماعية دون تميز واضح بين هذه الأدوار .

**الثقافة السياسية التابعة أو الخاضعة** : هي تلك الثقافة التي يكون لدى الأفراد فيها تصور عام عن النظام السياسي دون أن يكون له التأثير على قراراته رغم أنه قد يعارضون أو يؤيدون لكن غالبا ما يكون موقفهم سلبي لأنهم يحسون بأنهم عاجزون وغير قادرين على التأثير أو التغيير أو توجيه هذا النظام الموجه الذي يروونه مناسب.<sup>٢</sup>

<sup>١</sup> سليم بوسقيعة ، الثقافة السياسية ودور الإعلام في تنميتها ،مجلة الباحث الاجتماعي ،العدد 11 ، كلية العلوم الاجتماعية ، قسنطينة ، 11 مارس 2015 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق ،ص 38 .

في مثل هذه الثقافة يكون الفرد عادة مدركا للنظام السياسي ومخرجاته ومدخلاته ودور الذات في هذا النظام ، فالفرد يدرك دوره في النظام السياسي ويعرف حقوقه وواجباته وثيق لكفاءته وقدرته على التأثير في الحياة السياسية ويفسر دوره أنه ايجابي وفعال في العملية السياسية، ويصاحب مشاعر أحاسيس معينة اتجاه النظام ومكوناته، وهذا إلى جانب نوع معين من التقييم والحكم على نظام مكوناته .

هذه التوجهات قد تكون سلبية أو ايجابية بمعنى أن الشعور وتقييم للفرد للنظام السياسي بجوانبه المختلفة قد يتراوح بين القبول والرفض ويعد هذا النوع حسب **ألموند وفيرجا** بمثابة النمط المعزز لبناء الديمقراطية إنما هي للدول التي تمتاز بانتشار وسيادة قيم الثقافة السياسية المشاركة .<sup>1</sup>

## 6.2. الاتجاهات السياسية

يعرف الباحث الاتجاهات السياسية بأنها الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي التي يحصل عليها المفحوص على مقياس الاتجاهات السياسية والذي يتكون من أربعة أبعاد رئيسية وهي: المحافظة الليبرالية، الراديكالية، والفاشية .

**المحافظة :** وتعني الميل إلى التمسك والاحتفاظ بالأوضاع التقليدية في الشؤون الدينية والسياسية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، ويتمثل ذلك في التمسك بالقديم ومعارضة الجديد، والتمسك بحرفية العقائد والنصوص الدينية، وتقديس التراث الاجتماعي والثقافي للأجداد .

**الليبرالية :** ( التحريرية ) أحيانا تستخدم الليبرالية كتعريف أو مصطلح التحريرية كترجمة، وعموما يستخدم المصطلحات كمترادفين: وتعني الميل إلى الاهتمام بالحقوق الطبيعية والعامة والأساسية للإنسان والتي منها احترام حرية الفكر والعقيدة والتسامح واستغلال الإرادة والقدرة على الاختيار حرية الانتخاب، والترشيح والتعبير الحر عن الآراء والحرية في التقبل الجديد وتغيير القديم والتعايش السلمي، وضمنان مستوى المعيشي لائق للإنسان، واحترام الملكية الخاصة وحرية التجارة والإنتاج

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 39 .



المنافسة، دون قيود خارجية مثل: سيطرة الدولة على نواحي الحياة، وينطبق المفهوم على ميادين كثيرة أهمها الاقتصاد والسياسة<sup>١</sup>.

**الراديكالية:** وتعني الميل إلى التغيير الجذري أو الثوري والإصلاح الكلي للأوضاع السياسية الاقتصادية الاجتماعية الظالمة للإنسان للقضاء على علاقات الاستغلال وتحقيق الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج التوزيع العادل لعائد الإنتاج، كما يضمن مصالح الجماهير المقهورة والفقيرة والطبقات الكادحة.

**الفاشية:** وتعني الميل إلى الخضوع الأعمى للسلطة والطاعة المطلقة لرموزها من أجل عظمة وسيادة الدولة والتصرف باستعلاء واحتقار نحو الأجناس الأخرى شعوباً وجماعات، والاعتقاد بأن الأقوياء المتفوقين والأكفاء ينبغي أن يضطلعوا بالمسؤولية وسيطرون على الضعفاء<sup>٢</sup>.

للاتجاهات دور محوري في حياة الإنسان، ويكاد يكون من المستحيل أن يكون هناك إنسان بغير اتجاهات معينة يؤمن بها ويتحمس لها ويدافع عنها، وينمي استقرارها وثباتها في داخله لتصبح مكوناً من مكونات شخصية كما أن هناك اتجاهات أخرى يرفضها بضراوة وعنفوان، وثالثة لا يتحمس لها لا يؤمن بها ومن الممكن ألا تحتل عنده أي اهتمام أو تهيؤ نفسي.

يعد الاتجاه متغيراً وسطياً وتكويناً فرضياً لع ثلاث مكونات فرعية وهي مكونات متصلة متفاعلة فيما بينها وهذه المكونات هي:

المكون الوجداني: وهو يشير إلى الشعور أو الاستجابة الانفعالية التي يتخذها الفرد إزاء موضوع معين.

المكون المعرفي: وهو يشير إلى الجانب الذي يشمل معتقدات الفرد وأفكاره عن موضوع معين.

المكون النزوعي: ويتضمن جميع نزعات الفرد السلوكية إزاء موضوع معين (إيجابية أو سلبية).

<sup>١</sup> عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي - العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عين الشمس، فلسطين، 2010/2011، ص5.

<sup>٢</sup> المرجع السابق، ص5.

فالاتجاه أسلوب منظم مستق في التفكير والشعور ورد الفعل تجاه الناس والجماعات والقضايا الاجتماعية أي حدث في البيئة ومعنى هذا أن مكونات الاتجاه الرئيسية هي الأفكار والمعتقدات المشاعر والانفعالات .<sup>1</sup>

### 3. الفيسبوك كفضاء للتواصل الاجتماعي

#### 1.3. نشأة وتطور الفيسبوك

يعتبر الفيسبوك من الشبكات الاجتماعية التي يعتمد عليها الويب (2،0) أنشأت شبكة الفيسبوك في فبراير عام 2004 من قبل Mark Zuckevbevغ في بادئ الأمر على طلبة جامعة هارفارد واتسعت الشبكة فيما بعد لتضم الطلبة الكنديين والاروبيين الحاصلين على عنوان الكتروني في مجاله edu<sup>2</sup>

قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيسبوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكو فيرتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكان رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفارد كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آبي ليح وجامعة ستانفورد ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي ثم طلبة المدارس الثانوية وأخيرا أي شخص يبلغ من العمر 13 عاما فأكثر، يضم الموقع حاليا أكثر من 360 مليون مستخدم على مستوى العالم .

أثار الكثير من الجدل حول موقع الفيسبوك على مدار الأعوام القليلة الماضية فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران، كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من الجهات العمل لإنشاء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة

<sup>1</sup> ياسر علي محمود عودة ، المشاركة السياسية ( الاتجاه والممارسة وعلاقتها بالمسؤولية الاجتماعية ، وتأثير الأفراد لدى الطلبة ) ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، فلسطين ، 2014/2013 ، ص16 .

<sup>2</sup> وهيبه غواري، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات ، ط 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2014 ، ص190 .

كذلك، مثلت الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها زوار الموقع وكثيرا ما تمت تسوية هذا الأمر من طرفي النزاع.<sup>1</sup>

كما يواجه موقع الفيسبوك العديد من الدعاوي القضائية من عدد من رفاق زوكربيرج للسابقين الذين زعموا أن الفيسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى .

تاريخ الموقع انطلق كنتاج غير متوقع عن موقع " فيس ماش " التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot ov not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار الموقع للشخص الأكثر جاذبية قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء كان زوكربيرج يقوم بإنشاء مدونة كل إحدى الفتيات يحاول التفكير في القيام بأمر ما فان موقع فيس ماش استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاحة بجانب بعضها البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية وكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فانه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقد قام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي " إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث العديد من الكليات الأخرى " ورد على لسان زوكربيرج في مدونته الشخصية، يستطرد زوكربيرج قائلاً " ولكن هناك أمر واحد مؤكد وهو إنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر " سرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديدين لوحداث الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي.<sup>2</sup>

لكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد، وقد قامت إدارة الجامعة باتهام زوكربيرج بحرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

<sup>1</sup> صلاح عبد الحميد ، الإعلام الجديد ، أطفالنا للنشر والتوزيع ، ط55 ، الجزائر، ص 227.

<sup>2</sup> صلاح عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 228.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام **زوكربيرج** بتأسيس موقع فيسبوك على نطاق **the facebook.com** وتحديدًا في 4 نوفمبر من عام 2004 وقد أدلى **زوكربيرج** بتصريح لجريدة هارفارد كريسون قائلاً " لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذ في جامعة هارفارد أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط ."

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كوليج أقدم كليات جامعة هارفارد خلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة .

بعد فترة وجيزة انضم كل من **ادوارد سافوين** المدير التنفيذي للشركة وادستين موسكو فيتيز (مبرمج) وأندرو ماكولام ( رسام جرافيك ) و**كريس هيوز** إلى **زوكربيرج** لمساعدة في تطوير الموقع وفي شهر مارس 2004م، فتح الفيسبوك أبوابه أمام جامعة ستانفورد وكولو مياويل .

بعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات المدينة بوسطن وجامعة آلفي ليج وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات<sup>1</sup>، كندا والولايات المتحدة الأمريكية .

في شهر يونيو من عام 2004 م، تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة **THE** من اسمها بعد شراء اسم النطاق **facebook.com** عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 وهو ما أشار إليه **زوكربيرج** بالخطوة المنطقية التالية وخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة إلى الانضمام للموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد بين الشركات من بينها : شركة ( أبل المندجة ) وشركة مايكروسوفت وفي سبتمبر من عام

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 230 .

2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح .

في أكتوبر من عام 2008 م أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك أن اتحاد مدينة دبلين عاصمة أيرلندا مقرا دوليا له <sup>1</sup>.

انطلق الفيسبوك بسرعة وقوة متقطعتي النظر ، حيث استطاع التميز على المواقع الاجتماعية الأخرى بما قدمه لمشركيه من تطبيقات وغيرها <sup>2</sup>.

### 2.3. خصائص الفيسبوك

عادة ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي " فيس بوك " و "ماي سبيس " أو لكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصص فموقع " ماي سبيس " يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة html و CASCADING ، GSS ، "style skeets" بينما يوفر موقع فيسبوك إمكانية استخدام يتضمن الفيسبوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات .

سمة Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصية لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة لهذا المستخدم .

سمة poker أو النكرة التي تتيح للمستخدمين من إرسال فكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

سمة photos أو الصورة التي تمكن للمستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 231 .

<sup>2</sup> ليلى أحمد جزار، الفيسبوك والشباب العربي، ط 1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 51 .

سمة statu أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي .

الجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية في يوليو من عام 2007، أتاح الفيسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط ، الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط .

بمرور الوقت، بدأ الفيسبوك في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع ففي 6 سبتمبر 2006 ، تم الإعلان عن سمة NEWS FEED أو التعددية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث يقوم بتميز بعض البيانات مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد والخاصة بأصدقاء المستخدم .

في بداية الأمر أثارت هذه السمة حالة من الأشياء بين مستخدمي الفيسبوك حيث اشتكى البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب بها ، بينما عبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية مثل التغيرات التي تطرأ على علاقاتهم الأحداث المختلفة والمحادثات التي يتبادلونها مع الآخرين .

من أشهر التطبيقات على موقع الفيسبوك تطبيق photos حيث يمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع .

يوفر الفيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي " فوتو باكيت " " فليكر " الذين يضاعفون جدا لعدد الصور التي يسمح للمستخدمين بتحميلها .

في الماضي كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على صور للألبوم الواحد وعلى الرغم من ذلك فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء ألبومات جديدة للصور يصل إلى 200 صورة.<sup>1</sup>

### 3.3. إحصائيات عن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

يعد موقع الفيسبوك واحد من أهم المواقع التشبيك الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط إنما أصبح قاعدة تكنولوجية.<sup>2</sup>

وصل عدد المشتركين في موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك خلال سنة واحدة من انطلاق الموقع إلى 64 مليون مشترك وذلك من سبتمبر 2002 إلى سبتمبر 2007 .

بينما وصل عدد مشتركيه حسب إحصائية بتاريخ ( أبريل 2012 ) إلى قرابة 901 مليون مشترك في العالم بعدما كان 800 مليون نهاية عام 2011 وهي آخر إحصائية تم نقلها عن طريق العربية نت 26 جويلية 2013 أعلن مارك زوكربيرج بأنه تخطي حاجز المليار مستخدم فقط وصل إلى 1,15 مليار مستخدم نشط شهريا .

أشير نحو الإحصائيات الجديدة التي تم رصدها في المنطقة العربية بعد أحداث الربيع العربي حسب تقارير أنفوجرافيك يوضح آخر إحصائيات شبكة الفيسبوك في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا لعام 2012 .

حيث قام الموقع يجمع هذه المعلومات مع نهاية نوفمبر 2012 بناء على الموقع، ارتفع عدد المستخدمين في المنطقة العربية بنسبة 29 % منذ بداية عام 2012 ، ما يعادل تقريبا 10 مليون

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 234\_237 .

<sup>2</sup> عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد والوسائل والتطبيقات ، الشروق ، 2008 ، ص 28 .

مستخدم جديد، وأن أسرع هذه الدول انتشارا وتوسعا في الاستخدام هي دولة قطر، حيث زادت نسبة 115 % تليها ليبيا بارتفاع 86 % ثم العراق بزيادة 81 %<sup>١</sup>.

أما السعودية تعد ثاني أكبر دولة عربية على الفيسبوك ، بعد مصر يوجد بها 5,9 مليون مستخدم 22,2 % من عدد السكان ، بعد أن كان عدد المستخدمين 5,2 مليون مستخدم .

ذلك بتاريخ سبتمبر 2012 ومن ثم خلال كتابة هذه المقالة، انخفض العدد وأصبح 5,7 مليون مستخدم لكن مازالت زيادة عدد المستخدمين خلال شهرين يعتبر نصف مليون كبير نوعا ما .

أما على صعيد الفئة العمرية في استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك فقد شكلت الفئة العمرية 18\_24 عام النسبة الأكبر من بين باقي الفئات العمرية ، حيث تبلغ 36 % تليها فئة 25\_34 عام بنسبة 32 % ، ويشك الذكور النسبة الأعلى من المستخدمين بنسبة تعادل 65 % بينما الإناث فيمثلون 35 % .

أظهرت إحصائية جديدة قام بها موقع pingdom أن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك هو الأكثر زيارة في العالم، بواقع 836,7 مليون زيارة شهريا<sup>٢</sup>.

### 4.3. ايجابيات وسلبيات الفيسبوك

يعد الفيسبوك واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية وقد اكتسب هذا الموقع شعبية كبيرة في كافة أرجاء العالم، وانضم إليه الأشخاص على اختلاف أعمارهم وأجناسهم وجنسياتهم نظرا لما وجدوا فيه من فوائد ومقدرة رائعة على التواصل بين البلدان المختلفة ونجد من بين هذه الفوائد والايجابيات :

<sup>١</sup> رأفت مهند عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، البترا ، الأردن ، 2012/2013 ، ص42 .

<sup>٢</sup> المرجع السابق ، ص 43 .



انه عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن التحول فيها مجانا.<sup>1</sup>

موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك يوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة .

يعد موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي .

يمكن التواصل الاجتماعي فيسبوك التواصل مع مرتديه من خلال الهواتف النقالة وتكوين

صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشة الهواتف .

موقع الفيسبوك مفتوح للجميع ، للأساتذة الجامعية ، وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من

مختلف الفئات العمرية .

يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجانات ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية.<sup>2</sup>

يمكن موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك من تكوين ألبومات الصور الخاصة بالاشتراك وعائلته

أصدقائه ويكون متاح للأصدقاء الآخرين للاطلاع عليها .

يوجد في موقع الفيسبوك آلاف الألعاب لتسلية بإمكان اللعب فيها منفرد أو ضمن مجاميع من

الأصدقاء .

<sup>1</sup> مريم نيرمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ، دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الخضر، باتنة ، الجزائر ، 2012/2011 ، ص54 .

<sup>2</sup> علاء الدين محمد عصيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي ، القاهرة ، 2015 ، ص166\_167 .

من إيجابياته أنه لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله فالخبر يمكن قراءته على الفيسبوك.<sup>1</sup>

### سلبيات الفيسبوك

الفيسبوك لديه سلبيات وأخطار على مستعمليه ونجد منها ما يلي :

يتيح هذا الموقع للمستخدمين فرصة لمعرفة خصوصيات الآخرين والاضطلاع على أسرارهم وتحركاتهم . يساهم هذا الموقع في انتحال صفة الغير للدخول على الموقع بأسماء مستعارة وصورة وهمية لتحقيق مكاسب مادية أو اجتماعية أو لجلب مشكلات أو لتلوين سمعة بعض الأفراد أو الاحتيال بين الناس أو حتى التجسس لتعرف على أحوال الدول العربية والإسلامية من خلال مواطنهم.<sup>2</sup>

## 4. الاستخدامات السياسية لوسائل الإعلام

### 1.4. علاقة الإعلام بالسياسة

عندما نتحدث عن العالقة الموجودة بين الإعلام والسياسة نتطرق هنا إلى مفهوم الإعلام السياسي الذي حاول فيه بعض الباحثين أن يبرهن أنه يمكن فهم الحياة السياسية وتفسير ظواهرها من خلال العملية الإعلامية كوظيفة اتصالية تمثل عصب الحياة السياسية، فالإعلام السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي وسياسته الخارجية والقرارات يجب أن تتخذ على أساس المعلومات جديدة ومناسبة وهي تكون كذلك اذ حصلنا عليها بواسطة أداة الإعلام جديدة تعبر عن الواقع الذي نريده تماما بالحقائق التي نحتاجها، دون تشويه أو تحريف، أي اذ ما استخدم الحكام قوات اتصال جديدة

<sup>1</sup> محي الدين إسماعيل ، محمد الدين ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين ، ط 1 ، مكتبة الوفاء القانونية ، جامعة القاهرة ، 2015 ، ص 464 .

<sup>2</sup> صلاح مصطفى قاسم ، التحديات الأمنية للحكومة الالكترونية ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، 2003/2002 ، ص 19 .

وفعالة تنقل إليهم نبض الجماهير وتطلقها وآرائها واتجاهاتها الحقيقية، وتنقل للمواطنين تعليمات وأمر للحكام بدقة لتواصل بين الحكام والمحكوم جيدة أهداف معينة وهي :

### التثقيف السياسي :

اذ تحرص أنظمة الحكم وعلى الخصوص الشمولية منها التي تخضع لسلطة مركزية ( حكم فردي أو حكومات العرب الواحد) وعلى الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية لهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضية معينة قد تكون إيديولوجية اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة.<sup>1</sup>

### التأثير في اتجاهات الرأي العام :

حيث تعمل أنظمة الحكم على استخدام وسائل الاتصال من أجل توجيه الرأي العام وتحديد مواقفه السائدة لسياستها وبرامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية ومحاولة إضعاف ظاهرة الرفض المعارضة لهذه السياسات وحتى تعمل أي حكومة لكفاءة يتوجب أن توفر درجة ملائمة من الاتصال بينها وبين القاعدة بحيث يتم طرح القرارات بعد الوقوف على توجهات الرأي العام من خلال رصده في وسائل الإعلام، وجمع المعلومات من خلالها وأن يتم ذلك من خلال خبرات فنية متخصصة في تحليل المعلومات الواردة والتغذية الراجعة بصورة خالية من التحريف والتشويش .

### التسويق السياسي :

هو محاولة عرض أفكار والمواقف على الجمهور المتلقي عبر وسائل الإعلام بهدف تسويقها والتسليم بها وهنا فان السياسيين في عملهم هذا إنما يشبهون في عرض أفكارهم أصحاب المتاجر حيث يعرضون سلعهم بطريقة جذابة ومؤثرة على الجمهور بهدف الترويج لها وبيعها ولا بد من التأكيد على أن مقدرة السياسيين في عرض أفكارهم ومواقفهم هي التي تحكم مدى نجاح والإخفاق في قبول

<sup>1</sup> مجد الهاشمي ، الإعلام الدبلوماسي والسياسي ، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن ، عمان ، 2009 ، ص 70\_71 .

الجمهور بما يطرح عليه ويستخدم التسويق السياسي عادات في الحملات الانتخابية للمواقع السياسية المرشحون لهذه المواقع القيادية والاستعانة بمكاتب متخصصة في مجال الإعلام والدعاية السياسية لتصميم برنامجها الانتخابي.<sup>1</sup>

### الأحداث السياسية وبناء الأطر الإعلامية :

إن الأحداث الفعلية في العالم هي أمر أساسي كما نعرف في بناء الأخبار على الأقل تلك الأحداث التي يعمل الصحفيون على تغطيتها إعلامياً وان النسخ الحديثة الراديكالية من نظرية البناء الاجتماعي توحى بذلك ضمناً طالما أن الأحداث لا تملك معنى متصلاً بذاتها و أن مثل هذا المعنى يتم إنشاؤه من خلال العمليات الاجتماعية .

الواقع يؤكد بالفعل أن الصحفيين والإعلاميين لديهم قائمة طويلة من المفاهيم المسبقة حول الصراعات السياسية و أن مثل هذه التوقعات لها تأثير هام على عملية بحثهم عن المعلومات اللازمة والعملية النهائية لإنشاء الأخبار وذلك فان الصحفيين لما يرونه يستجيبون له ويسمعون عنه في الميدان السياسي ويبحثون عن طرية أفضل للسرد.<sup>2</sup>

كما أن الإعلام السياسي يلعب دوراً هاماً في حل الأزمات السياسية فيقوم الإعلام السياسي بمحاولة الدفاع أو الهجوم الإعلامي باستخدام كافة وسائل الإعلام من صحف واذاعة وتلفزيون ندوات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 71 .

<sup>2</sup> غلام خالد السرور ، وسائل الإعلام والصراعات السياسي ، ط 1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2012 ، ص 67 .

<sup>3</sup> محمد أبو سمرة ، الإعلام السياسي ، دار الراية للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2011 ، ص 115 .

#### 2.4. الإعلام السياسي والأنظمة السياسية

هناك علاقة وطيدة بين الإعلام السياسي والعملية السياسية بصفة عامة، فوسائل الإعلام تعتبر حلقة وصل بين الجماهير والنظام الحاكم صانع القرارات وهي التي تسهم بالدرجة الكبرى في نجاح أو فشل النظام السياسي من خلال الوظائف والأنشطة السياسية التي تقوم بها .

إن الخبراء والباحثين في مجال الإعلام والسياسة يؤكدون على أن العملية الاتصالية تحتوي على أربعة عوامل هي : مصدر وقناة ومستلم ورسالة ، فوضع المصدر المركز الذي يشغله هو الذي يحدد العلاقة بين الإعلام والنظام السياسي ومحتوى الرسالة هو الذي يحدد الأمر، والقناة المستخدمة هي التي تتيح العلاقة بين النظاميين .

يؤكد ديفيد استين أن النظام السياسي هو مجموعة من التفاعلات التي تحدث في مجتمع والتي يتم من خلالها عملية تخصيص دائرة متكاملة ذات طابع ديناميكي تبدأ بالمدخلات وتنتهي بالمخرجات مع قيام التغذية الاسترجاعية بالربط بين المدخلات والمخرجات، ويتكون النظام السياسي لدى ديفيد استين من أربعة عناصر أساسية :

#### المدخلات :

تنبع من البيئة ومن النظام نفسه وهي عبارة عن الضغوط التي يتعرض لها النظام السياسي وتدفعه إلى النشاط والحركة وتنقسم هذه المدخلات إلى مطالب سيتقبلها النسق من نظام الإعلام وجماعات المصالح والأحزاب والمساندة والدعم الذي تتلقاه تلك المطالب حيث يعتمد النظام في استمراره إلى الحد الأدنى من الولاء والمساندة .

#### عملية التحويل :

هي بمثابة غريزة وانتقاء المطالب من قبل النظام التشريعي والتنفيذي ففي الوقت الذي يتم فيه التغيير عن عدد كبير من مطالب لا يتحول من تلك المطالب إلى قرارات إلا عدد قليل نسبيا .

المخرجات :

هي السياسات والقرارات التي تتعلق بالتوزيع السلطوي للموارد أي أنها نتاج عملية التحويل التي تتم داخل النظام بفعل المدخلات والمخرجات .

التغذية المرتبة :

هي ما يعني تدفق المعلومات من البيئة إلى النظام السياسي عن تأثير قراراته وسياساته فهي تربط المدخلات بالمخرجات في عملية مستمرة المخرجات فهي بمثابة رد فعل للمدخلات وهذه بدورها تؤثر بالمخرجات <sup>١</sup>.

النظام السياسي وفق لرؤية ديفيد استين يقوم على شبكة اتصالية واسعة تربط المدخلات وبمؤسسات التحويل وبالمخرجات ورجع الصدى ، وهذه العملية الدائرية هي ما وضعها استين وتعرف بالنموذج المتدفق للنظام السياسي وفيه نجد العملية السياسية كتدفق مستمر ومتداخل للسلوك وتعتبر هذه العملية ضرورية لبقاء النظام حيث تنقل الآثار القرارات والسياسات التي يتخذها النظام على مدخلاته من تأييد ومطالب مما يجعل النظام قادرا على المصفي في سلوكه السابق أو تعديله وهذه العملية تعتمد في المقام الأول على نظام الإعلام السياسي <sup>٢</sup>.

3.4. أهمية الإعلام السياسي .

تزايدت أهمية الإعلام السياسي في العصر الحالي بشكل كبير اذ بات ضرورة من ضروريات الحياة المعاصرة، فالإعلام السياسي يعتبر سلطة قادرة على التأثير والتغيير، اذا فهو يمارس دورا مميزا وفعالا في التوعية السياسية للمجتمع وبوسائله المختلفة من صحف واذاعة وتلفزيون ووسائل الكترونية جديدة أخرى، اذ يقوم بتعزيز ونجاح الوعي السياسي والاجتماعي وتدعيم القيم السياسية والمشاركة السياسية

<sup>١</sup> جبار علاوي، مرجع سابق، ص 136 .

<sup>٢</sup> نفس المرجع ، ص 137 .

وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي ويساعد في إحداث تغيير جذري في حياة المجتمع ، ويتميز بقدرة فائقة في عملية التنشئة السياسية وتكوين ثقافة سياسية بالتالي حصول المشاركة السياسية خاصة عندما يكون الإعلام منظما ويسير وفق سياسة إعلامية محكمة ، وتبرز أهمية الإعلام السياسي خلال أوقات الحرب والسلم والانتخابات والحملات السياسية في المجتمعات المتقدمة اذ يقوم بدور رئيسي في نقل وتدقيق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجمهور وأيضا نقل مشكلات وطموحات الجماهير وتصوراتهم إلى النخبة السياسية<sup>1</sup>.

#### 4.4. الوظائف السياسية لوسائل الإعلام

نجد أهم الوظائف السياسية لوسائل الإعلام تكمن في :

**وظيفة المراقبة :** ويمكن دراستها على مستويان:

أ/ **وظيفة المراقبة الإعلامية على مستوى العام :** وتعني أن وسائل الإعلام لا تمدنا فقط بالمواد الإعلامية ، ولكنها تلعب دورا أساسيا في المجتمع ، إنها تصنع الكثير في برنامج العمل السياسي كما أنها تساعد على تحديد المطالب السياسية التي تثار، وأي هذه المطالب لها فرصة الإرضاء أيها سوف يؤجل أو يهمل والآن وسائل الإعلام تقوم بأبرز المسائل التي تكون محل اهتمام فإن وظيفة المراقبة العامة للبيئة وظيفية سياسية فهي تقوم بتغطية الأحداث .

ب/ **أما المراقبة على المستوى الخاص :** فإن وسائل الإعلام تأثيرا واضحا على المواطن العادي بمنزلة عينه أو أذنه على العالم المحيط به، فوسائل الإعلام تخبر المواطن بأخبار وأحداث، كما تقوم وسائل الإعلام بنقل الأخبار التي تؤكد أن النظام السياسي يعمل لمواجهة الأزمات المتجددة الأخطار المفترضة .

<sup>1</sup> جبار علاوي ، مرجع سابق ، ص 149 .

الوظيفة التفسيرية : تقوم وسائل الإعلام بتفسير واقع الأحداث، ووضعها في سياقها العام وتوقع نتائجها، إذ أن التفسير المختار يؤثر على النتائج السياسية التالية، ومنه فالإصلاحات التي تستخدمها الصحافة لإيضاح نقطة أو تشخيصها أو وصف الفاعل السياسي هامة في تشكيل الآراء وتطورها .

الوظيفة الإخبارية : قديما عهدت القبائل البدائية لبعض الأفراد ومراقبة الظروف المحيطة بهم وتحيطهم علما بالأخطار المحدقة، يسمى هؤلاء بحارس البوابة وهذه الوظيفة تقوم بها في المجتمع المعاصر وسائل الإعلام .<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> مجد الهاشمي ، مرجع سابق ، ص73 .



## خلاصة الفصل النظري

باتت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد والجماعات، في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية، السياسية، وساعدت في التعرف والربط بين هذه الجماعات المختلفة من هذا المنطلق حاولنا من خلال هذا الفصل التعمق في محاولة معرفة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي فيسبوك كنموذج، حيث قمنا في هذا الفصل بالتعرض إلى ماهية جمهور وسائل الإعلام وأنواعه وخصائصه، وصولاً إلى نظرية الاستخدامات والاشباع بعد ذلك انتقلنا إلى الاستخدامات السياسية حيث أشرنا إلى مفهوم علم السياسة وتطوره مروراً بالتنشئة السياسية والمشاركة السياسية، الثقافة السياسية، وأخيراً الاتجاهات السياسية، بعد ذلك قمنا بتسليط الضوء على الفيسبوك كفضاء للتواصل الاجتماعي حيث أشرنا فيه نشأة الفيسبوك وتطوره مروراً بخصائصه وإحصائيات عن تطور استخدامه وصولاً إلى إيجابياته وسلبياته .

كما أشرنا في هذا الفصل إلى الاستخدامات السياسية لوسائل الإعلام والعلاقة المختلفة القائمة بين الإعلام والسياسة في هذا المجال .



الجانب التطبيقي

## تمهيد

سنتناول في هذا الفصل الإطار الميداني للدراسة والذي سنتطرق من خلاله إلى التعريف بعينة الدراسة المعتمد عليها، كما سندون بيانات الاستمارة التي قمنا بجمعها ميدانيا وعرض النتائج وذلك من خلال تحليلها وتفسيرها، بعد عرضها في جداول إحصائية، كما سنقوم بمناقشة النتائج وفق المقاربة العلمية وأهداف الدراسة والدراسات السابقة، وصولا إلى النتيجة العامة للدراسة استنادا على المقاربة العلمية وأهداف الدراسة والدراسات السابقة

### 1.1. التعريف بعينة الدراسة

عرفنا العينة العشوائية الطبقية فيها يقسم المجتمع إلى طبقات معينة بموجب مواصفات معروفة تؤخذ وحدات من كل طبقة للحصول على عينة مؤلفة من مجموع هذه الأجزاء فهي تختار في حالة واحدة هي تجانس جميع أفراد المجتمع الأصلي<sup>1</sup>.

العينة الطبقية هي العينة العشوائية التي تمثل فيها طبقات المجتمع بأعداد تتناسب مع حجمها وتتطلب هذه الطريقة معرفة مسبقة بالمجتمع وطبقاته وعدد من متغيراته كما تتطلب عملية تصنيف تحتاج إلى بعض الوقت والجهد<sup>2</sup>.

### 2.1 عرض وتحليل الجداول

جدول رقم (1) يمثل عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
62 %	62	ذكر
38 %	38	أنثى
100 %	100	المجموع

<sup>1</sup> عايد عبد الحق، عبد الرحمان عدس، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساسه، ط14، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2012.

<sup>2</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

تبين الأرقام والنسب الواردة أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس ويتضح من خلاله أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث والتي تقدر بنسبة 62 % بمعدل 62، بينما تقدر نسبة الإناث ب 38 % بمعدل 38 أنثى، وهذا راجع إلى طبيعة العينة وطريقة توزيعها.

جدول رقم(2) يمثل عينة الدراسة حسب التدرج .

سنة التدرج	التكرار	النسبة
ليسانس	23	23 %
ماستر	77	77 %
المجموع	100	100 %

تبين الأرقام والنسب الواردة أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى التدرج ويتضح من خلاله أن أقل نسبة تقدر ب 23 % بمعدل يقدر ب 23 لطلبة الليسانس، لتسجل أعلى نسبة لطلبة الماستر ب 77 % بمجموع تكرار يقدر ب 77، وتفسر ارتفاع لدى طلبة الماستر مقارنة بالليسانس إلى محاولة لإعادة بحث التخصص الذي يتجه إلى الزوال خلال السنوات الأخيرة نظرا لعدم إقبال الطلبة على هذا التخصص .

جدول رقم ( 3 ) يمثل امتلاك الحاسب الآلي الشخصي لعينة الدراسة .

امتلاك مبحوثين لحاسب آلي شخصي	التكرار	النسبة
نعم	84	84 %
لا	16	16 %
المجموع	100	100 %

تبين الأرقام والنسب في الجدول أعلاه امتلاك الحاسب الآلي الشخصي من طرف عينة الدراسة، ويتضح من خلال الجدول أن 16 % من أفراد العينة لا يمتلكون الحاسب الآلي الشخصي وهذا

بمجموع تكرار يقدر بـ 16، لتقدر بذلك أقل نسبة تليها بعد ذلك نسبة 84% عن أفراد العينة الذين يمتلكون الحاسب الآلي الشخصي، ويتضح من خلال الجدول أن عينة الدراسة تمتلك حاسب الآلي الشخصي بأعلى نسبة مسجلة بـ 84% مقارنة بالعينة التي لا تملك نسبة 16%، ويرجع هذا الارتفاع إلى أن طلبة العلوم السياسية يعتمدون على تكنولوجيا الاتصال الحديثة في حياتهم اليومية سواء في الجانب الدراسي أو المهني، ويرجع 16% إلى عدم امتلاكهم الحاسب الآلي لعدم قدرتهم المادية على اقتناء الحاسب الآلي الشخصي عكس العينة التي تمتلك الحاسب الآلي، ويعزز الباحث رأفت مهند عبد الرزاق نتائج الدراسة التي توصل في دراسته إلى أن 79,6 من أفراد عينة الدراسة لطلبة جامعة العراق يمتلكون جهاز حاسب آلي وبناء على هذا يمكن القول أن أغلبية الطلبة لديهم جهاز حاسب آلي شخصي، وهذا يعود إلى فوائده وإيجابيته العديدة أنه كونه يخدمهم ويساعدهم في التواصل والاحتفاظ بالعديد من الملفات وتخزينها وهناك من يرى أنه مهم في حياته ولا بد من اقتنائه، لذلك نجد الأغلبية لديهم حاسب آلي شخصي .

جدول رقم (4) يمثل امتلاك الحاسب الآلي الشخصي لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكور	الجنس
			امتلاك الحاسب الآلي الشخصي
النسبة	النسبة	النسبة	
84%	34%	50%	نعم
16%	34%	12%	لا
100%	38%	62%	المجموع

تمثل النسب الواردة أعلاه امتلاك الحاسب الآلي الشخصي حسب عينة الدراسة لمتغير الجنس، حيث يتضح من خلال الجدول أن نسبة الإناث التي لا تملك الحاسب الآلي الشخصي تقدر بـ 16% بينما تقدر عند الذكور بـ 12%، أما عينة الدراسة التي تمتلك الحاسب الآلي فبلغ 34% من طرف الإناث ونسبة 50% لفئة الذكور، لتسجل بذلك أعلى نسبة من طرف الذكور كما قدرت في الجدول بـ 50% ويفسر هذا بأن فئة الذكور هي أكثر امتلاك واستعمالاً لتكنولوجيا الاتصال

المعلومات الحديثة وهذا راجع إلى الميل الكبير من طرف الذكور في الميل نحو مسايرة ومواكبة التكنولوجيات الحديثة .

جدول رقم(5) يمثل تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	التزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت
71 %	71	نعم
29 %	29	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت لعينة الدراسة، ويتضح من خلال الجدول أن عينة الدراسة التي لا تمتلك حاسب آلي مزود تقدر بنسبة 29 % مقابل نسبة 71 % من العينة التي تمتلك تزويد بشبكة الأنترنت لتمثل بذلك أعلى نسبة من حيث تزويدها بشبكة الأنترنت ويرجع ارتفاع تزويد عينة الدراسة بشبكة الأنترنت إلى الاعتماد الكبير على الشبكة في إنجاز البحوث العلمية إضافة إلى الميل الكبير نحو امتلاك ومواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الاتصالات كما يرجع إلى انخفاض ثمن الاشتراك والدفع وهذا ما يعززه الباحث رأفت مهند مع نتائج دراستنا أين توصل إلى أن طلبة جامعة العراق تستخدم شبكة الأنترنت وهو ما يتوافق مع نتائج الجدول المسجل أعلاه .



جدول رقم(6 ) يمثل تزويد الحاسب الآلي الشخصي لشبكة الأنترنت لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكور	الجنس
			تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت
% 71	% 24	% 47	نعم
% 29	% 14	% 15	لا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت حسب الجنس (النوع) من طرف عينة الدراسة، ويتضح من خلاله أن نسبة الإناث غير المزودة بشبكة الأنترنت تقدر بـ 14 % مقابل 15 % من فئة الذكور، ونسبة 24 % مزودة من الإناث بالشبكة في مقابل 47 % من فئة الذكور ويتضح من الجدول أن كلا من النوعين يعتمدان على شبكة الأنترنت في كونهم طلبة يعتمدون عليها كمصدر مهم في الدراسة والأبحاث العلمية، وحسب الجدول أعلاه يتبين أن فئة الذكور هي أكثر تزويد بشبكة الأنترنت بنسبة تقدر بـ 47 % مقابل الإناث بـ 24 % ويمكن إرجاع نسبة هذا الارتفاع على أن الذكور هم أكثر اهتماما بتكنولوجيا الحديثة إضافة إلى قدرتهم المادية إلى دفع الاشتراك بالشبكة، ولقد عزز الباحث رأفت مهدي عبد الرزاق نتائج دراستنا أين توصل أن طلبة جامعة العراق تستخدم شبكة الأنترنت بنسبة 78,5 % .

جدول رقم(7) يمثل امتلاك الهاتف النقال الذكي لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	امتلاك الهاتف الذكي
% 91	91	نعم
% 9	9	لا
% 100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه امتلاك الهاتف الذكي من قبل عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 9 % من أفراد العينة أجابوا ب لا بتكرار يقدر ب 9 تمثل بذلك أقل نسبة في الجدول، تليها نسبة 91 % للذين أجابوا بنعم بتكرار يقدر ب 91، لتسجل أعلى نسبة من طرف أفراد العينة كما يوضحه الجدول أعلاه، ويفسر هذا على أن عينة الدراسة تهتم باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة ومواكبته آخر التطبيقات الحديثة، ويعزز الباحث رأفت مهند عبد الرزاق ومسعود تخة و عميرات خالد أين توصلوا في نتائج دراستهم إلى أن عينة الدراسة تمتلك هواتف ذكية .

جدول رقم (8) يمثل امتلاك الهاتف الذكي لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	العينة
			امتلاك الهاتف الذكي
النسبة	النسبة	النسبة	
% 91	% 34	% 57	نعم
% 9	% 4	% 5	لا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه امتلاك الهاتف النقال الذكي لعينة الدراسة حسب متغير الجنس، ويتضح من خلاله أن نسبة الإناث التي أجابت ب لا تقدر ب 4 %، بينما بلغت نسبة الذكور ب 5 % لتقدر بذلك بأقل نسبة لكل النوعين، بينما بلغت نسبة الإناث ب 34 % التي تملك الهاتف الذكي في مقابل 57 %، ويتضح من خلال هذا الجدول أن كل من النوعين يمتلكان الهاتف النقال الذكي ويمكن إرجاع السبب إلى أن كلا الجنسين يهتم بامتلاك واستخدام التكنولوجيات الحديثة لوسائل الاتصال، ويوضح الجدول أيضا أن نسبة الذكور هي أكبر نسبة مسجلة حسب ما سجله الجدول ب 57 % في مقابل 34 % من الإناث ويفسر هذا على أن الذكور أكثر امتلاك للهواتف الذكية ويرجع إلى مستوى المعيشي والدخل الفردي لكلا النوعين حيث أن فئة الذكور هم أكثر قدرة على اقتناء الهواتف الذكية ماديا مقارنة بالإناث .

جدول رقم(9) يمثل تزويد الهاتف النقال الذكي بتقنية 3G لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	الجنس
			تزويد الهاتف بتقنية 3G
النسبة	النسبة	النسبة	
% 91	% 34	% 57	نعم
% 9	% 4	% 5	لا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه تزويد الهاتف الذكي بتقنية 3G من طرف عينة الدراسة حسب متغير الجنس ويتضح من خلال إجابات المبحوثين أن نسبة الإناث غير المزودين بتقنية 3G تقدر ب 4% مقابل 5% من الذكور، بينما تقدر عينة الدراسة التي تمتلك تقنية 3G ب 34%، وبلغت نسبة الذكور ب 57%، وحسب بيانات الجدول يتضح أن كلا النوعين مزود بتقنية 3G، ويبين الجدول أن الذكور هم أكثر تزويدا بتقنية 3G بنسبة 57% من الإناث التي تقدر ب 34%، ويفسر هذا على اختلاف مستوى الدخل لكل فرد واختلاف المستوى المعيشي، كما يرجع أيضا على أن الذكور لديهم القدرة المادية بالتزويد بتقنية 3G مقارنة بالإناث ويعزز الباحث رأفت مهند عبد الرزاق الذي توصل في نتائج دراسته أن 56,8% من أفراد العينة تمتلك هاتف نقال يدعم تطبيقات الأنترنت .

جدول رقم(10) يمثل عادات استخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	عادات استخدام موقع الفيسبوك
% 67	67	دائما
% 27	27	أحيانا
% 6	6	نادرا
% 100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه عادات استخدام موقع الفيسبوك حسب عينة الدراسة، ويتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين أجابوا ب نادرا تقدر بنسبة 6 % بمجموع تكرار يقدر ب6، تليها 27 % من أفراد العينة اللذين أجابوا ب أحيانا بمجموع تكرار يقدر ب27، و 67 % من أفراد العينة اللذين أجابوا ب دائما بمجموع تكرار يقدر ب 67 لتسجل بذلك أعلى نسبة مسجلة في الجدول أعلاه بنسبة 67 % من الطلبة اللذين يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم مقارنة ب 6 % نادرا ما يستخدمونه، وترجع ارتفاع هذه النسبة إلى إقبال الطلبة واهتمامهم بتكنولوجيات الحديثة في حياتهم بشكل يومي ، أصبحت وسائل الإعلام والاتصال ذات استعمال اجتماعي بشكل كبير حديثا، ويعزز الباحث عميرات خالد، وتخة مسعود نتائج دراستنا أين توصلت دراستهما إلى أن طلبة جامعة ورقلة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة تقدر ب40 % .

جدول رقم (11) يمثل عادات استخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	العينة
			عادات الاستخدام
النسبة	النسبة	النسبة	
67 %	24 %	43 %	دائما
27 %	11 %	16 %	أحيانا
6 %	3 %	3 %	نادرا
100 %	38 %	62 %	المجموع

يبين الجدول أعلاه عادات استخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن نسبة الإناث التي نادرا ما تستخدم الفيسبوك تقدر ب3 % ، مقابل 3 % أيضا من فئة الذكور التي نادرا ما تستخدم الفيسبوك بشكل نادر، تليها نسبة 11 % من الإناث التي أحيانا ما يستخدمونه مقابل 16 % من الذكور، تليها بعد ذلك نسبة 24 % من الإناث اللذين دائما يستخدمون الفيسبوك ، في حين تقدر النسبة عند الذكور اللذين يستخدمون الموقع بشكل دائم 43 يتضح من خلال الجدول أن كلا النوعين يستخدمان الفيسبوك بشكل يومي، ويبين الجدول أعلاه أن

الذكور يستخدمون بشكل دائم أكثر من الإناث بنسبة 43 % في مقابل الإناث بنسبة 24 % يمكن تفسير هذا بأن الذكور لديهم وقت فراغ أكثر من الإناث التي لديهم انشغالات أخرى .

جدول رقم ( 12 ) يمثل المدة الزمنية التي تستخدم فيها موقع الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	المدة الزمنية التي يستخدم فيها الموقع
20 %	20	أقل من سنة
34 %	34	من سنة إلى 3 سنوات
10 %	10	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
36 %	36	أكثر من خمس سنوات
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه المدة الزمنية التي تستخدم فيها عينة الدراسة موقع الفيسبوك، حيث يوضح الجدول أن عينة الدراسة التي تستخدم فيها الموقع من 3 سنوات إلى خمس سنوات تقدر 10 % بمجموع تكرار يقدر ب 10، لتمثل بذلك أقل نسبة، تليها بعد ذلك 20 % من أفراد العينة اللذين أجابوا أنهم يستخدمون موقع الفيسبوك بأقل من سنة بمجموع تكرار يقدر ب 20 و 34 % لأفراد العينة اللذين أجابوا من سنة إلى 3 سنوات وذلك بمجموع تكرار يقدر ب 34 تليها 36 % من أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال أكثر من خمس سنوات بمجموع تكرار يقدر ب 36 لأفراد العينة اللذين يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 5 سنوات، ويمكن تفسير الإقبال الشديد خلال الخمس سنوات الأخيرة في الجزائر إلى الاهتمام الكبير بتقنيات الاتصال الحديثة وتطور البنى التحتية لشبكة الأنترنت من قبل الحكومة، كذلك التنافس الشديد بين متعاملي الهواتف النقالة في تطوير وتحسين تقنية 3G للزبائن ومتعاملي الهواتف وتخفيض التسعيرة .

جدول رقم (13) يمثل الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة أثناء عملية التصفح .

النسبة	التكرار	الحجم الساعي
26 %	26	أقل من 2 سا
27 %	27	من 2 سا إلى 2 سا
13 %	13	أكثر من 2 سا
3 %	34	بدون تحديد
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة أثناء عملية التصفح عبر موقع الفيسبوك، ويبين الجدول أن أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال أكثر من 2 سا تقدر بنسبة 13 % بمجموع تكرار يقدر ب 13 ، وهي تمثل أقل نسبة، يليها 26 % لاحتمال أقل من 2 سا بمجموع تكرار يقدر ب 26 ، ونسبة 27 % لأفراد العينة اللذين أجابوا بأقل من 2 سا وذلك بمجموع تكرار قدر ب 26 ، أما نسبة 34 % من أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال بدون تحديد، وهذا بمجموع تكرار قدر ب 34 ، وهي تمثل بذلك أعلى نسبة، ويرجع السبب إلى الشعور بالمتعة أثناء استخدامهم للموقع والتفاعل الكبير بين الأصدقاء في التعبير عن آرائهم ومواقعهم واتجاهاتهم المختلفة عبر الصفحة ، مما يجعلهم لا يهتمون أبدا بأهمية الوقت المستغرق أثناء عملية التصفح، خاصة لما تحققه لهم الموقع من اشباعات مختلفة المحققة لديهم .

جدول رقم (14) يمثل الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة على الموقع أثناء عملية التصفح حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	الجنس
			الحجم الساعي
النسبة	النسبة	النسبة	
% 26	% 8	% 18	أقل من 2 سا
% 27	% 12	% 15	من 2 إلى 2 سا
% 13	% 7	% 6	أكثر من 2 سا
% 34	% 11	% 23	بدون تحديد
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه الحجم الساعي الذي تقضيه عينة الدراسة أثناء عملية التصفح حسب متغير الجنس، حيث يبين الجدول أن عينة الدراسة التي تستخدم موقع الفيسبوك أكثر من 2 سا تقدر بـ 7% عند الإناث، في مقابل ذلك تقدر عند الذكور بنسبة 6% تليها نسبة 8% لاحتفال أقل من 2 سا عند الإناث و18% عند الذكور، ونسبة 11% بدون تحديد عند الإناث، في مقابل ذلك 23% عند الذكور، أما نسبة 12% لأفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال من 2 إلى 2 سا، ومن خلال بيانات الجدول يتضح أن هناك تباين كبير بين النوع في الحجم الساعي الذي يقضيه كلا النوعين أثناء عملية التصفح، لتسجل بذلك أعلى نسبة عند الذكور 23% بدون تحديد أثناء عملية التصفح ويرجع هذا إلى عدم الاكتراث بالوقت وإعطائه أهمية نظرا للوقت الفراغ، و أيضا إلى التفاعل الكبير على صفحة الفيسبوك عند هذه الفئة عكس الإناث التي لها ارتباطات وانشغالات أخرى تجعل الحجم الساعي الذي يتعرض لهن محدد كما جاء في الجدول الذي سجل من 2 سا إلى 2 سا.

جدول رقم ( 15 ) يمثل عدد الأيام في الأسبوع لموقع الفيسبوك حسب استخدامه لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	عدد الأيام
32 %	32	كل الأيام
10 %	10	من 1 يوم إلى 3 أيام
11 %	11	من 4 إلى 6 أيام
47 %	47	حسب الظروف
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه عدد الأيام في الأسبوع التي تستخدم فيها عينة الدراسة موقع الفيسبوك، ويتضح من خلال الجدول أن عينة الدراسة التي أجابت باحتمال من 1 يوم إلى 3 أيام تقدر بنسبة 10 % نسبة 11 % من 4 إلى 6 أيام ، وتليها بعد ذلك نسبة 32 % باحتمال كل يوم وتسجل بذلك نسبة 47 % حسب الظروف محتلا بذلك أعلى نسبة مسجلة في الجدول، ويفسر ارتفاع هذه النسبة لمجتمع الدراسة حسب الظروف لأن عينة الدراسة لديها ربما العديد من الأسباب كون لديهم انشغالات أخرى غير الدخول إلى الموقع يوميا نجد هذه الانشغالات مثلا في الدراسة أو العمل وغيرهما ... أيضا ربما لعدم وجود التغطية يوميا لضعف التغطية خاصة في المناطق المنعزلة وأيضا هناك أيام يفضل أفراد العينة الدخول للموقع وأيام أخرى لا تسمح لهم لدخول الموقع لظروف تخصصهم في حياتهم، في حين نجد أقل نسبة ب 10 % من 1 يوم إلى 3 أيام هناك يمكن القول أن هذه الأيام فقط من خلالها أفراد العينة يدخلون للموقع كون الأيام الأخرى يكونون غير متفرغين أو عدم اهتمامهم بكثرة اللجوء إلى موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك .



جدول رقم (16) يمثل التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	التوقيت المفضل
17 %	17	صباحا
32 %	32	مساء
37 %	37	ليلا
14 %	14	كل الأوقات
100 %	100	المجموع

يمثل الجدول أعلاه التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك من طرف عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن 14 % من أفراد العينة أجابوا باحتمال كل الأوقات تليها 17 % من عينة الدراسة التي أجابت باحتمال صباحا بمجموع تكرار يقدر ب 17 % ، في حين أجاب 32 % من مجتمع الدراسة باحتمال مساء، لتسجل 37 % من أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال ليلا وحسب ما يوضحه الجدول فان أعلى نسبة سجلت للتوقيت المفضل لاستخدام من طرف الطلبة ليلا، وهذا بنسبة تقدر 37 % مقارنة بأقل نسبة سجلت 14 % حسب كل الأوقات، ويرجع ارتفاع استخدام موقع الفيسبوك ليلا لأنها الوقت الأنسب للتصفح حيث يتفرغ الطلبة ليلا، كون باقي الفترات يكون فيه الطلبة منشغلين في مقاعد الدراسة .

جدول رقم (17) يمثل التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك حسب التزويد بتقنية 3G لعينة الدراسة .

المجموع	غير مزود	مزود	تزويد الهاتف بتقنية 3G
			التوقيت المفضل
% 7	% 2	% 15	صباحا
% 32	% 5	% 27	مساء
% 2	% 2	% 35	ليلا
% 14		% 4	كل الأوقات
% 100	% 9	% 91	المجموع

بين الجدول أعلاه التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة حسب تزودهم بتقنية 3G حيث يوضح الجدول أعلاه أن عينة الدراسة المزودة بتقنية 3G تفضل استخدام موقع الفيسبوك كل الأوقات وهذا بنسبة تقدر بـ 14 %، ثم تليها بنسبة 15 % من أفراد العينة المزودين بتقنية 3G تفضل تصفح الموقع صباحا، وغير المزودة تفضل الاستخدام أيضا في الفترة الصباحية بنسبة 2 %، تليها نسبة العينة المزودة التي تفضل استخدام الموقع في الفترة المسائية نسبة 27 % في حين العينة الغير مزودة بتقنية 3G تفضل الاستخدام مساء بنسبة 5 % تليها نسبة 35 % من أفراد العينة المزودين بتقنية 3G اللذين يفضلون الاستخدام في الليل، أما أفراد العينة الغير مزودين فتقدر بـ 2 % من يفضلون استخدام الموقع ليلا، لتسجل بذلك أفراد العينة المزودين بتقنية 3G بنسبة 35 % يفضلون التصفح ليلا مقارنة بأقل نسبة مزودة بالتقنية التي تقدر بـ 15 % تفضل التصفح في الفترة الصباحية، ويرجع اشتغال الطلبة في الفترة الصباحية في دراستهم أو أعمالهم كون الفترة الصباحية من أجل العمل والنشاط ولا يستطيعون التفرغ لدخول إلى الموقع، عكس ليلا تجدهم يدخلون إلى الموقع في فترة الليل يكون لديهم فراغ في شتى المجالات ويجدون معظم أصدقائهم في الموقع وبالتالي

يتواصلون معهم وأيضا في فترة الليل يكون هناك هدوء وراحة البال وبالتالي يدخل أفراد العينة من أجل الترفيه والتسلية مع بقية الأصدقاء والتطلع على آخر مستجدات في موقع الفيسبوك .

جدول رقم ( 18 ) يمثل الاستخدام المفضل لموقع الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	الاستخدام المفضل
32 %	32	الردشة
40 %	40	الاطلاع على المنشورات
17 %	17	النشر
12 %	12	التعليق
100 %	100	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الاستخدام المفضل لموقع الفيسبوك حسب عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن 12 % من إجابات المبحوثين تفضل استخدام موقع الفيسبوك من أجل التعليق وهي تقدر بأقل نسبة وذلك بهدف المناقشة، تليها بعد ذلك إجابات عينة الدراسة التي تستخدم موقع الفيسبوك من أجل النشر وهذا بنسبة 17 %، أما احتمال الردشة فجاء بنسبة 17 %، أما احتمال الاطلاع على المنشورات فجاء بنسبة 40 %، ومن خلال هذا الجدول تبين أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك من أجل الاطلاع على المنشورات بنسبة تقدر 40 % مقارنة بأقل نسبة سجلت ب 12 % من أجل التعليق، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى أن طلبة العلوم السياسية يستخدمون موقع الفيسبوك من أجل إشباع حاجات معرفية وذلك بالاطلاع على مختلف المنشورات التي تحتوي على مختلف الأحداث والأخبار السياسية عبر الصفحة .

جدول رقم (19) يمثل اللغة المفضلة عند الكتابة والتعليق على موقع الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	اللغة المفضلة
45 %	45	اللغة العربية
26 %	26	اللغة الأجنبية
29 %	29	مزيج بين اللغات
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه اللغة المفضلة للكتابة والتعليق في الفيسبوك لعينة الدراسة، ويتضح من خلاله أن نسبة 26 % من أفراد العينة يفضلون الكتابة باللغة الأجنبية، تليها 29 % من مجتمع الدراسة يفضلون المزيج بين اللغات، ونسبة 45 % من أفراد عينة الدراسة يفضلون الكتابة باللغة العربية حسب ما يبينه الجدول أعلاه فان 45 % من أفراد عينة الدراسة يفضلون باللغة العربية مقارنة ب 26 % من أفراد العينة التي تفضل الكتابة باللغة الأجنبية، ويمكن تفسير انخفاض نسبة الكتابة باللغة الأجنبية لأن أفراد العينة لا يتقنون فهم والكتابة باللغات الأجنبية، لهذا يفضل مجتمع الدراسة الكتابة باللغة العربية لأنها أكثر اتقاناً وفهماً من قبلهم، كما أنها هي اللغة التي تستطيع بها التعبير عما يدور حولهم حيث تستطيع أن تعبر عن المعنى الحقيقي المعبر عن الموقف صدد التعبير عنه في حين أن اللغات الأخرى تقدر وتكتب المعنى .

جدول رقم (20) يمثل الميل لمتابعة القضايا ذات الطابع السياسي عبر الفيسبوك لعينة الدراسة

النسبة	التكرار	الميل لمتابعة القضايا ذات الطابع السياسي
49 %	49	دائما
36 %	36	أحيانا
15 %	15	أبدا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه الميل لمتابعة القضايا ذات الطابع السياسي عبر الفيسبوك لعينة الدراسة، حيث تبين أرقام الجدول أن أفراد العينة الذين أجابوا باحتمال أبدا تقدر بـ 15 %، أما عينة الدراسة التي أجابت باحتمال أحيانا فتقدر بنسبة 36 %، وجاءت نسبة أفراد العينة التي أجابت باحتمال دائما بـ 49 % سجلت بذلك أعلى نسبة لعينة الدراسة التي لديها ميل في متابعة القضايا ذات الطابع السياسي ويرجع ذلك إلى الميل والرغبة في متابعة القضايا ذات الطابع السياسي وهذا بحكم تخصص عينة الدراسة، ويعزز الباحث مسعود عميرات، نخة خالد نتائج دراستنا أين توصل في نتائج دراستهما أن عينة الدراسة لديها ميل في متابعة القضايا ذات الطابع السياسي وهو ما يتوافق مع نتائج الجدول المسجلة أعلاه .

## جدول رقم (21) يمثل متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة.

النسبة	التكرار	متابعة القضايا السياسية
73 %	73	كثيرا
20 %	20	قليلا
7 %	7	أبدا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في متابعة القضايا السياسية لدى طلبة العلوم السياسية حيث يوضح الجدول أن طلبة العلوم السياسية يستخدمون موقع الفيسبوك في المجال السياسي وأثناء الطرح السياسي للمواضيع السياسية، ويشير الجدول إلى أن أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال أبدا في متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك تقدر بـ 7 % تليها بعد ذلك نسبة 20 % مجتمع الدراسة اللذين أجابوا بـ قليلا، وجاءت نسبة 73 % لأفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال كثيرا لتقدر بذلك إلى نسبة مسجلة حسب ما يوضحه الجدول مقارنة بـ 7 % من أفراد المجتمع اللذين لا يتابعون أبدا القضايا السياسية، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى الميل الكبير والاهتمام الكبير بالقضايا السياسية عبر صفحات الفيسبوك، وكذلك أمام الطرح السياسي الفعال عبر الفيسبوك من قبل المختصين والناشطين السياسيين في المجال، كما يرجع هذا الارتفاع الكبير إلى حكم التخصص الجامعي لطلبة العلوم السياسية مما يجعلهم يهتمون بمتابعة هذا النوع عبر الفيسبوك، وهذا ما عززه الباحثين عميرات خالد، وتخة مسعود، الذي أظهرت نتائج الدراسة إلى أن طلبة جامعة ورقلة لديهم ميل بمتابعة الأخبار ذات الطابع السياسي .

جدول رقم (22) يمثل مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	تكرار	مناقشة القضايا السياسية
44 %	44	كثيرا
35 %	35	قليلًا
21 %	21	أبدا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه مناقشة القضايا السياسية من طرف طلبة العلوم السياسية، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال أبدا مناقشة القضايا السياسية تقدر بنسبة 21 % تليها بعد ذلك نسبة 35 % لأفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال قليلا لتسجل بذلك أعلى نسبة لعينة الدراسة التي أجابت باحتمال كثير وذلك بنسبة 44 % ، وحسب ما يوضحه الجدول فان مجتمع الدراسة يهتمون بمناقشة القضايا السياسية، ويرجع الارتفاع هذه النسبة إلى الاهتمام الكبير بمناقشة هذا النوع من القضايا، كما يرجع إلى الميل السياسي لأفراد العينة، كما يعود أيضا إلى معرفة أفراد العينة بأهمية المشاركة اليومية في الحياة السياسية كمصدر مهم في عمليات التغيير السياسي في مجتمعات اليوم المعاصرة وهذا ما أكده الباحث **خالد عميرات ومسعود تخة** في نتائج دراسته التي أثبت أن الطلبة يهتمون بمناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك .

جدول رقم (23) يمثل متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة حسب الجنس .

الجنس	متابعة القضايا		
	الذكور	الإناث	المجموع
النسبة	النسبة	النسبة	النسبة
كثيرا	42 %	31 %	73 %
قليلًا	15 %	5 %	15 %
أبدا	5 %	2 %	7 %
المجموع	62 %	38 %	100 %

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في متابعة القضايا السياسية وهذا حسب الجنس، حيث يوضح الجدول أن نسبة الإناث التي أجابت باحتمال أبدا في عدم متابعتها للقضايا السياسية جاءت نسبة 2 % مقابل الذكور بنسبة 5 % ، أما أفراد العينة اللذين أجابوا باحتمال قليلا تقدر ب 5 % للإناث مقابل 15 % لفئة الذكور لتسجل أعلى نسبة لاحتمال كثيرا ب 31 % للإناث مقابل 42 % للذكور لتكون بذلك أعلى نسبة مسجلة لكلا الجنسين في متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك، وتقدر أعلى نسبة في متابعة القضايا السياسية إلى الذكور بنسبة 42 % مقابل الإناث ب 31 %، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى أن الذكور هم أكثر ميلا واهتماما بمتابعة الأخبار السياسية وأيضا أكثر حرصا لمتابعة الأحداث والمعلومات السياسية، كما يرجع الاختلاف أيضا إلى اختلاف في تكوين المعرفة السياسية بين فئة الذكور وفئة الإناث فالذكور هم أكثر ميل في متابعة القضايا السياسية من مناقشتها أكثر من الإناث لأنهم أكثر حرصا على معرفة الأخبار والأحداث السياسية مما يجعلهم يناقشون أكثر نظرا لأنهم تكون لديهم معرفة سياسية عن مختلف القضايا والأحداث .



جدول (24) يمثل مع من تتم مناقشة القضايا السياسية لعينة الدراسة .

النسبة	تكرار	مناقشة القضايا السياسية
28 %	28	زملاء الدراسة
32 %	32	الأصدقاء الافتراضيين
19 %	19	الأساتذة
21 %	21	بدون تحديد
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه مع من تناقش عينة الدراسة القضايا السياسية، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة اللذين يناقشون القضايا السياسية بنسبة أقل تقدر بـ 19 % جاءت مع الأساتذة، لتأتي بعد ذلك نسبة 21 % مع من تناقض بدون تحديد، بعد ذلك جاء احتمال مع من المناقشة مع زملاء الدراسة بـ 28 % ، وفي الأخير سجلت أعلى نسبة للمناقشة مع الأصدقاء الافتراضيين أين سجلت بنسبة 32 % بنفس التكرار لنفس النسبة، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى أن الأصدقاء الافتراضيين هم أكثر حبا وميلا للمناقشة عبر الفيسبوك نظرا للتفاعل الكبير عبر الصفحة كما يرجع إلى الوقت الكبير الذي تقضيه عينة الدراسة على الموقع مما يجعلها تناقش الموضوعات أكثر مع الأصدقاء الافتراضيين بشكل كبير عن الاحتمالات الأخرى السابقة .

جدول رقم ( 25 ) يمثل مع من تتم مناقشة القضايا السياسية لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	أنثى	ذكر	الجنس
			مناقشة القضايا السياسية
% 28	% 8	% 20	زملاء الدراسة
% 32	% 4	% 28	الأصدقاء الافتراضيين
% 19	% 11	% 8	الأساتذة
% 21	% 15	% 6	بدون تحديد
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه مع من تناقش عينة الدراسة القضايا السياسية حسب الجنس، حيث توضح بيانات الجدول أن فئة الإناث تناقش القضايا السياسية مع زملاء الدراسة بنسبة 8 %، في مقابل ذلك تقدر نسبة مناقشة القضايا ب 20 % بالنسبة للذكور، فيما يتم مناقشة القضايا السياسية مع الأصدقاء الافتراضيين بنسبة 4 % بالنسبة للإناث، و 28 % للذكور، أما احتمال مناقشة القضايا مع الأساتذة فجاء بنسبة 11 % للإناث و 8 % لفئة الذكور، أما احتمال مناقشة القضايا فجاء ب 15 % بدون تحديد للإناث، و 6 % للذكور، لتسجل بذلك أعلى نسبة باحتمال دون تحديد للإناث بنسبة 15 %، وأعلى نسبة لاحتمال مناقشة القضايا للأصدقاء الافتراضيين بالنسبة للذكور بنسبة 28 % ويرجع هذا إلى الحجم الساعي الكبير الذي يقضيه الطلبة أثناء عملية التصفح مما يؤدي بذلك إلى مناقشة هذه القضايا مع الأصدقاء الافتراضيين، أما فئة الإناث فيمكن إرجاع السبب إلى التفاعل الكبير لهذه الفئة مع مختلف الأوساط الاجتماعية مما يؤدي للمناقشة هذه القضايا السياسية بدون تحديد .

جدول رقم ( 26) يمثل استخدام الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية بإبداء الآراء  
لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	التفاعل مع المضامين السياسية
40 %	40	دائما
27 %	27	أحيانا
33 %	33	أبدا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام موقع الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية حسب عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة أحيانا ما يتفاعلون مع المضامين السياسية بنسبة تقدر ب 27 %، ثم يأتي بعد ذلك احتمال أبدا بنسبة تقدر ب 33 %، ونسبة 40 % لأفراد العينة اللذين أجابوا بأنهم دائما يستخدمون الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية لتقدر بذلك بأعلى نسبة، ويرجع السبب إلى أن موقع الفيسبوك يتيح الحرية الواسعة عن التعبير عن الآراء والمواقف السياسية والتفاعل معها بشكل كبير دون أي قيود أو رقابة كونه فضاء اتصالي حر يساعد على التعبير بكل حرية .

جدول ( 27 ) يمثل استخدام الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية بإبداء الآراء لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكور	الجنس
			استخدام الفيسبوك في التفاعل مع مضامين السياسية
% 40	% 8	% 32	دائما
% 27	% 15	% 12	أحيانا
% 33	% 15	% 18	أبدا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام موقع الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية حسب الجنس حيث يبين الجدول أن نسبة الإناث التي تستخدم الفيسبوك بشكل دائما تقدر ب 8 %، بينما بين تقدر النسبة عند الذكور ب 32 %، وتقدر إجابة أفراد العينة اللذين أحيانا ما يستخدمون الفيسبوك في التفاعل بنسبة 15 % من طرف الإناث، و 12 % من طرف الذكور، أما 15 % من أفراد العينة صرحوا أنهم لا يستخدمون أبدا الموقع في التفاعل بالنسبة للإناث مقابل 18 % لفئة الذكور، لتسجل بذلك أعلى نسبة لفئة الذكور ب 32 % مقابل 8 % لفئة الإناث، ويمكن إرجاع السبب إلى أن الذكور أكثر ميلا سياسيا للتفاعل مع المضامين السياسية عبر الفيسبوك، حيث يؤدي هذا التفاعل إلى إشباع حاجات ودوافع سياسية تلي رغباتهم، بينما الإناث هم أقل ميلا سياسيا مقارنة بالذكور مما يمكن لنا القول أن مستوى المشاركة السياسية عند الإناث محدود عكس فئة الذكور التي تؤدي إلى تكوين ثقافة المشاركة والتفاعل عبر الفيسبوك للمواضيع والأحداث السياسية .

جدول رقم(28) يمثل استخدام الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والتجمعات والأحداث السياسية لعينة الدراسة .

نسبة	التكرار	استخدام الفيسبوك في المشاركة في التجمعات والأحداث السياسية
% 48	48	كثيرا
% 33	33	قليلا
% 19	19	أبدا
% 100	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية، واتضح من خلال البيانات المتحصل عليها أن نسبة 19% من إجابات المبحوثين لاستخدام أبدا الفيسبوك في المشاركة في الأحداث والأنشطة وتمثل أقل نسبة بذلك، تليها نسبة 33% لأفراد العينة اللذين يستخدمون الفيسبوك قليلا، لتسجل أعلى نسبة بذلك لأفراد العينة اللذين دائما ما يستخدمون فيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية بنسبة 48%، وهذا يفسر بأن طلبة العلوم السياسية لديهم درجة كبيرة من الوعي والمشاركة السياسية بما يسمى بثقافة المشاركة التي أدت إلى تكوين اتجاه ايجابي، ويعزز الباحث حسن **قطيم طماح المطيري** نتائج دراستنا الذي تبين أن مواقع التواصل الاجتماعي تهدف إلى التعرف على الأحداث السياسية والمشاركة فيها من قبل الشباب الكويتي .

جدول رقم (29) يمثل استخدام الفيسبوك إلى المشاركة في الأنشطة والتجمعات والأحداث السياسية لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	الجنس
			استخدام الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية
% 48	% 20	%28	كثيرا
% 33	% 13	% 20	قليلا
% 19	% 5	% 14	أبدا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية حسب الجنس، حيث يبين الجدول أن 5% من أفراد العينة من الإناث لا يستخدمون أبدا موقع الفيسبوك بينما تقدر نسبة الذكور ب 14%، تليها 13% من أفراد العينة من الإناث اللذين أجابوا ب قليلا في مقابل 20% من الذكور، ويتضح من خلال الجدول أن فئة الذكور والإناث يستخدمون دائما موقع الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية، كل من فئة الذكور والإناث تستخدم موقع الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية، كما أن موقع الفيسبوك مكن كل من الذكور والإناث بالمشاركة في الحياة السياسية والتعبير عن مختلف الآراء والتوجهات نحو مختلف القضايا عبر الفيسبوك نتيجة الحرية الواسعة الذي يتيح للموقع عكس الإعلام التقليدي الذي كان يستغرق وقت في الإعداد والتحضير .

ـ جدول رقم (30) يمثل استخدام الفيسبوك إلى المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة  
كمناضل أو كمرشح لعينة الدراسة .

النسبة	تكرار	المشاركة في الانتخابات البرلمانية
66 %	66	نعم
34 %	34	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في المشاركة في الانتخابات البرلمانية كمرشح أو كمناضل في حزب، حيث يوضح الجدول أن إجابات المبحوثين حول المشاركة في الانتخابات البرلمانية تقدر بنسبة 34% ب لا وتمثل أقل نسبة، مقارنة بإجابات المبحوثين التي تقدر ب نعم بنسبة 66 %، وترجع نسبة المشاركة في الانتخابات البرلمانية إلى وعي طلبة العلوم السياسية بشكل خاص بأهمية الانتخابات في عمليات التغيير والتنمية، كما يرجع إلى دور وأهمية التنشئة السياسية التي يتلقاها الطلبة في الجامعة كمصدر مهم من أدوات التنشئة السياسية، ويعزز الباحث حسين قطيم طماح المطيري التي تؤكد نتائج دراسته أن الشباب الكويتي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة في الانتخابات البرلمانية .

جدول رقم (31) يمثل استخدام الفيسبوك إلى المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة  
كمناضل أو كمرشح لعينة الدراسة حسب الجنس .

المجموع	إناث	ذكر	الجنس
			المشاركة في الانتخابات البرلمانية
% 66	% 24	% 42	نعم
% 34	% 14	% 20	لا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة كمرشح أو  
كمناضل في حزب حسب الجنس، ويبين الجدول أن نسبة 14% في مقابل بنسبة 20% من فئة  
الذكور بمجموع تكرار يقدر بـ 20 في حين أجاب أفراد العينة من الإناث بـ نعم 24% بمجموع  
تكرار يقدر بـ 24 في مقابل ذلك نجد الذكور بنسبة 42% أجابوا بنعم بمجموع تكرار يقدر  
بـ 42، ويوضح الجدول أن كل من الإناث والذكور يشاركون في الانتخابات البرلمانية المقبلة في ماي  
2017، كما يبين أن أعلى نسبة مشاركة ترجع إلى فئة الذكور بنسبة 42% مقارنة مع نسبة  
الإناث التي تقدر بـ 24% ويرجع ارتفاع النسبة إلى أن فئة الذكور هم أكثر مشاركة في الحياة  
السياسية من الإناث كون المشاركة السياسية في نظرهم أنها تقوم بإحداث تغيير في النظام السياسي  
من خلال المشاركة في هذه الانتخابات أو الانضمام إلى الأحزاب، أو عضوية منظمات المجتمع  
المدني، أيضا كون هذه المشاركة تجعل من أفراد العينة خاصة الذكور أنه يكن لديهم فرصة لمناقشة  
الأهداف العامة لمجتمعهم، كون المشاركة السياسية حق من حقوقهم وتكون هذه المشاركة دائما مهما  
لدى الذكور خاصة الذين يمارسون السياسية في حياتهم اليومية وبأشكالها المختلفة .



جدول رقم (32) يمثل المستخدم الفيسبوك في التحفيز للمشاركة بالتسجيل في قوائم الناخبين لعينة الدراسة .

النسبة	تكرار	المشاركة بالتسجيل في قوائم الناخبين
28 %	28	نعم
72 %	72	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في المشاركة بالتسجيل في قوائم الناخبين، حيث يبين الجدول أن نسبة 28 % من أفراد العينة أجابوا بنعم، وهي أقل نسبة، في مقابل نسبة 72 % من أفراد العينة أجابت بلا وهي تمثل أعلى نسبة، ومن خلال الجدول يتبين عدم ميل ورغبة الشباب في التسجيل بالمشاركة في قوائم الناخبين أثناء الانتخابات، وهذا لإدراكهم ومعرفتهم ما يجري في الساحة السياسية، ويرجع تسجيل هذا العزوف من قبل الطلبة في المشاركة في التسجيل في قوائم الناخبين والمشاركة في الانتخابات إلى طبيعة النظام السياسي السائد في البلد، وإلى فقدان الثقة في المعتقدات السياسية، خاصة أمام الأساليب غير الشرعية المستعملة من أساليب تزوير وخدمة ودعم جهة على جهة أخرى، مما يؤدي إلى العزوف من المشاركة بالتسجيل في قوائم الناخبين والانتخاب مما يولد بهذا ثقافة المشاركة المحدودة التي تعني إدراك الأحداث السياسية السائدة وعدم المشاركة أي تكون لهذا الاتجاه سلبى .

جدول رقم (33) يمثل الانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات سياسية لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	انضمام لصفحات أحزاب وشخصيات سياسية
72%	72	نعم
28%	28	لا
100%	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه الانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك لأحزاب وشخصيات سياسية، واتضح من خلال البيانات المتحصل عليها أن نسبة من كانت إجابتهم ب لا تقدر بنسبة 28% وتقدر أقل نسبة مقارنة بمن كانت إجابتهم ب نعم حيث قدرت بنسبة 72% وتقدر بذلك أعلى نسبة، ويرجع هذا إلى حب المعرفة والتطلع حول آخر المستجدات على الساحة السياسية لمختلف الشخصيات السياسية الفاعلة، والبرامج لمختلف الأحزاب السياسية الذي ينتمي إليها الطلبة، بغرض تكوين معرفة سياسة وأخبار عن أحزاب التي تشكل آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم السياسية التي تتناسب عبر هذه الصفحات والمجموعات السياسية عبر الفيسبوك .

جدول رقم (34) يمثل الانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات سياسية لعينة الدراسة حسب الجنس .

النسبة	إناث	الذكور	الجنس
			انضمام لصفحات أحزاب وشخصيات سياسية
%72	% 28	% 44	نعم
% 28	% 10	% 18	لا
% 100	% 38	% 62	المجموع

يبين الجدول أعلاه الانضمام إلى صفحات ومجموعات عبر الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات سياسية لعينة الدراسة حسب الجنس حيث يوضح الجدول من خلال البيانات المتحصل عليها أن نسبة من لا يقومون بالانضمام إلى صفحات ومجموعات لأحزاب وشخصيات سياسية من قبل الإناث تقدر ب 10 % بينما تقدر من طرف الذكور بنسبة 18 % ، لتقدر بأقل نسبة من كلا الفئتين، وتقدر نسبة الإناث اللواتي يقومون بالانضمام إلى صفحات ومجموعات ب 28 % بينما تقدر نسبة الذكور ب 44 % ، لتسجل بذلك أعلى نسبة من كلا الجنسين في الانضمام إلى الصفحات، وتقدر نسبة الذكور كأعلى نسبة مسجلة ب 44 % مقارنة بالإناث ويرجع السبب إلى ميل الذكور أكثر في ممارسة العمل السياسي، كما يرجع ويفسر هذا الاختلاف لمدى اهتمام كل فرد من أفراد العينة برغبته بالانضمام إلى هذه الصفحات .

جدول رقم (35) يمثل استخدام الفيسبوك للدعاية لبرامج وأحزاب سياسية لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	الدعاية لبرامج وأحزاب
5 %	5	نعم
95 %	95	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك للدعاية لبرامج وأحزاب سياسية حسب عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول تباين كبير في إجابات أفراد العينة، واتضح أن نسبة 5 % من أفراد العينة أجابوا بنعم لتقدر بذلك أقل نسبة، بينما أجاب 95 % من عينة الدراسة ب لا لتسجل بذلك كأعلى نسبة، وتختلف الدعاية السياسية لدى الخبراء فالبعض يعتمد على الإقناع التي تحدد نوع الخطاب والبعض يعرض الحقائق وبعضها يعتمد على التضليل والزيف، ويرجع ارتفاع هذه النسبة إلى عدم الاهتمام بالدعاية أساسا لأن الدعاية السياسية لا تمثل محورا مهما عند عينة الدراسة فهي لا تقوم بالدعاية لا من قريب ولا من بعيد لبرامج وأحزاب السياسية .

جدول رقم (36) يمثل الميل بمتابعة المواضيع ذات الطابع السياسي لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	الميل نحو متابعة ذات الطابع السياسي
49 %	49	دائما
38 %	38	أحيانا
13 %	13	أبدا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه الميل لمتابعة القضايا ذات الطابع السياسي لعينة الدراسة، وتوضح بيانات الجدول أن 13 % من أفراد العينة ليس لديهم ميل أبدا لمتابعة القضايا السياسية ممثلة بذلك أقل نسبة، تليها عينة الدراسة التي تتابع ب أحيانا القضايا بنسبة 38 %، أما عينة الدراسة التي تتابع القضايا بشكل دائم فتقدر النسبة ب 49 %، وعليه فإن أعلى نسبة سجلت حسب الجدول أعلاه لأفراد العينة

الذين يتابعون القضايا السياسية دائما بنسبة 49 % مقارنة ب 13 % من أفراد العينة الذين لا يتابعون أبدا، ويمكن إرجاع ارتفاع هذه النسبة من قبل عينة الدراسة إلى الميل الكبير في متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك كمصدر رئيسي مهم للحصول على المعلومات السياسية عكس وسائل الإعلام التقليدية التي تحتكر المعلومات، مما يؤدي بعينة الدراسة إلى إشباع حاجات معرفية وسياسية جراء اعتمادهم على موقع الفيسبوك كمصدر مهم لمتابعة القضايا ذات الطابع السياسي يعزز الباحث نخة مسعود، عميرات خالد نتائج دراستنا أين توصلا الباحثان في نتائج دراستهما أن معظم طلبة جامعة ورقلة يميلون لمتابعة المواضيع ذات الطابع السياسي عبر الفيسبوك بنسبة 40 %.

جدول رقم ( 37 ) يمثل المواضيع الأكثر متابعة عبر الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	المواضيع الأكثر متابعة
51 %	51	دولية
18 %	18	وطنية
15 %	15	عربية
16 %	16	بدون تحديد
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه المواضيع الأكثر متابعة عبر الفيسبوك من طرف عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة يتابعون مختلف القضايا بدون تحديد تقدر ب 16 % ممثلة بذلك أقل نسبة، تليها نسبة 15 % من عينة الدراسة التي تتابع المواضيع العربية، أما أفراد عينة الدراسة التي تتابع المواضيع والقضايا الوطنية فتقدر بنسبة 18 %، وفيما يتعلق بعينة الدراسة التي تتابع المواضيع ذات الدولي فتقدر بنسبة 51 %، وعليه فإن بيانات الجدول أعلاه توضح أن أعلى نسبة متابعة من قبل الطلبة علوم سياسية سجلت ب 51 % للمواضيع الدولية مقارنة بأقل نسبة سجلت ب 16 % متابعة بدون تحديد، ويرجع ارتفاع هذه النسبة لأن عينة الدراسة تهتم أكثر بمتابعة السياسة الخارجية أكثر من السياسة الداخلية، وذلك من أجل معرفة الأوضاع والأحداث في الساحة السياسية الدولية

هذا راجع إلى الوعي السياسي الذي تبلور عن طريق الفيسبوك كمصدر مهم من مصادر التنشئة السياسية الذي أصبح عنصرا مهما في تشكيل الوعي السياسي إذ أصبح يمكن إدراكه بمختلف الأحداث والقضايا السياسية التي تجري في الساحة السياسية عن طريق ما يتم نشره عبر الموقع .

**جدول رقم(38) يمثل المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر لعينة الدراسة .**

النسبة	التكرار	المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر
18 %	18	الانتخابات
17 %	17	أنشطة البرلمان
65 %	65	مشاريع التنمية
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر من طرف عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن 17 % من أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك في متابعة أنشطة البرلمان، تليها بعد ذلك نسبة 18 % من عينة الدراسة التي تستخدمه من أجل متابعة الانتخابات، أما عينة الدراسة التي تستخدم الفيسبوك في متابعة مشاريع التنمية قدرت بنسبة 65 % حسب بيانات المسجلة أعلاه من خلال الجدول سجلت أقل نسبة بـ 17 % لأنشطة البرلمان ويرجع انخفاض هذه النسبة نظرا للأداء الضعيف للهيئات المنتخبة وعلى رأسها البرلمان بفرقته الذي لا يقوم بدوره المنوط، وتعود أعلى نسبة مسجلة بـ 65 % لمشاريع التنمية التي تساهم بدورها في تنمية الحركة الاقتصادية الوطنية جراء البرامج السياسية المقدمة من طرف الهيئات المنتخبة في الوطن، وتعزز نتائج دراسة الباحث مسعود تخة، عميرات خالد نتائج دراستنا أين توصلنا في نتائج دراستهما أن 83 % من عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك في متابعة مشاريع التنمية .

جدول رقم (39) يمثل المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر لعينة الدراسة حسب التدرج .

المجموع	ماستر	ليسانس	التدرج المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر
% 18	% 18	% 8	الانتخابات
% 10	% 10	% 7	أنشطة البرلمان
% 57	% 57	% 8	مشاريع التنمية
% 77	% 77	% 23	المجموع

يبين الجدول أعلاه المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر عبر الفيسبوك حسب متغير سنة التدرج، ويوضح الجدول أعلاه أن طلبة الليسانس يستخدمون الفيسبوك في متابعة أنشطة البرلمان بنسبة 7 % مقابل 10 % من طلبة الماستر اللذين يتابعون أيضا عن طريق الفيسبوك، ويعود سبب انخفاض النسبة من كلاهما إلى الأداء الضعيف المسجل من طرف هيئة البرلمان، أما أفراد العينة التي تستخدم الفيسبوك في متابعة الانتخابات فقدرت النسبة ب 7 % لطلبة الليسانس ونسبة 10 % لطلبة الماستر ويرجع السبب إلى عزوف الطلبة عن المشاركة في الانتخابات، أما أفراد عينة الدراسة لطلبة الليسانس التي تستخدم الفيسبوك في متابعة مشاريع التنمية فبلغت ب 8 % ونسبة 57 % لطلبة الماستر، ويمكن إرجاع السبب إلى أن طلبة الماستر هم أكثر اهتماما بمشاريع التنمية ويرجع إلى درجة الوعي السياسي الزائد الذي يتمتع به طلبة الماستر مقارنة بطلبة الليسانس .

## جدول رقم (40) يمثل استخدام الفيسبوك في زيادة الوعي السياسي لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	زيادة الوعي السياسي
64 %	64	نعم
36 %	36	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في زيادة الوعي السياسي لعينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أن أفراد العينة الذين أجابوا ب لا تقدر 36 %، أما عينة الدراسة التي أجابت بنعم فتقدر النسبة 64 % وعليه فإن أعلى نسبة سجلت لطلبة الذين يستخدمون الفيسبوك في زيادة الوعي السياسي التي تقدر ب 64 %، ويمكن تفسير ارتفاع هذه النسبة أن موقع الفيسبوك يسهم حالياً في تنمية الوعي السياسي بشكل إيجابي وذلك عن طريق النقاشات السياسية التي عززت تكوين وعي سياسي بشكل إيجابي ( ثقافة المشاركة)، إذ أصبحوا مدركين بما يجري في الساحة السياسية من أحداث قضايا سياسية كما أصبحوا فاعلين ومشاركين في الحياة السياسية، ويترتب عن غياب الوعي السياسي عدم فهم اللغة السياسية التي يتم التخاطب بها في الشارع العام على مستوى الألفاظ ومدلولاتها احتمال أيضاً الوقوع في أهداف ومخططات جهات معادية، وتعزز نتائج الدراسة الباحث رأفت مهند مسعود تخة و عميرات خالد أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تنمية وزيادة الوعي السياسي .



جدول رقم (41) يمثل استخدام الفيسبوك في زيادة فهم الحقوق السياسية لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	زيادة فهم الحقوق السياسية
58 %	58	نعم
42 %	42	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في زيادة فهم الحقوق السياسية حسب عينة الدراسة، ويوضح الجدول أعلاه أن نسبة 42 % من أفراد العينة أجابوا بلا، ونسبة 58 % من أفراد العينة أجابوا بنعم، ومن خلال الجدول نلاحظ أن عينة الدراسة زاد فهمها للحقوق السياسية بنسبة 58 % جراء استخدام موقع الفيسبوك في مقابل 42 % من أفراد العينة لم يزد فهمها للحقوق السياسية، وتفسر ارتفاع هذه النسبة في كون الفيسبوك ساهم بشكل كبير في توضيح وتسجيل بعض المفاهيم كالحرية والديمقراطية والتحرك نتج عن ذلك تشكيل فهما للحقوق السياسية بشكل واضح كما يرجع أيضا إلى مستوى الثقافة السياسية العالية التي تتمتع بها عينة الدراسة فهم مشاركون وفاعلون ومؤثرون في النظام السياسي .

جدول رقم (42) يمثل استخدام الفيسبوك في تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية الراهنة

لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية
74 %	74	نعم
26 %	26	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه مساهمة الفيسبوك في تكوين الاتجاهات السياسية نحو القضايا السياسية الراهنة حسب عينة الدراسة، حيث يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 26 % من أفراد العينة أجابوا ب لا نسبة 74 % من أفراد العينة اللذين أجابوا بنعم، وحسب الجدول فإن أعلى نسبة سجلت تقدر ب 74 % لعينة الدراسة التي ساهم الفيسبوك بتكوين اتجاهات سياسية نحو القضايا الراهنة وهذا ما يفسر أن موقع الفيسبوك لها تأثير في التحفيز على المشاركة السياسية وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير مما تسهم في تكوين اتجاهات ايجابية أو سلبية من خلال عملية التدوين، إذ أصبح الفيسبوك أداة مهمة للتعبة السياسية، وتعزز نتائج دراسة رأفت مهند عبد الرزاق نتائج دراستنا الذي توصل فيها إلى أن موقع التواصل الاجتماعي ( twitter، facebook ، youtube ) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار .

جدول رقم(43) يمثل استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي
52 %	52	نعم
48 %	48	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي لعينة الدراسة وتوضح بيانات الجدول أن نسبة 48 % من أفراد العينة أجابوا ب لا بتكرار 48، 52 % من عينة الدراسة أجابت بنعم وهذا لمجموع تكرار يقدر ب52، ومن خلال بيانات الجدول يتبين أن 52 % من مجتمع الدراسة يساهم موقع الفيسبوك في دفعه إلى الانخراط في العمل السياسي ويمكن تفسير هذا أن مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تلعب دور مهم في عملية التأثير على مستوى تفعيل المشاركة السياسية وذلك من خلال الانخراط في العمل السياسي هذا راجع أيضا إلى أنهم أصبحوا يقومون بمظاهرات سياسية ومن خلال أيضا انخراطهم في العمل السياسي هذا أدى إلى زيادة

وعينهم ومحاربة رموز التخلف واستطاعوا الطلبة من خلال موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بالانخراط من خلال أنهم استطاعوا توعية الجزء المنعزل عن حقوقه العامة وعن النظام العام .

جدول رقم (44) يمثل استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي لعينة الدراسة حسب التدرج .

المجموع	ماستر	ليسانس	سنة التدرج
			الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي
% 52	% 37	% 15	نعم
% 48	% 40	% 8	لا
% 100	% 77	% 23	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط السياسي لعينة الدراسة حسب التدرج ويوضح بيانات الجدول أن عينة الدراسة من طلبة الليسانس التي أجابت بلا تقدر بـ 8 % ، في مقابل 40 % من طرف طلبة الماستر، أما عينة الدراسة التي أجابت بنعم فتقدر بنسبة 15 % من قبل طلبة الليسانس، ونسبة 7 % من طرف طلبة الماستر ويتضح من خلال الجدول أن نسبة طلبة الليسانس التي يدفعها الفيسبوك إلى الانخراط تقدر بـ 15 % مقابل 8 % التي تنخرط، أما فيما يخص طلبة فتقدر أعلى نسبة للطلبة اللذين لا ينخرطون في العمل السياسي بنسبة 40 % تسجل بذلك أعلى نسبة حسب التدرج عند الطلبة الماستر التي لا تعتمد على الفيسبوك في الانخراط في العمل السياسي، ويمكن تفسير هذا لأن طلبة الماستر ليس لديهم ميل في الانخراط في العمل السياسي، وربما يعود إلى عدم اهتمامهم بالانخراط في العمل السياسي أو تخوفا من السياسة في حد ذاتها باعتبار أن حرية التعبير في ظل السياسة تكون محدودة، وربما يعود عدم انخراطهم في العمل السياسي كون لديهم فكرة عامة عن واقع السياسة في بلادنا وبالتالي ليس لديهم دافع للانخراط في العمل فيها .

جدول رقم (45) يمثل استخدام الفيسبوك في تأييد نظام سياسي لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	تكوين اتجاه مؤيد
30 %	30	نعم
70 %	70	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في تأييد نظام سياسي معين حسب عينة الدراسة، حيث يبين الجدول أن أفراد العينة اللذين أجابوا بنعم تقدر بنسبة 30 %، أما أفراد العينة اللذين أجابوا ب لا فتقدر بنسبة 70 % ومن خلال الجدول المبين أعلاه، يتبين أن أعلى نسبة سجلت ب 70 % باحتمال لا، ويرجع هذا إلى الحرية الواسعة في التعبير عن الآراء والمواقف والاتجاهات السياسية عبر الموقع، خاصة أمام بعض الأنظمة السياسية المستبدة والديكتاتورية التي لا تسمح فيها بحرية التعبير عن الآراء والمواقف والقضايا السياسية خاصة أمام الرقابة الشديدة الموجودة في الإعلام التقليدي، إذ أصبح اليوم يمكن التعبير عن مختلف التوجهات وفق التعبير عن التأييد أو المعارضة للأنظمة السياسية الموجودة خاصة أمام الأنظمة الديكتاتورية التي لا تسمح لمواطنيها بالتعبير ممارسة بهذا كل عمليات التضيق عن الآراء السياسية مستعملة كل أشكال الإكراه، الضغط والقوة .

جدول رقم (46) يمثل استخدام الفيسبوك في تكوين اتجاه سياسي معارض للنظام السائد

لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	تكوين اتجاه معارض
70 %	70	نعم
30 %	30	لا
100 %	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه استخدام الفيسبوك في تكوين اتجاه معارض للنظام السائد، ويوضح الجدول أن أفراد العينة اللذين أجابوا بلا تقدر بنسبة 30 %، أما أفراد العينة اللذين أجابوا بنعم فتقدر بنسبة

70% وهذا بمجموع تكرار يقدر ب70 ، ويرجع ارتفاع نسبة المعارضة نحو النظام السائد في عدم رضا عينة الدراسة عن هذا النظام السياسي لأنها نظام فاشل لم يستطع إحداث تنمية والتطور والتغيير في البلد إضافة إلى كل ممارسات التضييق والضغط التي تتسبب بذلك نتيجة التعبير عن الاتجاه المعارض للنظام الذي يلحق في غالب الأحيان إلى السجن والتضييق خاصة في البلدان الديكتاتورية مما يلجئ إلى التعبير عن طريق الفيسبوك كفضاء للتواصل السياسي عن الآراء والاتجاهات السياسية .

جدول رقم (47) يمثل تغيير التوجهات والانتماءات السياسية حسب ما يتم نشره عبر

الفيسبوك لعينة الدراسة .

النسبة	التكرار	تغيير التوجهات والانتماءات السياسية
53%	53	نعم
47%	47	لا
100%	100	المجموع

يبين الجدول أعلاه هل ما يؤدي الفيسبوك إلى تغيير التوجهات والانتماءات السياسية لعينة الدراسة حيث يبين الجدول أعلاه أن 47% من أفراد العينة أجابوا بلا، أما أفراد العينة اللذين أجابوا بنعم فتقدر بنسبة ب 53% وحسب ما يسجله الجدول فإن أعلى نسبة سجلت تقدر ب53 لأفراد العينة اللذين تغيرت توجهاتهم وانتماءاتهم جراء ما ينشره موقع الفيسبوك، ويمكن تفسير هذا بأن موقع ساهم بشكل كبير في نشر الحقائق والمعلومات وكشف الفساد في أجهزة الدولة المختلفة، كما أصبح لع دور كبير في إعدادات عملية التغيير الفكري والإيديولوجي عبر تناقل وتصدير المعلومات المتمثلة بالأخبار والأفكار والثقافات المختلفة الإيجابية والسلبية بهذا يؤدي إلى تغيير توجهات والانتماءات السياسية من إيجابي إلى سلبي أو العكس حسب ما يتم نشره في الموقع .

جدول رقم ( 48 ) يمثل تغيير التوجهات والانتماءات السياسية حسب ما يتم نشره عبر الفيسبوك لعينة الدراسة حسب التدرج .

المجموع	ماستر	ليسانس	سنة التدرج
			تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية الراهنة
% 73	% 57	% 17	نعم
% 23	% 20	% 6	لا
% 100	% 77	% 23	المجموع

يبين الجدول أعلاه مساهمة الفيسبوك في تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية الراهنة حسب التدرج، ويوضح الجدول أعلاه أن 6% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بلا من طلبة الليسانس في مقابل 20% من طلبة الماستر، أما عينة الدراسة التي أجابت بنعم فقدرت ب 17% لطلبة الليسانس، وفي مقابل ذلك 57% من طلبة الماستر، وحسب ما يوضحه الجدول فإن كل من طلبة الليسانس والماستر، تكون لديهم اتجاه نحو القضايا السياسية الراهنة جراء استخدامهم لموقع الفيسبوك ويفسر تكوين هذا الاتجاه في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على التأثير في تكوين الاتجاهات خاصة مع انتشار تقنيات الاتصال الحديثة، ويعزز الباحث رأفت مهند عبد الرزاق نتائج دراستنا الذي توصل أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان، السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية) .

## خلاصة الفصل التطبيقي

لقد قمنا في هذا الفصل بتناول الإطار الميداني للدراسة والذي تم التطرق من خلاله إلى عينة الدراسة المعتمدة، وعرض النتائج في جداول إحصائية وتفسيرها وتحليلها ومناقشة هذه النتائج وفق المقاربة العلمية وأهدف الدراسة والدراسات السابقة، وصولاً إلى النتيجة العامة للدراسة.





## نتائج الدراسة

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يأتي:

بينت الدراسة أن أغلبية مفردات العينة كانت من الذكور وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع التي تشير الإحصائيات أن فئة الذكور هم أكثر رغبة في دراسة تخصص العلوم السياسية .

بينت الدراسة أن معظم مفردات الدراسة يمتلكون حاسب آلي شخصي مزود بتقنية 3G وهذا راجع إلى انخفاض تكلفة هذه التكنولوجيات في السنوات الأخيرة .

بينت الدراسة أن أغلبية عينة الدراسة تتصفح موقع الفيسبوك بدون تحديد، وهذا راجع حسب الظروف الخاصة لعينة الدراسة أثناء التصفح .

بينت الدراسة أن معظم مفردات الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك في الفترة المسائية المزودين بتقنية 3G ، وهذا راجع إلى أن الفترة الليلية هي فترة راحة .

بينت الدراسة أن أغلبية مفردات عينة الدراسة تتابع وتناقش القضايا السياسية، وهذا راجع إلى رغباتهم وميولهم للقضايا السياسية .

بينت الدراسة أن معظم من مفردات العينة تتفاعل مع المضامين السياسية بشكل دائم، وهذا راجع إلى قوة الطرح السياسي عبر الموقع للمواضيع والأحداث السياسية الراهنة .

بينت الدراسة أن أغلبية مفردات العينة من حيث الجنس ومستوى التدرج تستخدم الفيسبوك في المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية، وهذا راجع إلى مستوى الوعي السياسي لديهم .

بينت الدراسة أن معظم مفردات العينة من حيث الجنس ومستوى التدرج ستشارك في الانتخابات البرلمانية بماي 2017، وهذا راجع إلى عينة الدراسة تقوم بممارسة المفاهيم السياسية المكتسبة في إطار التخصص .

بينت الدراسة أن أغلبية مفردات العينة تقوم بالانضمام إلى مجموعات وصفحات أحزاب سياسية وهذا راجع إلى الرغبة في المعرفة آخر المستجدات السياسية للأحزاب والبرامج .

بينت الدراسة أن معظم مفردات العينة تتابع القضايا السياسية ذات الطابع الدولي هذارجع إلى اهتمامهم بالسياسة الخارجية .

بينت الدراسة أن غالبية عينة الدراسة من حيث الجنس لديهم ميل نحو متابعة المشاريع التنموية عبر الفيسبوك، وهذا راجع إلى الاهتمام بالجانب الاقتصادي في الرفع في عملية التنمية .

بينت الدراسة أن معظم عينة الدراسة زاد وعيها السياسي وفهمها للحقوق السياسية .

بينت الدراسة أن معظم مفردات العينة من حيث التدرج تستخدم الفيسبوك في تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية، ويرجع هذا إلى ثقافة المشاركة التي نتج عنها تكوين اتجاه سياسي .

بينت الدراسة أن أغلبية مفردات العينة تستخدم الفيسبوك في تكوين اتجاه معارض للنظام السائد وهذا راجع إلى حرية الواسعة للتعبير عبر الموقع عكس الأنظمة الديكتاتورية التي تقيد حرية التعبير عن المواقف والاتجاهات السياسية .

بينت الدراسة أن معظم مفردات العينة من حيث الجنس ومستوى التدرج تتغير توجهاتهم انتماءاتهم السياسية جراء استخدامهم للموقع وهذا راجع جراء نشره وتبادله عبر الموقع .

## نتائج الدراسة

### أ. في ضوء المقاربة العلمية

اعتمدت الدراسة الحالية على مقارنة الاستخدامات والاشباعات، وجاءت هذه النظرية أو المقاربة جراء دراسات والبحوث المرتبطة بين وسائل الإعلام والجمهور وترتكز نظرية الاستخدامات على عدة مسلمات بناها الباحثون وتعني هذه النظرية بأن أفراد والجمهور يستخدمون المواد الإعلامية من أجل إشباع رغباتهم وحاجاتهم الكامنة والداخلية، حيث أن أفراد وجمهورهم اللذين يحددون نوع المضمون الإعلامي الذين يرغبون فيه وأن دور وسائل الإعلام لا تتعدى تلبية الحاجات والرغبات لذلك سوف نقارن نتائج الدراسة الحالية بناءً على مسلمات وتصورات مقارنة الاستخدامات والاشباعات كالتالي:

إن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية، استخدامه لهذه الوسائل موجهة لتحقيق أهداف معينة خاصة به، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا الحالية التي بينت أن طلبة العلوم السياسية هو جمهور نشط وإيجابي وانتقائي فهو يتحكم في ظروف التلقي من حيث وقت التعرض وكذلك الزمن والذي أظهرت النتائج ان معظم عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك في الفترة الليلية، غير مكترثة لعنصر الزمن أي الساعات التي تقضيها أثناء عملية التصفح، كما انه يتفاعل بشكل كبير مع مضامين السياسية عبر الموقع ويناقش القضايا السياسية ويشارك بإبداء الآراء والاتجاهات عن مختلف الأحداث ولهذا فإنه إيجابي ونشط فعال يستخدم الفيسبوك لتحقيق أهداف خاصة، برى أنها تحقق له هذه الأهداف .

إن جمهور وسائل الإعلام قادرة على تحديد أهدافه وحاجاته وكذلك دوافع تعرضه لوسائل الإعلام ومن ثم فهو قادر على تحديد المضمون الذي يلبي حاجاته، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا حيث توصلنا ان طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل يستخدمون الفيسبوك في تحديد حاجاته ودوافع تعرضه للفيسبوك، فهو يختار المضامين التي تشبع

حاجاته ورغباته وميولاته فمعظم عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك في متابعة القضايا ذات الطابع السياسي كما أنها تقوم بالإنضمام إلى مجموعات وصفحات أحزاب سياسية، كما أن استخدام الفيسبوك كدافع تستخدمه عينة الدراسة في تنمية وزيادة الوعي السياسي، وزيادة فهم الحقوق السياسية، فاخيارهم للفيسبوك كوسيلة حققت لهم مضمون سياسي الذي يلبي حاجاتهم من خلال المضامين التي تلي حاجاته السياسية من متابعة الأخبار والقضايا السياسية والمشاركة في الحياة السياسية والأنشطة السياسية .

يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته، وهذا ما أثبتته نتائج دراستنا أين توصلنا أن طلبة العلوم السياسية يختارون الفيسبوك كوسيلة اتصالية هذه الوسيلة تقوم بإشباع حاجاتهم السياسية من خلال تتبع المواضيع السياسية والأحداث والقضايا السياسية والمشاركة في الأحداث والقضايا ذات الطابع السياسي وذلك من خلال الحصول على آخر المستجدات السياسية والمعلومات، فاخيار الفيسبوك كوسيلة اتصال يضمن لهم إشباع معرفية للقضايا والأحداث السياسية .

تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى في إشباع حاجات الأفراد المتنوعة، وخاصة مع وسائل الاتصال الحديثة من الفيسبوك اد أصبح هذا الأخير مصدرا مهما وقويا في مناقشة وسائل الإعلام وإشباع حاجات الأفراد المتنوعة للأفراد والجماهير من أخبار وأحداث ومعرفة حول القضايا السياسية خاصة بما يتميز به من خصائص تجعله ينافس وسائل الإعلام التقليدي التي تحتكر مصدر المعلومات وتقوم بتزييف الحقائق السياسية وتضييق على الآراء والتوجهات السياسية فيشبع بذلك الفيسبوك حاجات الأفراد المتنوعة وذلك عن طريق تكوين اتجاه نحو بعض الأنظمة بتأييدها أو معارضتها ومتابعة القضايا السياسية لتغيير الانتماءات والتوجهات السياسية ، اد أصبح موقع الفيسبوك اليوم ينافس وسائل الإعلام التقليدية بسبب تحرره من الرقابة السلطوية والضغوط السياسية للأنظمة الحاكمة .

## ب. في ضوء أهداف الدراسة

بناءً على النتائج المتحصل عليها من البحث الميداني في ضوء الأهداف يمكن القول بأن الدراسة حققت هدفها بالكشف عن الاستخدامات السياسية، لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك لدى طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل، وهذا من خلال دراسة الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، فقد توصلنا إلى أن موقع التواصل الاجتماعي تستخدم كفضاء للتواصل السياسي لدى طلبة العلوم السياسية .

**الهدف الأول:** معرفة دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية لموقع الفيسبوك فمن خلال نتائج الدراسة تبين عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك بمتابعة الأخبار والقضايا والأحداث السياسية ومناقشة مختلف الأحداث ذات الطابع السياسي، كما أنها تستخدم الموقع من أجل النشر وبناءً على نتائج الدراسة تبين أن الهدف قد تحقق .

**الهدف الثاني :** معرفة استخدام الفيسبوك وعلاقته بالمشاركة السياسية فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن معظم عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك في المشاركة في الحياة السياسية وذلك عن طريق المشاركة في الأنشطة والأحداث السياسية والانتخابات البرلمانية، وعليه فإن عينة الدراسة تستخدم الموقع للمشاركة في الحياة السياسية وبناءً على نتائج الدراسة تبين أن الهدف قد تحقق .

**الهدف الثالث :** معرفة استخدام الفيسبوك وعلاقته بالثقافة السياسية فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك في متابعة القضايا السياسية بمتابعة مشاريع التنمية وزيادة تنمية الوعي السياسي وفهم الحقوق السياسية وعليه فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن الهدف قد تحقق .

**الهدف الرابع:** معرفة العلاقة بين استخدام طلبة العلوم السياسية فيسبوك وعلاقته بتكوين اتجاهات سياسية فمن خلال النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا تبين أن عينة الدراسة

يميلون لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية التي يتم نشرها عبر الموقع، مما يؤدي بطلبة العلوم السياسية إلى تكوين اتجاه سياسي معارض نحو النظام السائد، كما يؤدي إلى تغيير الاتجاهات والانتماءات نحو القضايا السياسية الراهنة ونحو مختلف الأحزاب وعليه فمن خلال نتائج الدراسة تبين أن الهدف قد تحقق .

### ج . في ضوء الدراسات السابقة

إن نتائج التي توصلنا إليها تتشابه في مجملها مع بعض الدراسات السابقة ويمكن إدراج هذا التشابه في النتائج حيث توصلت نتائج دراسة الباحثين (رأفت مهند عبد الرزاق) و ( مسعود تخة) و(عميرات خالد ) أن عينة الدراسة يمتلكون حاسب آلي مزود بشبكة الأنترنت ويمتلكون هاتف ذكي مزود بتقنية 3G وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا حيث توصلنا إلى أن عينة الدراسة تمتلك حاسب آلي مزود بشبكة الأنترنت وهاتف ذكي مزود بتقنية 3G وأيضا توصلت نتائج الباحثين(مسعود تخة) و ( عميرات خالد ) أن عينة الدراسة تتابع القضايا السياسية وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة تتابع كثيرا القضايا السياسية، بالإضافة إلى نتائج دراسة الباحثين (رأفت مهند عبد الرزاق) و ( مسعود تخة) و ( عميرات خالد ) توصلوا إلى أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك بشكل يومي وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك بشكل يومي ضف إلى ذلك نتائج دراسة الباحث (عبد السماح المطيري) التي توصل إلى أن عينة الدراسة تشارك في الانتخابات البرلمانية وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة تشارك في الانتخابات البرلمانية ونجد أيضا نتائج دراسة الباحثين ( مسعود تخة) و ( عميرات خالد ) توصلوا إلى أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك في متابعة مشاريع التنمية في الجزائر، وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا أين ان عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك في متابعة مشاريع التنمية في الجزائر إضافة إلى نتائج دراسة الباحثين ( بن كادي يمين ) و ( رأفت مهند عبد الرزاق) و ( عميرات خالد) و(مسعود تخة) حيث إنهم توصلوا إلى أن عينة الدراسة تستخدم موقع الفيسبوك في تنمية الوعي السياسي، وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا

أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة زاد وعيها السياسي جراء استخدامه للفيسبوك وأيضا توصلت نتائج دراسة الباحث ( رأفت مهند عبد الرزاق) إلى أن موقع التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الاتجاهات السياسية وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى الفيسبوك يساهم في تكوين اتجاهات سياسية نحو القضايا السياسية الراهنة .

تختلف نتائج هذه الدراسة عن الدراسات السابقة كما نرى في دراسة الباحث رأفت مهند عبد الرزاق أن عينة الدراسة تتصفح موقع الفيسبوك أقل من ساعة، وهي ما تختلف مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة تقوم بتصفح الموقع بدون تحديد وتوصلت نتائج دراسة الباحث مسعود تخة وعميرات خالد أن التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك هي الفترة المسائية ، وهو ما يختلف مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن الفترة الليلية هي الفترة المفضلة لاستخدام موقع الفيسبوك أيضا توصلت نتائج دراسة الباحث مسعود تخة وعميرات خالد إلى تقارب النسب حول المواضيع السياسية التي هي محل اهتمام من القضايا العربية والقضايا العالمية، وهو ما يختلف مع نتائج دراستنا أين توصلنا إلى أن عينة الدراسة تستخدم الفيسبوك في متابعة القضايا ذات الطابع الدولي .

### نتيجة العامة

تمثل معرفة الاستخدامات السياسية موقع التواصل الاجتماعي على طلبة الجامعيين، من أهم المواضيع التي اهتم بها الباحثون بالدراسة و استناد إلى نتائج الدراسة التي توصلنا إليها في دراستنا ومناقشتها في ضوء المقاربة العلمية وأهداف الدراسة والدراسات السابقة يمكن أن نستخلص ما يلي :

إن مجتمع الدراسة هو جمهور نشط يتسم بالإيجابية والفاعلية فهو يتلقى المضامين السياسية التي تشبع حاجاته ورغباته، كما أنه يتفاعل مع هذه المضامين ومناقشتها بشكل كبير متحكما بذلك في ظروف التلقي وذلك بما يحقق له أهدافه وحاجاته كما أنهم يستخدمون موقع الفيسبوك كوسيلة لإشباع حاجاتهم فهم لديهم القدرة على إختيار الوسيلة التي تحدد رغبتهم، فمواقع

التواصل الاجتماعي تتنافس مع وسائل الإعلام التقليدية في إشباع الحاجات المتنوعة من أخبار وقضايا سياسية فهي تتفوق على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب تحررها من الرقابة والضغط السياسية .

إن مجتمع الدراسة والبحث تستخدم الموقع لدوافع سياسية تتمثل في متابعة الأحداث القضايا السياسية والتفاعل معها ومناقشتها والمشاركة في الحياة السياسية وذلك عن طريق المشاركة في الانتخابات البرلمانية والأحداث، كما أنها تستخدم الموقع في زيادة ثقافة السياسية ذلك عن طريق تنمية الوعي السياسي وزيادة فهم الحقوق السياسية، كما أنه يساهم في تكوين اتجاهات سياسية نحو الأنظمة السياسية والقضايا السياسية الراهنة، وتوصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج تتشابه مع الدراسات السابقة تمثلت في أن موقع الفيسبوك يساهم في زيادة الوعي السياسي، فموقع الفيسبوك وسيلة لمتابعة المواضيع ذات الطابع السياسي والأخبار ومناقشتها المشاركة في الحياة السياسية في مختلف الأحداث السياسية والأنشطة السياسية كما أنه يساهم في تكوين اتجاهات نحو الأنظمة السياسية ونحو القضايا السياسية الراهنة .

نستنتج في الأخير أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مهم في بناء والممارسة العملية السياسية في مجتمعات اليوم المعاصرة، لما لديه من خصائص تمكنه من التفوق عن وسائل الإعلام التقليدي في القدرة والسيطرة وحشد الرأي العام وللتأثير نحو مختلف الأحداث السياسية في عملية تشكيلها وتغييرها .



## خاتمة

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لمعالجة إحدى الظواهر الاتصالية، والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث أصبحت إحدى وسائل التغيير الاجتماعي والسياسي كونها وسيلة لتحقيق أهداف ومخططات سياسية التي أخذت تلعب دورا مهما في المشهد السياسي، في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح الشباب الجامعي يرى أن هذه المواقع تعد وسيطا يعرف ويطلع على آخر الأخبار والمستجدات السياسية .

من خلال إجرائنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي والتي هدفت إلى معرفة الدوافع السياسية لفئة الطلبة الجامعيين والاشباعات المحققة عن ذلك توصلنا إلى نتيجة مفادها أن استخدام موقع الفيسبوك يؤدي للمشاركة في الحياة السياسية في مختلف الأحداث والأنشطة السياسية وتنمية الوعي السياسي .

تعتبر هذه الدراسة كدراسة مكملية في الاستخدامات والاشباعات للدراسات السياسية فهي حلقة وصل في مجال البحث العلمي فهي خلفية ينطلق منها الباحثون لإجراء دراسات من هذا النوع .

## التوصيات والاقتراحات

في ضوء ما توصلنا إليه من نتائج فإننا نوصي بما يلي:

حث وتشجيع قادة الحكومات وأصحاب القرار السياسي بإنشاء مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الأنترنت كون هذه المواقع وسيلة مهمة في الاتصال السياسي من شأنها تحريك الرأي العام والمواقف الاتجاهات السياسية للدول والشعوب التي باتت وسيلة مهمة في ممارسة السياسة تنافس جهاز وسائل الإعلام التقليدية، كون هذه المواقع أتاحت الحرية الواسعة في بناء العملية السياسية والمشهد السياسي الحالي .

حث وتشجيع الحكومات والدول والاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم من المصادر التنشئة السياسية .

ضرورة حث وتشجيع الحكومات بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء للتواصل النقاش السياسي بين الحاكم والمحكومين .

ضرورة تشجيع الطلبة الجامعيين لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وذلك بشكل إيجابي وفعال للممارسة السياسية والابتعاد عن التجاوزات السلبية التي قد تنجم عنها انزلاقات .

نوصي بضرورة إخضاع مواقع لنوع من الرقابة من طرف الهيئة الحكومية حتى تسيطر على الوضع السياسي الراهن خاصة أمام أوضاع والتقلبات السياسية الراهنة في المنطلقة التي تسعى من ورائها جهات و أطراف خارجية إلى نشر الفوضى لأطراف ومصالح خاصة تحت ما يسمى "بالفوضى الخلاقة".

ضرورة إجراء لمزيد من الدراسات والبحوث المتشابهة في دراستنا استخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك " .

إحضاع مواقع التواصل الاجتماعي إلى دراسات وتحليلات معمقة من الدارسين والباحثين في علوم الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع لمعرفة مواقع الاستخدامات والاشباعات جراء استخدامهم للموقع .

فائمة المراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### أولاً: الكتب

١. أحمد بن مرسل، **مناهج البحث العملي وتقنياته**، ط1 ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994 .
٢. أحمد عبد اللطيف، **البحث العلمي**، الدار الجامعية للنشر والتعليم، مصر، 2002 .
٣. بسام عب الرحمان المشاقبة، **نظريات الإعلام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
٤. بوعافية رشيد، **منهجية البحث في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال**، ط1 ، دار المكتبة الجامعية، الجزائر، 2011 .
٥. حباري علاوي، **الاتصال السياسي**، ط1، دار مهد للنشر والتعليم، الأردن، عمان، 2015 .
٦. حسن محمود هشيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010 .
٧. حسن عماد مكاوي، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، دار المصرية اللبنانية، مصر، 1985 .
٨. حمدي حسن، **وظائف الاتصال الجماهيري (الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام)**، ط1 ، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009 .
٩. خالد سليم، **ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي والمجتمعات المحلية**، دار المتنبي للنشر، 2013، ص50 .
10. دلال قاضي، **محمود السياقي، منهجية وأساليب البحث العلمي باستخدام البرنامج الإحصائي**، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 .
11. دوقان عبيدات، **عايد عبد الحق، البحث العلمي مفهومه، أدواته وأساليبه**، ط14 ، دار الفكر، 2012 .
12. راوية أحمد شقاء، **حاجات المراهقين الثقافية الإعلامية، الإسكندرية**، مصر، 2002 .

13. رشيد زرواتي، تدريبات في منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
14. سلاطنية بلقاسم، حسان الجيلاني، أسس البحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
15. صلاح عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط5، أطفالنا للنشر والتوزيع.
16. طاهر حسو الزبياري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، 2001.
17. عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
18. عبد الكريم بوحفص، أسس ومناهج البحث العلمي في علم النفس، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.
19. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، 2008.
20. عبده إبراهيم، أساليب الاتصال والاتجاهات الاجتماعية، تحليل نظري، دار التعليم العالي، القاهرة، 2015.
21. علاء الدين محمد عفيفي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم العالي، القاهرة، 2015.
22. غلام خالد السرور، وسائل الإعلام والصراعات السياسية، ط1، دار أسامة للنشر

والتوزيع، الأردن، 2012.

23. علي خليل شفرة، الإعلام الجديد، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

24. فاروق عبد الحكيم العادلي، العلاقات الصحفية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع

عمان، 2011.

25. فضيل دليو، الاتصال، ط1، دار المصرية اللبنانية، مصر، 2003.

26. قرادري حياة، الصحافة والسياسة، طاكسيم للنشر والتوزيع كوم للدراسات، الجزائر، 2008

27. كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع.

28. لمياء سامي عبد الفتاح، الأنترنت ودوره في آلية التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العالم

العربي، مصر، 2009.

29. ليلى أحمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، ط1، مكتبة الفلاح، 2012.

30. مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، ط1، دار أسامة للنشر

والتوزيع، عمان، 2009.

31. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتاب، مصر

2002.

32. محمد ألو سمرة، الإعلام السياسي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.

33. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.

34. محمود عبد الحليم منسي، مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار

المعارف، مصر، 1999.

35. محي الدين مختار، الاتجاهات النظرية والتطبيقية في منهجية العلوم الاجتماعية، دار

المنشورات الجامعية، باتنة، الجزائر، 2012.

**36.** محي الدين اسماعيل محمد الدهيمي، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي العالمية

دار التعليم العالي، القاهرة، 2015.

**37.** مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق للنشر

والتوزيع، عمان، 2000.

**38.** منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

**39.** موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد

صحراوي، ط1، دار القصبة، الجزائر، 2006.

**40.** مولود زايد الطيب، التنشئة السياسية ودورها في تنمية المجتمع، ط1، المؤسسة العربية

الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

**41.** وائل عبد الرحمان، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار حامد للنشر

والتوزيع، الأردن، 2007.

**42.** وهيبه غرامي، تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ط2، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، 2014.

**43.** يوسف عبد الرؤوف، مناهج علوم الاجتماع، ط1، ديوان المطبوعات

الجامعية، الجزائر، 1994.

#### ثانيا: المجلات العلمية

**44.** راضي زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة

الترفيه، عمان، 2013.

**45.** سليم بوسقيعة، الثقافة السياسية ودور الإعلام في تنميتها، مجلة الباحث

الاجتماعي، العدد 11، قسنطينة، الجزائر.



46. فضيل دليو، الجامعة تنظيما، مجلة الباحث الاجتماعي، دائرة البحث علم الاجتماع، العدد الأول، جامعة منتوري، قسنطينة، 1955.
47. عبد الكريم نفرينيت، العلاقات الاجتماعية في ضوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 7، الجزائر، 2013.
48. مجلة علي محمد، الشباب الجامعي والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية.
49. ممدوح السيد الهادي، كامل حنفي، 2015، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية، مجلة إعلام الشرق، العدد 11، مصر.

### ثالثا: الرسائل الجامعية

50. أحمد عبد اللي، مستخدموا الأنترنت، رسالة ماستر غير منشورة قسم الإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2012/2011.
51. حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي تويتر، رسالة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت، 2013/2012.
52. حنان شعبان، أثر الفواصل الإخبارية التلفزيونية على عملية التلقي، دراسة استطلاعية لجمهور الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2009/2008.
53. روابي رزيقة، أثر الثقافة السياسية على أداء النظام السياسي للطفل على التلفزيون، رسالة ماجستير في علم اجتماع سياسي، جامعة الجزائر، 2008/2007.
54. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة النجاح الفلسطينية، نابلس، فلسطين، 2015/2014.

55. صبع عامر، دور المشاركة السياسية في الترفيه الحكم المصالح في الجزائر  
مايين 1999-2008، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، الجزائر، 2007/2008 .
56. صلاح مصطفى القاسم، التحديات الأمنية للحكومة الالكترونية، رسالة  
ماجستير، نايف العربية للعلوم الأمنية .
57. مختار يامينة، أثر الأحداث السياسية للمشاهدة على التنشئة السياسية للطفل على  
التلفزيون، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر، 2007/2008 .
58. مديحة حوضاني، استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإعلامية، رسالة ماجستير في  
علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009/2010 .
59. مريم نيرمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية، رسالة  
ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010/2011 .
60. مسعود زيدان، عميرات خالد، دور الفيسبوك في التثقيف السياسي، رسالة ماستر في  
علوم الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2014/2015 .
61. منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الخاص ودوره في تنمية  
الوعي السياسي، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة  
بسكرة، الجزائر، 2014/2015 .
62. منصور محمد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي، دراسة  
مقارنة لمواقع التواصل الاجتماعي، الأكاديمية المفتوحة، الدنمارك، 2012/2013 .
63. ياسر علي محمد عودة، المشاركة السياسية (الاتجاه والممارسة) وعلاقتها  
بالمسؤولية الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013/2014 .
64. عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي، رسالة  
دكتوراه في علم النفس السياسي، جامعة عين الشمس، القاهرة، 2010/2011 .
65. علي قسايسة، المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسة التلقي، دراسة نقدية تحليلية  
لأبحاث الجمهور الجرائد، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2005/2006 .

#### رابعاً: المعاجم والموسوعات

66. عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط (عربي-عربي)، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.

67. ابن منظور، لسان العرب، ط6، بيروت دار الحياء التراث العربي، 1996.

68. أبادي الفيروز محمد، قاموس المحيط، مجموعة المحققين، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1987.

# فهرس الجاول

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
80	يبين عينة الدراسة حسب الجنس	01
81	يبين عينة الدراسة حسب التدرج	٠٢
81	يبين امتلاك الحاسب الآلي الشخصي لعينة الدراسة	٠٣
82	يبين امتلاك الحاسب الآلي الشخصي لعينة الدراسة حسب الجنس	٠٤
83	يبين تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت لعينة الدراسة	٠٥
83	يبين تزويد الحاسب الآلي الشخصي بشبكة الأنترنت لعينة الدراسة حسب الجنس	٠٦
84	يبين امتلاك الهاتف النقال الذكي لعينة الدراسة	٠٧
85	يبين امتلاك الهاتف النقال الذكي لعينة الدراسة حسب الجنس	08
85	يبين تزويد الهاتف النقال الذكي بتقنية 3G حسب الجنس	٠٩
86	يبين عادات استخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة	١٠
87	يبين عادات استخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة حسب الجنس	١١

قائمة الجداول

88	يبين المدة الزمنية التي تستخدم فيها موقع الفيسبوك لعينة الدراسة	١٢
89	يبين الحجم الساعي التي تقضيه عينة الدراسة أثناء عملية التصفح لموقع الفيسبوك	١٣
90	يبين الحجم الساعي التي تقضيه عينة الدراسة أثناء عملية التصفح لموقع الفيسبوك حسب الجنس	14
91	يبين عدد الأيام في الأسبوع التي تستخدم فيها عينة الدراسة موقع الفيسبوك	15
92	يبين التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك لعينة الدراسة	16
93	يبين التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك حسب التزويد بتقنية 3G لعينة الدراسة	17
94	يبين الاستخدام المفضل لموقع الفيسبوك لعينة الدراسة	18
95	يبين اللغة المفضلة عند الكتابة والتعليق على موقع الفيسبوك لعينة الدراسة	١٩
96	يبين الميل لمتابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	٢٠
97	يبين متابعة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	21
98	يبين مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	22
99	يبين مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة حسب الجنس	23

قائمة الجداول

100	يبين مع من يتم مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	24
101	يبين مع من يتم مناقشة القضايا السياسية عبر الفيسبوك لعينة الدراسة حسب الجنس	٢٥
102	يبين استخدام الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية بإبداء الآراء لعينة الدراسة	٢٦
103	يبين استخدام الفيسبوك في التفاعل مع المضامين السياسية بإبداء الآراء لعينة الدراسة حسب الجنس	٢٧
104	يبين استخدام الفيسبوك في الأنشطة والأحداث والتجمعات السياسية لعينة الدراسة	٢٨
105	يبين استخدام الفيسبوك في الأنشطة والأحداث والتجمعات السياسية لعينة الدراسة حسب الجنس	٢٩
106	يبين استخدام الفيسبوك في المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة كمناضل أو مرشح لعينة الدراسة	30
107	يبين استخدام الفيسبوك في المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة كمناضل أو مرشح لعينة الدراسة حسب الجنس	٣١
108	يبين استخدام الفيسبوك في التحفيز إلى المشاركة في قوائم الناخبين	٣٢

قائمة الجداول

109	يبين الانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات سياسية لعينة الدراسة	٣٣
110	يبين الانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات سياسية لعينة الدراسة حسب الجنس	٣٤
111	يبين استخدام الفيسبوك في الدعاية لبرامج وأحزاب سياسية لعينة الدراسة	٣٥
111	يبين الميل لمتابعة المواضيع ذات الطابع السياسي لعينة الدراسة	٣٦
112	يبين المواضيع الأكثر متابعة عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	٣٧
113	يبين المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر لعينة الدراسة	38
114	يبين المواضيع الأكثر متابعة في الجزائر لعينة الدراسة حسب التدرج	39
115	يبين استخدام الفيسبوك في زيادة الوعي السياسي لعينة الدراسة	40
116	يبين استخدام الفيسبوك في زيادة فهم الحقوق السياسية لعينة الدراسة	41
116	يبين استخدام الفيسبوك في تكوين الاتجاهات نحو القضايا السياسية الراهنة لعينة الدراسة	42



قائمة الجداول

117	يبين استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي لعينة الدراسة	43
118	يبين استخدام الفيسبوك في الدفع إلى الانخراط في العمل السياسي لعينة الدراسة حسب التدرج	44
119	يبين استخدام الفيسبوك في تأييد نظام سياسي معين لعينة الدراسة	45
119	يبين استخدام الفيسبوك في تكوين اتجاه معارض للنظام السائد لعينة الدراسة	46
120	يبين تغيير التوجهات والانتماءات السياسية حسب ما يتم نشره عبر الفيسبوك لعينة الدراسة	47
121	يبين تغيير التوجهات والانتماءات السياسية حسب ما يتم نشره عبر الفيسبوك لعينة الدراسة حسب التدرج	48

الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث بعنوان :

الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك "

دراسة ميدانية بقسم العلوم السياسية بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الأستاذ :

ناجي بولمهار

إعداد الطالبتين :

\_\_ بسمة بوخلوط

\_\_ عزيزة كحلات

ملاحظة:

\_\_ يرجى وضع علامة (X) في الخانة المناسبة أو إكمال الفراغ .

\_\_ بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية .

\_\_ الرجاء أن تكون الإجابة دقيقة ومعبرة عن رأي صاحبها .

السنة الجامعية : 2016-2017

## المحور الأول : بيانات شخصية

١. الجنس: ذكر  أنثى
٢. سنة التدرج : ليسانس  ماستر
٣. هل تملك حاسب آلي شخصي؟ نعم  لا
٤. إذا كانت الإجابة بنعم هل هو مزود بشبكة الأنترنت؟ نعم  لا
٥. هل تملك هاتف ذكي؟ نعم  لا
٦. هل هو مزود بتقنية 3G؟ نعم  لا

## المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم السياسية بجامعة جيجل لموقع الفيسبوك

٧. ماهي عادات استخدام موقع الفيسبوك؟
٨. دائما  أحيانا  نادرا
٩. منذ متى وأنت تستخدم موقع الفيسبوك؟  
اقل من سنة  من سنة إلى 3 سنوات   
من 3 سنوات إلى 5 سنوات  أكثر من 5 سنوات
١٠. ماهو الحجم الساعي الذي تقضيه في اليوم على موقع الفيسبوك؟  
أقل ساعة  من 1 سا إلى 2 سا  أكثر من 2 سا   
بدون تحديد
10. ماهو عدد الأيام التي تستخدم فيها موقع الفيسبوك في الأسبوع؟  
كل يوم  من 1 إلى 3  من 4 إلى 6   
حسب الظروف

11. ماهو التوقيت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك ؟

صباحا  مساء  ليلا  كل الأوقات

12. ماهو الاستخدام المفضل لديك للفيسبوك ؟

الدرشة  الاطلاع على المنشورات  النشر

التعليق  أخرى تذكر .....

13. ماهي اللغة المفضلة لديك عند الكتابة والتعليق في الفيسبوك ؟

اللغة العربية  اللغة الأجنبية  مزيج من كل اللغات

المحور الثالث : استخدام الفيسبوك وعلاقته بالمشاركة السياسية .

14. هل تتابع القضايا السياسية عبر الفيسبوك ؟ نعم  لا

15. هل تناقش القضايا السياسية عبر الفيسبوك ؟ نعم  لا

16. مع من تناقش القضايا السياسية ؟

زملاء الدراسة  الأصدقاء الافتراضيين  الأساتذة  بدون تحديد

17. هل يؤدي استخدامك لموقع الفيسبوك إلى التفاعل مع المضامين السياسية بإبداء رأيك فيها ؟

دائما  أحيانا  أبدا

18. هل استخدامك للفيسبوك يؤدي إلى المشاركة في الأنشطة والتجمعات والأحداث السياسية ؟

كثيرا  قليلا  أبدا

19. هل يدفعك استخدامك للفيسبوك إلى المشاركة في الانتخابات البرلمانية القادمة كمرشح أو

كمناضل في حزب معين؟

نعم  لا

20. هل يحفزك استخدام الفيسبوك في المشاركة السياسية بالتسجيل في قوائم الناخبين؟

نعم  لا

21. هل تقوم بالانضمام إلى صفحات ومجموعات في الفيسبوك إلى أحزاب وشخصيات

سياسية؟ نعم  لا

22. هل تقوم بإنشاء مجموعات عبر الفيسبوك للدعاية لبرامج وأحزاب سياسية؟

نعم  لا

المحور الرابع : استخدام الفيسبوك وعلاقته بالثقافة السياسية .

23. هل لديك ميول لمتابعة المواضيع ذات الطابع السياسي عبر الفيسبوك؟

دائما  أحيانا  أبدا

24. إذا كانت إجابتك بدائما وأحيانا ماهي المواضيع التي تقوم بمتابعتها أكثر من غيرها؟

الدولية  الوطنية  العربية  بدون تحديد

25. من وجهة نظرك الخاصة هل استعمالك للفيسبوك زاد من ثقافتك السياسية الخاصة؟

نعم  لا

26. ماهي المواضيع التي تتابعها بشكل كبير في الجزائر؟

الانتخابات  أنشطة البرلمان  مشاريع التنمية

27. من وجهة نظرك الخاصة هل استعمالك للفيسبوك زاد من وعيك السياسي؟

نعم  لا

28. هل استخدامك للفيسبوك زاد من فهمك للحقوق السياسية؟

نعم  لا

المحور الخامس : علاقة استخدام الفيسبوك لتشكيل الاتجاهات السياسية .

29. هل ساهم موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تكوين اتجاهات نحو القضايا السياسية

الراهنة؟ نعم  لا

30. هل يدفعك موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك إلى الانخراط في العمل السياسي؟

نعم  لا

31. هل استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك أذى بك إلى تأييد نظام سياسي معين؟

نعم  لا

32. هل استخدام موقع الفيسبوك يؤدي إلى تكوين اتجاه معارض لنظام السياسي السائد؟

نعم  لا

33. هل ما تنشره موقع الفيسبوك يؤدي إلى تغيير التوجهات والانتماءات السياسية التي تنتمي

إليها؟ نعم  لا

# فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

ملخص الدراسة

مقدمة..... أ,ب

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1	تمهيد.....
2	1. موضوع الدراسة .....
2	1.1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها .....
3	2.1. أسباب اختيار الموضوع.....
3	3.1. الأهمية وأهداف الدراسة .....
6	4.1. تحديد المفاهيم .....
11	2. الإجراءات المنهجية .....
11	1.2. منهج الدراسة.....
12	2.2. أدوات جمع البيانات .....
14	3.2. الأساليب الإحصائية .....
15	4.2. مجالات الدراسة .....
17	3. الدراسات السابقة.....
18	1.3. دراسات عربية.....
28	2.3. دراسات وطنية .....
33	خلاصة الفصل المنهجي .....

الإطار النظري للدراسة

34 ..... تمهيد

١. مدخل عام لدراسة جمهور وسائل الإعلام .

35 ..... 1.1. ماهية جمهور وسائل الإعلام

37 ..... 2.1. خصائص جمهور وسائل الإعلام

38 ..... 3.1. أنواع جمهور وسائل الإعلام

41 ..... 4.1. نظرية الاستخدامات والاشباع

2. الاستخدامات السياسية .

45 ..... 1.2. مفهوم علم السياسة

46 ..... 2.2. تطور علم السياسة

47 ..... 3.2. التنشئة السياسية

53 ..... 4.2. المشاركة السياسية

57 ..... 5.2. الثقافة السياسية .

60 ..... 6.2. الاتجاهات السياسية

### 3. الفيسبوك كفضاء للتواصل الاجتماعي .

- 1.3. نشأة وتطور الفيسبوك ..... 62
- 2.3. خصائص الفيسبوك ..... 65
- 3.3. إحصائيات عن موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك ..... 67
- 4.3. إيجابيات وسلبيات الفيسبوك ..... 68

### 4. الاستخدامات السياسية لوسائل الإعلام .

- 1.4. علاقة السياسة بالإعلام ..... 70
- 2.4. الإعلام السياسي والأنظمة السياسية ..... 73
- 3.4. أهمية الإعلام السياسي ..... 74
- 4.4. الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام ..... 75
- 77 ..... خلاصة الفصل النظري

الإطار الميداني للدراسة

78	تمهيد .....
79	1. تعريف بعينة الدراسة .....
79	2. عرض الجداول وتفسيرها وتحليلها .....
121	خلاصة الفصل .....
122	نتائج الدراسة .....
	مناقشة نتائج الدراسة
124	أ. في ضوء المقاربة العلمية .....
126	ب. في ضوء الأهداف .....
127	ج. في ضوء الدراسات السابقة .....
128	نتيجة عامة .....
د	خاتمة .....

التوصيات والاقتراحات

قائمة المراجع

قائمة الجداول

الملاحق

