

جامعة ابن خلدون - تيارت-



كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية



تخصص: علم اجتماع الاتصال

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص علم اجتماع الاتصال

موسومة بـ :

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب - الفيسبوك نموذجا -

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم السياسية

إشراف الأستاذ:

- سعادة ياسين

من إعداد الطالبين:

- بلمداني بختة

- مرابط خالدية

السنة الجامعية: 2014م/2015م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

على قدر أهل العزم تأتي العزائم
وتأتي على قدر الكرام المكارم

شكر وتقدير

صدق المولى عز وجل في قوله: "هل جزاء الإحسان إلا الإحسان" حررت هذه السطور
بلمرغ البيضاء لتطرز بخيوط الشمس اللمعة شكرا. ومن ماء الذهب كلمات عرفان،
حررت بلسان وليس بقلم التبيان، لتتقدم بها بالشكر ووافر الامتنان لمن له علينا
واجب الشكر.. فنشكر الله ونحمده حمدا يليق بجلال وجهه، وعظيم سلطانه الذي
منحنا الصبر والنبات ووفقنا لإتمام هذا العمل .

فإذا كان الاعتراف بالجميل من تمام الخلق الفاضل، نتقدم بأسمى معاني الشكر
والعرفان إلى أستاذنا الفاضل "سعادة ياسين" الذي اختار أن يشرفه على هذه
المذكرة ويغرس فينا بذلك حماسه الأكاديمي وشغفه العلمي، فكان النبراس الذي
أنار لنا الدرب وأزال الإبهام .

كما لا ننسى في هذا المقام أن نتقدم بالشكر إلى أساتذة قسم العلوم
الاجتماعية، وبالأخص أساتذة علم الاجتماع الاتصال.

وشكر خاص إلى من أخذ بيدنا ويسر لنا العسير... إلى من تسمو أخلاقه الأكاديمية وتواضع
العلمي إلى الأستاذ تياقة الصديق .

ولكل أساتذتنا الأفاضل الذين لقنونا ما يعلمون من علم على مدار خمس سنوات، وخاضوا معنا
تجربة النظام الجديد على قدم وساق.

فنقل ما نستطيع القول لهؤلاء وكل من تعاون معنا من قريب أو من بعيد ولو بكلمة، ألفه

شكر

وفي الأخير نقول " سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم

نجمة وخالدية

إهداء

الحمد لله رب العالمين ولا حول ولا قوة إلا بالله خالق الكون والناس أجمعين وإلى كل من نطق
لسانه بالتوحيد، إلى منارة العلم والإمام المصطفى سيد الخلق محمد — صلى الله عليه وسلم —
إلى كل من يؤمن بأن دروب العلم وعمرة وبان الحقيقة بنيت البحث والنفوس المصرة، وبأن
الورود من دون أشواك لا يمكن أن تكون إلا مجرد صورة.

إلى من علماني أن أؤمن بالفكرة وأعيش بالتجديد، إلى من يؤمنان بأن الحياة آلام تحييها
آمال، وآمال تحييها أعمال، وأعمال تنهيها آجال، وليجزى كل امرئ بما فعل .

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء، إلى من حاكته سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها، إلى من
رعتني صغيرة وفرحت بي كبيرة، إلى من مكنتها لا تحصر بين أسطر وعبارات، إلى من لا
تعب عنهما الكلمات أمي الغالية حفظها الله وأطال في عمرها، إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة
والهناء، إلى الذي لم يبخل بشيء من أجلي، إلى الذي دفعني إلى طريق النجاح إلى الذي
علمني الكرم والأخلاق المعلم الذي أحمل لقبه بكل فخر واعتزاز أبي الغالي حفظه الله وأطال
في عمره.

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلمح بذكرهم فؤادي وقاسموني رحم أمي إختوتي مريم
وخيرة وخديجة وخالد ومحمد.

إلى من حفرت وجوههما في صفحات قلبي إلى من أقول فيهما أروع الكلام حتى يحنو حبر
الأقلام، إلى شموع متقدة تنير ظلمة الأيام إلى طيور الجنة نور الإيمان ووصال فطيمة
إلى حدي وجدتي أطال الله في عمرهما إلى كل الأعمام والأخوال، إلى كل من يحمل لقبه مرايا
إلى كل الأهل والأحباب من قريب أو من بعيد إلى كل اللذين لم أذكرهم سهوا من قلبي
فليس مني، أهدي هذا العمل الذي أطوي مشواره بين دفتي هذه المذكرة .

خالدية

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بذكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك جل جلالك.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة، إلى بنى الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد — صلى الله عليه وسلم —

إلى هبة الرحمن لولاهما لما كنت أعيش أسعد أيام حياتي، فالحمد لله على نعمة الوالدين، إلى من وهبا لي حياتهما بلا مقابل وعلماني مبادئ الحياة، وكانا سندا لي في حياتي في كل خطوة خطوتها، ودفعا لي إلى الأمام حتى نلت بفضل ربي الشهادة والمقام، وأي شهادة أعلى من بركما : أبي الغالي، أمي الحنونة، فلكما مني كل الحب والتقدير متمنية لكما حياة حافلة بالعطاء مكللة بالصحة والعافية .

إلى الذي ألهمني الحكمة وعلمني الكثير وشجعني من بعيد...إلى من كان بسمة لدمعتي ومفتاحا لإرادتي...إليك رفيق عمري زوجي العزيز .

إلى من ترعرعت بينهم على المحبة والإخلاص، إخوتي كل باسمه .

إلى جدي وجداتي، وخالي الحبيب وخالاتي، وأعمامي وعماتي، وكل أفراد عائلة "بلمداني" وعائلة "معاريف" صغيرا وكبيراً .

إلى الكتاكيت : آية، عمر الفاروق، مصطفى، مروة، حفصة، ندى، ريان، تحفان

إلى صديقتي وكل رفقاني ورفيقاتي في درب العلم.

إليكم جميعاً أهدي هذا الجني العلمي المتواضع

ساريف بختة بلمداني

فهرس المحتويات

الإهداء

كلمة شكر

قائمة الجداول

أ	المقدمة
1	الفصل الأول : تقديم الدراسة
2	تمهيد
3	أولا : أهمية الدراسة
3	ثانيا : أهداف الدراسة
4	ثالثا : أسباب اختيار الموضوع
4	1- الأسباب الذاتية
4	2- الأسباب الموضوعية
5	رابعا: الإشكالية
7	خامسا: فرضيات الدراسة
8	سادسا: مفاهيم الدراسة
8	1- الدور
8	2- مواقع التواصل الاجتماعي:
9	3- الفاييسوك :
9	4- الوعي السياسي:
10	5- الشباب:
11	6 - المجتمع الافتراضي:
11	سابعاً: الدراسات السابقة :
11	1- الدراسات الأجنبية :
12	2- الدراسات العربية :
15	3- الدراسات المحلية :

16	ثامنا : المقاربة النظرية للدراسة :
16	1— النظريات المعتمدة :
16	أ — نظرية التأثير المباشر
16	ب — نظرية الاستخدامات والإشباع
18	2— مواقع التواصل الاجتماعي :
18	أ — مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
19	ب — نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
20	ج — أهم مواقع التواصل الاجتماعي
21	3— موقع الفايسبوك :
21	أ — فكرة نشأة الفايسبوك
22	ب — عدد مستخدمي الفايسبوك حول العالم والجزائر
23	ج — استخدامات وخدمات الفايسبوك
24	د — آخر نجاحات موقع الفايسوك
25	هـ — التحديثات الأخيرة التي طرأت على الفايسبوك
26	4— الوعي السياسي :
26	أ — مفهوم الوعي السياسي
26	ب — مقومات الوعي السياسي
27	ج — أنواع الوعي السياسي
27	د — ما يؤثر على الوعي السياسي
28	هـ — دوائر الوعي السياسي
29	و — أبعاد الوعي السياسي
30	خلاصة
31	الفصل الثاني : الإطار المنهجي للدراسة
32	تمهيد
33	أولا : مجالات الدراسة

33	1— المجال الجغرافي
33	2— المجال الزمني
33	3— المجال البشري
34	ثانيا : منهج الدراسة
35	ثالثا : مجتمع البحث وعينته
36	رابعا :أدوات جمع البيانات
38	خامسا: خصائص العينة
40	خلاصة

الفصل الثالث : عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

42	تمهيد
43	أولا :عرض وتحليل بيانات الدراسة
80	ثانيا : مناقشة وتفسير النتائج الجزئية والكلية للدراسة
85	ثالثا : استنتاج عام للدراسة
86	خلاصة
88	الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
38	يوضح خصائص العينة حسب متغير الجنس	01
38	يوضح خصائص العينة حسب متغير السن	02
39	يوضح خصائص العينة حسب متغير المستوى الأكاديمي	03
43	يوضح المواقع الأكثر استخداما حسب متغير الجنس	04
44	يوضح اتجاهات الأفراد للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس	05
45	يوضح مدة استخدام موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة حسب متغير الجنس	06
45	يوضح الوقت المخصص لتفحص الفايسبوك حسب متغير الجنس	07
46	يوضح تفحص موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس	08
46	يوضح الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس	09
47	يوضح مكان تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب متغير الجنس	10
48	يوضح استخدامات أفراد العينة للفايسبوك حسب متغير الجنس	11
48	يمثل خدمات الفايسبوك المفضلة لدى أفراد العينة حسب الجنس	12
49	يوضح عدد أصدقاء مفردات العينة حسب الجنس	13
50	يوضح علاقة المعايير التي يتم بها اختيار الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك بالجنس	14
51	يوضح علاقة نوع البيانات الشخصية المدرجة على مواقع التواصل الاجتماعي بالجنس	15
52	يبين علاقة العضوية في إحدى المجموعات السياسية الناشطة في الفايسبوك بالجنس	16
52	يوضح علاقة لغة التواصل المستخدمة داخل موقع الفايسبوك بالجنس	17
53	يبين المشاركة في الانتخابات حسب مدة استخدام الفايسبوك	18
54	يبين المشاركة في الانتخابات حسب وقت استخدام الفايسبوك	19
54	يبين المشاركة في الانتخابات حسب طريقة الاستخدام للفايسبوك	20
55	يبين المشاركة في الانتخابات حسب أماكن استخدام الفايسبوك	21
56	يوضح المشاركة في الانتخابات حسب استخدامات الفايسبوك	22
56	يوضح المشاركة في الانتخابات حسب فترات استخدام الفايسبوك	23
57	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي بمدة استخدام الفايسبوك	24

25	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي بوقت استخدام الفايسبوك	58
26	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي باستخدامات الفايسبوك	58
27	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي بأماكن استخدام الفايسبوك	59
28	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي بطريقة استخدام الفايسبوك	59
29	يوضح علاقة حاجة الجزائر إلى ربيع عربي بفترات استخدام الفايسبوك	60
30	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفايسبوك بأماكن الاستخدام	61
31	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية بمدى استخدامات الفايسبوك	62
32	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية بوقت استخدام الفايسبوك	62
33	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية بمدى استخدام الفايسبوك	63
34	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية بطريقة استخدام الفايسبوك	64
35	يوضح علاقة تتبع الأحداث السياسية الوطنية بفترات استخدام الفايسبوك	65
36	يوضح علاقة تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية بمدى الاستخدام	65
37	يوضح مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب وقت الاستخدام	66
38	يوضح مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب استخدامات أفراد العينة له	67
39	يوضح علاقة تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية بمكان الاستخدام	67
40	يوضح تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب طريقة الاستخدام	68
41	يبين تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب فترات الاستخدام	69
42	يوضح حرية التعبير ومفهوم الديمقراطية في الجزائر من وجهة نظر أفراد العينة	69
43	يوضح دوافع حاجة الجزائر إلى ربيع عربي	70
44	يوضح رأي الباحثين بخصوص حاجة الجزائر إلى ربيع عربي مثل بقية الدول العربية	70
45	يبين مدى متابعة الباحثين للأحداث السياسية الوطنية عبر الفايسبوك	71
46	يبين مدى اطلاع الباحثين على المنظومة الوزارية الجزائرية عبر موقع	72

	الفايسبوك	
72	يبين مشروعية مطالب سكان غرداية برفضهم للغاز الصخري	47
73	يبين أهم القضايا التي شهدتها الجزائر ولاقى رواجاً كبيراً لدى رواد الفايسبوك	48
73	يبين إن كان المبحوثين من المحللين والمتفهمين للخطاب السياسي	49
74	يبين معرفة أفراد العينة لحقوقهم وواجباتهم	50
74	يوضح دور الفايسبوك في تشكيل وتدعيم المواقف السياسية	51
75	يبين إيجابيات الفايسبوك في تشكيل وتدعيم الاتجاهات السياسية	52
75	يبين العوائق التي تحد من اكتساب الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك	53
76	يوضح مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاه السياسي	54
76	يبين اسهام الفايسبوك في تكوين الثقافة السياسية	55
77	يوضح أهم القضايا السياسية التي تناقش مع الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك	56
78	يوضح النتيجة التي آلت إليها دول الربيع العربي حسب رواد الفايسبوك	57
78	يوضح حرية التعبير التي تنادي بها جريدة شارلي إبدو الفرنسية حسب رواد الفايسبوك	58
79	يوضح وجهة نظر شباب الفايسبوك بما يسمى تنظيم داعش والدولة الإسلامية وعاصفة الحزم	59

مُقَدِّمَةٌ

مقدمة:

عرف العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء افتراضي قلص المسافات بين الشعوب، وألغى الحدود، وزاوج الثقافات وعددها، وأطلق على هذا النوع من الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك , تويتر , مايستيس , أو كورت , يوتيوب وغيرها) , تلك التي أضحت اليوم وسيلة إعلامية أساسية لا يمكن الاستغناء عنها، أو تهيمش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة منها والنامية على حد سواء.

ووفقاً لذلك فقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك تطوراً كبيراً ليس فقط في تاريخ الإعلام وإنما في حياة الأفراد على المستوى الشخصي والاجتماعي والسياسي، وجاءت لتشكّل عالماً افتراضياً يفتح المجال على مصرعيه للأفراد والتجمعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لإبداء آرائهم ومواقفهم، مساهمة بذلك في تشكيل وعيهم حول العديد من القضايا والموضوعات السياسية التي تهمهم بجرية غير مسبوقه متجاوزين في ذلك الحدود الطبيعية إلى فضاءات لا رقيب فيها.

ولعل أبرز تلك المواقع موقع الفيس بوك الذي أصبح جزءاً أساسياً وضرورة اجتماعية من ضروريات الحياة اليومية للأفراد. بحيث أتاح هذا الموقع تبادل مقاطع الفيديو والصور ومشاركة الملفات ، وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين. وقد أدى تزايد عدد المشتركين في هذا الموقع لا سيما فئة الشباب إلى تصاعد تأثيره و دوره في المجتمع، وذلك لما له من القدرة على تحقيق الاتصال الجماهيري الواسع النطاق من خلال ما يقوم به ويقدمه من مضامين لتزويد الأفراد بأخر المستجدات و التعليق عليها. ولعل أبرز تلك المضامين والتي أصبحت لها مكانة في موقع الفيس بوك المضامين السياسية التي تتيح تشكيل الوعي السياسي هذا الأخير الذي يقصد به إدراك الفرد لمجتمعه ومحيطه الإقليمي ومعرفة طبيعة الظروف السياسية التي تحيط به.

إنطلاقاً من هذا، فإن هذه الدراسة تلقي الضوء على جمهور الفيس بوك من الشباب في مدينة تيارت، وبالأخص الشباب الجامعي — قسم العلوم السياسية لجامعة ابن خلدون — وذلك لمعرفة مدى إستعمالهم لهذا الموقع ومختلف الإشاعات التوعوية في مختلف مجالات الحياة وعلى رأسها المجال السياسي.

وبناء على هذه المقاربة، تناولنا موضوع "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي — الفيس بوك نموذجاً — " في ثلاثة فصول : الفصل الأول تقديم الدراسة الذي تم فيه التعريف بموضوع الدراسة وأهدافها وكذا طرح الإشكالية وتساؤلاتها، كما تم فيه التعريف بأهم المفاهيم المستعملة في الدراسة مع عرض فرضيات هذه الأخيرة بالإضافة إلى ذكر أهم الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع المدروس، إلى جانب عرض أهم الأطر والمداخل النظرية التي يمكن فهمه من خلالها.

أما فيما يخص الفصل الثاني المعنون بالإطار المنهجي للدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى مجالات الدراسة مع عرض المنهج المعتمد في هذه الدراسة، وكذا أدوات البحث المستعملة والمتمثلة في الاستمارة بالمقابلة وأخيرا توضيح المعايير التي على أساسها تم اختيار عينة البحث .

وبالنسبة للفصل الثالث والأخير فخصصناه لمناقشة نتائج الدراسة وتحليلها على حسب البيانات الشخصية وعادات وأنماط استخدام الفيس بوك من قبل الشباب وكذا تعدد وتنوع المواضيع المطروحة على موقع الفيس بوك وأخيرا مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات المطروحة والدراسات السابقة، ثم الخلاصة إلى أهم النتائج التي توصلنا إليها بالاستناد إلى ما تم الاطلاع عليه نظريا وما استخلصناه ميدانيا.

الفصل الأول: تقديم الدراسة

تمهيد

أولا: أهمية الدراسة

ثانيا: أهداف الدراسة

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

رابعا: الإشكالية

خامسا: فرضيات الدراسة

سادسا: مفاهيم الدراسة

سابعا: الدراسات السابقة

ثامنا: المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة

تمهيد

إن تحديد إشكالية البحث من أهم الصعوبات التي تواجه الباحث في مسار بحثه، وهذا لأن الإشكالية تتطلب جهدا كبيرا وبحثا واسعا، ونجاح البحث يتوقف على دقتها وشموليتها لكل جوانب الموضوع، وهذا لن يتحقق إلا في إطار تحديد المفاهيم والتطرق للنظريات السوسولوجية، والدراسات السابقة التي تعتبر الإطار الفكري الذي يوجه هذا البحث .

أولاً: أهمية الدراسة

تناولت هذه الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة و التي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت ذات انتشار واسع ومتزايد في المجتمعات الإنسانية عامة والمجتمع الجزائري على وجه الخصوص، لذلك تكمن أهميتها من خلال :

- تقديم إضافة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب .
- التعرف على دور الشباب في التفاعل مع موقع الفاسبوك لزيادة مشاركته السياسية وتنمية الوعي السياسي لديه.
- التعرف على مدى تأثير موقع الفاسبوك على اتجاهات الشباب نحو مختلف القضايا السياسية المحلية و الدولية
- التعرف على مستوى إدراك الشباب للقضايا السياسية ومدى اهتمامهم بما يدور حولهم داخليا وخارجيا.
- تزويد المكتبة ببحث علمي وفائدة علمية جديدة عن مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي .

ثانيا : أهداف الدراسة

- يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته، ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفجوة المعرفي الذي يلازمه و إزالة بعض الغموض الذي يحيط بالموضوع الذي يريد معالجته، وعليه فإننا نسعى من خلال هذه الدراسة إلى :
- فحص الدور الذي يلعبه الإعلام الاجتماعي (مواقع التواصل الاجتماعي) وبشكل خاص الفاسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى أوساط الشباب الجزائري.
 - التعرف على طبيعة الأساليب التي تعتمدها مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك للتأثير وتشكيل الوعي السياسي لدى الشباب .
 - معرفة طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والشباب، وما يتم تحقيقه من جراء مدى اعتماد الشباب على هذه المواقع خاصة موقع فايسبوك باعتباره مصدراً لاستقاء المعلومات السياسية.
 - الوقوف على مدى إسهام الفاسبوك في تعبئة وتوعية الشباب بمختلف القضايا السياسية سواء كانت محليا أو إقليميا أو حتى عالميا .

ثالثا : أسباب اختيار الموضوع

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار موضوع بحثه، ونحن بدورنا لنا أسبابنا في اختيار موضوع البحث وهي تتمثل فيما يلي:

أ - الأسباب الذاتية :

- الرغبة العلمية في البحث في موضوع يستلزم جهدا أكاديميا محكما يكون في مستوى الشهادة المحضرة.
- اهتمامنا الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة وأساسية موقع فايسبوك باعتباره ثورة معلوماتية حديثة القرن الواحد والعشرين .
- الاهتمام والميول الشخصي للموضوع والنابع من الأثر الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الأفراد والمجتمعات .

ب - الأسباب الموضوعية :

- الرغبة في إثراء البحوث العلمية، إذ تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة بالنظر إلى حداثة ظهور شبكة التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة موقع فايسبوك وما أحدثته من جدل في الأوساط العالمية .
- الانفتاح الإعلامي وتزايد الاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي لما لها من أهمية كبيرة في التأثير والإسهام الفاعل في بلورت اتجاهات وميول الشباب وسلوكهم بصفة عامة نحو القضايا المجتمعية بما في ذلك القضايا المتعلقة بالسياسة .
- هذا إضافة إلى أننا نرى في مواقع التواصل الاجتماعي حلقة الوصل بين المجتمعات ومنطلقا لتبادل الآراء و الاتجاهات، وهي بمثابة منتدى للتواصل ومناقشة القضايا الاجتماعية على وجه العموم و السياسة منها على وجه الخصوص فدفننا الفضول إلى معرفة مدى إسهام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى أوساط الشباب .
- وأخيرا دخول الموضوع محل الدراسة في مجال تخصص علم الاجتماع الاتصال.

رابعاً : الإشكالية

لقد أصبحنا نعيش في عصر المعلومات الذي صار فيه العالم قرية صغيرة نتيجة للتطورات التكنولوجية الهائلة و المتلاحقة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، وما أفرزته من تقنيات ووسائل عالية الدقة و فائقة الأداء، تتيح للفرد الاتصال عبر جهاز ثابت أو متنقل بمن يشاء بكل سهولة ويسر، وهذا ما تتيحه الإنترنت التي تعتبر أعظم اختراع في أواخر القرن العشرين، إنها وسيلة تُقدم خدمات كالشبكة العنكبوتية التي تساعد الفرد في الحصول على المعلومات، خدمة البريد الإلكتروني، و المجموعات الإخبارية وكذا ما أحدث في السنوات الأخيرة والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي كالفاسبوك وتويتر تلك التي تعرف بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركين بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات وهي ما يطلق عليها بالجماعات الافتراضية، وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني داخل الفضاء الرمزي، الذي تجاوزت فيه العلاقات الإطار الفيزيقي و المكاني وتفاعل الوجه بالوجه .

وقد أدى تزايد عدد المشاركين في تلك الشبكات الرقمية لا سيما الشباب إلى تصاعد تأثيرها ودورها في المجتمع، وزيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في إمداد الأفراد بكثير من المعلومات و المواقف والاتجاهات والآراء، مساهمة بذلك في تشكيل وعيهم حول العديد من القضايا الاجتماعية الاقتصادية و السياسية¹.

لعل ابرز تلك القضايا والتي أصبحت لها مكانة في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفاسبوك القضايا السياسية التي تتيح تشكيل وعي سياسي، هذا الوعي الذي يقصد به إدراك الفرد لمجتمعه ومحيطه الإقليمي و معرفة طبيعة الظروف السياسية التي تحيط به تلك التي تمثل مجموعة قرارات يتخذها فاعلون معروفون بهدف تحقيق غرض عام، أو هي خطط أو برامج وأهداف عامة، أو كل هذه معا، يظهر منها اتجاه الحكومة لفترة زمنية معينة بحيث يكون لها مبرراتها، وهي تعبير عن التوجه السلطوي أو القهري لموارد الدولة، و المسؤول عن التوجه الحكومي .

لكن ظهور الفاسبوك أضعف من بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية وهيئات المجتمع المدني، من خلال قضائه على احتكار المعلومات وضمائه لانسيابها بحرية لا يمكن التحكم فيها، فظهور الإعلام التفاعلي هو بداية تحرر مزدوج بين حرية الإرسال وحرية الاستقبال، فالفاسبوك قد يصبح اليوم منبرا مهما لتشكيل الوعي السياسي، هذا الأخير الذي يعتبر المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تتدرج من الاهتمام السياسي إلى معرفة السياسة وعلى وفق ذلك فإن ارتفاع مستوى وعي الشباب بأبعاد الظروف السياسية، بعد من المتطلبات الأساسية لتكوين الوعي السياسي، حيث أصبح الفاسبوك اليوم يساهم في تزويد الشباب بالمعلومات السياسية، كما يساهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية، واستعدادهم للعمل العام.

1- بوسماحة عبد الحق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الوعي السياسي، مجلة العلوم الإنسانية جامعة وهران، مكتبة الرشد للطباعة

والنشر والتوزيع، الجزائر، جانفي 2012، ص: 455

وأصبح الإعلام التفاعلي مشاركا للإعلام التقليدي كونه يحتوي في مضمونه على كافة الفنون الإعلامية و التقنيات الحديثة لمواقع التواصل الاجتماعي التي يلتف حولها الشباب، ولقد زاد الاهتمام بالثقافة السياسية في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة التي حدثت مؤخرا في مجال الاتصال وتبادل المعلومات بشكل مباشر وآني بعد أن كان وصول الأخبار السياسية وحيثيات النشاطات السياسية للدولة، داخل الدولة وخارجها مرتبطا بتوجهات القنوات الحكومية حيث كانت هناك صعوبات فنية وتقنية كبيرة تحول دون مشاركة المواطنين في العملية السياسية وتقلل من تأثيرهم في عميلة صناعة القرار السياسي للدولة، إلا أن الثورة التكنولوجية المتمثلة في الشبكة الإلكترونية بدأت تواكب الأحداث و التطورات الحاصلة في العالم بوجه عام، وفي المنطقة العربية على وجه الخصوص وبدأت تخرج عن النمط التقليدي سواء في تصميمها أو في نقل المعلومة، وفي تشكيل الوعي للجمهور خاصة فئة الشباب، ومتصفحها على المستوى المحلي والإقليمي وحتى العالمي، هذا ما منح الفرد حركة كبرى لمشاركة سياسة فاعلة، ما جعل بدورة الثقافة السياسية تعكس تطلعات المواطنين وتوجهاتهم، حيث أن الوعي السياسي يزدهر في ظل توفر مناخ ديمقراطي و اجتماعي وثقافي في المجتمع الذي يسمح بهذا الازدهار .

وبما أن العالم أضحى قرية كونية صغيرة في ظل ثورة المعلومات والانفجار المعلوماتي الهائل، وخاصة ظهور الإعلام الجديد الفايسبوك، ودوره التفاعلي على مستوى العالم بشكل عام و الذي يتجلى مباشرة بما يسمى بالثورات العربية و انطلاقا من هذا تتأسس دراستنا بشكل رئيسي على محاولة معرفة مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك خاصة ودوره في صياغة وتشكيل الوعي السياسي لدى جمهور الشباب وذلك من خلال طرح الإشكالية التالية :

— هل لمواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " أثر في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي؟

وقد تفرعت عن هذه الإشكالية أسئلة فرعية تمثلت فيما يلي :

— ماهي عادات وأنماط مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وما أثر استخدامها على الشباب الجامعي؟

— هل للمجتمع الافتراضي تأثير على الآراء والاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي؟

— هل تعدد وتنوع المواضيع المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " يزيد في اكتساب الوعي

السياسي لدى الشباب الجامعي؟

خامسا : فرضيات الدراسة

تعد الفروض من أهم العناصر في البحث العلمي , لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة البحث وتساؤلاته , فهي تساعد على اقتصاد الجهد والوقت وتبعده في الوقوع في متهات لا حصر لها .
وبما أن موضوع الشباب و علاقته بمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفاسبوك من المواضيع الأكثر تناولا في جل بلدان العالم، لكون الشباب اليوم يمثل الشريحة الاجتماعية الأكثر استهلاكاً لهذه التكنولوجيا الجديدة، فالشباب اليوم يوصف بجيل الإبهام (thund générantion) بالنظر لعلاقته بالانترنت وبجبل الترحال (friter générantion) بسبب التنقل من مكان لأخر عبر المجتمع الافتراضي، وتوفر وسائط الاتصال الجديدة الفرصة لتعبير الحر عن الآراء و وجهات النظر حول مختلف القضايا الاجتماعية و السياسية، فموقع الفاسبوك أصبح اليوم منبر لمختلف القضايا السياسية المحلية و الدولية، بكل شفافية وبدون أي قيود أو رقابة حكومية، و وسيلة للتمرد على الثقافة و التقاليد السائدة، و السياسات الحكم التقليدية.
وعليه من خلال الإشكالية الرئيسية وأسئلتها الفرعية، و كإجابة أولية عن هذه التساؤلات. انطلقنا من الفرضية العامة التالية :

— تساهم مواقع التواصل الاجتماعي " الفاييسبوك" في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

وقد تفرعت عن هذه الأخيرة فرضيات جزئية وهي :

— كلما زادت عادات وأنماط استخدام " الفاييسبوك " من طرف الشباب الجامعي كلما زادت معارفه السياسية

— لتداول المعلومات في المجتمع الافتراضي تأثير على الآراء والاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي .

— تعدد وتنوع المواضيع المطروحة في الفاييسبوك تزيد في اكتساب الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي.

سادسا: تحديد المفاهيم

تعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور و المسار البحثيين حتى يكون الدارس على بينة من أمره وهو يحاول الإجابة على إشكالية بحثه، ومن هنا تتضمن دراستنا هذه على بعض المفاهيم نحدد كالآتي:

1- الدور : يعرفه رالف لينتوف : بأنه الجانب السلوكي أو الذي يتعلق بالفعل الاجتماعي، فشاغل مركز أو وضع اجتماعي معين يطالب بأداء أفعال معينة، أو يتوقع أداء دور معين¹ ، فالدور ليس مجرد فعل ولكنه في نفس الوقت توقع الفعل.²

المفهوم الإجرائي : يستخدم هذا المصطلح في علم الاجتماع للدلالة على النماذج السلوكية التي يقوم بها شاغل مركز معين، وهو أيضا السلوك المتوقع من لاعب المركز الاجتماعي، وهو العلاقة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي، فالدور هو تحويل الفعل الفردي إلى الفعل الاجتماعي، وهو مهمة لسببين أساسيين :من جهة تطبيق الدور المفترض والضروري للتطبيق العلائقي لأدوار أخرى ،ومن جهة أخرى الدور الذي ينتج من بروز المؤسسة التي سجلت تقدما لتسهيل العادة أو التكرار في الممارسة الاجتماعية الصامدة .

2- مواقع التواصل الاجتماعي : المقصود بمواقع التواصل الاجتماعي هي تلك المواقع الالكترونية، التي تتيح للفرد الاتصال بغيره، وتبادل الصور، والفيديو، والرسائل ... أي أنها مواقع تقرب الفرد من أصدقائه، وزملائه، وأحبابه، وتقضي على القيود الجغرافية والحدود المكانية، لأنها تسهل الوصول إلى المعلومات في كل المجالات سواء في الميدان العلمي، الثقافي، الاجتماعي، السياسي، والترفيهي ... وهناك عدة مواقع إلكترونية للتواصل الاجتماعي، يأتي في الصدارة من حيث التصفح موقع الفايسبوك ويليه التويتر.³

ويعرفها أيضا محمد عواد: " على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها "⁴.

كما تعرفها هبة محمد خليفة بأنها: "صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة على الانترنت، تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعضا، وهي تشمل على مميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات "⁵.

1 — محمد عاطف غيث : البناء النظري لعلم الاجتماع، دار الكتب الجامعية، ص: 100.

2 — إحسان محمد الحسن : مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، 2009، ص: 37.

3 — راضي زهير : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، عمان، ص: 23.

4 — محمد عواد: شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2010، ص: 12.

5 — لحمل نجاة : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات القرابية " الفايسبوك نموذجاً "، رسالة ماستر، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2014، ص: 20.

المفهوم الإجرائي : مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها عبر واقع افتراضي يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم، تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة، فهي بذلك تمثل منافذ للتعبير عما يدور حولهم، حيث يتبادل من خلالها المشتركون التجارب والمعارف والمعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو...إلخ.

الفايسبوك : هو صفحة مصممة من أجل أن يتشارك ويتواصل الأشخاص من خلالها. لذلك هي خصوصية وشخصية، من أجل استخدام الموقع، يقوم المستخدمون بالتسجيل فيه وإنشاء ملف خاص ثم إضافة مستخدمين آخرين كأصدقاء. وتبادل الرسائل والانضمام إلى مجموعات أو صفحات تلاقي الاستحسان لديهم وتشكل مصدر اهتمام معين عندهم.¹

3- الوعي السياسي :

يعرف مصطلح الوعي في اللغة على أنه " الفهم وسلامة الإدراك " ²

وقد جاء في موسوعة العلوم السياسية أن الوعي هو المعرفة والإدراك والتنبه والفهم للنفس والعالم الخارجي وللانتماء الاجتماعي، فهو عملية إدراك الفرد لنفسه لوظائفه العقلية والجسمية وللبيئة المحيطة به باعتباره عضوا في الجماعة، وتأسيسا على هذا يتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك أو موضوع الوعي، كالوعي الديني، الوعي الاجتماعي، الوعي الثقافي، الوعي السياسي،³ وما يهمنا هنا هو هذا الأخير (الوعي السياسي) الذي يمثل الدراية بمختلف محددات القضايا السياسية وبأبعادها المختلفة كالديمقراطية والمشاركة السياسية والإيمان بالقضايا القومية وإيدولوجية الحاكم وسياسته.

وبما أن الحياة الاجتماعية هي المكان الذي يعيش فيه الإنسان، فهو بحاجة إلى السياسة، فالحكم طبيعة الإنسان لما فيه من طبيعة الاجتماع كما يقول ابن خلدون : " فلا بد من نظم سياسية ينشط فيها أمر العمران البشري " ⁴ تعرف السياسة حسب عالم الاجتماع الفرنسي ريمون آرون : " هي أو الفن الذي ينظم حياة الناس في جماعة، أو بمعنى هي النظرية أو الفن الذي يضمن وجود وبقاء المجموعات المنظمة. " ⁵

كما ويعبر الوعي السياسي عن رؤية الأفراد للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين، وأهداف وبرامج التنظيمات والأحزاب السياسية ومواقفهم منها، أي أن الوعي السياسي هو ما يوجد لدى الأفراد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على المستوى المحلي والدولي. ⁶

1 — عبد الله عامر : الفاييسبوك وعالم التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجية، العدد14، جامعة البتراء، عمان، 2007، ص: 6.

2 — محمد عاطف غيث ومحمد علي وآخرون : قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006، ص: 79.

3 — محمد أحمد البيومي : تاريخ التفكير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2009، ص: 366.

4 — موسى عبد الرحيم حلس وناصر علي مهدي : دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد12، العدد الثاني، 2010، ص: 135.

5 — محمد السويدي: علم الاجتماع السياسي ميدانه وقضاياها، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص: 17.

ويعرف أيضا بأنه : " مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية، التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة، في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ما يدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها.¹

المفهوم الإجرائي: هو مدى إدراك الفرد للشؤون ومدى قدرته على تحليل وتغيير اتجاهاته وتنمية معارفه السياسية، كما يمثل اكتساب المعارف والمعلومات الخاصة بالحياة السياسية والنظام السياسي القائم وقضايا المجتمع والتحديات التي تواجهه.

4- الشباب :

يشير المعنى اللغوي للشباب إلى الفتاء والحدأة من شب، يشيب، شابا وشبيبة.²

وفي معجم نور الدين الوسيط يعني الحدأة أي العمر ما بين البلوغ حتى الثلاثين والشباب أول الشيء.³

ويطلق الشباب على مرحلة عمرية، وهي ذروة القوة والحيوية والنشاط بين جميع مراحل العمر عند البشر، وهي من أهم المراحل التي يمر بها الفرد وهذه المرحلة تتلخص في أنها مرحلة التطلع إلى المستقبل بطموحات عريضة وكبيرة.⁴

ويرى علماء الاجتماع وجوب ألا يقتصر هذا المفهوم على النظر للشباب كفتة عمرية أو اجتماعية لها خصائصها النفسية والسلوكية المميزة، ولكن باعتبار الشباب جزء من الكل، أو باعتبارهم عنصرا هاما في بناء النسق الاجتماعي للمجتمع.⁵

وبهذا، أن نشير إلى أن هذه الدراسة ستحدد مرحلة الشباب تحديدا إجرائيا بين سن 18 و35 سنة على اعتبار أننا سندرس قضية مهمة وأساسية في المجتمع ألا وهي الوعي السياسي

1 — ودعب العززي : دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، جامعة صنعاء، 2007، ص: 72.

2 — جمال الدين بن مكرم ابن منظور أبي الفضل : لسان العرب، بيروت، دار نابلس، 2006، ص : 12

3 — عصام نور الدين : معجم نور الدين الوسيط، بيروت، دار الكتب العلمية، 2005، ص: 730.

4— عبد الكريم غريب: نموذج التوافق لدى الشباب العربي، منشورات كلية الأدب والعلوم الانسانية، الرباط، 1996، ص:123.

5 — سعد إبراهيم جمعة : الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984، ص: 105.

المجتمع الافتراضي: هو مجموعة أشخاص اندمجوا في الاتصالات والتفاعلات عبر الانترنت في حلقات النقاش أو منتديات المحادثة الالكترونية، فهو عملية تقاسم فضاء للاتصال مع أفراد لا نعرفهم، وغالبا ما يتم هذا في الوقت الحقيقي وهو عبارة عن انعكاس للواقع.¹

فالمجتمعات الافتراضية هي المجموعات الاجتماعية الناشئة من خلال شبكة الانترنت، حيث يكون للمستخدمين القدرة على التعرف وخلق نقاشات لتشكيل وعي جمعي، وعلاقات الشخصية في الفضاء الافتراضي.²

سابعا : الدراسات السابقة

إن نمو المعرفة و تشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لا بد وان تكون قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة.³

ويعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث حيث تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه خلال باقي خطوات البحث وبعد المسح العلمي للمكتبات تبين لنا ندرة الدراسات العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة التي تبحث في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب “ الفاسبوك نموذجيا ” ومن باب الأمانة العلمية وجب علينا عرض هذه الدراسات التي استفدنا منها و التي تتصل بهذه الدراسة سوءا كان ذلك من قريب أو بعيد على النحو التالي

الدراسات الأجنبية :

دراسة وليام وغلاتي Williams , And Gulati في عام 2008 حول “ التأثير السياسي للفاسبوك .. انتخابات التجديد النصفى 2006 ومنافسة الترشيح ” اعتمدت أسلوب تحليل المحتوى، هدفت إلى الوقوف على قوة التأثير الكبيرة للانترنت في انتخابات التجديد النصفى في الولايات المتحدة الأمريكية لعام 2006 ومنافسة الترشيح في 2008، والعلاقة ما بين أعداد وأنصار المرشحين على الفاسبوك ونصيبهم من التصويت في التنافس وأهم ما وصلت إليه الدراسة :

– استخدام شبكات التواصل الاجتماعي جعل للمرشح أهمية بالغة عند عموم الناخبين وخصوصا الديمغرافيا الأصغر سنا .

– أن الفاسبوك لعب دورا مهما في كل منافسات العام 2006 في الكونغرس، ومسابقات الترشيح أوائل العام 2008 .

1 – الصادق رايح : الانترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، الجملة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثاني، 2007، ص: 256.

2 – محمد أمين عبوب : تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، الجزائر، 2012، ص: 115.

3 – فضيل دليو، علي غربي وآخرون : أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، 1999 قسنطينة، الجزائر، ص 103.

- كانت حملة أوباما في العام 2008 هي الأولى التي توظف فيها شبكات التواصل الاجتماعي وخصوصا الفاسبوك بطريقة إستراتيجية .

- لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دور النموذج الإحصائي من خلال قياس كثافة الناخبين وتقدير أثارها .

- أن شبكة التواصل الاجتماعي تسمح بإمكانية إدارة الحملات الانتخابية.

دراسة **Ingenito** في عام 2010 بعنوان “ الديمقراطية في القرن 21 : وسائل الإعلام الاجتماعية و السياسة

– القرية العالمية “ هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تقسيم المجموعات الإلكترونية السياسية وتحديد مدى

وجود هذه الظاهرة على شبكة التواصل الاجتماعي من خلال عشرين عينة أختيرت عشوائيا لمجموعات ذات

توجه سياسي و أهم ما خلصت إليه الدراسة هو :

-أن المجموعات “ **Groups** “ ذات سمعة شعبية عالية جدا في المجتمعات .

تشير البيانات إلى أن مجموعات الفاسبوك عبارة عن منتديات للحوار النشط بموضوعات معينة فأكثر من 5400

مجموعة نقاش مفتوحة لكل مجموعة .

تشير بيانات تحليل المحتوى أن المجتمعات على الانترنت مثل الفاسبوك أو شكت أن تصبح الخطوة التطويرية التالية

في الديمقراطية التشاورية.

2- الدراسات العربية :

دراسة **محمود عبد القوي (2009)** وعنوانها “ دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب “ :

دراسة تطبيقية على شبكات الاجتماعية الافتراضية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الافتراضية، ودور هذه الشبكات

في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب، وتشكيل اتجاهاتهم نحو المشاركة السياسية، باستخدام منهجي المسح

والمقارن، على عينة من الشباب قوامها (380) مفردة من طلاب جامعة المنيا وعلى موقع الفاسبوك و أوضحت

الدراسة أن نسبة الذين يستخدمون شبكة فاسبوك لأغراض سياسية بلغت 58.50 % ولم تكن هناك أية فروق

ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث¹

وأظهرت أن تعددية الآراء ومناقشة القضايا السياسية كانت بدرجة كبيرة من الحرية على الفاسبوك، وأن

إتاحة الفرصة للتعليق وإبداء الرأي في القضايا المثارة، ساعد في جذب إنتباه الشباب، نحو المضامين السياسية

المثارة على (الفيس بوك) دون تمييز بين الذكور والإناث.

¹ - محمود عبد القوي : دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، ج2، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العالمي الخامس للإعلام والإصلاح، القاهرة، 2009، ص:8.

وأظهرت الدراسة وجود علاقة إرتباطية بين استخدام الشباب للفا سبوك لأغراض سياسية واتجاه الشباب نحو المشاركة السياسية، ويتضح من ذلك أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك في تشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية.¹

دراسة **لينا العلمي** بعنوان "العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية".

هدفت هذه الدراسة إلى قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية ودرجة تأثيرها بالمتغيرات المستقلة، واشتمل دور مواقع التواصل الاجتماعي على أربعة متغيرات رئيسية وهي : مقدار التفاعل مع مواقع التواصل الاجتماعي، مقدار الثقة في المعلومات التي تقدمها هذه المواقع، الفترة الزمنية في العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي، والدافع من وراء الاشتراك في هذه المواقع .

اعتمدت الدراسة على أربع فرضيات رئيسية تمحورت حول مدى تأثير وعلاقة مواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الوعي السياسي، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع طلبة كلية الاقتصاد في جامعة النجاح الوطنية، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع البحث (3600) طالب، معتمدة في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي وعلى الاستبيان كأداة لجمع المعطيات وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

-وجود علاقة معنوية وذات تأثير كبير بين دور الفترة الزمنية للعضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.

-وجود تأثير مهم ومعنوي لدور الثقة في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي.

-وجود علاقة معنوية وتأثير كبير بين الدافع وراء الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي وبين تحسين الوعي السياسي.²

دراسة **حسين أبو زيد** بعنوان " دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية".

تتمحور أهمية هذه الدراسة في كونها تدرس دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني، ومدى تأثيرها على واقع المشاركة السياسية حيث انطلقت من التساؤل الرئيسي التالي : إلى أي مدى ساهمت وأثرت المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر المبحوثين؟ ومن الفرضيات الآتية :

1- مرجع سابق: ص:9.

2- لينا العلمي : العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، عمان، 2011.

- أن التواصل الاجتماعي و السياسي في المواقع الاجتماعية التفاعلية انعكس بشكل إيجابي على مستوى المشاركة السياسية لطلبة الجامعات الفلسطينية وعزز دورهم .
- إن الحراك الاجتماعي والسياسي الذي توفره المواقع الاجتماعية والتفاعلية يؤثر في توجيه الرأي العام الفلسطيني للمشاركة السياسية من وجهة نظر الطلبة .
- اعتمدت الدراسة في إثبات فرضيتها على المقاومة المنهجية الوصفية التحليلية معتمدة في ذلك على الاستبيان و المقابلة كأحدى أدوات المسح الاجتماعي، إلى جانب المنهج التاريخي ومنهج تحليل المضمون .
- كما استخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية البسيطة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :
- تساهم المواقع الاجتماعية التفاعلية بشكل واضح في التأثير على توجهات الرأي العام في المجتمع الفلسطيني .
- تؤثر المواقع الاجتماعية التفاعلية في زيادة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع وتعزز من المسؤولية الاجتماعية لديهم مما ينعكس إيجاباً على مستوى المشاركة السياسية .¹
- دراسة رامي حسين بعنوان : “ دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني “ .
- هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب في قطاع غزة ، والتي تم تنفيذها على عينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة وهي : (جامعة الأزهر، الجامعة الإسلامية، جامعة الأقصى، وجامعة فلسطين) ممن هم مسجلون بالفعل في الفصل الدراسي الثاني من العام 2012 .
- استخدم فيها الباحث المنهج المسحي لعينة مكونة من 492 طالبا وطالبة من خلال إستمارة لتحقيق أهداف الدراسة وخلصت الدراسة إلى :
- أن الفاسبوك أكثر وسائل الإعلام التفاعلي استخداماً لدى الباحثين من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة ثم يليه في المرتبة الثانية البريد الإلكتروني، ثم اليوتيوب .
- كشفت الدراسة إلى أن الطلبة يثقون في الإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات، وبالدور الذي تقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية لدى الباحثين وبنسبة تصل إلى 70% .
- أوضحت الدراسة أن للإعلام التفاعلي دور إيجابي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الباحثين من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، بنسبة مقدارها 72.4 % .²

¹ - طاهر حسين أبوزيد: دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2012 .

² -رامي حسين الشراي: دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2012 .

3- الدراسات المحلية :

دراسة مبارك زودة بعنوان " دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام الثورة التونسية نموذجاً " هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي وذلك من خلال طرحها للتساؤلات الفرعية المتمثلة في الآتي :

- ما هي عادات وأنماط مستخدمي مواقع الإعلام الاجتماعي وما هي آثار استخدامها؟.
- ما هي مراحل الانتقال من الحشد الواقعي إلى الحشد الافتراضي أيام الثورة التونسية ؟
- ما هو الدور الذي لعبته مواقع الإعلام الاجتماعي في التعبئة الافتراضية للرأي العام التونسي و صناعة الثورة التونسية .

انطلقت هذه الدراسة من فرضيتين أساسيتين هما :

-يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الإعلامية و الاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظرا لميزاته و خصائصه و تأثيراته الفورية على مستخدميه

-يعتبر الإعلام الاجتماعي أهم محرك و دافع اتصالي و إعلامي في تعبئة الجماهير و صناعة الرأي العام التونسي . اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي و على الاستمارة كأداة لجمع البيانات حول الظاهرة محل الدراسة، حيث طبقت على عينة شملت 390 مفردة و كانت من بين النتائج المتوصل إليها من الدراسة ما يلي :

- بعد موقع فيسبوك الشبكة الأكثر استخداما لدى التونسيين .
- أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق
- يتواصل غالبية المبحوثين و يتفاعلون مع المجموعة الافتراضية .
- ساهمت مواقع الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي و توجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، و ساهمت بشكل فعال و مباشر في إنجاحها .¹

¹مبارك زودة: دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام " الثورة التونسية نموذجاً "، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.

ثامنا - المقاربة النظرية:

1 - النظريات المعتمدة :

أ — نظرية التأثير المباشر : يرجع الفضل "لهارولد لازويل" في تطوير مفهوم حديث لتأثير وسائل الإعلام خلال الحرب العالمية الثانية، منطلقا من نظرية فرويد الذي افترض أن الإنسان تحركه قوى فطرية غير واعية و غير رشيدة، و يتحكم فيها العقل الواعي بشكل جزئي و نتيجة لذلك فإن السلوك الإنساني ليس عاقلا أو راشدا، و يمكن تلخيص أهم الأفكار التي تضمنتها هذه النظرية بما يلي :

1/ تقدم وسائل الإعلام رسائلها و مضامينها المختلفة لأفراد المجتمع الذين يستقبلونها و يدركونها بشكل متقارب .

2/ تهدف تلك الرسائل و المضامين إلى القيام بدور المنبهات القوية لمشاعر و عواطف الأفراد .

3/ تقود تلك المنبهات الأفراد للاستجابة لها بشكل متماثل أو متقارب .

4/ أن قوة و تماثل تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد، راجع لضعف وسائل الضبط الاجتماعي و الانعزال لهؤلاء الأفراد عن بعضهم داخل المجتمع .

5/ أن الفرد يتلقى معلوماته و خبراته من وسائل الإعلام بشكل فردي، و مباشر دون وسيط و من ثم فإن تأثيراتها تكون قوية و مباشرة .

6/ أن ردة فعل الأفراد على ما يتلقونه من وسائل الإعلام يكون فرديا أيضا، و لا يعتمد على التأثيرات المتبادلة بين الأفراد المتلاقين ببعضهم البعض¹ .

ب — نظرية الاستخدامات و الإشباعات : تعني هذه النظرية في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته و تلبى حاجاته الكاملة في داخله. و معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى لتحقيقها. فأفراد الجمهور هنا بدرجة ما ينشطون مع المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، فكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له. كما يرى "محمد عبد الحميد" " فإن أحد المظاهر الأساسية للجمهور المتلقين أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض و يتأثر بعد ذلك بالرسالة، لكنه طرف فاعل و نشط في هذه العملية، لذلك فهو يقوم بدور مجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، و كطرف في هذه العملية يسهم في حركتها و في استمرارها و من هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل فرد من أفراد الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها، و الدور النقدي الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها، بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية، فمن خلال تأثير الحاجات و الدوافع يبدأ الفرد بصفته قارئاً، أو مشاهداً، أو مستمعا، في تقويم ما يحصل عليه من معلومات،² و تقويم مصدر هذه المعلومات، حتى يطمئن إلى تأمين حاجته من التعرف متأثراً في ذلك

¹ - محمد عبد الحميد : نظرية الإعلام و اتجاهات التأثير، ط2، عالم المكتبة، القاهرة، 2000، ص222 .

² - رضا عبد الواحد أمين : الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2007، ص255 .

بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض و من خلال منظور الاستخدامات و الاشباعات لا يعد الجمهور مجرد مستقبلين سلبيين برسائل الاتصال الجماهيري، و إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها، و نوع المضمون الذي يلي حاجتهم النفسية و الاجتماعية.¹

— فرضيات نظرية الاستخدامات و الإشباعات : يلخص (كاتز) و زملائه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية :

1/ جمهور المتلقين هو جمهور نشط، و استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة .
2/ يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، و اختيار وسائل معينة، يرى أنها تشبع حاجاته .

3/ تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها

4/ الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، و حاجاته، و دوافعه، و بالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته .

5/ الأحكام حول قيمة العلاقات بين حاجات الجمهور، و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.

* و تحقق نظرية الاستخدامات و الاشباعات أهداف رئيسية و هي :

— محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، و يستخدم الوسائل، و المضامين التي تشبع حاجاته .

— شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، و الإشباعات المحققة من هذا التعرض.²

¹ — مرجع سابق، ص: 255 .

² — مرزوق عبد الحكيم العادلي : الإعلامات الصحافية — دراسات في الاستخدامات و الاشباعات، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص126 .

2- مواقع التواصل الاجتماعي :

أ - مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : لقد كثر الحديث مؤخرا عن مواقع التواصل الاجتماعي و استطاعت أن تجذب إليها مئات الملايين من الأشخاص بل و أكثر من مليار حول العالم، و ذلك لم تتيحه من قدر كبير من التفاعل بين مشتركها فضلا عما تحققه من إشباعات و ظواهر تؤثر في مجتمعات اليوم و تظهر قوة الشبكات الاجتماعية كلما ازداد عدد المسجلين فيها، و قد تكون الشبكات الاجتماعية في المستقبل القريب أول وسيلة يمكن اللجوء إليها في حالة رغبة شخص أو جهة من التواصل مع فرد من الأفراد و البحث عنه أو التعامل معه .

-الشبكات الاجتماعية هي مصطلح على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... إلخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، و معرفة أخبارهم و معلوماهم التي يتيحونها للعرض¹.

-تصنف مواقع التواصل الاجتماعي ضمن مواقع ويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها و تغذية محتواها، كما تتنوع أشكال و أهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام و تكوين الصداقات حول العالم، و بعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد، و منحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين و شبكات المصورين و مصممي الجرافكس، و تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة، و يتم نشر هذه البيانات علنا على الشبكة حيث يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة و الذين يبحثون عن ملفات أو صور ... إلخ.²

إذ هي شبكة مواقع فعالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من التعارف و الأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال مع بعضهم البعض، و بعد طول سنوات و تمكنهم أيضا من التواصل المرئي و الصوتي و تبادل الصور و غيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الاجتماعية بينهم و من أهم التعاريف التي توصلنا إليها عن مواقع التواصل الاجتماعي هي :

¹ - صادق عباس مصطفى : الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص:61.

² - أحمد زارع : مقدمة في الإعلام الدولي، ط1، مكتبة الطالب، غزة، 2004، ص: 09 .

1/ هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو بما يعرف بالويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمعات افتراضية يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء¹.

2/ هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق أنها عبر الانترنت و هي تصنع مواضيع خاصة و عامة من كتابات و صور و أفلام و دراسات و تعارف

3/ هي مواقع مبنية مع فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية، حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل FACEBOOK²

4/ عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية، التي تجمع بين العديد من أدوات الإنترنت المختلفة، و ذات شعبية كبيرة، و على سبيل المثال، الفاييسوك تعمل كأداة للاتصال الشخصي و التفاعلي الذاتي مثله مثل ما يعرف بموقع على شبكة الانترنت الشخصية، يتيح خدمة الرسائل الفورية، و يمكن استخدامه كمنتدى للنقاش... إلخ.³

ب — نشأة مواقع التواصل الاجتماعي: بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، و موقع sexdegress.com عام 1997، و ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، و خدمة إرسال الرسائل الخاصة بين مجموعة من الأصدقاء و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لها توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع تحقيق ملكا للملكية و تم إغلاقها، و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001. و في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002، مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع (غوغل) إلى محاولة شرائها سنة 2003. لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، و في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007. و قد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع، لتصل حسب إحصائيات جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.⁴

¹ — محمود الفطافطة: علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي و التعبير في فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية و الحريات الإعلامية، رام الله، 2011، ص: 110.

² — فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفاييسوك، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، 2011، ص: 176.

³ — <http://www.dahah.org/papers/talks/msr.ne> تاريخ الدخول: 2015/01/24 13:30

⁴ — علياء سامي عبد الفتاح: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العامل العربي، القاهرة، 2009، ص: 39.

-ومع بداية عام 2009 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من (غوغل) و هو موقع (ماي سبيس) الأمريكي الشهير، و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير (الفيسبوك) و الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع (ماي سبيس) حتى قام (فيسبوك) في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير و يعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

ج - أهم مواقع التواصل الاجتماعي هي:

1/ الفيس بوك FACEBOOK : أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية سرعة الانتشار و التوسع، قيمته السوقية عالية و تتنافس على ضمه كبريات الشركات، نقطة القوة الأساسية في الفيس بوك هي " التطبيقات " التي أتاحت الشبكة فيها للمبرمجين من مختلف أنحاء العالم بترجمة تطبيقاتهم المختلفة و لإضافتها للموقع الأساسي .

2/ ماي سبيس MYSPACE : هو الموقع الذي كان أكثر رواجاً قبل أن يدخل في منافسة شديدة مع الفيس بوك مؤخراً .

3/ أوركوت ORKUT : منتج غوغل لم يلقى رواجاً كبيراً في أمريكا لوجود العملاقين فيس بوك و تويتر²

4/ التويتر TWITTER : هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم، للبقاء مع اتصال مع أصدقائهم و أقاربهم، من خلال أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم، و الهواتف النقالة، و تسمح واجهة التويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرف، و يمثل التويتر شبكة معلوماتية آنية مدعومة من الناس في جميع أنحاء العالم .

5/ لنكد أن LINKED IN : يضم الموقع قرابة 150 مليون حساب محترف و محترفة في مجالات متنوعة و مختلفة، يتشاركون في مجموعات اهتمام. خاصية متميزة في الموقع هي خاصية التزكيات، فيإمكان مدير أو زملائك

السابقين في وظيفة معينة شغلتها تزكيتك عن عملك في الشركة.³

¹ - حسين شفيق : الإعلام التفاعلي و ما بعد التفاعلية، ط1، دار الفكر و فن، القاهرة، 2010، ص: 14 .

² - سميرة شيخاني : الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، 2010، ص: 442.

³ - <http://www.libyanyouths.com/vh/html> تاريخ الدخول : 13:45 2014/12/23

3 – موقع الفاييس بوك FACEBOOK :

أ- فكرة نشأة الفاييس بوك: ترجع فكرة نشأة الفاييس بوك إلى صاحبه "مارك زوكر بيرج" حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت مع جميع زملائه في الجامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) و يمكنهم من تبادل أخبارهم و صورهم و آرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات، أو موقع ينشر أخبار الجامعة، و لكن هدفه الأساسي إنشاء موقع يجمع شمل أصدقاه و يساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض، و أطلق "زوكر بيرج" موقعه "فايس بوك" في 04 فيفري 2004 و كان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين جامعة هارفارد، و اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع، لتشمل طلبة جامعة أخرى، أو طلبة مدارس ثانوية يسعون للتعرف على الحياة الجامعية.¹

و- استمر موقع "فايس بوك" قاصراً على طلبة الجامعات و المدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر "زوكر بيرج" أن يخطو خطوة أخرى نحو الأمام، و هي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، و كانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007 .

و- كان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، و يسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، و من ناحية أخرى نجح موقع الفاييس بوك في هذا المجال بشكل كبير، و كانت النتيجة أن تلقى "زوكر بيرج" عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، إلا أن "زوكر بيرج" فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، و توقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة و أنه جاء بعد عام واحد فقط "نيوز كوربوريشن"، التي يمتلكها المليونير الاسترالي "روبرت ميردوخ" بشراء موقع "ماي سبيس" و هو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580 مليون دولار .

أ- أما سبب رفض "زوكر بيرج" لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيراً من المبلغ المعروض، و حسب ما قال في مقابلة مع صحيفة (فاينانشل تايلز) البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق" و أضاف إلى أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، "و إذا استطعنا أن نحسنها قليلاً لعدد كبير من الناس فإن هذا يكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله"

¹ <http://www.alwan.com.sa/articles/detail.aspx?article.id> تاريخ الدخول : 14:00 2015/01/11

-و يتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي الفاييس بوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي و تصل القيمة السوقية للفايس بوك كشركة الآن إلى نحو 100 مليار دولار.¹

ب — عدد مستخدمي الفاييس بوك حول العالم :

العدد هو 800 مليون مستخدم حتى نهاية 2011، و المعلومة الأكثر إثارة أن مستخدمي الفاييس بوك حتى 2010 كان 400 مليون مستخدم، بمعنى أن زيادة المستخدمين في الفاييس بوك كبيرة، و أن عدد مستخدمي الفاييس بوك سيتعدى حاجز المليار قريبا جدا أو سيواصل الصعود، و يبلغ عدد الأعضاء النشطين من بين هؤلاء :

إحصائيا الفاييس بوك الأخيرة تشير إلى أن 50% من عدد المسجلين في الفاييس بوك بشكل يومي، و أن فتح صفحة الفاييس بوك أصبح لكثير من الأشخاص من روتينهم اليومي، حيث يقومون بالدخول و لو مرة واحدة إلى الموقع ليفحصوا أخبار أصدقاهم أو أية رسائل جديدة وصلت إليه أو أخبار العالم عبر صفحات الفاييس بوك المشتركين فيها، و الكثير من المهام التي يمكن عملها في فضاء الفاييس بوك.

-إن عدد مستخدمي الفاييس بوك يشير إلى أن الفاييس بوك نجح نجحا كاسحا في جذب مستخدمي الانترنت إليه بشكل كبير، فلقد قدم فكرة و لم يكتف بذلك، بل سعى إلى تطويرها بشكل دائم و هذا سر تميزه (التغيير نحو الأفضل دائما)

-أما بالنسبة لمستخدمي الفاييس بوك في الجزائر : فلقد قارب عدد الجزائريين المسجلين على موقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك نهاية عام 2012 عتبة الثلاثة ملايين ناشط بارتفاع قارب نسبة 85% لتقفز الجزائر إلى المركز الرابع عربيا متقدمة على الدول العربية، و كشف موقع (سوشال ماركر) المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، أن عدد الجزائريين المسجلين في الموقع وصل شهر ديسمبر 2012 إلى مليونين و 835 ألف عضو بنسبة ارتفاع بلغت 85% مقارنة بنهاية عام 2011، أين بلغ العدد مليون ونصف مليون مسجل و ينافس موقع الفاييس بوك الذي يعد أكبر شبكة إجتماعية في العالم بـ 800 مليون، عملاق البحث (غوغل) الذي يعد أول موقع من حيث عدد الزيارات في الجزائر بحسب بوابة "السيكا" العالمية المتخصصة في تصنيف المواقع.

-و احتل موقع الفاييس بوك خلال الأشهر الأخيرة المركز الأول في الجزائر قبل أن يتراجع إلى المرتبة الثانية، و وفق إحصائيات موقع "سوشال باركر" فإن الفاييس بوكيون في الجزائر يمثلون نسبة 8.2% من العدد الإجمالي للسكان المقدر بـ 38 مليون نسمة و هو رقم ضعيف مقارنة بدول أخرى.²

¹ <http://khol.google.com/k/mazen-aldarrab> تاريخ الدخول : 15:30 2015/01/12

² — مريم نريمان نومار : دراسة حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية "الفايس بوك نموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012، ص: 57 .

و تبين آخر الإحصائيات أن الفاييس بوك تغلغل في الجزائر بنسبة 9.79% مقارنة مع عدد سكان البلاد بنسبة 72.6% فيما يتعلق بعدد مستخدمي الانترنت و قد بلغ إجمالي عدد مستخدمي الفاييس بوك في الجزائر 3386800 و بنسبة أكثر من 665180 في الأشهر الماضية، و تشير آخر الإحصائيات أن أكبر فئة عمرية مستخدمة لشبكة الفاييس بوك هي من 18 إلى 24 ثم تليها فئة من 25 إلى 34 سنة و هناك 68% من المستخدمين ذكور و 32% من الإناث في الجزائر.¹

ج - إستخدامات و خدمات موقع الفاييس بوك :

استطاع موقع الفاييس بوك أخذ أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، خلال ثلاث سنوات أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، و اشترك أكثر من 150 ألف مستخدم جديد في الموقع يوميا، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، و يبدو أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب و طلبة الجامعة و المراحل الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف و تكوين المجموعات و التجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة و الشباب فس نجد داخل الفاييس بوك عددا كبيرا من الإعلاميين الذين وجدوا في الفاييس بوك عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، و يبحثون عن قرائهم و مشاهديهم، موقع الفاييس بوك لم يكن هو الأول فقد سبقته مواقع مثله مثل موقع MYSPACE و HI 5 غير أن الفاييس بوك يتيح مساحة أكبر من الخصوصية حيث يتمكن المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به، حين يرفض من البداية جعله صديقا له .

على حائط الفاييس بوك يمكن للأصدقاء أن يكتبوا و يعلقوا ما يريدون، و يمكنهم أن يسموا أيضا لصاحب الصفحة، و أن يستمعوا لموسيقاه المفضلة، فيلمه المفضل، صورته الخاصة التي تحاكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيد ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، يرى صور أفضل أصدقائه، و يلعب الفاييس بوك بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربما قد فقدوا منك، البحث عن ذكريات الطفولة، تكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة، و ربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات الفاييس بوك .

- نرى أن من يتأمل شبكة الفاييس بوك فسيفاجئ بهذا الكم من التواصلات و الشبكات بين البشر العالم كله من شرقه و غربه، و تجد لدى كل شخص عشرات الأصدقاء من شتى أنحاء العالم، و لدى كل شخص صفحة خاصة به، يتصرف فيها كما يريد.

فالولد يستعرض فيها مواهبه، و البنت تستعرض جمالها، و هو ما يطرح لدي الشباب رغبة لا تقاوم، في إظهار ذاته كما يريد، فهو يفكر كيف يجعل صورته متفردة و غريبة، و كيف يضع في صفحته أشياء غريبة تختلف عن

¹ - حنان بنت شعشوع : اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية علي العلاقات الاجتماعية، الفيسبوك نموذجا ،رسالة ماجستير، السعودية 2013،ص: 58 .

غيره ليشد بها انتباه الآخرين، فهو ما دام صاحب موقع، إنجاز التعبير، فله أن يفعل فيه ما يشاء، يكتب على الحائط الخاص به و يدعو أصدقاءه للكتابة و التعليق.¹

د - آخر نجاحات موقع الفاييس بوك :

في عام 2007 اشتركت شركة (مايكروسوفت) العملاقة 1.6% من أسهم الفاييس بوك مقابل 240 مليون دولار، في عام 2008 تمت ترجمة صفحة الفاييس بوك إلى عدة لغات و بلغ عدد المستخدمين نحو 110 ملايين شخص

-أطلق موقع الفاييس بوك نسخة محلية من المواقع بعدد من اللغات و لعدد من البلدان، و التي تتضمن في البداية ، فرنسا إذ تم إعداد النطاق FACEBOOK.FR و يأتي ذلك بعد أن حقق الموقع نجاحا شديدا في فرنسا، و كان الموقع قد تعرض للنقد بعد أن بدأ في طرح المعلومات المتعلقة بأعضائها علنا على محركات البحث على الانترنت مثل (غوغل و ياهو)، و بدورهم، اعتبر خبراء تكنولوجيا المعلومات هذه الخطوة جريئة بأنها تحول الفاييس بوك من شبكة اجتماعية خاصة إلى ما يشبه الصفحات الصفراء على الانترنت ، و يتطلع القائمون على موقع الفاييس بوك من وراء هذه الخطوة إلى الدخول المبكر في السباق، لبناء دليل الكتروني عالمي يحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات و التفاصيل الشخصية، السيرة الذاتية و أرقام هواتف و غيرها من سبل الاتصال بالشخص و هويات الأعضاء، و حتى معلومات عن أصدقائهم مما قد يعود بأرباح كبيرة على الموقع .

-و كان الفاييس بوك أعلن عن وصول عدد مشتركيه الفاعلين إلى 175 مليون شخص، و ذلك بعد نحو شهر من إعلانه عن تجاوز عددهم حاجزه 150 مليون مشترك. و تأتي تلك الأنباء في الوقت الذي يحتفل فيه الفاييس بوك بمرور خمسة أعوام على تدهينه و تطوره على مدار هذه السنوات من مجرد شبكة اجتماعية، لطلاب جامعة هارفارد ليصبح أكبر شبكة اجتماعية على الانترنت، يتجاوز عدد مشتركيا حاجزه 900 مليون شخص.

فيما أعلن موقع الفاييس بوك عزمه على إعادة صيانة الموقع على الشبكة لجذب أكبر عدد من المشاركين حيث هناك بعض التعبيرات فيه مثل استبدال قائمة STATUS الموضوعية أعلى صفحة المستخدمين بمربع حوار جديد تحت عنوان (ماذا يدور بذلك الآن) يمكن بواسطته إضافة أي خاطرة أو صورة أو مقطع فيديو، و سيضيف الموقع خاصية و ضع حدود لمشاركة و تبادل المواد على الموقع بين الأصدقاء، مما يعزز من مقدرة المستخدمين في التحكم على ما يريدون الإطلاع عليه، كما سيضيف الموقع خواصا جديدة إلى المواقع العامة مثل مواقع الرئيس أوباما و السيدة الأولى و موقع المغنية "بريتني سبيرز" و موقع شبكة CNN الإخبارية.²

¹ محمد السيد حلاوة : العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت و الفاييسوك، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص:54.

² انتصار عبد الرزاق و صفد الساموك : الإعلام الجديد و تطور الأداء و الوظيفة، ط1، الدار الجامعية للطباعة و النشر و

الترجمة، بغداد، 2011، ص:21

و قال "كيفن جون سون" رئيس قسم المنصات و الخدمات مايكروسوفت أن الإقدام على هذا الاستثمار و توسيع الاتفاق الحالي سيحسن من إمكانية مايكروسوفت و الفاييس بوك على استغلال الفرص الإعلانية في العالم، و يتقدم الموقع على منافسه الرئيسي "ماي سبيس" كما يعتقد أنه سيكون أكثر جذبا للإعلانات بسبب نظام الموقع الذي يجعل الأشخاص يستخدمون شخصياتهم الحقيقية في مقابل موقع "ماي سبيس" الذي غالبا ما تكون المشاركة فيه بهويات غير حقيقية .

و من بين نجاحات الفاييس بوك هو التعاون المشترك بين موقع الفاييس بوك و شركة BLACKBERRY للهواتف المحمولة، حيث تم الاتفاق على تحميل موقع الفاييس بوك على الهواتف المحمولة، حتى يستطيع حامل الهاتف من استخدام الموقع بكافة خدماته و إمكاناته من خلال الهاتف المحمول.¹

هـ — التحديثات الأخيرة التي طرأت على الفاييس بوك : قامت إدارة موقع الفاييس بوك، بتطوير مجموعة من الخصائص و المميزات على نظام الموقع، و قد تزامن هذه الثورات و التحديثات مع بروز الخدمة الجديدة و المنافسة للفايس بوك (غوغل بلص) و التي جذبت ملايين المستخدمين، بمجرد مرور عدة أسابيع من انطلاقتها، و من أهم عشر تحديثات و تطورات تمت على موقع الفاييس بوك، بعض هذه التحديثات كثيرة و ملفتة، و بعضها صغيرة و جزئية و سيكون الترتيب بحسب الحجم الأكبر ثم الأصغر .

1/ أصبح بالإمكان الاشتراك بدلا من المصادقة : عندما يصادق أحد المستخدمين مستخدما آخر في الفاييس بوك، فإن ذلك معناه أن تصل منشورات كل مستخدم كل منهما إلى الآخر و تظهر في صفحته الرئيسية، و هذا هو أحد الفروق الرئيسية بين الفاييس بوك و موقع التويتر .

2/ قصص هامة و قصص حديثة : يستعمل نظام الفاييس بوك مصطلح قصص ليعبر عن منشورات و تحديثات الأصدقاء، و قد قام بتقسيم هذه القصص (المنشورات) إلى قصص هامة و قصص حديثة، و القصص الهامة يكون معلم عليها في زاويتها العلوية بمثلث باهت اللون .

3/ التحكم بقوائم الأصدقاء أصبح أسهل : أصبح بإمكان مشاهدة المنشورات القادمة من أحد قوائم الأصدقاء، فقط دون غيرهم، لأن ترتيب الأصدقاء و وضعهم في قوائم مخصصة من الأمور الهامة في الفاييس بوك .

4/ مربع التنبيهات السريعة أو TICKER : أضافت إدارة الفاييس بوك مربعا جانبيا يظهر في صفحة المستخدم الرئيسية، هذا المربع يقوم بعرض تنبيهات لما يقوم به أصدقاؤك الآن .

5/ الإشارة على الصور أصبحت بإذن : الميزة الجديدة التي أضافها الفاييس بوك في أنه عندما يشير أحد أصدقاؤك إليك في صورة خاصة به فإنه لن يتم اعتماد الإشارة إذا وافقت أنت عليها.²

¹ — المرجع نفسه : ص - ص : 27 - 28.

² — حسين أبو شنب : الإعلام التفاعلي، محاضرات في تطوير الاعلام والمعلومات، غزة، 2011، ص : 06 .

6/ لن بمتألاً صندوق الوارد برسائل الفاييس بوك بعد اليوم : قررت إدارة الفاييس بوك إرسال رسالة واحدة يومياً تحوي ملخصاً لما تم و قام به أصدقاؤك، بدلا من إرسال رسالة منفصلة لكل نشاط أو رد أو منشور .

7/ تحسين نظام الرسائل داخل الفاييس بوك : الآن يتم تجميع الرسائل بينك و بين صديقك في صفحة واحدة مع تحديد وقت و تاريخ كل رسالة .

8/ مساحة عرض الصور أصبح 960 بكسل بدلا من 720 بكسل : كانت الصور الكبيرة في المساحة يتم تصغيرها بشكل آلي عندما يرفعها المستخدم إلى حسابه في الفاييس بوك، الآن أصبح عرض الصور يتم في صفحة منفصلة عن المحتوى و يتم عرض الصور بدون أي محتوى إضافي بجانبها مما يسمح بمساحة أكبر للصور تصل إلى 960 بكسل.¹

9/ أكتب المنشور و حدد المكان الذي أنت فيه : قامت إدارة الفاييس بوك في الآونة الأخيرة بإضافة أيقونة صغيرة تحت مربع النشر، هذا المربع لتحديد المكان المتواجد فيه المستخدم عند كتابة المنشور (إن أراد التحديد) بالنقر عليها سيكون للمستخدم كتابة المكان الذي هو الآن فيه، و بمجرد بدأ الكتابة ستظهر الخيارات المشابهة لما تقوم بكتابتها، لكي يسهل لك اختيار المنطقة أو المدينة التي أنت فيها.²

4 – الوعي السياسي:

أ – مفهوم الوعي السياسي : الوعي هو معرفة المرء بوجوده، و إدراكه لأفكاره و مشاعره، و حين تتسع دائرة وعي الإنسان يصبح مدركا لمحيطه، و زمانه، و ما فيه من مصادر السرور و بواعث الحزن و الاكتئاب، كما يصبح مدركا للفرص و التحديات و الإمكانيات المتوفرة في ذلك المحيط، و من المهم أن نلاحظ أن وعي الإنسان بكل ذلك يظل منقوصا و نسبيا، وقابلا للجدل و المراجعة.³

— و يمكن أن نعرف الوعي السياسي بأنه "الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية و قيم و اتجاهات سياسية تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه، ومشكلاته و يحللها و يحكم عليها، و يحدد موقفه منها و التي تدفعه للتحرك من أجل تغييرها و تطويرها "⁴.

و هناك من يعتبر الوعي السياسي المركز الإدراكي لمشاركة الإنسان مع واقعه السياسي. و الوعي السياسي يتكون من القيم و الاتجاهات و السلوكيات و المعارف للأفراد و المجتمع، و بالتالي، فوعي الفرد يتأثر بالثقافة العامة للمجتمع رغم أنها مستقلة عنه .

ب – مقومات الوعي السياسي :

1/ المعرفة بطبيعة العصر : فالإنسان عندما يكون عالم زمانه مدركا لواقعه، يكون ذلك رائدا له في وعيه .

¹ – المرجع نفسه : ص:42 .

² – <http://ar.wikipedia.org/wiki> تاريخ الدخول : 15:05 2015/01/30

3 – محمد محمد سكران : التنشئة السياسية والاجتماعية، ج2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص:4.

4 – يسرى دعبس : السياحة والمجتمع، المنتدى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2009، ص:64.

- 2/ القدرة على الفرز و التمييز : أي تصنيف الأمور و كذلك تصنيف الناس، و تصنيف الظواهر، التمييز بين ظاهرة و أخرى، و لا يضع كل شيء في خانة واحدة .
- 3/ توافر الأدلة و البيانات : أن الإنسان الواعي دائما ما يبحث عن الاستدلال، و ليس من العدل أن يظن الإنسان دون وجود دليل على ذلك .
- 4/ الربط بين المقدمات و النتائج : أن كل ظاهرة و كل نتيجة لها مقدمات و هي بمثابة المؤشرات للظاهرة السياسية، إذا كان الربط بين المقدمة و النتائج بشكل صحيح يعتبر مقوم للوعي السياسي .
- 5/ وجود معيار : أن المعيار هو بقيمة المسطرة في قياس الأشياء، فالإنسان يضع الأمور على معياره لقياسها، و لا بد للوعي من معيار و إلا ما سمي وعيا، و قد يكون المعيار من المنهج الذي يسير عليه الإنسان .
- 6/ و الحرية و الاستقلال : لا بد للإنسان الواعي أن يكون حرا، إذ لا يقيدده شيء و لا يخاف من شيء حين يعبر عن رأيه، و أن خضع الإنسان أو سلبت حريته فهو إما أن يموت و تموت معه بصيرته، أو يكون غير مدرك يساير الناس في كل ما يقولون و يريدون .
- 7/ الاختبار و التمحيص : قبل أن يثق الإنسان بأي شيء يجب أن يختبره و يبحث فيه، و يجب أن تكون له مراقبة و مراجعة مستمرة، فالثقة العمياء ليست من روافد الوعي و مقوماته .
- 8/ قراءة ما بين السطور : أن الوعي السياسي لا يكتفي بالانطباعات الأعلى، فلا بد أن يراجع و يقرأ ما خلف الكلمات و الشعارات. و البيئة السياسية تحتاج إلى وعي و بصيرة تقرأ ما وراء الأسطر.¹
- ج — أنواع الوعي السياسي :**
- 1/ وعي مشارك : وهو الذي يساعد في تشكيل الاتجاهات اتجاه الموضوعات، أو المسألة السياسية و بالتالي فالوعي حين يكون مساهما و مشاركا يعتبر إيجابيا .
- 2/ وعي تابع : و هو إما يكون تابع لرأي أو جماعة، بشكل متعصب و مستسلم دون الرجوع إلى طرح تساؤل أو مساهمة، وهذا الوعي سلبي و يدفع إلى اتجاهات سلبية .
- 3/ وعي محدود : و هو الذي لا يشكل أي تغيير، أو مشاركة و هو محدود بنطاق الفرد و شخصيته فقط.²
- د — ما يؤثر على الوعي السياسي :** و يقصد بها ما يؤثر على وعي الفرد السياسي و هي :
- 1/ الأسرة : فداخلها يبدأ الفرد باكتساب اتجاهات و أفكار جديدة، و نرى ذلك في تنشئة الطفل الأمريكي، بحيث يبدأ الأطفال باكتساب الهوية الحزبية، في فترة مبكرة بسبب المكانة الخاصة للطفل في الأسرة و فلسفة و قيم الأسر و طريقة تربية الطفل .

¹ — السيد عليوة و منى محمود : المشاركة السياسية، ط1، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية و السياسية، 2000، ص:44.

² — أحمد نصري : دراسة تحليلية لعملية صنع القرار السياسي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية، العدد الأول، 2005، ص:276 .

2/ الرفاق : للرفاق (الأصدقاء) دور رئيسي في تكوين وعي الفرد و قيمه و توجهاته و آرائه السياسية لاسيما في ظل التكافؤ العمري بينهم .

3/ المدرسة : تقوم المدرسة بأهم دور و هو التعليم، و تأثيرها يكون من عدة جوانب و هي : التثقيف السياسي من خلال الأنشطة المدرسية، و قد يساعد في هذا أيضا النظام داخل المدرسة، التثقيف من خلال تدريس لها علاقة بالسياسة، و كذلك دور المعلم و ثقافته و وعيه السياسي .

4/ وسائل الإعلام : فهي تلعب دورا مهما في تزويد الفرد بالمعلومات السياسية و تشارك في ترسيخ القيم السياسية.

— أن تحرير الوعي من الأوهام و المفاهيم الخاطئة يزيد في أهميته على تحرير الأسرى من سجون العدو، و على تحرير الدولة من جيوش المستعمرين.¹

هـ — دوائر الوعي السياسي : ونقصد بالدوائر هنا دوائر من الوعي بأمر آخرى تشكل الوعي السياسي وتدخل كعوامل مؤثرة فيه وهي :

1- الوعي بالمسألة السياسية : يمكننا أن نعرف المسألة السياسية على أنها الممارسة السياسية، والعمل السياسي الذي يقوم به أشخاص المسألة السياسية (دول — منظمات — أفراد) والوعي بهذه المسألة يتطلب معرفة هؤلاء الأشخاص بمجريات الأحداث السياسية، من حيث بدايتها وكيف تسير وتأثرها بالأحداث السياسية السابقة أو ما يعرف بالتاريخ السياسي أو الدبلوماسي .

2 — الوعي الاقتصادي : وهو معرفة حركة الاقتصاد من حيث الطلب على السلع أو عرضها وإدراك تأثير الاقتصاد على المسألة السياسية إضافة إلى معرفة المؤسسات الدولية المالية وأثرها على أشخاص المسألة السياسية.

3- الوعي بالجماعات : ويقصد بها الأحزاب و الجماعات المصالح والضغط أو النقابات، ويتطلب الوعي بها معرفة أهداف الجماعة من حيث أيديولوجياتهم وانتمائهم الفكري، لأنهم هم من يحرك الجماعة .

4- الوعي الإعلامي : وهذا الجانب يتطلب معرفة بالمراحل الثلاث للعملية الإعلامية وهي :

*الجهة الإعلامية (المرسل) التي تقف خلف المضمون الإعلامي وتخططه وترسمه وتضع له أهدافه وقد تكون الجهة رسمية أو غير رسمية بحسب انتمائها للأفكار التي تدعمها تلك الجهة والأشخاص الذين تخضع لهم من أشخاص المسألة السياسية .

*المضمون الإعلامي (الرسالة): وهو يعتبر الشكل الخارجي لتلك الجهة بما يحمل من أفكار وأهداف يراد إيصالها للمستقبل والتأثير عليه.

¹ — عبد الإله بلقزيز و رضوان السيد : أزمة الفكر السياسي العربي، بيروت، دار الفكر المعاصر، 2000، ص:48.

*المستقبل للمضمون الإعلامي أو الشريحة المستهدفة من قبل الجهة الإعلامية، ولم يعد الآن الحديث عن شرائح العمرية للإنسان فقط، بل أن المستقبل قد يكون أحد أشخاص المسألة السياسية أو الجماعات أو الأقليات أو غير ذلك من شرائح المجتمع.¹

د - أبعاد الوعي السياسي :

1/ المواطنة : و هي العضوية الكاملة و المتساوية في المجتمع مما يترتب عليها من واجبات، و هو ما يعني أن كافة أبناء الشعب الذين يعيشون فوق تراب الوطن سواسية بدون أدنى تمييز قائم على أي معايير تحكومية، مثل الدين أو الجنس أو اللون أو المستوى الاقتصادي أو الانتماء السياسي و الموقف الفكري، و يرتب التمتع بالمواطنة سلسلة من الحقوق و الواجبات، تتركز على أربعة قيم محورية وهي : المساواة، الحرية، المشاركة، والمسؤولية الاجتماعية.²

2/ الانتخابات : هي عملية اتخاذ قرار التي تحول المواطنين المؤهلين للتصويت و الإدلاء بأصواتهم من أجل اختيار شخص أو مجموعة من الأشخاص لشغل المناصب العامة و العمل باسمهم. و الناخب أو المقترح هو كل شخص مؤهل للتصويت، و تتم هذه العملية الانتخابية في إطار حملة انتخابية، و هي كل الأحداث و الإجراءات المتعلقة بالانتخابات بما فيها على سبيل المثال لا الحصر، تسجيل الأحزاب و المرشحين، و تسجيل الناخبين، و تنظيم الحملة، و تغطية الحملة إعلاميا، و عملية التصويت في جداول و التصديق على نتائج الانتخابات.³

3/ حرية التعبير : و هي حق الفرد في التعبير عن رأيه، في أي موضوع و بأي شكل من الأشكال، سواء كان شفها أم خطيا، أم مطبوعا، أم بأشكال فنية، و بالتالي يحق للفرد أيضا الحصول على المعلومات و الأفكار أن يتلقاها و أن ينشرها فهذه الحرية من الحقوق العالمية و ركيزة النظام الديمقراطي.⁴

4/ الديمقراطية : هي نظام سياسي يساهم فيه الشعب بتسيير أنشطة الدولة ،خلافًا لأنظمة الحكم التي تسيطر عليها طبقة واحدة أو مجموعة أو حاكم متسلط، غير أن هذا التعريف توسع ليشمل حق الشعب وأهليته في التحكم بمؤسساته بشكل مباشر ممثليه تحقيقا لأهدافه الخاصة.⁵

¹ - إبراهيم أبراش : علم الاجتماع السياسي ، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص: 207 .

1 - سعيد مقدم : الوظيفة العمومية بين التطور والتحول من منظور تسير الموارد البشرية وأخلاقيات المهنة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2010، ص:240.

2- صلاح سالم زرنوقة : المشاركة السياسية والعملية الانتخابية، مجلة الديمقراطية، العدد الأول، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، القاهرة، فيفري 2001، ص:20.

3 - عبد الرزاق محمد الدليمي : الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص: 224.

4- إبراهيم أبراش : مرجع سابق، ص: 98.

خلاصة :

بناءً على ما تم التعرض إليه من عناصر مهمة في هذا الفصل، تمكنا من الوصول إلى رؤية واضحة عن موضوع بحثنا، وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من معطيات استسقيناها من الإطار المفاهيمي والنظري لهذه الدراسة، لنتمكن من الوصول إلى اختيار التوجه المناسب الذي سوف نعتمد عليه في جمع المعلومات وتحليلها بما يناسب موضوع هذا البحث .

الفصل الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

تمهيد

أولا: مجالات الدراسة

ثانيا: منهج الدراسة

ثالثا : مجتمع البحث وعينته

رابعا: أدوات جمع البيانات

خامسا : خصائص العينة

خلاصة

تمهيد :

بعد أن تعرضنا للجانب النظري لموضوع الدراسة يأتي الجانب الميداني الذي يدعمه بهدف الوصول إلى التكامل في العمل البحثي، لذلك فقد جاء هذا الفصل ليتناول الطرح المنهجي للدراسة من خلال مختلف الإجراءات والمتمثلة في التقنيات التي تساعد الباحث في جمع المعطيات والبيانات وتفريغها وتبويبها وتحليلها، ويمكن تحديدها بدءاً بمجال الدراسة، إلى نوع العينة المختارة، ثم تحديد المنهج المتبع، وأخيراً الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الميدانية.

أولا — مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، وقد اتفق كثير من الباحثين على أن لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاث وهي: المجال الجغرافي — المجال الزمني — المجال البشري.¹

*المجال الجغرافي : ويتمثل في كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة ابن خلدون — تيارت — التي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة وبالتحديد قسم العلوم السياسية، ولقد تم استحداث هذا القسم سنة 2013، بعد انفصاله عن كلية الحقوق برئاسة الأستاذة صفاء يمينة.

*المجال الزمني : وهي الفترة الزمنية التي قمنا بها بالبحث الميداني، والتي كانت في الموسم الجامعي 2014— 2015 أما فترة البحث الميداني فامتدت ما بين شهري مارس، أبريل 2015، حيث تم إعداد الجانب النظري أولا، ثم الانتقال إلى الجانب الميداني أين استغرق إعداد الاستمارة مدة 21 يوم، لتأتي بعدها مرحلة توزيع الاستبيانات على الباحثين (طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة ابن خلدون تيارت) والتي كانت ما بين الأسبوع الأول والثاني من شهر أبريل وأخيرا معالجة البيانات وتحليلها واستنباط نتائج الدراسة مع بداية شهر ماي.

*المجال البشري: ويتمثل في طلبة قسم العلوم السياسية البالغ عددهم 90 طالبا في السنة الأولى، منهم 60 طالبة و30 طالبا، أما السنة الثانية فبلغ عددهم 89 طالبا منهم 60 طالبة و29 طالبا .

1— محمد شفيق : البحث العلمي الخطوات المنهجية إعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998، 211.

ثانياً- المنهج المستخدم

من المعلوم أن طبيعة الموضوع الذي يعالجه الباحث، يتطلب منه فرض منهجية معينة وتقنيات بحث محدودة، فالمنهج كما عرفه عبد الرحمن بدوي " هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حيث نكون بما جاهلين، وإما من أجل البرهنة عليها للآخرين حيث نكون بما عارفين ".¹

ويشير أحمد بن مرسللي إلى أن " المنهج هو إخضاع النشاط البحثي من قبل الباحث إلى تنظيم دقيق، في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي، من حيث نقطة الانطلاق، وخط السير ونقطة الوصول."²

كما يؤكد مجموعة من الباحثين أنه لا يوجد منهج يبحث كل شيء وأي شيء، بل توجد منهجيات علمية فعالة ولكنها لا تمثل آلية مجموعة وصفات كاملة وغير قابلة للخطأ، وعليه يستنتج أحمد عظيمي أن المناهج تختلف باختلاف المواضيع و القضايا المطروحة للدراسة والبحث، فكل موضوع يحتاج لمنهج معين وأحيانا أكثر من منهج واحد.³

ونظرا لطبيعة الموضوع وما تفرضه علينا ارتأينا استخدام المنهج الوصفي باعتباره ملائما لمعالجة موضوع دراستنا وذلك من خلال وصف الأدوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الدور السياسي منها.

فالمنهج الوصفي " هو منهج علمي يقوم أساسا على وصف الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة والبحث على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله والتعبير عنها تعبيرا إما كفييا أو كميا ".⁴

1- بدوي عبد الرحمن عن بوحوش عمار : دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 ،ص: 19.

2- أحمد بن مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 ،ص: 283.

3- أحمد عظيمي : منهجية كتابة مذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009،ص: 16

4- أحمد عياد : مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص61

ثالثا – مجتمع البحث وعينته

يتمثل مجتمع البحث في المجتمع الذي يكون محل الدراسة من طرف الباحث ويعرف على أنه "مجموعة منتهية أو غير منتهية من عناصر محددة مسبقا لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث والتقصي".¹

وعليه فإن مجتمع بحثنا يتمثل في جمهور الشباب، طلبة قسم العلوم السياسية والذي يبلغ عدد طلبة السنة أولى 90 طالبا منهم 60 إناثا و30 ذكورا أما طلبة السنة الثانية فبلغ عددهم 89 طالبا منهم 60 إناثا و29 ذكورا، وبما أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسة شاملة لكل المفردات سنكتفي بعينة تمثل هذا المجتمع، وتعرف العينة "بأنها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي جزء من الكل. بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليه الدراسة، إذن هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي".²

أما العينة الممثلة فهي التي تعكس بصورة دقيقة مختلف خصائص وأوضاع مجتمع البحث الذي سحبت منه.³ وفيما يتعلق بعينة الدراسة فتتمثل في طلبة قسم العلوم السياسية، وهو ما يعني أن نوع العينة المستخدم هو العينة القصدية، وهي العينة التي يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.⁴

ووفقا لما سبق، تم سحب العينة من مجتمع البحث بنسبة 50% والذي بلغ عددها 89 مفردة :

السنة الأولى: 30 إناث بنسبة 34% السنة الثانية : 30 إناث بنسبة 34%

15 ذكور بنسبة 17% 14 ذكور بنسبة 15%

¹ — بو زيد الصحراوي : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص98.

² — رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2002، ص : 199.

³ — شريف درويش اللبان و هشام عطية عبد المقصود : مقدمة في مناهج البحث الإعلامي ، ط1، الدار العربية للنش والتوزيع، 2007، ص: 66.

⁴ — أحمد بن مرسللي: مرجع سابق، ص: 197.

رابعا - أدوات جمع البيانات

إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فقد يحتاج الباحث لأداة واحدة لجمع البيانات وقد يتجاوز ذلك إلى أداة ثانية وحتى ثلاثة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، أو للإجابة عن أسئلتها، أو لفحص فرضياتها، ويجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته، وأن يكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي¹

ومن بين أدوات جمع البيانات نجد الملاحظة بأنواعها بسيطة، منتظمة، بالمشاركة والمقابلة والاستمارة وفي بحثنا هذا " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي " - الفايبيوك نموذجا - ارتأينا استخدام أداة البحث التي هي الاستمارة لأنها تناسب وموضوع البحث، إذ تعتبر من أكثر الأدوات استخداما في العلوم الاجتماعية، لما توفره من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، فهي " تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة."² كما يكون جمع المعلومات بواسطة الاستمارة بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه مع المبحوث، وتعتبر الاستمارة أسلوب لجمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها³، فهي تسمح بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات في وقت قصير. كما وجب على الباحث عند استعمال الاستمارة أن يكون ذو معرفة جيدة عما يبحث بالضبط، وأن يتم إعداد الأسئلة الواضحة والمنظمة ولا بأس أن يشرك الباحث معها أداة المقابلة، وهذا ما حاولنا تطبيقه في بحثنا بحيث إلى جانب الاستمارة اعتمدنا أيضا على المقابلة التي من خلالها تمت عملية تعبئة الاستمارة فقد تسمح المقابلة بشرح السؤال وتفسير مضمونه إذا اقتضى الأمر ذلك، حتى يتمكن المبحوث من الإجابة عليه.

وقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات أسبوع من 12 إلى 17 أبريل 2015، كما تضمنت أداة الدراسة ثلاثة محاور رئيسية تمثلت فيما يلي :

¹ - رضوان سلام: الاعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص: 13.
² - محمد الصاوي ومحمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقته كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص: 26
³ - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص: 33.

- 1- السمات العامة لأفراد عينة الدراسة، وتتضمن معلومات وبيانات أولية عنهم. واشتملت على (الجنس ،المستوى الأكاديمي ،السن)
 - 2- المحور الأول :عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ويشمل على 14 سؤالاً .
 - 3- المحور الثاني :المجتمع الافتراضي وتأثيره على الآراء والاتجاهات السياسية لدى الشباب ويشمل على 07 أسئلة.
 - 4- المحور الثالث :المواضيع السياسية المطروحة في الفايسبوك ودورها في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب ويشمل على 17 سؤالاً.
- كما شملت أسئلة الاستمارة على أسئلة مغلقة ،وأخرى مفتوحة بحيث تم تحديد الأجوبة مسبقاً يختار الباحثون إجابة أو أكثر على أنها المناسبة من وجهة نظره ،وتركنا لبعض الأسئلة المجال مفتوح للمبحوثين من أجل الإدلاء بإجاباتهم بكل حرية.

خامسا : خصائص العينة

جدول رقم(1) يوضح خصائص العينة حسب متغير الجنس :

النسبة المئوية	التكرار	العينة الجنس
%32.58	29	ذكر
%67.47	60	أنثى
%100.00	89	المجموع

الإستنتاج :

من خلال دراستنا لخصائص العينة حسب متغير الجنس، فإن الجدول أعلاه يوضح نسبة تكرار الذكور والتي كانت 29 فردا بنسبة 32.58 %، في المقابل نجد أن الإناث كانت تكراراتهن 60 مفردة بنسبة 67.47 %، مما يوضح الفرق الواضح بين الذكور والإناث في التعداد وهذا راجع إلى أن الذكور لا يلتحق معظمهم بالجامعة بعد نيل شهادة البكالوريا و يفضلون اللجوء إلى الانخراط في الجيش الوطني الشعبي لضمان مستقبل مهني دائم، في حين أن الإناث يلتحقن بالجامعة لقلة فرص العمل عندهن وللهروب من المكوث في المنزل وهذا نظرا لطبيعة المجتمع الجزائري بحد ذاته .

جدول رقم(2) يوضح خصائص العينة حسب متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	العينة السن
%80.89	72	من 18 إلى 22 سنة
%08.98	08	من 22 إلى 26 سنة
%03.37	03	من 26 إلى 30 سنة
%06.74	06	من 30 سنة فما فوق
%100.00	89	المجموع

الإستنتاج

من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول الذي يبين خصائص العينة حسب متغير السن، فإن التكرار كان 72 مفردة أي بنسبة 80.89% بالنسبة للسن من 18 إلى 22 سنة، في حين نجد أن السن من 22 إلى 26 سنة كان بتكرار 8 أفراد بنسبة 8.98%، وكان التكرار 3 أفراد بنسبة 3.37% بخصوص السن من 26 إلى 30 سنة، وأخيراً من 30 سنة فما فوق كان بتكرار 6 أفراد بنسبة 6.74%، مما يدل على أن أغلبية المتدربين بالجامعة شباب وسنهم دون 22 سنة وهذا يدل على أن فئة الشباب بالجامعة صغار السن بالنظر إلى مستواهم الدراسي سنة أولى وسنة ثانية، أما كبار السن فهم شبه منعدمين بهذا التخصص بالنظر إلى استحداث الكلية سنة 2013.

جدول رقم (3) يوضح خصائص العينة حسب متغير المستوى الأكاديمي:

النسبة المئوية	التكرار	العينة المستوى الأكاديمي
51.56%	45	السنة أولى جامعي
49.43%	44	السنة ثانية جامعي
100.00%	89	المجموع

الإستنتاج:

من خلال هذا الجدول الذي يوضح خصائص العينة حسب متغير المستوى الدراسي، نلاحظ أن تكرار هذه العينة هو شبه متساوي بين السنة الأولى والسنة الثانية جامعي، فكانت السنة أولى بتكرار 45 أي بنسبة 51.56%، في المقابل نجد أن تكرار السنة ثانية جامعي كان 44 أي بنسبة 49.43% مما يوضح المقاربة بين السنتين في تكرار عدد الطلبة بقسم العلوم السياسية .

خلاصة :

بعد أن قمنا بتحديد الإطار المنهجي لهذه الدراسة والتي تمثلت في مجالات الدراسة والعينة ومواصفاتها و كذلك الاستمارة، تعتبر المنهجية إذا الطريقة التي ينتهجها أي باحث عند دراسته العلمية لموضوع بحثه و التحكم في كل جوانبه الأكاديمية، ليأتي بعدها عرض لنتائج الدراسة فيما يتعلق باستجابات مفردات العينة لمحاور أداة الدراسة واستعراض أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل فقراتها، وبهذا يعتبر هذا الفصل كرابطة بين ما هو نظري وما هو ميداني.

الفصل الثالث

عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة

تمهيد

أولا : عرض وتحليل بيانات الدراسة
ثانيا : مناقشة وتفسير النتائج الجزئية و الكلية للدراسة
ثالثا : استنتاج عام للدراسة
خلاصة

تمهيد :

إن الدراسة الميدانية تعد وسيلة مهمة، من حيث جمع البيانات عن الواقع الاجتماعي، بصورة منهجية وهي طريقة لدعم الدراسات النظرية أو نقدها. حيث تعطيك هذه الدراسة معلومات قادرة على التنبؤ العلمي المستقبلي، واستعمال المصادر العلمية والمنهجية لأراء بحثه. وإثراء الرصيد المعلوماتي له بالإضافة إلى اعتماد الباحث على نفسه في التعامل مع بحوثه العلمية، ووفقا لهذا الغرض ارتأينا في موضوع البحث المتمثل في " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب " التأكد من صحة الجانب النظري، بجانب ميداني يدعمه ليكون أكثر دقة وموضوعية .

أولا : عرض وتحليل بيانات الدراسة

جدول رقم (4) يبين المواقع الأكثر استخداما حسب متغير الجنس:

المواقع الأكثر استخداما	المواقع العامة		المواقع المتخصصة		المدونات		مواقع الدردشة		المنتديات		مواقع التواصل الاجتماعي		المجموع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
ذكور	3	%10.34	2	%06.89	1	%03.44	5	%17.24	2	%06.89	16	%55.17	29
إناث	5	%08.33	2	%03.33	2	%03.33	10	%16.67	3	%05.00	38	%63.33	60
المجموع	8	%08.98	4	%04.49	3	%03.37	15	%16.85	5	%05.61	54	%60.67	89

الاستنتاج: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين المواقع الأكثر استخداما حسب متغير الجنس، أن مواقع التواصل الاجتماعي حققت أعلى نسبة قدرت بـ 63.33% بالنسبة للإناث في مقابل 55.17% بالنسبة للذكور، ليليها بعدها مواقع الدردشة بنسبة قدرت بـ 17.24% للذكور و 17.67% بالنسبة للإناث، في حين نجد أن المواقع العامة قد بلغت نسبتها 10.34% بالنسبة للذكور مقابل 8.33% بالنسبة للإناث، وأما المواقع المتخصصة فهي الأخرى قد بلغت نسبتها 6.89% بالنسبة للذكور مقابل 3.33% بالنسبة للإناث، وفيما يخص المدونات فكانت بسببها متكافئة لكلا الجنسين بـ 3.33% وأخيرا المنتديات بـ 6.89% بالنسبة للذكور مقابل 5% للإناث

جدول رقم (5) يوضح اتجاهات الأفراد للتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي حسب الجنس:

المجموع		Twitter		My space		Youtube		Facebook		مواقع التواصل الاجتماعي
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الجنس
100.00	29	03.44	09	03.44	01	24.13	07	41.37	12	ذكور
%		%		%		%		%		
100.00	60	33.33	20	05.00	03	11.66	07	50.00	30	إناث
%		%		%		%		%		
100.00	89	32.58	29	04.49	4	15.73	14	47.19	42	المجموع
%		%		%		%		%		

الاستنتاج: من خلال بيانات الجدول أعلاه الذي يوضح ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حسب متغير الجنس، نجد أن الفايسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما إذ احتل الرتبة الأولى عند الإناث بنسبة قدرت بـ 50% في مقابل 41.37% عند الذكور، ثم يليه اليوتيوب (مشاركة الفيديو) بنسبة 24.13% عند الذكور مقابل 11.66% عند الإناث، يتبعه موقع تويتر بنسبة 33.33% عند الإناث مقابل 3.44% بالنسبة للإناث، وأخيرا موقع ماي سبيس بنسبة تقدر بـ 3.44% للذكور و5% بالنسبة للإناث، وهذا ما يشير إلى أهمية ودور هذا الوسيط التواصلية — الفايسبوك — كتقنية ميتودولوجية وذلك لمزاياه المتنوعة نذكر منها الاتصال السريع، والأوفر، سهولة الاستخدام، حضوره الدائم (خاصة من خلال خدمات الهاتف المحمول) وقدرته على التعبئة وكذا خارج إطار السلطة السياسية ما جعل منه الوسيط الأفضل لدى أواسط الشباب خاصة الجامعي منه ذكورا وإناثا.

جدول رقم (6) يوضح مدة استخدام موقع الفايسبوك من قبل أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجنس	أقل من سنة		من سنة إلى ثلاث سنوات		أكثر من ثلاث سنوات		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكور	03	10.34%	10	34.48%	16	55.17%	29
إناث	10	16.66%	15	25%	35	58.33%	60
المجموع	13	14.60%	25	28.09%	51	57.30%	89

الاستنتاج: يتضح من خلال بيانات الجدول رقم 6 أن المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي — الفايسبوك — منذ أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 58.33% للإناث مقابل 55.17% للذكور، والذين يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات بلغت نسبتهم 34.48% بالنسبة للذكور و25% للإناث وأخيرا الذين يستخدمون الموقع أقل من سنة حددت نسبتهم بـ 10.34% للذكور مقابل 16.66% للإناث، ويعود هذا الاستخدام إلى مدى إدراك المبحوثين لدور وأهمية هذه المواقع منذ نشأتها وما تتضمنه من إستخدامات وإضافات جديدة في ظل هذا التطور التكنولوجي الزخم والانتشار الواسع لها.

جدول رقم (7) يوضح الوقت المخصص لتصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس:

الجنس	أقل من ساعة		ساعتين		أكثر من ساعتين		المجموع
	ك	%	ك	%	ك	%	
ذكور	02	6.89%	10	34.48%	17	58.62%	29
إناث	04	6.66%	18	30%	38	63.33%	60
المجموع	06	6.74%	28	31.46%	55	61.79%	89

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين الوقت المخصص لتصفح الفايسبوك من قبل مفردات العينة حسب متغير الجنس أن 63.33% يتصفحون الموقع لأكثر من ساعتين مقابل 58.62% بالنسبة للذكور، في حين نجد الذين يستخدمون الموقع لمدة ساعتين قد بلغت نسبتهم 34.48% بالنسبة للذكور مقابل 30% للإناث، وأما بالنسبة للذين يتصفحون الموقع لأقل من ساعة قدرت نسبتهم 6.89% لكلا الجنسين، وهذا ما يدل على أن عدد ساعات الاستخدام متوسطة إلى حد ما لكلا الجنسين، وقد يعزى ذلك إلى ظروف الطالب

والمتمثلة في الدراسة، ومراجعة المحاضرات، أو الاستعداد للامتحانات أو لا يجد متسع من الوقت لديه، أو لا يرغب في زيادة عدد ساعات الاستخدام فضلا عن ما تسببه الزيادة من مشاكل صحية.

جدول رقم (8) يوضح تصفح موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس:

الجنس		بشكل يومي		بشكل غير يومي		تصفح موقع الفايسبوك
ذكور	إناث	%	ك	%	ك	
20	15	68.96%	09	31.03%	29	100.00%
35	10	39.32%	54	60.67%	60	100.00%
35	17	39.32%	54	60.67%	89	100.00%

الاستنتاج: من خلال هذا الجدول الذي يوضح تصفح موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، نلاحظ انه بشكل غير يومي كانت بنسبة 75.00% بالنسبة للإناث بمقابل 31.03% بالنسبة للذكور في حين انه نجد أن الذين يتصفحون الموقع بشكل يومي كانت بنسبة 68.96% للذكور و 25.00% للإناث. مما يدل علي أن نسبة التصفح بشكل يومي عند الذكور مرتفعة عن الإناث، نظرا لان الذكور لا يرتبطون بالأعمال المتزلية كما أن مسؤولياتهم ضئيلة بالمقارنة مع الإناث، في حين أن الإناث معظمهن يتصفحن الفايسبوك بشكل غير يومي و هذا لإنشغالاته، المتعددة .

جدول رقم (9) يوضح الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس :

الوقت المخصص للتصفح		صباحا		مساء		ليلا		الجنس
ذكور	إناث	%	ك	%	ك	%	ك	
07	10	24.13%	12	41.37%	10	34.48%	29	100.00%
17	10	19.10%	44	49.43%	28	31.46%	89	100.00%

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح الفترات المفضلة لتصفح الفايسبوك حسب متغير الجنس، فكانت الفترة الصباحية بقيمة 24.13% بالنسبة للذكور و 16.66% بالنسبة للإناث، في حين أن الفترة المسائية كانت بنسبة 41.37% بالنسبة للذكور و 53.33% بالنسبة للإناث، أما بخصوص الفترة الليلية فكانت بنسبة 34.48% للذكور و 30.00% للإناث، وبالتالي من خلال هذه النتائج المتحصل عليها ندرك مدى

أهمية تصفح الفايسبوك خلال الفترة المسائية و هذا لكلا الجنسين ،و الفترة الليلية مهمة للذكور لأنهم يفضلون التواصل عبر الشبكة العنكبوتية طوال الليل مما يؤثر سلبا على صحتهم النفسية و الجسدية.
جدول رقم (10) يوضح مكان تصفح أفراد العينة لموقع الفايسبوك حسب متغير الجنس:

المجموع	مكان اخر		الجامعة		مقهى الانترنت		البيت		المواقع الأكثر استخداما	الجنس
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100.00 %	29	13.79 %	04	06.89 %	02	44.82 %	13	34.48 %	10	ذكور
100.00 %	60	03.33 %	02	05 %	03	68.96 %	20	58.33 %	35	إناث
100.00 %	89	06.74 %	06	05.61 %	05	37.07 %	33	50.56 %	45	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل الأماكن الأكثر استخداما عند تصفح موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، حيث أظهرت النتائج أن المتزل أكثر الأماكن المفضلة عند تصفح موقع الفايسبوك من قبل الباحثين إذ جاءت بنسبة 58.33% عند الإناث في مقابل 34.48% عند الذكور، ثم مقاهي الأنترنت بنسبة 68.96% عند الإناث في مقابل ذلك نجدها بنسبة 44.82% عند الذكور، ثم يليها بعد ذلك الجامعة بنسبة 6.89% عند الذكور و 5% عند الإناث، وأخيرا كان لاقتراح مكان آخر يحدده الباحث بنسبة 13.79% عند الذكور و 3.33% بالنسبة للإناث. وعليه تشير نتائج الجدول أعلاه أن خدمة الانترنت متوفرة في المنازل بشكل كبير لدى مجتمع البحث، وتؤكد بأن مدينة تيارت أصبحت تواكب تكنولوجيا الاتصال الحديثة، كما قد يعزى ذلك إلى أن موقع الفايسبوك عزز من دور ووجود مقاهي الانترنت في المدينة في حين نجد أن الفئة التي تتصفح الموقع من أماكن مختلفة لم يحددها الباحث راجع إلى ظهور الهواتف الذكية التي جعلت الشباب يتواصل مع من يشاء في أي مكان هو متواجد فقط عليه أن يكون مزود بخدمة الجيل الثالث.

جدول رقم (11) يوضح استخدامات أفراد العينة للفايسبوك حسب متغير الجنس:

المجموع	أشخاص آخريين		مع أحد أفراد عائلتك		مع أصدقائك		لوحدهم		استخدام الفاييسبوك ك الجنس	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100.00 %	29	31.03 %	09	10.34 %	03	34.48 %	10	24.13 %	07	ذكور
100.00 %	60	02 %	12	16.66 %	10	48.33 %	29	15 %	09	إناث
100.00 %	89	23.59 %	21	14.60 %	13	43.82 %	39	17.97 %	16	المجموع

الاستنتاج: يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يبين الأفراد الذين تستخدم معهم مفردات العينة موقع الفاييسبوك حسب متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الذين يستخدمونه لوحدهم بـ 24.13 % بالنسبة للذكور مقابل 15 % بالنسبة للإناث، أما الذين يستخدمونه مع أصدقائهم فحددت نسبتهم بـ 34.48 % للذكور و 48.33 % للإناث، وفيما يخص استخدام الموقع مع أحد أفراد العائلة فقد قدرت نسبتهم بـ 16.66 % للإناث و 10.34 % للذكور، وهذا راجع إلي أن الفاييسبوك هو إعلام تشاركي أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى.

جدول رقم (12) يمثل خدمات الفاييسبوك المفضلة لدى أفراد العينة حسب الجنس :

المجموع	التعليقات		التطبيقات		الردشة		ألعاب		مشاركة الفيديو		مشاركة الروابط		مشاركة الصور		خدمات الفاييسبوك ك الجنس	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100.00 %	29	10.34 %	03	06.89 %	02	13.79 %	04	10.34 %	03	24.13 %	07	03.44 %	01	31.03 %	09	ذكور
100.00 %	60	08.33 %	05	03.33 %	02	05 %	03	10 %	06	31.67 %	19	08.33 %	05	33.33 %	20	إناث
100.00 %	89	08.99 %	08	04.49 %	04	07.86 %	07	10.11 %	09	29.21 %	26	06.74 %	06	32.59 %	29	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين خدمات الفايسبوك المفضلة حسب متغير الجنس أن مشاركة الصور استحوذت على أعلى نسبة قدرت بـ **33.33%** عند الإناث مقابل **31.03%** للذكور، يليها مشاركة الفيديو بنسبة بلغت **24.13%** للإناث مقابل **31.67%** للذكور، في حين نجد التعليقات قد بلغت نسبتها **10.34%** للذكور مقابل **8.33%** للإناث، هذا ما يدل على أن الفايسبوك وسيط تواصلية وتفاعلية يستطيع من خلاله المستخدم أن يستثمر جيدا قدرته على تعبئة الجمهور وذلك من خلال الميزات التي يتنوع بها حيث لديه القدرة من أن يجعل كل متصفح من أن يتابع مجريات الأحداث لحظة بلحظة مدعومة بالصور والفيديوهات والتعليقات أينما كان وفي أي وقت شاء وذلك حسب رغبة كل متصفح.

جدول رقم (13) يوضح عدد أصدقاء مفردات العينة حسب الجنس :

المجموع	أكثر من 100 صديق		من 50 إلى 100 صديق		أقل من 50 صديق		الوقت المخصص للتصفح بالجنس	
	%	ك	%	ك	%	ك		
ذكور	100.00%	29	41.37%	12	51.72%	15	06.89%	02
إناث	100.00%	60	08.33%	05	75%	45	16.66%	10
المجموع	100.00%	89	19.10%	17	67.41%	60	13.48%	12

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه والذي يوضح عدد الأصدقاء في موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، نلاحظ أن عدد الأصدقاء الأقل من 50 صديق كان بنسبة **6.89%** للذكور و **16.66%** للإناث، في حين أن عدد الأصدقاء من 50 إلى 100 صديق فالإناث كن بنسبة **75.00%** و الذكور بنسبة **51.72%**، وبالمقابل نجد أن **41.37%** بالنسبة للذكور بخصوص إجابة أكثر من 100 صديق و بنسبة **8.33%** بالنسبة للإناث. وعليه نلاحظ مدى الفرق الشاسع بين الجنسين بالنسبة لعدد الأصدقاء عبر الفايسبوك، فهم شبه متقاربين بالنسبة لأقل من 100 صديق و متباعدين جدا بالنسبة لأكثر من 100 صديق حيث يفضل الذكور كثرة الأصدقاء عبر هذا الموقع

جدول رقم (14) يوضح المعايير التي على أساسها يتم اختيار الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك حسب متغير

الجنس :

الجنس	معايير اختيار الأصدقاء		المستوى المعرفي والثقافي		علاقة القرابة والصدقة		الاهتمام المشترك		من نفس المنطقة		لا يوجد		الاجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ذكور	06	%20.68	05	%17.24	09	%31.03	02	%06.89	07	%24.13	29	100.00 %		
إناث	15	%25	02	%03.33	35	%58.33	00	%00	08	%13.33	60	100.00 %		
الاجموع	21	%23.59	07	%07.89	44	%49.43	02	%02.24	15	%16.85	89	100.00 %		

الاستنتاج: يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح لنا المعايير التي على أساسها يتم اختيار الأصدقاء عبر موقع الفايسبوك حسب متغير الجنس، حيث نجد أعلى نسبة هي تلك المتمثلة في الذين يختارون أصدقاءهم على أساس المستوى المعرفي والثقافي وقدرت نسبتهم بـ %20.68 للذكور و%25 للإناث، ثم يليها الاهتمام المشترك بنسبة تقدر بـ %31.03 للذكور مقابل %58.33 للإناث، وقدرت نسبة الذين لا يحددون معايير ثابتة في اختيار أصدقائهم بـ %24.13 للذكور و%13.33 للإناث،

جدول رقم (15) يوضح نوع البيانات الشخصية المدرجة على مواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس:

المجموع		بيانات مختلطة		بيانات وهمية		بيانات حقيقية		البيانات المستخدمة في الفايسبوك الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	29	%51.72	15	%34.48	10	%13.79	04	ذكور
%100.00	60	%45	27	%33.33	20	%21.66	13	إناث
%100.00	89	%47.19	42	%33.70	30	%19.10	17	المجموع

الاستنتاج: يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح طبيعة البيانات المدرجة على صفحة الفايسبوك من قبل

مفردات العينة حسب متغير الجنس، أن أغلبية الباحثين يضعون بيانات مختلطة حيث قدرت نسبة هذه الأخيرة بـ

51.72% للذكور مقابل **45%** للإناث، في حين نجد نسبة الذين يدرجون بيانات وهمية قدرت بـ

34.48% للذكور مقابل **33.33%** للإناث، وأما بالنسبة لهؤلاء الذين يتعاملون مع الموقع ببياناتهم الحقيقية

فقد بلغت نسبتهم بـ **13.66%** مقابل **21.66%** للإناث، وهذا التستر جعل من الفايسبوك يتميز بجرية

التعبير وإطلاق عليه مفهوم الإعلام التشاركي الذي شكل نمطا جديدا من أشكال الديمقراطية والممارسة الحقيقية

لحقوق الإنسان في التعبير عن آرائه مهما كان حجمها أو أهميتها حيث حقق الموقع للشباب نوع من الاشباع

التي لم يجدها في واقعه المعاش في ظل الرقابة المفروضة عليهم من قبل السلطات الحكومية.

جدول رقم (16) يبين العضوية في إحدى المجموعات السياسية الناشطة في الفايسبوك حسب متغير الجنس:

المجموع		لا		نعم		العضوية في المجموعات السياسية الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	29	31.03%	09	68.96%	20	ذكور
100.00%	60	51.66%	31	48.33%	29	إناث
100.00%	89	44.94%	40	55.05%	49	المجموع

الاستنتاج: تشير بيانات الجدول أعلاه والمعنون بالعضوية في إحدى المجموعات السياسية الناشطة عبر الفايسبوك حسب متغير الجنس، أن إجابة نعم احتوت على نسبة 68.96% لذكور مقابل 48.33% للإناث، في حين نجد الذين أجابوا بلا قدرت بـ 31.03% للذكور في مقابل 51.66% للإناث، وهذا ما يدل على أن موقع الفايسبوك أتاح الفرصة لعدد من المبحوثين والمشاركة به، بالمشاركة والتفاعل بالفعاليات والنشاطات السياسية المطروحة عبره.

جدول رقم (17) يوضح لغة التواصل المستخدمة داخل موقع الفايسبوك حسب الجنس :

المجموع		العامية		الانجليزية		الفرنسية		العربية		اللغة المستخدمة في الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	29	41.34%	12	06.89%	02	17.24%	05	34.48%	10	ذكور
100.00%	60	33.33%	20	08.88%	05	16.66%	10	41.66%	25	إناث
100.00%	89	35.95%	32	07.86%	07	16.85%	15	39.32%	35	المجموع

الاستنتاج: يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكثر لغات التواصل المستخدمة لدى المبحوثين من طلاب وطالبات الجامعة هي اللغة العربية بنسبة 34.48% للذكور مقابل 41.66% للإناث على مستوى الاتجاه العام ربما لاعتزازهم بها باعتبارها لغة القرآن الكريم، وربما لاعتبارها اللغة الأم التي يجدون فيها القدرة على المحادثة والتعبير عن آرائهم في التفاعل مع الآخرين، في حين سجلت العامية نسبة 41.34% للذكور مقابل 33.33%

للإناث، أما اللغة الفرنسية فكانت بنسبة 17% لكلا الجنسين، وبخصوص اللغة الإنجليزية فقد سجلت نسبة 6.89% للذكور و8.88% للإناث، وهذا راجع إلى عدم إجادة استخدام اللغات الأجنبية من باب التواصل مع الآخرين الذين يتحدثون اللغات غير العربية، ولعل من أهم المشاكل التي تواجه شبابنا اليوم مشكلة الثنائية اللغوية التي دفعت به إلى خلق نمط جديد من لغة التواصل وهي الكتابة بالأحرف اللاتينية شكلا وباللغة العربية مضمونا وسعى إلى استبدال الأحرف التي لا رديف لها باللغة الفرنسية ببعض الأرقام التي تسعفه لتجنب صعوبة اللفظ فأنت بذلك نموذج جديد للغة يتداوله ملايين من الشباب .

جدول رقم (18) يبين المشاركة في الانتخابات حسب مدة استخدام الفايسبوك :

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات مدة استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	13	23.07%	3	76.92%	10	أقل من سنة
100.00%	25	40.00%	10	60.00%	15	من سنة إلى ثلاث سنوات
100.00%	51	31.37%	16	68.62%	35	أكثر من ثلاث سنوات
100.00%	89	32.58%	29	67.41%	60	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال دراستنا لهذا الجدول الذي يبين المشاركة في الانتخابات حسب مدة الاستخدام، نجد أن 67.41% من أفراد العينة أجابوا بنعم، في مقابل 32.58% أجابوا بلا، ففي مدة استخدام الفايسبوك لأقل من سنة كانت نسبة 76.92% نعم و23.07% لا، أما من سنة إلى ثلاث سنوات كانت نسبة 60.00% لنعم و40.00% لا، وأخيرا لأكثر من ثلاث سنوات كانت نسبة 68.62% لنعم و31.37% لا. وعليه نلاحظ مدى التأثير الكبير لمدة استخدام الفايسبوك على عملية المشاركة في الانتخابات، التي هي حق وواجب على كل مواطن جزائري، فالانتخابات هي نداء الوطن لأبناء شعبه من أجل اختيار النخبة التي ستمثله في البرلمان والحكومة، ويكون بذلك اختار من يعبرون عن آرائه و اتجاهاته السياسية

جدول رقم (19) يبين المشاركة في الانتخابات حسب وقت الاستخدام للفايسبوك :

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات وقت استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	6	%33.33	2	%66.66	4	أقل من ساعة
%100.00	28	%35.71	10	%64.28	18	ساعتين
%100.00	55	%30.91	17	%69.09	38	أكثر من ساعتين
%100.00	89	%32.58	29	%67.41	60	المجموع

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه والمعنون بالمشاركة في الانتخابات حسب وقت استخدام الفاييسبوك، كانت النتيجة %67.41 لاقتراح نعم، و%32.58 لاقتراح لا، ولقد تراوحت النسب لأقل من ساعة بين 66.66 لنعم و%33.33 للا، في حين أن الذين يستخدمون الفاييسبوك لمدة ساعتين كانت %64.28 لنعم و%35.71 للا، أما لأكثر من ساعتين كانت %69.06 لنعم و%30.91 للا، و عليه لوقت استخدام الفاييسبوك تأثير كبير من أجل المشاركة في الانتخابات. فالانتخابات هي حدث وطني هام تسخر له الدولة كل الإمكانيات المادية و البشرية لإنجاحه، و خلال هذه الفترة ينشط شباب الفاييسبوك لإبداء آرائهم الايجابية منها و السلبية، بخصوص المترشحين للحملة الانتخابية و برامجهم السياسية.

جدول رقم (20) يبين المشاركة في الانتخابات حسب الاستخدام في الفاييسبوك:

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات استخدام الفاييسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	35	%57.14	20	%42.85	15	بشكل يومي
%100.00	54	%16.66	9	%83.33	45	بشكل غير يومي
%100.00	89	%32.58	29	%67.41	60	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين المشاركة في الانتخابات حسب استخدام الفاييسبوك بشكل يومي أو غير يومي، وكانت النسبة متراوحة بين %67.41 لنعم و%32.58 للا، وكانت الغلبة لشكل غير يومي بنسبة %83.33 لنعم و %16.66 للا، في حين أن لإجابة بشكل يومي كانت نسبة %42.85 لاقتراح نعم و%57.14 لاقتراح لا، وهذا يوضح أن أفراد العينة يستخدمون الفاييسبوك بشكل غير يومي نظرا لعدة اعتبارات أهمها الدراسة التي لها وقت كبير من يوميات الطالب، أما يوميات الحملة الانتخابية

فكل مواطن جزائري سواء كان مثقفا أو غير مثقف هو علي اطلاع تام علي هذه الحملة السياسية، و معرفة أن كانت الانتخابات ستجلب معها ما سيغير حال البلاد إلي الأحسن، وان يظهر جيل جديد من رواد السياسة الجزائرية يختلف عن الجيل السابق من حيث الطرح ومن حيث المضمون .

جدول رقم (21) يبين المشاركة في الانتخابات حسب أماكن استخدام الفايسبوك:

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات مكان استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	45	22.22%	10	77.77%	35	البيت
100.00%	33	39.39%	13	60.60%	20	مقهى الانترنت
100.00%	5	40.00%	2	60.00%	3	الجامعة
100.00%	6	66.66%	4	33.33%	2	مكان آخر
100.00%	89	32.58%	29	67.41%	60	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه المشاركة في الانتخابات حسب مكان الاستخدام، أن 77.77% اختاروا البيت في حين أن 22.22% قالوا عكس ذلك، و 60.00% اختاروا مقهى الانترنت في حين أن 39.39% قالوا عكس ذلك أي بالرفض، و 60.00% اختاروا الجامعة في حين أن 40.00% رفضوا ذلك، و 33.33% اختاروا مكان آخر و 66.66% أجابوا بعكس ذلك، وعليه ومن خلال هذا الجدول نجد أن للمكان الذي يتصفح فيه الفايسبوك تأثير كبير في تشكيل الاتجاه من اجل المشاركة في الانتخابات. فأغلب البيوت الجزائرية لا تحب أن تتجاوز بعض الأمور التي تضمن أنها خطر علي مواطنة أبنائهم، كانتقاد رجال السياسة و السياسية الوطنية حتى لا ترزعزع إيمان حب الوطن لديهم، علي عكس مقاهي الانترنت فكل شيء مباح فيها، ولا ضرر أن تحدثت عن أمور في السياسة حتى و أن كنت لا تفهم فيها كثيرا .

جدول رقم (22) يوضح المشاركة في الانتخابات حسب استخدام الفايبيوك :

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات استخدام الفايبيوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	16	%43.57	7	%56.29	9	لوحدهك
%100.00	39	%25.64	10	%74.35	29	مع أصدقائك
%100.00	13	%23.07	3	%76.92	10	مع أحد أفراد عائلتك
%100.00	21	%42.85	9	%57.14	12	أشخاص آخرين
%100.00	89	%32.58	29	%67.41	60	المجموع

الاستنتاج: بين الجدول أعلاه والذي كان معنون بالمشاركة في الانتخابات حسب استخدام ، أن 67.41% يستخدمون الفايبيوك لوحدهم أو مع أشخاص آخرين ، في حين أن 32.58% لا يستخدمون الفايبيوك ، ولقد تراوحت النسب بين 56.29% لوحدهك لاقتراح نعم و 43.57% لاقتراح لا ، و 74.35% مع الأصدقاء لاقتراح نعم و 25.64% لاقتراح لا، و 76.92% مع احد أفراد العائلة و 23.07% لاقتراح لا ، و 57.14% مع أشخاص آخرين و 32.58% لاقتراح لا، وعليه نلاحظ مدى التأثير الكبير للأفراد المتعامل معهم علي موقع الفايبيوك للمشاركة في الانتخابات ، التي اغلب أفراد العينة فضلوا مناقشة هذا الحدث الوطني مع الأصدقاء لتنوع الآراء ووجهات النظر التي تختلف من شخص لآخر ، فكل واحد له نظرة عن هذه الانتخابات ، إن كانت ستأتي بالجديد أو أنها مجرد تظاهرة سياسية حيكت خيوطها من قبل رجال سياسة نصبوا أنفسهم علي عرش الحكومة الجزائرية.

جدول رقم (23) يوضح المشاركة في الانتخابات حسب فترات استخدام الفايبيوك :

المجموع		لا		نعم		المشاركة في الانتخابات فترات استخدام الفايبيوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	17	%41.17	7	%58.82	10	صباحا
%100.00	44	%27.27	12	%72.72	32	مساء
%100.00	28	%35.71	10	%64.28	18	ليلا
%100.00	89	%32.58	29	%67.41	60	المجموع

الاستنتاج : نلاحظ في هذا الجدول الذي يبين المشاركة في الانتخابات حسب فترات استخدام الفايبيوك ، أن 67.41% أكدوا أن لهذه الفترات دورا في مشاركتهم في الانتخابات في حين أن 32.58% اعتبروا أن فترات

استخدام الفايسبوك لم يكن لها أي دور في مشاركتهم الانتخابية، فكانت النتيجة 58.82% نعم للفترة الصباحية و 41.17% رفضوا ذلك، وكانت 72.72% للفترة المسائية و 27.27% رفضوا ذلك، في حين أن 64.28% كانت للفترة الليلية في حين أن 35.71% رفضوا ذلك، و هذا أن دل فإنما يدل علي أن لفترات استخدام الفايسبوك تأثير كبير جدا علي المشاركة في الانتخابات، فالليل هو الفترة التي تكون فيها الأفكار، و هو الفترة التي يطلق فيها الشباب العنان لأرائهم السياسية، و يصبحون رجال سياسة و محنكين بين ليلة و ضحاه جدول رقم (24) يوضح أن كانت الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب مدة استخدام الفايسبوك

المجموع		لا		نعم		الجزائر والربيع العربي مدة استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	13	76.92%	10	23.07%	3	أقل من سنة
100.00%	25	60.00%	15	40.00%	10	من سنة إلى ثلاث سنوات
100.00%	51	68.62%	35	31.37%	16	أكثر من ثلاث سنوات
100.00%	89	67.41%	60	32.58%	29	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين أن الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب مدة استخدام الفايسبوك، أن 32.58% قالوا نعم في حين أن 67.41% قالوا لا، فبالنسبة لأقل من سنة 23.07% قالوا نعم و 76.92% قالوا لا، وبنسبة 40.00% قالوا نعم من سنة إلى ثلاث سنوات و 60.00% لا، وأخيرا 31.37% لأكثر من ثلاث سنوات و 68.62% لا، و عليه نلاحظ أن لاستخدام الفايسبوك دور في كون الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي. وهذا الربيع الذي لا يحمل بين ثناياه الا الدمار و الخراب، و جعل العالم العربي يغرق في بحر من الدماء، فلم يعد احد يدرك العدو من الصديق، هذا الربيع الذي أصبح شتاء لأطراف لا تزال تتنازع من اجل سيادة تكون علي حساب من يتجرع المرارة والألم و التشرذم.

جدول رقم (25) يبين أن كانت الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب وقت الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		الجزائر والربيع العربي وقت استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	6	%66.66	4	%33.33	2	أقل من ساعة
%100.00	28	%64.28	18	%35.71	10	ساعتين
%100.00	55	%69.09	38	%30.90	17	أكثر من ساعتين
%100.00	89	%67.41	60	%32.58	29	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه أن الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب وقت استخدام الفايسبوك، أن

33.33% أجابوا نعم لإجابة أقل من ساعة و 66.66% أجابوا بلا لنفس الإجابة، في حين أن 35.71% تجابوا بنعم لإجابة ساعتين و 64.28% أجابوا بلا لنفس الإجابة، و أخيرا 30.90% أجابوا

بنعم لأكثر من ساعتين و 69.09% أجابوا بلا لنفس الإجابة، و عليه نلاحظ من خلال هذا الجدول مدى

التأثير الكبير لوقت استخدام الفايسبوك علي الذين اعتبروا أن الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي أو عدم الحاجة

إليه. فالذي يكون علي اطلاع دائم علي المواقع الالكترونية يدرك بان الجزائر قامت بربيع عربي قبل أية دولة عربية

أخرى، و هذا من خلال سنوات التسعينات أين تجرعت الجزائر مرارة الحرب الأهلية لعشرة سنوات كاملة

، خلفت ورائها خرابا اقتصاديا و اجتماعيا لا تزال تداعياته تعاني منها حتى اللحظة .

جدول رقم (26) يبين أن كانت الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		الجزائر والربيع العربي استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	35	%42.85	15	%57.14	20	بشكل يومي
%100.00	54	%83.33	45	%16.66	9	بشكل غير يومي
%100.00	89	%67.41	60	%32.58	29	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول أعلاه و الذي يوضح أن الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب استخدام

الفايسبوك بشكل يومي أو غير يومي، فكانت النسبة 32.58% لنعم و 67.41% لا، ولقد تراوحت النسب

بين 57.14% بشكل يومي لإجابة نعم و 42.85% بشكل يومي لإجابة لا، و عليه فان هذا الجدول يدل

علي أن الشباب لا يستعمل الفايسبوك بشكل يومي وهذا لعدة اعتبارات. منها أن الشباب ليس من المهتمين كثيرا

بالمجال السياسي ما جعلهم شبه مغيبين عن الساحة السياسية الجزائرية و الدولية، و لكن و مع هذه الثورة

التكنولوجية أضحت السياسة ميدانا خصبا لوجهات نظر الشباب علي كل شاردة و واردة فيها و حتى تقدم اقتراحات ،من اجل إصلاح القطاع السياسي و النهوض به حسب هذه الفئة
جدول رقم (27) يبين أن كانت الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب مكان الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		الجزائر والبيع العربي مكان استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	45	%77.77	35	%22.22	10	البيت
%100.00	33	%60.60	20	%39.39	13	مقهى الأنترنت
%100.00	5	%60.00	3	%40.00	2	الجامعة
%100.00	6	%33.33	2	%66.66	4	مكان آخر
%100.00	89	%67.41	60	%32.58	29	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه حاجة الجزائر إلي ربيع عربي حسب مكان استخدام الفايسوك ،فكانت نسبة البيت 22.22% نعم و 77.77% لا، أما مقهى الانترنت كانت نسبة 39.39% نعم و 60.60% لا، أما الجامعة كانت بنسبة 40.00% نعم و 60.00% لا، وأخيرا كان لمكان آخر 66.66% نعم و 33.33% لا، وبخصوص المجموع 32.58% نعم و 67.41% لا ،و عليه فإن هذه النتائج توضح خطورة الربيع العربي حسب مكان استخدام الفايسوك . فالبيوت الجزائرية التي عاشت سنوات الإرهاب تجعل خيار الربيع العربي الجزائري أسوأ احتمال يمكن أن توافق عليه الجزائر ،فالدماء التي سالت خلال هذه الفترة تجرعت مرارها الجزائر لوحدها و لم تستطع أن تداوي جراحها إلا بمفردها ،لأنه تخل عنها الصديق قبل الغريب .
جدول رقم (28) يوضح أن كانت الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي حسب استخدام الفايسبوك :

المجموع		لا		نعم		الجزائر والبيع العربي استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	16	%56.25	9	%43.75	7	لوحده
%100.00	39	%74.35	29	%25.64	10	مع أصدقائك
%100.00	13	%76.92	10	%23.07	3	مع أحد أفراد عائلتك
%100.00	21	%57.14	12	%42.85	9	أشخاص آخرين
%100.00س	89	%67.41	60	%32.58	29	المجموع

الاستنتاج: يبين الجدول أعلاه حاجة الجزائري إلى ربيع عربي حسب استخدام الفايسبوك، فكانت نسبة لوحدك 43.75% نعم و 56.25% لا، ومع الأصدقاء 25.64% نعم و 74.35% لا، ومع احد أفراد العائلة 23.07% نعم و 76.92% لا، و مع أشخاص آخرين 42.85% نعم و 57.14% لا، في حين أن المجموع كان 32.58% نعم و 67.41% لا، وهذا يوضح أن الجزائر ليست في حاجة إلى ربيع عربي حسب الأفراد المستخدم معهم الفايسبوك. اما الفئة التي تقول العكس و أن هناك ربيع عربي جزائري ستقوم به الفئة الشبابية، فهذه الفئة لا تدرك جيدا خطورة القيام بهذه الخطوة، فالذي عاش هذه الفترة يفضل نعمة السلم و الهدوء التي تعيش فيها الجزائر حاليا، حتى و أن عاش في ضائقة مالية فالمهم أن يتجنب الحروب و سفك الدماء التي لم تعد الجزائر علي دفع تكاليفها .

جدول رقم (29) يوضح أن كانت الجزائر حاجة إلى ربيع عربي حسب فترات استخدام الفايسبوك

المجموع		لا		نعم		الجزائر والربيع العربي فترات استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	17	58.82%	10	41.17%	7	صباحا
100.00%	44	72.72%	32	27.27%	12	مساء
100.00%	28	64.28%	18	35.71%	10	ليلا
100.00%	89	67.41%	60	32.58%	29	المجموع

الاستنتاج: يبين الجدول أعلاه والذي كان تحت عنوان حاجة الجزائر إلى ربيع عربي حسب فترات استخدام الفايسبوك، فنلاحظ أن الفترة الصباحية كانت 41.17% نعم و 58.82% لا، أما الفترة المسائية كانت 27.27% نعم و 72.72% لا، و الفترة الليلية كانت 35.71% نعم و 64.28% لا، في حين أن المجموع كان 32.58% نعم و 67.41% لا، و عليه اتفاق شبه كلي لأفراد العينة بعدم حاجة الجزائر إلى ربيع عربي حسب فترات استخدام الفايسبوك. الذي جعل العالم أشبه بقرية صغيرة و أصبح الفرد علي اطلاع دائم بكل ما يدور بالعالم العربي من ثورات جعلت الدول العربية تتنازع فيما بينها دون معرفة السبب الحقيقي لهذا النزاع الذي يبقى فيه طرف ثالث هو المتحكم فيه وهو إسرائيل و الو— م — أ، ما يجعل الجزائر تفضل البقاء بعيدا عن كل ما يدعى ربيع عربي.

جدول رقم (30) يبين مدى تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفايسبوك حسب مكان الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية الوطنية مكان استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	48	%31.25	15	%68.75	33	البيت
%100.00	3	%0.00	0	%100.00	3	الجامعة
%100.00	34	%44.11	15	%55.88	19	مقهى الانترنت
%100.00	4	%0.00	0	%100.00	4	مكان آخر
%100.0	89	%33.70	30	%66.66	59	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال الجدول أعلاه والذي كان تحت عنوان تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفايسبوك حسب مكان الاستخدام، فنجد أن البيت كان بنسبة %68.75 نعم و %31.25 لا، أما الجامعة فكانت %100.00 نعم و %0.00 لا، ومقهى الانترنت كان بنسبة %55.88 نعم و %44.11 لا، وفي حين أنه كان لمكان آخر %100.00 نعم و %0.00 لا، وفي الأخير و بخصوص المجموع كانت نسبة %66.66 نعم و %33.70 لا، وعليه فإن شباب الفايسبوك علي إطلاع دائم علي الأحداث السياسية الوطنية حسب مكان استخدام الفايسبوك. فالبيت هو الفضاء الذي تتناقش فيه العديد من الآراء و الاتجاهات السياسية بين أفراد الأسرة المؤيدة منها و المعارضة، أما مقهى الانترنت فهو الفضاء الخارجي الذي يستخدم فيه شباب الفايسبوك هذه الوسيلة الالكترونية، للبقاء علي اطلاع بكل ما هو جديد علي الساحة السياسية الجزائرية .

جدول رقم (31) يوضح مدى تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفاييسوك حسب الاستخدام :

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية استخدام الوطنية الفايسوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	39	25.64%	10	74.35%	29	بشكل يومي
100.00%	50	40.00%	20	60.00%	30	بشكل غير يومي
100.00%	89	33.70%	30	66.29%	59	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي كان تحت عنوان تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفاييسوك حسب الاستخدام بشكل يومي أو غير يومي، فنجد انه بالنسبة لشكل يومي كانت 74.35% نعم و 25.64% لا، و بالنسبة بشكل غير يومي كانت نسبة 60.00% نعم و 40.00% لا، في حين أن المجموع كان 66.29% نعم و 33.70% لا، و عليه فان هذا الجدول يبين تتبع الأحداث السياسية الوطنية بشكل يومي أكثر منه بشكل غير يومي. و الأحداث السياسية تختلف من يوم لآخر ومن سنة إلى أخرى، و بمقارنتنا لنتائج الجدول كانت بشكل يومي هي اعلي نسبة لتتبع الأحداث السياسية الوطنية، ما يعني وجود وعي سياسي لدى فئة الشباب

جدول رقم (32) يبين مدى تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفاييسوك حسب وقت الاستخدام :

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية وقت الوطنية استخدام الفايسوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	25	40.00%	10	60.00%	15	أقل من ساعة
100.00%	25	40.00%	10	60.00%	15	ساعتين
100.00%	39	25.64%	10	74.35%	29	أكثر من ساعتين
100.00%	89	33.70%	30	66.29%	59	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه والذي كان تحت عنوان تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفاييسوك حسب وقت الاستخدام، انه بالنسبة لأقل من ساعة كانت نسبة 60.00% نعم و 40.00% لا، و بالنسبة

لساعتين كانت نسبة 60.00% نعم و 40.00% لا ،وبالنسبة لأكثر من ساعتين 74.35% نعم و 25.64% لا ،في حين أن المجموع كان 66.29% نعم و 33.70% لا ،وهذا أن دل فإنما يدل علي أن لوقت استخدام الفايسبوك دور كبير في تتبع الأحداث السياسية الوطنية .و بمقارنة النتائج فان افراد العينة يستخدمون الفايسبوك لأكثر من ساعتين ،و طول المدة الزمنية يعني متابعة تامة لكل ما هو جديد علي الساحة السياسية الجزائرية ما يشكل إدراكا لدى الشباب سواء كان سببا أو ايجابيا.

جدول رقم (33) يبين مدى تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفايسبوك حسب مدة الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية الوطنية مدة استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	13	23.07%	3	76.92%	10	أقل من سنة
100.00%	25	40.00%	10	60.00%	15	من سنة إلى ثلاث سنوات
100.00%	51	31.37%	16	68.62%	35	أكثر من ثلاث سنوات
100.00%	89	32.58%	29	67.41%	60	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال دراستنا لهذا الجدول و الذي يوضح تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفايسبوك حسب مدة الاستخدام ،فبالنسبة لأقل من سنة كانت 76.92% نعم و 23.07% لا ،في حين بالنسبة من سنة إلى ثلاث سنوات كانت نسبة 60.00% نعم و 40.00% لا،وأخيرا لأكثر من ثلاث سنوات كانت نسبة 68.62% و 31.37% لا ،و بخصوص المجموع نعم كانت بنسبة 67.41% و لا كانت بنسبة 32.58%،و عليه نلاحظ و بوضوح أن لمدة استخدام الفايسبوك تأثير كبير في تتبع الأحداث السياسية الوطنية.و بالرجوع إلي التاريخ الرسمي الذي بدأت فيه اتصالات الجزائر تعطي اهتماما كبيرا لخدمة الانترنت بالجزائر ،نجد أنها منذ حوالي ثلاث سنوات مما يؤكد النتائج المتحصل عليها ،إذ أن شباب الفايسبوك يستخدمون هذه الوسيلة الإعلامية منذ أكثر من ثلاث سنوات.

جدول رقم (34) يبين مدى تتبع الأحداث السياسية الوطنية حسب استخدام الفايسبوك :

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية استخدام الوطنية الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
%100.00	16	%43.75	7	%56.25	9	لوحده
%100.00	39	%25.64	10	%74.35	29	مع أصدقائك
%100.00	13	%23.07	3	%76.92	10	مع أحد أفراد عائلتك
%100.00	21	%42.85	9	%57.14	12	أشخاص آخرين
%100.00	89	%32.58	29	%67.41	60	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه تتبع الأحداث السياسية الوطنية حسب استخدام الفايسبوك، فبالنسبة لوحيدك كانت %56.25 نعم و %43.75 لا، و بالنسبة مع الأصدقاء كانت نسبة %74.35 نعم و %25.64 لا، و مع احد أفراد العائلة كانت نسبة %76.35 و %23.07 لا، أما بالنسبة لأشخاص آخرين كانت نسبة %57.14 نعم و %42.85 لا، في حين أن المجموع كان بنسبة %67.41 نعم و %32.58 لا، و عليه نلاحظ من خلال هذا الجدول أن للأفراد الذين يستخدم معهم الفايسبوك تأثير في تتبع الأحداث السياسية الوطنية. فنتائج الدراسة الميدانية بخصوص هذه الاقتراحات فان معظم أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك، مع الأصدقاء ومع أفراد العائلة، مما يدل على أهمية التواصل الإنساني أثناء التواصل الافتراضي .

جدول رقم (35) يبين مدى تتبع الأحداث السياسية حسب فترات استخدام الفايسبوك :

المجموع		لا		نعم		تتبع الأحداث السياسية فترات الوطنية استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	17	41.17%	7	58.52%	10	صباحا
100.00%	44	27.27%	12	72.72%	32	مساء
100.00%	28	35.71%	10	64.28%	18	ليلا
100.00%	89	33.58%	29	67.41%	60	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه و المعنون بتتبع الأحداث السياسية الوطنية حسب فترات استخدام الفايسبوك ،أن الفترة الصباحية كانت بنسبة 58.52% نعم و 41.17% لا ،أما الفترة المسائية كانت 72.72% نعم و 27.27% لا ،أما الفترة الليلية كانت 64.28% نعم و 35.17% لا ،في حين أن المجموع كان بنسبة 67.41% نعم و 33.58% لا، و هذا يدل علي أن لفترات استخدام الفايسبوك تأثير كبير في تتبع الأحداث السياسية الوطنية .و بمقارنة النتائج المتحصل عليها يتبين لنا أن المساء هو الفترة الملائمة لتصفح موقع الفايسبوك ،و البقاء علي اطلاع دائم علي الأحداث السياسية الوطنية إضافة إلي الفترة الليلية ،وهذا لان الشباب يكون قدأنجز واجباته اليومية و التفرغ التام للإعلام الجديد .

جدول رقم (36) يوضح تأثير الفايسبوك علي تشكيل الاتجاهات السياسية حسب مدة الاستخدام :

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاه استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	13	30.76%	4	69.23%	9	أقل من سنة
100.00%	30	16.66%	5	83.33%	25	من سنة إلى ثلاث سنوات
100.00%	46	21.73%	10	78.26%	36	أكثر من ثلاث سنوات
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يوضح تأثير الفايسبوك علي تشكيل الاتجاهات السياسية حسب مدة الاستخدام، أن اقل من سنة كانت بنسبة 69.23% نعم و 30.76% لا، ومن سنة إلي ثلاث سنوات كانت 33.83% نعم و 16.66% لا، ولأكثر من ثلاث سنوات كانت 78.26% نعم و 21.73% لا، وعليه ومن خلال ملاحظتنا لهذا الجدول نجد أن لمدة استخدام الفايسبوك تأثير كبير في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب. فتتبع الأحداث السياسية الوطنية يشكل لنا اتجاهها سياسيا و الذي يولد لنا وعيا و إدراكا لكل الآراء السياسية المختلفة

جدول رقم (37) يوضح تأثير الفايسبوك علي تشكيل الاتجاهات السياسية حسب وقت الاستخدام

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاه السياسي وقت استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	9	22.22%	2	77.77%	7	أقل من ساعة
100.00%	24	16.66%	4	83.33%	20	ساعتين
100.00%	56	23.21%	13	76.78%	43	أكثر من ساعتين
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين تأثير الفايسبوك تشكيل الاتجاهات السياسية الوطنية حسب وقت الاستخدام، أن اقل من ساعة كانت بنسبة 77.77% نعم و 22.22% لا، و لأكثر من ساعتين كانت بنسبة 76.78% نعم و 23.21% لا، في حين أن المجموع كان 78.65% نعم و 21.34% لا، وعليه فان هذا أن دل فإنما يدل علي أن لوقت استخدام الفايسبوك تأثير كبير في تشكيل الاتجاه السياسي لدى الشباب. وبمقارنة النتائج يتضح لنا أن الوقت لم يعد له اي اعتبار عند الدخول في المجتمع الافتراضي .

جدول رقم (38) يوضح تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب الاستخدام :

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاه السياسي استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	39	23.07%	9	76.92%	30	بشكل يومي
100.00%	50	20%	10	80%	40	بشكل غير يومي
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال دراستنا لهذا الجدول و الذي كان تحت عنوان تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب الاستخدام بشكل يومي أو غير يومي، و عليه كانت بشكل يومي 76.92% نعم و 23.07% لا، في حين أن بشكل غير يومي كانت 80.00% نعم و 20.00% لا، مما يوضح لنا هذا الجدول أن المجموع كان 78.65% نعم و 21.34% لا، وهذا أن دل فإمما يدل على أن لاستخدام الفايسبوك تأثير كبير على تشكيل الاتجاهات السياسية عند الشباب الجامعي الذي أصبح من المتداولين بشكل مكثف على هذا الموقع الافتراضي، فكثرة الاستخدام تولد تشكلا اتجاها سياسي سواء كان ايجابيا أو سلبيا. جدول رقم (39) يوضح تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب مكان الاستخدام:

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاهات السياسية مكان استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	49	18.36%	9	81.63%	40	البيت
100.00%	34	23.52%	8	76.47%	26	مقهى الانترنت
100.00%	3	33.33%	1	66.66%	2	الجامعة
100.00%	3	33.33%	1	66.66%	2	مكان آخر
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال دراستنا لهذا الجدول الذي يبين تأثير الفايسبوك علي الاتجاهات السياسية حسب مكان الاستخدام، أن البيت كان بنسبة 81.63% نعم و 18.36% لا، أما مقهى الانترنت كان 76.47% نعم و 23.52% لا، في حين أن الجامعة كانت بنسبة 66.66% نعم و 33.33% لا، و أخيرا مكان آخر كان بنسبة 66.66% نعم و 33.33% لا، و بخصوص المجموع كانت 78.65% هي نسبة نعم و 21.34% هي نسبة لا، وعليه فان لمكان استخدام الفايسبوك تأثير كبير علي تشكيل الاتجاهات السياسية عند الشباب .فبخصوص مقهى الانترنت أوضحت القبلة المفضلة لرواد مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لما توفره من حرية مفرطة لاستخدام هذه الوسيلة التكنولوجية .

جدول رقم (40) يوضح تأثير الفايسبوك علي تشكيل الاتجاهات السياسية حسب الاستخدام :

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاهات استخدام السياسية الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	30	16.66%	5	83.33%	25	لوحده
100.00%	33	24.24%	8	75.75%	25	مع أصدقائك
100.00%	12	16.66%	2	83.33%	10	مع أحد أفراد عائلتك
100.00%	14	28.57%	4	71.42%	10	أشخاص آخرين
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يبين تأثير الفايسبوك علي تشكيل الاتجاهات السياسية حسب الاستخدام، أن نسبة لوحدك كانت 83.33% نعم و 16.66% لا، و نسبة مع الأصدقاء كانت 75.75% نعم و 24.24% لا، ونسبة مع احد أفراد العائلة كانت 83.33% نعم و 16.66% لا، و نسبة أشخاص آخرين كانت 71.42% نعم و 28.57% لا، في حين أن المجموع كان 78.65% نعم و 21.34% لا، و عليه فان هذا الجدول يوضح التأثير الكبير للفايسبوك في تشكيل الاتجاهات السياسية حسب الاستخدام لدى الشباب الجامعي .فلطالما تشكلت الاتجاهات السياسية من خلال مجموعات

جدول رقم (41) يبين تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب فترات الاستخدام

المجموع		لا		نعم		تشكيل الاتجاهات السياسية فترات استخدام الفايسبوك
%	ك	%	ك	%	ك	
100.00%	11	27.27%	3	72.72%	8	صباحا
100.00%	44	15.90%	7	84.09%	37	مساء
100.00%	34	26.47%	9	73.52%	25	ليلا
100.00%	89	21.34%	19	78.65%	70	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه و المعنون بتأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاهات السياسية حسب فترات الاستخدام، أن الفترة الصباحية تحصلت علي نسبة 72.72% نعم و 27.27% لا، أما الفترة المسائية تحصلت علي 84.09% نعم و 15.90% لا، في حين أن الفترة الليلة كانت بنسبة 73.52% نعم و 26.47% لا، وأخيرا المجموع كان بنسبة 78.65% نعم و 21.34% لا، وعليه و من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول نجد أن للفايسبوك تأثير في تشكيل الاتجاهات السياسية حسب فترات الاستخدام. فأعلى نسبة كانت للفترة الليلية و المسائية أين يفضل معظم أفراد العينة الدخول إلي العالم الافتراضي.

جدول رقم (42) يوضح شفافية حرية التعبير في الجزائر مع مفهوم الديمقراطية لدى الباحثين

النسبة المئوية	التكرار	الفئات
		الاجابة
21.34%	19	نعم
78.65%	70	لا
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول والذي يوضح شفافية حرية التعبير بالجزائر، نجد أن أعلى نسبة كانت لإقتراح لا بنسبة 78.65%، بالمقارنة مع اقتراح نعم والذي كان بنسبة 21.34%، وهذا أن دل فإنما يدل علي أن الدولة الجزائرية لازالت تمارس نوعا من الرقابة الشديد علي ما يعرف بحرية التعبير والديمقراطية، نظرا لما يجمله هذا المفهوم من خفايا يصعب التحكم فيها و السيطرة عليها بشكل كلي، وعليه الرغم بما تندد به الجمعيات

السياسية وهيئة المجتمع المدني، من شعارات و لافتات تنادي بالديمقراطية، إلا أنها لازالت مجرد حبر علي ورق، و بالتالي تبقى الشفافية في الجزائر تعاني من عدم الشفافية.

جدول رقم(43) يوضح دوافع حاجة الجزائر إلى ربيع عربي مثل بقية الدول العربية :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
28.09%	25	بغية اللجوء إلى الإصلاح السياسي
22.47%	20	بغية تنشيط القطاع السياسي
15.73%	14	بغية تفعيل دور الجمعيات السياسية والمجتمع المدني
33.70%	30	بغية تفعيل دور الشعب في اتخاذ القرارات المهمة لمصيره
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول و الذي يوضح دوافع حاجة الجزائر الي ربيع عربي مثل بقية الدول العربية، فالبعض يرى وبنسبة 33.70% من اجل تفعيل دور الشعب في اتخاذ القرارات المهمة لمصيره، والبعض الآخر وبنسبة 28.09% يرى أن هذا من اجل اللجوء إلى الإصلاح السياسي، وبنسبة 22.47% بغية تنشيط القطاعات السياسية، غير أن نسبة 15.73% كانت لتفعيل دور الجمعيات السياسية والمجتمع المدني، وعليه نلاحظ و من خلال نسب هذا الجدول أن هناك فئة من الشباب ترى أن الحل في خروج الجزائر من دوامة التخلف السياسي والاجتماعي الذي تعاني منه، هو القيام بما قام به أشقاؤنا في العالم العربي، من ثورات أسقطت الأنظمة الفاسدة و بنت لغد جديد و مشرق تكون فيه الديمقراطية هي الحاكم الوحيد، ويكون فيه صوت الشعب هو الناطق وهو الأمر و الناهي، و لا مجال للبيروقراطية و لسياسة عقيمة لا تنتج إلا ساسة ضعفاء و فاسدين.

جدول رقم (44) يوضح دوافع عدم حاجة الجزائر إلى ربيع عربي مثل بقية الدول العربية :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
11.23%	10	كونه لا يخدم المصلحة الوطنية
10.11%	9	الربيع العربي وهم
50.56%	45	مررنا بعشرية سوداء
28.09%	25	السلم و الهدوء مكسب يجب المحافظة عليهما
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال هذا الجدول و الذي يوضح دوافع عدم حاجة الجزائر إلى ربيع عربي مثل بقية الدول العربية، فالنسبة الغالبة كانت بسبب العشرية السوداء بـ 50.56% وورائها مباشرة كانت نسبة 28.09% بأن

السلم والهدوء مكسب يجب المحافظة عليهما، وبنسب متقاربة كونه لا يخدم المصلحة الوطنية بـ 11.23% و 10.11% لكون الربيع العربي وهم، وعليه ومن خلال هذا الجدول نرى مدى إدراك الشباب الجزائري لقيمة السلم والهدوء في بلاده، فسنوات التسعينات لا تجعل أيا كان انتمائه يفكر في قيام الجزائر بحرب أهلية تكون فيها هي الخاسر الأول والأخير. فتلك العشرية السوداء لازال هذا الشعب يتجرع مرارتها حتى الساعة، من خسائر بشرية و مادية، إلهيار كلي للعامل الاقتصادي للبلاد. و النفسي لهذا الشعب الذي يدرك أكثر من غيره خطورة القيام بهذه الخطوة، فهي الجحيم الذي سيرمي نفسه به، بعد السلم المعنوي الذي يتمتع به أكثر من أي حياة مادية يبحث عنها.

جدول رقم (45) يبين مدى متابعة الباحثين للأحداث السياسية الوطنية عبر موقع الفاييسوك

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
23.60%	21	أزمة منطقة غرداية
30.33%	27	انخفاض سعر البترول
35.95%	32	الغاز الصخري
10.11%	9	سياسة التقشف
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: يبين الجدول أعلاه والذي كان تحت عنوان الأحداث السياسية المتابعة عبر موقع الفاييسوك، والذي يوضح نسبة نسبة الغاز الصخري في اعلي مرتبة بـ 35.95%، ثم انخفاض سعر البترول بنسبة 30.33%، و بنسبة 23.60% لازمة منطقة غرداية، و أخيرا وبنسبة 10.11% مما يعرف بسياسة التقشف، و من خلال ملاحظتنا لهذه النسب المتعلقة بالأحداث السياسية الوطنية، ندرك بان الشباب علي اطلاع دائم بكل ما هو جديد علي الساحة السياسية الجزائرية، فهو متضامن مع سكان عين صالح برفضهم للغاز الصخري كونه غازا ملوثا للبيئة و مضرا بالإنسان، إضافة إلي انخفاض سعر البترول الذي يجعل الجزائر تتبع سياسة التقشف ما يعني وضعية اقتصادية و اجتماعية صعبة و التي لا يقوى الجميع علي تحملها و تحمل تداعياتها، و بخصوص أزمة منطقة بني ميزاب فهناك من يحاول أن يصطاد في المياه العكرة، و يشتت تضامن و تآزر سكانها و القضاء علي تماسكها و تضامنها بخلق خلافات بين المالكية و الاباضية و الذين عرفوا بتعايشهم منذ عقود غابرة.

جدول رقم (46) يبين إطلاع المبحوثين على المنظومة الوزارية الجزائرية عبر موقع الفاييسوك:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
76.40%	68	نعم
23.59%	21	لا
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه و الذي يوضح الاطلاع على المنظومة الوزارية الجزائرية، نجد أن 76.40% قالوا نعم في مقابل 23.59% قالوا لا. و عليه فان الفاييسوك أعطى للشباب الجزائري معرفة وزارات بلاده ووزرائها، بعدما كان في الماضي القريب قبل ظهور هذه الثورة التكنولوجية لا يعرف إلا رئيس البلاد و بعض الوزراء، فالوزارة اليوم لم تعد موجودة بقلب العاصمة فحسب بل أصبحت تحت رقابة تامة لرواد الفاييسوك، وأي خطأ أو تقصير ينتشر على صفحات الفاييسوك بسرعة كبيرة جدا،

جدول رقم (47) يبين مشروعية مطالب سكان عين صالح برفضهم للغاز الصخري :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
78.65%	70	نعم
21.34%	19	لا
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: يبين الجدول أعلاه مشروعية مطالب سكان عين صالح برفضهم للغاز الصخري، فكانت نسبة 78.65% الموافقة على شرعية رفضهم لهذا الغاز، و بنسبة ضعيفة 21.34% بعدم شرعية هذا المطلب، و عليه فان سكان عين صالح هم أبناء المنطقة أبناء الصحراء و يدركون أكثر من غيرهم خطورة هذا الغاز عليهم و على صحتهم أولا، و على بيئتهم ثانيا، فمن غير المعقول أن تمنع جمعيات حماية البيئة و حقوق الإنسان استخراج هذا الغاز من الدول العظمى، و تقبل باستخراجه من الصحراء الجزائرية، و بالتالي على الشعب الجزائري أن يتضامن تضامن الرجل الواحد لوقف هذه العملية بحق البيئة و بحق الإنسانية، أما الذين يرون بأنه لا ضرر في الغاز الصخري، فمن منظورهم هو يساهم في إنعاش الاقتصاد الوطني خاصة مع انخفاض سعر البترول و تطبيق سياسة التقشف، ولا كن هذا لا يعني سلامة فئة من الشعب على حساب فئة أخرى

جدول رقم (48) يبين أهم القضايا التي شهدتها الجزائر مؤخرا ولاقت رواجاً كبيراً لدى رواد الفيسبوك :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
32.58%	29	فضيحة سنطراك 201
39.32%	35	فضيحة بنك الخليفة
28.09%	25	فضيحة الطريق السيار شرق غرب
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: نلاحظ من خلال هذا الجدول والذي كان بعنوان أهم قضايا الفساد التي شهدتها الجزائر مؤخرا و لاقت رواجاً عند رواد الفيسبوك، فنجد أن فضيحة بنك الخليفة كانت بنسبة 39.32% في أول مرتبة، ثم فضيحة سنطراك 201 في ثاني مرتبة بنسبة 32.58%، وأخيراً فضيحة الطريق السيار شرق غرب بنسبة 28.09%. وهذا يدل على أن الشباب على دراية شبيهة تامة بكل ما يدور بالبلاد من أحداث وقضايا، والأعلام التفاعلي سهل مهمة الحديث عنها، وتقدم الآراء حولها دون أية قيود أو رقابة و بكل حرية، عكس ما كان يحدث في الإعلام التقليدي من سرية تامة لهذه المواضيع .

جدول رقم (49) أن كان المبحوث من المحللين والمتفهمين للخطاب السياسي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
11.23%	10	فهم كل الخطاب السياسي
55.06%	49	فهم جزء من الخطاب السياسي
33.70%	30	لا تفهم الخطاب السياسي
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول و الذي كان تحت عنوان تحليل و تفهم الخطاب السياسي الجزائري ، فكانت النسبة الغالبة لفهم جزء من الخطاب السياسي بنسبة 55.05%، أما نسبة 33.70% فكانت لاقتراح مفاده عدم فهم الخطاب السياسي، و في الأخير و بنسبة ضئيلة بـ 11.23% لفهم كل الخطاب السياسي، و من هنا يتضح لنا و بشكل جلي ضعف الخطاب السياسي الجزائري و احتوائه على رموز و كلمات مفتاحية ليست واضحة لعامة الشعب، إضافة إلى ضعف الجانب اللغوي و للأسف عند العديد من الوزراء و قادة الأحزاب الجزائرية، ما جعلهم محط تعليق و نقد شديد عند رواد موقع الفيسبوك

جدول رقم (50) يبين معرفة المبحوث لحقوقه وواجباته السياسية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
38.20%	34	تعرف بعض الحقوق السياسية
40.44%	36	تعرف بعض الواجبات السياسية
21.35%	19	تعرف حقوقك وواجباتك السياسية
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: يبين الجدول والذي كان تحت عنوان معرفة الحقوق و الواجبات السياسية، أن الكفة كانت متأرجحة بين معرفة بعض الواجبات السياسية بنسبة 40.44%، و بعض الحقوق السياسية بنسبة 38.20%، أما معرفة الحقوق و الواجبات السياسية معا فكانت في آخر المطاف بنسبة 21.25%، وعليه ومن خلال ملاحظتنا نرى أن الشباب الجزائري ليس مدركا بالشكل الكافي لحقوقه وواجباته السياسية كمواطن يعيش في وطنه، فمعرفة الواجبات تجعلك تحترم واجباتك وواجبات غيرك، ومعرفة الحقوق تجعلك تحترم حقوقك وحقوق غيرك، وكل هذه العوامل هي دليل علي مواطنتك وانتمائك لهذا الوطن، وبالتالي العمل علي إنجاحه والرقى به في شتى الميادين وعلي رأسهم السياسي .

جدول رقم (51) يوضح دور الفايسبوك في تشكيل وتدعيم الاتجاه والمواقف السياسية :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
66.29%	59	نعم
33.70%	30	لا
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال هذا الجدول الذي يبين دور الفايسبوك في تشكيل وتدعيم الاتجاه والمواقف السياسية، ولقد تراوحت الإجابات بين نعم و لا، فكانت الغلبة لإجابة نعم بنسبة 66.29%، وبنسبة 33.70% لإقترح لا. وعليه نلاحظ أن للشباب ثقة كبيرة في الإعلام الجديد في تدعيم مواقفه السياسية، فالدور الذي يلعبه الفايسبوك في تغيير وجهة نظر الشباب نحو مختلف القضايا السياسية لا يختلف عليها اثنان، بغض النظر عن هذا التشكيل في شقيه الايجابي والسليبي، فهو الاختراع الذي انطلق من الشباب الجامعي وحصد الكثير من هذا الشباب الجامعي في ناحيته

جدول رقم (52) يبين إيجابيات الفايسبوك في تشكيل وتدعيم الاتجاه السياسي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
41.58%	37	وسيلة لممارسة الديمقراطية
11.23%	10	تناوله قضايا هم الرأي العام
24.71%	22	زيادة هامش الحرية التي يتمتع بها
22.48%	20	جرأته في تناول الموضوعات المهمة
100,00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال الجدول لعلاه و الذي كان تحت عنوان إيجابيات الفايسبوك في تشكيل و تدعيم الاتجاه السياسي ،نلاحظ أن 44.58% من أفراد العينة اعتبروه وسيلة لممارسة الديمقراطية ، و 24.71% يرون أن زيادة هامش الحرية التي يتمتع بها جعلهم يقبلون عليه ، وبنسبة 22.48% لجرأته في تناول الموضوعات المختلفة ، و أخيرا و بأقل نسبة 11.23% يرون فيه تناوله قضايا هم الرأي العام ، و من خلال كل هذه النسب و النتائج التي وصل إليها هذا الجدول نجد أن للفايسبوك جانب كبير ايجابي فهو إعلام تشاركي بين الأفراد و بحرية عالية جدا لم تجرا عليها أية وسيلة إعلامية قبله ، وهو ثورة القرن 21، وهو منير من لا منبر له ، وحتي السياسة و بكل ما يحيط بها من سرية و تحفظ لم تستطع الوقوف في وجه هذه التكنولوجيا الحديثة ، فمن خلاله ظهر ما يسمى بالمجتمع الافتراضي و الحكومة الافتراضية و الديمقراطية الرقمية.

جدول رقم (53) يبين العوائق التي تحد من اكتساب الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
22.47%	20	لا توجد به حماية للمعلومات
44.94%	40	وسيلة لتبادل الشائعات السياسية ونشرها
32.59%	29	لاستخدامه لأغراض تهدد النظام السياسي
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: يوضح الجدول أعلاه العوائق التي تحد من زيادة اكتساب الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك ، فكانت النسبة 44.94% من اعتبره وسيلة لممارسة الديمقراطية ونشرها ، و بنسبة 32.59% لاستخدامه في أغراض تهدد النظام السياسي في المجتمع ، و بنسبة 22.47% بأنه لا توجد به حماية للمعلومات و الخصوصية السياسية ، و من هذا المنطلق نرى الجانب المظلم و السلبي للفايسبوك ، فهو الذي غير الأنظمة السياسية للعديد من الشعوب و جعلها أسوأ مما كانت عليه ، و منه كانت زيادة الفساد السياسي لدرجة انه لم يعد علي اية دولة التحكم فيه أو

توقع ما ستسفر عنه حريته الزائدة عن اللزوم، فليس كل ما يدور في هذا الموقع من إخبار حقيقة وصحيحة، فلم يعد المرء يسببه يدرك الخطأ من الصواب، فهو أشبه بالمخدر بالنسبة للشباب المتعاطي جدا مع الفايسبوك، لأنه يجعله ينظر دائما ينظر نظرة حاقدة علي الساسة و السياسة في بلاده وفي العالم اجمع .

جدول رقم (54) يوضح مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاه السياسي :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
50.57%	45	قوي
28.09%	25	متوسط
21.34%	19	ضعيف
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول و الذي يوضح مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل الاتجاه السياسي ،فكانت نسبة 50.57 % بأن له تأثير قوي ،و نسبة 28.09 % لديه تأثير متوسط ،و نسبة 21.34 % له تأثير ضعيف ،وعليه فان الإعلام الجديد أصبح قوة يعمل لها ألف حساب ،نظرا لتأثيره الكبير على الشباب خاصة في المجال السياسي ،فهو وسيلة تفاعلية و نسبة إبداء الرأي فيه عالية جدا ،و تناوله كل المواضيع دون رقابة أو استثناءات .

جدول رقم (55) يبين إسهام الفايسبوك في تكوين الثقافة السياسية:

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
11.23%	10	التوعية السياسية والثقافية
11.23%	10	تبادل المعلومات السياسية
32.59%	29	تشكيل الرأي نحو القضايا السياسية
25.84%	23	حرية الرأي والتعبير نحو القضايا السياسية
19.10%	17	تغيير الآراء السياسية كضرورة للتطور
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا للجدول أعلاه و الذي يوضح إسهام الفايسبوك في تكوين الثقافة السياسية ،فكانت نسبة 32.59 % لتشكيل الرأي نحو القضايا السياسية ،و نسبة 25.84 % لحرية الرأي و التعبير نحو القضايا السياسية ،و نسبة 19.10 % لتغيير الآراء السياسية كضرورة للتطور ،و في الأخير و بنفس النسبة أي 11.23 % لكل من التوعية السياسية و الثقافية ،و تبادل المعلومات السياسية ،و عليه وصلنا إلى نتيجة مفادها

أهمية و مكانة الفاييسوك في أواسط السباب الجزائري، إذ لم يعد متخوفا من خوض غمار الحياة السياسية و مناقشة قضاياها و أحداثها، دون خوف أو رقابة، فلم تعد السياسة حكرا فقط علي رجال السياسة، بل أن الإعلام الاجتماعي جعل منها ميدانا خصبا لتبادل الآراء ووجهات النظر، و حتى إسقاط أنظمة حاكمة دامت لفترات طويلة من الزمن كما حدث لدول العالم العربي .

جدول رقم (56) يوضح أم القضايا السياسية التي تناقش مع الأصدقاء عبر موقع الفاييسوك :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
22.47%	20	النظم السياسية الحاكمة
14.60%	13	الفساد السياسي
10.11%	9	الديمقراطية في دول العالم الثالث
11.23%	10	الإحتلال الإسرائيلي
2.24%	2	حقوق الإنسان
19.10%	17	حرية الرأي والتعبير
3.37%	3	العنف السياسي ضد المرأة
16.85%	15	التغير والربيع العربي
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح أهم القضايا السياسية التي تناقش مع الأصدقاء عبر موقع الفاييسوك، أن أعلى نسبة كانت 22.47% للنظم السياسية الحاكمة، ثم 19.10% لحرية الرأي و التعبير، و 16.85% للتغير و الربيع العربي، و 14.60% للفساد السياسي، و 11.23% للاحتلال الإسرائيلي، و 10.11% للديمقراطية في دول العالم الثالث، و 3.37% للعنف السياسي ضد المرأة، و 2.24% لحقوق الإنسان. وعليه ومن ملاحظتنا لهذا الجدول يتبين لنا أن الفاييسوك ليس محصورا في موضوع معين يتناقش فيه عبر صفحاته، بل هو نافذة لكل المواضيع السياسة المختلفة، الوطنية منها والدولية، من المواضيع الأكثر حساسية إلى المواضيع الأكثر وضوحا، فمن خلاله ظهر العالم الافتراضي و الذي له تأثير كبير علي الشباب بعدة مرات من المجتمع الحقيقي، فالشباب أصبح اليوم يصدق وييدي رأيه علي ما قرأه علي ألت و لا يبالي بما ينشر في الجريدة الرسمية للبلاد .

جدول رقم (57) يوضح النتيجة التي آلت إليها دول الربيع العربي حسب رواد موقع الفايسبوك :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
50.57%	45	أسوأ مما كانت عليه
15.73%	14	عبرت عن رأيها بكل حرية
22.47%	20	زيادة الفساد السياسي
11.23%	10	ضعف السياسة الحاكمة الجديدة
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال الجدول الذي يوضح النتيجة التي وصلت إليها دول الربيع العربي حسب رواد موقع الفايسبوك، نلاحظ أن 50.57% بأنها أصبحت أسوأ مما كانت عليه، و22.47% يرون زيادة الفساد السياسي، وبنسبة 15.73% لديهم نظرة أحادية وهي أنها عبرت عن رأيها بكل حرية وشفافية، وأخيراً كانت النسبة لضعف السياسة الحاكمة الجديدة والتي كانت بنسبة 11.23%، وعليه ومن خلال ملاحظتنا لهذا الجدول نرى أن نتيجة الثورات العربية جعلت العالم العربي يغرق في الدماء، عوض أن يحقق الأهداف التي رسمت من أجلها هذه الثورات. فلو أن العرب أدركوا في الوقت المناسب صعوبة وخطورة القيام بهذه الخطوة لفضلوا التمسك بالسلم والهدوء لأنهما نعمت علي أي دولة المغامرة بها، ولو لأي سبب من الأسباب، فالحرية والإصلاح السياسي لا تكون علي حساب الضعفاء والأبرياء.

جدول رقم (58) يوضح حرية التعبير التي تنادي بها جريدة إبدو الفرنسية حسب رواد موقع الفايسبوك :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
43.82%	39	تسيء للأديان والأنبياء
22.48%	20	تجاوز الأمور المسموح بها في حرية التعبير
33.70%	30	زعزعة الإيمان والتعدي على الحرمات الدينية
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال هذا الجدول الذي يوضح حرية التعبير التي تنادي بها جريدة شارلي ابدوا الفرنسية حسب رواد موقع الفايسبوك، نلاحظ أن نسبة 43.28% اعتبروها تسيء للأديان والأنبياء، وبنسبة 33.70% من اعتبرها تزعزع الإيمان وتتعدى علي الحرمات الدينية، وأخيراً وبنسبة 22.48% اعتبرها تتجاوز الأمور المسموح بها في حرية التعبير، وعليه فالسياسة التي تلعبها جريدة شارلي ابدوا الفرنسية واضحة، فهي تحاول أن تضرب العالم الإسلامي في مقوماته الدينية، لأنها تدرك تماماً بان قوة المسلمين تكمن في دينهم الإسلامي وفي نبينهم

محمد — صلى الله عليه وسلم — فحرية التعبير لا تكون بالتعدي علي الحرمات الدينية و الإساءة للأديان و الأنبياء .فهي بذلك تحاول خلق حروب عرقية و دينية ،و عودة ما يسمى بالحروب الصليبية للقضاء علي الإرهاب العالمي الذي لا يوجد حسبها إلا في وسط الدول التي تدين بالإسلام ،لتضرب عرض الحائط ما كانت تنادي به في الماضي القريب بحوار الحضارات و حوار الأديان .

جدول رقم (59) يوضح وجهة نظر شباب الفايسبوك بما يسمى تنظيم داعش والدولة الإسلامية وعاصفة الحزم :

النسبة المئوية	التكرار	الفئات الإجابة
32.59%	29	مجرد حرب إعلامية
17.98%	16	تفشي ظاهرة الإرهاب العالمي
15.73%	14	نشوب الحروب الدينية و العرقية
33.70%	30	متحكم فيها من طرف الدول العظمى
100.00%	89	المجموع

الاستنتاج: من خلال ملاحظتنا لهذا الجدول و الذي خصص لوجهة نظر الشباب الدائم علي تصفح الفايسبوك ،علي ما يطلق عليه تنظيم داعش والدولة الإسلامية وعاصفة الحزم ،فكانت النتيجة 33.70% أنها متحكم فيها من طرف الدول العظمى ،ونسبة 32.70% أنها مجرد حرب إعلامية ،و 17.98% هي نسبة تفشي ظاهرة الإرهاب العالمي ،وآخر نسبة كانت لنشوب الحروب الدينية و العرقية بنسبة 15.73% و عليه فان وجهة نظر الشباب علي ما يحدث في العالم العربي من اضطرابات و حروب ،و التي انطلقت شرارتها من الشقيقة تونس ،هي أمور مدبرة ولا علاقة للديمقراطية و حرية التعبير فيها ،لان إبداء الرأي لا يكون بسفك الدماء أو أن يرفع الأخ سلاحه في وجه أخيه ،ففي الوقت الذي يتقاتل فيه العرب ضد بعضهم البعض يبقى العالم بأسره متفرجا ومشاهدا ،و كل هذا راجع إلي أن العرب حصروا دينهم أولا و تاريخهم و أصالتهم ثانيا ،و تشبهوا بالغرب فحدث فيهم ما حدث.

ثانيا- مناقشة و تفسير النتائج الجزئية و الكلية للدراسة :

1- مناقشة نتائج الفرضية الأولى و التي كانت "كلما زادت عادات و أنماط إستخدام — الفايسبوك — من طرف الشباب الجامعي كلما زادت معارفه السياسية ".

من خلال دراستنا الميدانية للتحقق من صحة الفرضية التي توضح عادات وأنماط مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و آثار استخدامها علي الشباب ، تبين لنا أنها صحيحة ، بدليل أن كثافة الاستخدام و طول فترة التواصل عبر هذا الموقع خاصة الفايسبوك علي سبيل المثال و ليس الحصر ، لأنه احتل المرتبة الأولى بالمقارنة مع التويتر و اليوتوب و ماي سبيس و غيرها من المواقع الالكترونية ، وهذا للارتفاع الكبير لمستخدميه في كل أنحاء العالم و خاصة بالجزائر في الآونة الأخيرة نظرا لفتح خدمة الجيل الثالث ، التي تتيح التواصل عبر الفايسبوك من خلال الهواتف الذكية ، إضافة إلي المدة الزمنية و التي تراوحت من سنة إلي ثلاث سنوات ، و هذا لعدة اعتبارات منها أن اتصالات الجزائر بدأت تعطي اهتماما كبيرا لخدمة الانترنت بالجزائر ، و لأهميتها الكبيرة في حياة شباب القرن 21 و شباب الفايسبوك كما يصطلح علي هذا الجيل ، كما أن طول المدة الزمنية يتبعها طول مدة الاستخدام أن كانت ساعة أو ساعتين أو أكثر ، و نتائج هذه الدراسة الاستطلاعية جعلت مدة ساعتين في الريادة ، مما يدل أن الوقت لم يعد له أي اعتبار عند الدخول إلي العالم الافتراضي ، ما خلق لنا نوع من الإدمان علي هذه الوسيلة الإعلامية ، فتكون ايجابية في شقيها العلمي و العملي و سلبية في شقيها الترفيهي ، في حين أن تصفح موقع الفايسبوك بشكل يومي و خلال الفترة الليلية و المسائية لم يأتي من العدم بل له عدة قراءات منها أن الصباح للعمل و الدراسة مما يصعب مهمة التصفح و هناك فئة من شباب الفايسبوك يقضون معظم الليل علي شبكة الانترنت مما يؤثر سلبا علي صحتهم النفسية و الجسدية أن لم يتدخل طرف آخر في هذه العملية وهم الأولياء بتنظيم فترة استخدام الفايسبوك ، خاصة عندما تكون الانترنت موصولة بالبيت ، ولكنها ، تساعد الطالب الجامعي علي الدراسة في كل وقت و بدون دفع التكاليف المالية لصاحب مقهى الانترنت التي اغلب روادها ذكور عكس الإناث اللاتي معظمهن يفضلن فايسبوك البيت ، وخصوص البيانات المستخدمة فهي و همة بالنسبة لكلا الجنسين نظرا لان الفايسبوك من سلبياته الكبيرة عدم احترام الخصوصية ، و الخوف من مناقشة بعض الآراء و الاتجاهات عبره خاصة السياسية منها ، و لأنه يجمع الكثير من الأصدقاء و أحيانا تفوق أكثر من 100 صديق من مختلف الجنسيات و من بلدان مختلفة ، دون أي اعتبار للمنطقة أو علاقة القرابة و الصداقة ، و بنسبة كبيرة يجمعهم المستوى المعرفي و الثقافي و الاهتمام المشترك لاستغلال خدمات الفايسبوك ، من مشاركة الصور و الدردشة و التعليقات و حتى الألعاب منها ، و كل هذا يتطلب مجموعة من الأصدقاء أو حتى أشخاص آخرين غرباء عنه ، و هذه التواصلات تتطلب لغة و معظم شباب العينة فضلوا العامية و اللغة العربية مما يوضح ضعف اللغة الأجنبية عند الشباب الجامعي الجزائري الذي يجب أن ينشط في المجموعات السياسية الافتراضية .

2- مناقشة نتائج الفرضية الثانية و التي كانت "لتداول المعلومات بالمجتمع الافتراضي تأثير علي الآراء و

الاتجاهات السياسية عند الشباب الجامعي"

لقد ساهمت الانترنت و التي تعد احد منجزات الثورة الاتصالية في تشكيل فضاء جديد، يتجاوز الإطار الفيزيقي و المكاني و تفاعل الوجه بالوجه، وخاصة اللذين تجمع بينهم اهتمامات مشتركة في شكل جماعات يطلق عليها الجماعات الافتراضية، وهي شكل جديد من أشكال التفاعل الإنساني، ومن منطلق فرضية الدراسة التي تناولت تأثير المجتمع الافتراضي علي الآراء و الاتجاهات السياسية لدى الشباب تبين لنا أنها صحيحة بدليل النتائج المتحصل عليها و التي توضح الثقة العالية بالمعلومات التي يتحصل عليها الشباب الدائم علي استخدام الفايسبوك، والتي ساهمت في تكوين و إشباع ثقافتهم السياسية سوءا من ناحية تبادل المعلومات السياسية أو تشكيل الرأي نحو القضايا السياسية و هذا كله لما يتيح هذا الموقع الافتراضي من حرية الرأي و التعبير في تناول و مناقشة الآراء و الاتجاهات السياسية عكس وسائل الإعلام التقليدية، التي تحجب كل القضايا التي تعتقد أنها تهدد النظام العام أو أنها من حق جهازها الحكومي لوحده، أما اليوم و مع ثورة الفايسبوك أصبح من الصعب جدا علي أي حكومة كبح جماح الشباب في تناول قضايا الفساد و الديمقراطية الزائفة في العالم و في دول العالم الثالث خاصة، وشباب الفايسبوك هو الذي قام بالتغير و بالثورات العربية و التي أطلق عليها اسم الربيع العربي، إضافة إلي حقوق الإنسان و العنف السياسي ضد المرأة. و المجتمع الافتراضي مثله مثل المجتمع الواقعي له سلبيات و إيجابيات، فالكثير منهم اعتبره وسيلة لممارسة الديمقراطية، وانه جريء في تناول الموضوعات المختلفة و قضاياها التي يطرحها هم الرأي العام و هذا نظرا لزيادة هامش الحرية التي يتمتع بها، أما العوائق التي تحد من اكتساب الوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك هو أنه لا توجد به حماية للمعلومات و الخصوصية السياسية، كما انه وسيلة لتبادل الشائعات السياسية و نشرها، مع استخدامه في أغراض تهدد النظام السياسي في المجتمع. و المجتمع الافتراضي هو حصيلة ثورة تكنولوجيا جعلت العالم أشبه بقرية صغيرة، فهو وليد طاقة شبابية وه شغف الفئة الشبابية به أكثر من أي فئة أخرى، فجيل الفايسبوك و التويتير و اليوتوب وغيرها من المواقع الافتراضية لا يشبه أي جيل سبقه لا من ناحية الطرح للمواضيع المختلفة و لا من ناحية المناقشة و إبداء الرأي في شتى الميادين خاصة السياسية منها، و مع كل ما كانت تحيط به في الماضي من سرية و تحفظ لم تعد أي دولة في العالم قادرة علي حماية جهازها الحكومي من ملاحظات دقيقة لشباب الانترنت، سوءا من ناحية تتبع الأحداث السياسية الوطنية أو المشاركة في الانتخابات، أو القيام بثورة سياسية و إجتماعية، و كل هذا يؤثر بشكل كبير في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب.

3— مناقشة نتائج الفرضية الثالثة و التي كانت "تعدد و تنوع المواضيع المطروحة في الفاييسوك يزيد في

اكتساب الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي"

إن المواضيع المطروحة في الفاييسوك لها دور كبير في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب ،من خلال تتبع الأحداث السياسية الوطنية عبر هذا الموقع الافتراضي ،والتي كانت في الماضي محصورة في وسائل الإعلام التقليدية من إذاعة و تلفزيون ،أما اليوم ومع التفاعلية الكبيرة الموجودة في الفاييسوك و التي كان يبحث عنها شباب اليوم ،تمكن من مناقشة كل الاتجاهات السياسية دونما قيود كأزمة منطقة غرداية و انخفاض سعر البترول و سياسة التقشف و غيرها من المواضيع ،و من خلال هذا الموقع الالكتروني الكثير من شباب الفاييسوك أصبح من المحللين و المتفهمين للخطاب السياسي ولو بجزء بسيط بعدما كان مغيبا تماما عن الساحة السياسية الجزائرية والدولية ،و أن يبدي رأيه بكل حرية و شفافية نحو أي قضية سياسية يراها تهدد المصلحة الوطنية أو أنها تهدد البيئة و الإنسان ،كالغاز الصخري ،و إبداء رأيه نحو مشروعية مطالب سكان عين صالح ،و بأن الإعلام التفاعلي كان السبب الرئيسي و المباشر في القيام بالثورات العربية و بإسقاط أنظمتها الحكومية ،و لم تكن الجزائر بعيدة عن هذه الثورات بدليل أن هناك فئة من شباب الفاييسوك أرادوا القيام بربيع عربي جزائري ،لأنه الحل الوحيد للجوء إلى الإصلاح السياسي وتنشيط القطاعات السياسية و الجمعيات السياسية و المجتمع المدني ،وهذا كله من أجل تفعيل دور الشعب في إتخاذ القرارات الهامة لمصيره ،أما الشريحة الثانية من رواد الإعلام الاجتماعي رفضوا ذلك لان نتائج القيام بهذه الخطوة السياسية وخيمة حسبهم ،و هي غير مضمونة ،لأن العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر تجعل السلم و الهدوء مكسب يجب المحافظة عليهما ،فالربيع العربي يبقى مجرد وهم و هو لا يخدم مصلحة أي دولة تصبوا إليه ،لأن النتيجة التي وصلت إليها دول الربيع العربي أصبحت أسوأ مما كانت عليه إضافة إلى زيادة الفساد السياسي و الضعف الشديد في السياسة الحاكمة الجديدة ،وأن ما يحدث في السياسة العربية تحت شعار تفشي ظاهرة الإرهاب العالمي ،فهو حسب وعي و إدراك شباب الإعلام الجديد أنها مجرد حرب إعلامية ،وأنها متحكم فيها من طرف الدول العظمى ،وهذا كله من اجل نشوب حروب دينية و عرقية و تحت ما يسمى داعش و الدولة الإسلامية .و بعيدا عن السياسة العربية و العالمية يبقى الشباب الجزائري مهتما أكثر بالسياسة الوطنية ،خاصة في فترة الانتخابات التي ينشط فيها شباب الفاييسوك ،لإبداء آرائه بكل حرية ،و النداء بحقوقه وواجباته الوطنية باعتباره جزائريا ،و يعيش في جزائر الحرية و الاستقلال و يريد ممارسة الديمقراطية كفعل و ليس كشعار و لافتات.

4 — مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك معها في متغير أساسي وهو الوعي السياسي .

وبالرغم من اتفاقها في نقاط، فإنها تختلف معها في نقاط وزوايا أخرى، ويمكن تلخيص أهم نقاط الاتفاق فيما يلي:

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك معها في متغير أساسي وهو الوعي السياسي .

وبالرغم من اتفاقها في نقاط، فإنها تختلف معها في نقاط وزوايا أخرى، ويمكن تلخيص أهم نقاط الاتفاق فيما يلي:

• أوجه الاتفاق :

— تشترك جل الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الوعي السياسي، هذا الأخير الذي تعددت مجالاته ليشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل : المشاركة السياسية، الثقافة السياسية، الديمقراطية وغيرها.

— تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تركيزها على مواقع التواصل الاجتماعي والإقرار بدورها البالغ في بلورة وتشكيل وكذا تنمية الوعي السياسي لدى الشباب .

• أوجه الاختلاف :

تظهر أوجه اختلاف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة التي تم عرضها في نقاط وزوايا عدة هي:

— اختلافها من ناحية الموضوع، ففي حين يدور موضوع الدراسة الحالية حول مواقع التواصل الاجتماعي — الفيسبوك — ودوره في تشكيل الوعي السياسي، فإن الدراسات السابقة تناولت :

دراسة :وليام وغلاطي "التأثير السياسي للفيسبوك، انتخابات التجديد النصفي 2006 ومنافسة الترشيح "

دراسة : ingenito "الديمقراطية في القرن 21، وسائل الإعلام الاجتماعية والسياسة، القرية العالمية "

دراسة : محمود عبد القوي "دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية "

دراسة :رامي حسين "دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني.

و بالرغم من أن الدراسات السابقة التي تم عرضها تتقاطع مع الدراسة الحالية، من حيث تركيزها وتأكيدها على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر وتشكيل الوعي السياسي في المجتمع، إلا أنها تختلف مع دراستنا من حيث المجال المكاني والزمني، وكذا المداخل النظرية التي تم من خلالها التطرق للموضوع .

• أوجه الاستفادة :

— استفادات الباحثان من خلال الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري للدراسة وصياغة إشكاليته .

— كما استفادت الباحثتان كثيرا من خلال الدراسات السابقة في إثراء الجانب النظري للدراسة، وكذا الجانب المنهجي لها وهنا نركز على دراسة **لينا العلمي** بعنوان "العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية"

— كما تمت الاستفادة من قائمة المراجع المذكورة في كل دراسة، والتي عملت على توجيه الباحثتان نحو الأوعية المعلوماتية المطلوبة — وأيضا تمت الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثريها ويعزز من أهميتها.

ثالثا — استنتاج عام للدراسة :

أتاحت وسائل الإعلام التفاعلي الحرية في الكتابة و التعبير و فتحت للفرد أبوابا جديدة و غير معهودة يعبر من خلالها عن آرائه دون قيود أو ضوابط ، فالشباب اليوم أصبح على ثقة كبيرة في الإعلام الجديد ، في تدعيم مواقفه السياسية ، فالدور الذي يلعبه الفايسبوك في تغير وجهة نظر الشباب نحو مختلف القضايا السياسية لا يختلف عليها إثنان ، بغض النظر عن هذا التشكيل في شقيه الايجابي و السلبي ، فهو الاختراع الذي إنطلق من الشباب الجامعي و حصد الكثير من هذا الشباب الجامعي في ناحيته ، فالفايسبوك إعلام تشاركي بين الأفراد و بجرية عالية جدا لم تجرأ عليها أية وسيلة إعلامية قبله ، وهو ثورة القرن 21 ، وهو منبر من لا منبر له ، وحتي السياسة و بكل ما يحيط بها من سرية و تحفظ لم تستطع الوقوف في وجه هذه التكنولوجيا الحديثة ، فمن خلاله ظهر ما يسمى بالمجتمع الافتراضي و الحكومة الافتراضية و الديمقراطية الرقمية . كما أن للفايسبوك جانب مظلم و سلمي ، فهو الإعلام الذي غير الأنظمة السياسية للعديد من الشعوب و جعلها أسوأ مما كانت عليه ، و منه كانت زيادة الفساد السياسي لدرجة انه لم يعد علي أية دولة التحكم فيه أو توقع ما ستسفر عنه حرته الزائدة عن اللزوم ، فليس كل ما يدور في هذا الموقع من أخبار حقيقة و صحيحة ، فلم يعد المرء بسببه يدرك الخطأ من الصواب ، فهو أشبه بالمخدر بالنسبة للشباب المتعاطي جدا مع الفايسبوك ، لأنه يجعله ينظر دائما نظرة حاقدة على الساسة و السياسة في بلاده و في العالم أجمع . و علي الرغم من كل هذا يبقى للفايسبوك أهمية و مكانة في أواسط الشباب الجزائري ، إذ لم يعد متخوفا من خوض غمار الحياة السياسية و مناقشة قضاياها و أحداثها ، دون خوف أو رقابة ، فلم تعد السياسة حكرا فقط علي رجال السياسة ، بل أن الإعلام الاجتماعي جعل منها ميدانا خصبا لتبادل الآراء و وجهات النظر ، و حتى إسقاط أنظمة حاكمة دامت لفترات طويلة من الزمن كما حدث لدول العالم العربي . وهذا يدل على أن الشباب علي دراية شبة تامة بكل ما يدور بالبلاد من أحداث و قضايا ، و الفايسبوك سهل مهمة الحديث عنها و تقديم الآراء حولها دون أية قيود أو رقابة و بكل حرية ، بعدما كانت الدولة الجزائرية تمارس نوعا من الرقابة الشديدة علي ما يعرف بجرية التعبير و الديمقراطية نظرا لما يحمله هذا المفهوم من خفايا يصعب التحكم فيها و السيطرة عليها بشكل كلي ، لأن الديمقراطية لا زالت مجرد شعارات و لافتات تنادي بها الجمعيات السياسية و هيئات المجتمع المدني ، و عليه فإن ما يصبوا إليه شباب الفايسبوك هو بناء غد مشرق و جديد تكون فيه الديمقراطية هي الحاكم الوحيد ، و يكون فيه صوت الشعب هو الناطق و هو الأمر و الناهي . و بالتالي فإن الإعلام الجديد أصبح قوة يعمل لها ألف حساب ، نظرا لتأثيره الكبير على الشباب خاصة في المجال السياسي ، فهو وسيلة تفاعلية و نسبة إبداء الرأي فيه عالية جدا ، و تناوله كل المواضيع الوطنية و الدولية دون رقابة أو استثناءات . فمن خلاله شكل الشباب الجزائري وعيا سياسيا نتيجة تواصله عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

خلاصة:

أصبح الشباب أمام ثورة هائلة في نشر و إستقبال الرسائل من إتجاهات سياسية مختلفة، وبجر من الآراء علي المستوى الوطني و الدولي، و لقد زاد الاهتمام بهذه المواقع الالكترونية و بالأخص موقع الفايسبوك، لأنه إنتشر بين عامة الناس ومكن المواطنين العاديين من متابعة الأحداث الحاصلة في كافة مجالات الحياة السياسية، وبدأت تخرج عن النمط التقليدي سواء في تصميمها أو في نقل المعلومة، وفتح المجال لتفاعل الجمهور مع بعضه البعض.

خاتمة

خاتمة:

يقوم الإعلام الجديد على إمكانية الحوار والتبادل والمشاركة، وقد أعطى وسائل الإعلام معناها الحقيقي باعتبارها وجهها من وجوه الحرية الاجتماعية وحقها من حقوق الأفراد والجماعات في المشاركة في العمليات الاتصالية أخذا وعطاء.

ولقد استطاعت الوسائط الاتصالية الجديدة أن تدرك أن ديمقراطية الاتصال ليست مسألة فنية تترك في أيدي المديرين الإعلاميين وإنما هي مسألة أشمل من ذلك تستلزم مشاركة كاملة من جانب السواد الأعظم من الناس في صنع السياسات الإعلامية والاتصالية على مختلف المستويات .

بناء على ما سبق، يظهر أن للفيسبوك مكانة هامة في الوسائط الاتصالية الجديدة وذلك لما يتمتع به من خصائص تميزه عن غيره من هذه الوسائط، كميزة الاتصال السريع، الأوفر، سهولة الاستخدام، شبائي، متعدد اللغات، حضوره الدائم (خاصة من خلال خدمات الهاتف النقال)، وقدرته على الاستهواء وخلق الإحساس بالمشاركة، هذه العوامل جعلت من الفيسبوك في جميع البلدان وبدون أي استثناء وسيلة الاتصال الجماهيري الأولى الأكثر تواجد في الحياة اليومية للجماهير الواسعة وذلك بالرغم من اختلاف كمية ونوعية المضامين المستهدفة من مجتمع لآخر، ومن شريحة اجتماعية إلى أخرى، كما يعتبر أيضا الوسيلة الأكثر مقدرة على نشر المعلومات والثقافة والوعي كمقدمة لتكوين الآراء والمواقف السياسية والاتجاهات.

وبهذا حاولت هذه الدراسة استطلاع تأثير مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" على فئة الشباب التي هي أكثر تعرضا لهذا الموقع، وانطلاقا من هذا البحث المتواضع الذي قمنا به في حدود العينة المأخوذة، فقد توصلنا إلى أن للفيسبوك دور في تشكيل الوعي السياسي إذا ما تميز بالواقعية، واقترب من انشغالات الشباب واهتمامهم، بحيث أن طبيعة الاستخدام والتعرض لهذا الوسيط الاتصالي مرتبطة ومتعلقة بطبيعة المحتوى، وبذلك كلما كان قريبا من الواقع كلما زاد الاهتمام به أكثر وزادت نسبة الوعي لدى الشباب أكثر فأكثر.

هذا إضافة إلى تعدد وتنوع المواضيع المطروحة وكذا الأساليب المعتمدة من قبله كسرعة نقل الخبر وإمكانية التفاعل معه والتعليق عليه وتبادل الرسائل والأفكار والآراء، نقل الصور والفيديوهات والتعليق عليها ساهم بشكل كبير في رفع مستوى الثقافة السياسية وزيادة درجة الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع عامة والشباب بصفة خاصة .

وعلى هذا الأساس توصلنا إلى أن الشباب (الجامعي) يتعرضون لموقع الفيسبوك بشكل متزايد، كما أن الدراسة تؤكد وجود تأثير سياسي لهذا الموقع على مستخدميها من الفئة المعنية بالدراسة، وما لمسناه من خلال هذه الدراسة أنه رغم أن هذا التأثير ايجابي في جوانبه إلا أن ذلك لا يعني وجود تأثيرات سياسية سلبية خاصة وذلك بنشر توجهات معينة داعمة للوحدة الوطنية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أ- الكتب:

- 1) إبراهيم إبراهيم: علم الاجتماع السياسي، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1998 .
- 2) أبوشنب حسين: الإعلام التفاعلي، محاضرات في تطور الإعلام والمعلومات، غزة، 2011 .
- 3) إحسان محمد الحسن: مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، 2009 .
- 4) البيومي محمد أحمد: تاريخ التفكير الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، 2009 .
- 5) الدليمي عبد الرزاق محمد: الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2011 .
- 6) السويدي محمد : علم الاجتماع السياسي ميدانه وقضاياها، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009 .
- 7) السيد حلاوة محمد: العلاقات الاجتماعية للشباب بين دردشة الانترنت والفايسبوك، دار المعرفة الجامعية، مصر . 2011 .
- 8) السيد عليوة ومنى محمود: المشاركة السياسية، ط1، مركز الأهرام للدراسات الإستراتيجية والسياسية، 2000 .
- 9) الصاوي محمد ومبارك محمد : البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة .، 1996 .
- 10) الصحراوي بوزيد: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006 .
- 11) العادلي مرزوق عبد الحكيم: الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004 .
- 12) العززي وديع: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، جامعة صنعاء، 2007 .
- 13) الفطاطفة محمود: علاقة الإعلام الجديد بجرية الرأي والتعبير فلسطين، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله .، 2011 .
- 14) اللبان شريف درويش وعطية عبد المقصود: مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار العربية للنشر والتوزيع، 2007 .
- 15) بلقزيز عبد الإله والسيد رضوان: أزمة الفكر السياسي العربي، دار الفكر المعاصر، عمان، 1998 .
- 16) بدوي عبد الرحمان عن بوحوش عمار: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 .
- 17) بن مرسلي أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005 .

قائمة المراجع

- 18) جمعة سعد ابراهيم : الشباب والمشاركة السياسية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1984.
- 19) جمال الدين بن مكرم ابن منظور أبي الفضل: لسان العرب، دار نابلس، بيروت، 2006.
- 20) رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الالكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 21) زارع أحمد: مقدمة في الإعلام الدولي، ط1، مكتبة الطالب، غزة، 2004.
- 22) زرواتي رشيد: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2002.
- 23) دليو فضيل وعلي غريب وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999.
- 24) دعبس يسرى: السياحة والمجتمع، المنتدى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2009.
- 25) سكران محمد محمد: التنشئة السياسية والاجتماعية، ج2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 26) صادق عباس مصطفى: الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 27) شفيق حسين: الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية، ط1، دار الفكر والفن، القاهرة، 2010.
- 28) شفيق محمد: البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.
- 29) عامر فتحى حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبروبوك، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.
- 30) عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عامل الكتب، القاهرة، 2000.
- 31) عبد الرزاق انتصار وصفد الساموك: الإعلام الجديد وتطور الأداء والوظيفة، ط1، الدار الجامعية للطباعة النشر والترجمة، بغداد، 2011.
- 32) عبد الفتاح علياء سامي: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي، ط1، دار العلم العربي، القاهرة، 2009.
- 33) عبد القوي محمود: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب، ج2، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العالمي الخامس للإعلام والإصلاح، القاهرة، 2009.
- 34) عصام نور الدين : معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
- 35) عظيمي أحمد: منهجية كتابة مذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 36) عواد أحمد: شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، دار المعرفة الجامعية، بيروت، 2010.

- 37) عياد أحمد: مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
- 38) غريب عبد الكريم: نموذج التوافق لدى الشباب العربي، منشورات كلية النادب والعلوم الانسانية، الرباط، 1996.
- 39) غيث محمد عاطف: البناء النظري لعلم الاجتماع، دار الكتب الجامعية، 2006.
- 40) غيث محمد عاطف ومحمد علي وآخرون: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006.
- 41) مقدم سعيد: الوظيفة العمومية بين التطور والتحول من منظور تسيير الموارد البشرية وأخلاقيّة المهنة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2010.

ب - المجلات :

- 1) الصادق رابح : الانترنت كفضاء مستحدث لتشكيل الذات، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، العدد الثاني، 2007.
- 2) المصري رفيق : مستوى الوعي السياسي، لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني، مجلة جامعة الأقصى، المجلد 1 و2 العدد الثاني جوان 2007.
- 3) بوسماحة عبد الحق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الوعي السياسي، مجلة العلوم الانسانية جامعة وهران، العدد الأول، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، جانفي 2012.
- 4) حلس موسى عبد الرحيم وناصر علي مهدي: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد 12، العدد الثاني، 2010.
- 5) راضي زهير : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلم العربي، مجلة التربية، العدد 15، عمان.
- 6) زرنوقة صلاح سالم : المشاركة السياسية والعملية الانتخابية، مجلة الديمقراطية، العدد الأول مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، القاهرة، فيفري 2001.
- 7) شيخاني سميرة: الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 2، العدد الأول، 2010.
- 8) عامر عبد الله: الفايسبوك وعام التكنولوجيا، مجلة العلوم التكنولوجية، العدد 14، جامعة البتراء، عمان 2007.
- 9) نصري أحمد : دراسة تحليلية لعملية صنع القرار السياسي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 21، العدد الأول، 2005.

ج - المذكرات :

- 1) أبو زيد طاهر حسين : دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2012.

قائمة المراجع

- 2) الشرافي رامي حسين حسني : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، 2012.
- 3) العلمي لينا: العضوية في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في تحسين الوعي السياسي لدى طلبة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، عمان، 2011.
- 4) بنت شعشوع حنان: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفايسبوك نموذجاً" رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز بجدة، السعودية، 2013.
- 5) زودة مبارك : دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام "الثورة التونسية نموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012.
- 6) سلام رضوان : الاعلام والبيئة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006.
- 7) عبوب محمد أمين : تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير، الجزائر. 2012.
- 8) حمل نجاة: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات القرابية "الفايسبوك نموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة ابن خلدون، تيارت. 2014.
- 9) نومار مريم نريمان : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره على العلاقات الاجتماعية "الفايسبوك نموذجاً" رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012.

د - المواقع الالكترونية:

<http://www.dahah.org/papers/talks/msr.ne>

<http://www.libyanyouths.com/vh/html>

<http://www.alwan.com.sa/articles/detail.aspx?article.id>

<http://khol.google.com/k/mazen-aldarrab>

<http://ar.wikipedia.org/wiki>.

الله حق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون — تيارت —
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
تخصص علم الاجتماع والاتصال

بعد التحية والتقدير:

قصد القيام بدراسة ميدانية ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع والاتصال، نقوم بإعداد بحث علمي حول " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب " — الفايستوك نموذجاً — نضع بين أيديكم هذه الاستمارة وكلنا أمل أن تجيئونا عنها ، بكل دقة وموضوعية . ولكم الشكر سلفاً على مساهمتكم الثمينة في إنجاز هذه الدراسة .

إعداد الطالبتان:

— بلمداني بختة

— مرابط خالدية

تحت إشراف الأستاذ

سعادة ياسين

المعلومات الواردة في هذه الاستمارة سرية
تستخدم فقط في أغراض البحث العلمي

السنة الجامعية 2014 — 2015

البيانات الشخصية :

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2 - السن : 18-22 26-30 30-36 30 فما فوق
- 3- المستوى الأكاديمي : سنة أولى جامعي سنة ثانية جامعي

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 4- ماهي المواقع الأكثر استخداما من طرفك ؟
- المواقع العامة المواقع المتخصصة المدونات
- مواقع الدردشة المنتديات مواقع التواصل الاجتماعي
- 5- رتب هذه المواقع حسب درجة استخدامك لها :

witter My space Youtube Face book

- 6- منذ متى وأنت تستخدم موقع الفيسبوك :
- أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات
- 7- عندما تتصفح موقع الفيسبوك كم من الوقت تقضيه :

أقل من ساعة ساعتين أكثر من ساعتين

8- هل تتصفح حسابك في موقع الفيسبوك :

بشكل يومي بشكل غير يومي

9- ماهي الفترات المفضلة لديك لتصفح الفيسبوك ؟

صباحا مساء ليلا

10- من أي مكان تتصفح موقع الفيسبوك :

البيت مقهى الانترنت الجامعة مكان آخر تحدده

11- هل تستخدم الفيسبوك:

لوحدهك مع أصدقائك مع أحد أفراد عائلتك أشخاص آخرين

12- ماهي خدمات الفيسبوك المفضلة لديك؟

مشاركة الصور مشاركة الروابط مشاركة الفيديو ألعاب

الردشة التطبيقات التعليقات

13- كم عدد أصدقائك في الفايسبوك :

أقل من 50 صديق من 50 إلى 100 صديق أكثر من 100 صديق

14- على أي أساس تختار أصدقائك في الفايسبوك :

المستوى المعرفي والثقافي علاقة القرابة والصداقة الإهتمام المشترك
من نفس المنطقة لا يوجد أي معيار

15- هل تضع في حسابك على موقع الفايسبوك:

بيانات حقيقية بيانات وهمية بيانات مختلطة

16 - هل أنت عضو في إحدى المجموعات السياسية الناشطة عبر موقع الفايسبوك: نعم لا

17- ماهي لغة التواصل التي تستخدمها في حسابك على موقع الفايسبوك ؟

العربية الفرنسية الانجليزية العامية

المحور الثاني : المجتمع الافتراضي وتأثيره على الآراء والاتجاهات السياسية لدى الشباب

18- ما مدى ثقتك بالمعلومات التي تحصل عليها من الفايسبوك ؟

جيدة متوسطة ضعيفة

19- برأيك ما إسهام الفايسبوك في تكوين ثقافتك السياسية ؟

يعمل على توعيتك سياسيا وثقافيا

يعمل على تبادل المعلومات السياسية

يعمل على تشكيل رأيك نحو القضايا السياسية

يتيح لك حرية الرأي والتعبير نحو القضايا السياسية

يوجهك نحو تغيير أرائك السياسية كضرورة للتطور

20- هل للفايسبوك تأثير على تشكيل اتجاهاتك السياسية ؟

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم ما مدى تأثير الفايسبوك على تشكيل اتجاهاتك :

جيد متوسط ضعيف

21- أي من هذه القضايا التي تثير اهتمامك وتتناقش فيها مع أصدقائك عبر الفايسبوك :

النظم السياسية الحاكمة الفساد السياسي الديمقراطية في دول العالم الثالث
الاحتلال الإسرائيلي حقوق الإنسان حرية الرأي والتعبير
العنف السياسي ضد المرأة التغيير والربيع العربي

22- في رأيك هل للفيسبوك إيجابيات في تشكيل وتدعيم اتجاهاتك ومواقفك السياسية ؟

نعم لا

23- إذا كانت إجابتك بنعم فيما تتمثل إيجابياته ؟

وسيلة لممارسة الديمقراطية لتناوله قضايا الرأي العام
زيادة هامش الحرية الذي يتمتع به جراته في تناول الموضوعات المختلفة
أعبر فيه عن رأي بصراحة

24- برأيك ماهي العوائق التي تحد من زيادة اكتسابك للوعي السياسي عبر موقع الفايسبوك :

لا توجد به حماية للمعلومات والخصوصية السياسية
وسيلة لتبادل الشائعات السياسية ونشرها
إستخدامه في أغراض تهدد النظام السياسي في المجتمع

المحور الثالث : المواضيع السياسية المطروحة في موقع الفايسبوك ودورها في زيادة الوعي السياسي

25- هل أنت من متبعي الأحداث السياسية الوطنية عبر الفايسبوك ؟

نعم لا

26- إذا كانت إجابتك بنعم فما هي هذه الأحداث ؟

أزمة منطقة غرداية إنخفاض سعر البترول
الغاز الصخري سياسة التقشف أخرى تذكر.....

27- من خلال هذا الموقع الإلكتروني هل أنت من المحللين والتفهمين للخطاب السياسي الجزائري ؟

فهم كل الخطاب السياسي فهم جزء من الخطاب السياسي
لا تفهم الخطاب السياسي

28- هل تظن أن مطالب سكان عين صالح مشروعة برفضهم الغاز الصخري ؟

نعم لا

إذا كان الجواب بنعم فذلك لكونه :

يهدد البيئة والإنسان لا يخدم المصلحة الوطنية

وإذا كان الجواب بلا فلماذا؟.....

29- هل مكنك موقع الفايسبوك من الإطلاع على المنظومة الوزارية الجزائرية وبرامجها ؟

نعم لا

30- هل تظن أن الجزائر بحاجة إلى ربيع عربي مثل بقية الدول العربية ؟

نعم لا

31- إذا كانت إجابتك بنعم فما هي دوافع ذلك ؟

بغية اللجوء إلى الإصلاح السياسي

بغية تنشيط القطاعات السياسية

بغية تفعيل دور الجمعيات السياسية والمجتمع المدني

تفعيل دور الشعب في اتخاذ القرارات المهمة لمصيره

32- إذا كانت إجابتك بلا فما دوافع ذلك بالنسبة لك ؟

كونه لا يخدم المصلحة الوطنية الربيع العربي وهم مررنا بعشرية سوداء

السلم والهدوء مكسب يجب الحفاظ عليهما

33- ماهي أهم قضايا الفساد التي شهدتها الجزائر مؤخرا والتي عرفت تداولاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

فضيحة سونطراك 2011 فضيحة بنك الخليفة

فضيحة الطريق السيار شرق غرب أخرى تذكر.....

34- هل تعرف حقوقك وواجباتك السياسية

تعرف بعض الحقوق تعرف بعض الواجبات تعرف حقوقك وواجباتك

35- هل أنت من المشاركين في الانتخابات ؟ نعم لا أحيانا

36- في كل الحالات لماذا ؟

37- ماذا تمثل لك الديمقراطية؟.....

38- هل حرية التعبير تمارس بكل شفافية في الجزائر؟ نعم لا

39- هل حرية التعبير التي تنادي بها جريدة شارلي إبيدو الفرنسية مشروعة

تسيء للأديان والأنبياء تجاوز الأمور المسموح بها في حرية التعبير
زعزعة الإيمان والتعدي على الحرمات الدينية أخرى تذكر.....

40- ما رأيك بالنتيجة التي وصلت إليها دول الربيع العربي؟

أسوأ مما كانت عليه عبرت عن رأيها بكل حرية
زيادة الفساد السياسي ضعف السياسة الحاكمة الجديدة أخرى تذكر....

41- ما رأيك بما يسمى تنظيم داعش والدولة الإسلامية وعاصفة الحزم؟

مجرد حرب إعلامية تفشي ظاهرة الإرهاب العالمي
نشوب الحروب الدينية والعرقية متحكم فيها من طرف الدول العظمى
أخرى تذكر.....