

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر

قسم: الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

مذكرة بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية
للشباب الجزائري.
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

الأستاذ المشرف:

-ثابت مصطفى

إعداد الطالبة:

-خولة خنوس

لجنة المناقشة

| الصفة | الرتبة | الأستاذ |
|--------|---------------|-------------|
| مشرفا | أستاذ مساعد أ | ثابت مصطفى |
| مناقشا | أستاذ مساعد أ | تومي فضيلة |
| رئيسا | أستاذ مساعد أ | حرفوش ايمان |

الموسم الجامعي: 2018/2019

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر

قسم: الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

مذكرة بعنوان:

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية
للشباب الجزائري.
(دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

الأستاذ المشرف:

-ثابت مصطفى

إعداد الطالبة:

-خولة خنوس

لجنة المناقشة

| الصفة | الرتبة | الأستاذ |
|--------|---------------|-------------|
| مشرفا | أستاذ مساعد أ | ثابت مصطفى |
| مناقشا | أستاذ مساعد أ | تومي فضيلة |
| رئيسا | أستاذ مساعد أ | حرفوش ايمان |

الموسم الجامعي: 2018/2019

ملخص الدراسة بالعربية:

انتقل الدور الذي كانت تقوم بيه شبكات التواصل الاجتماعي من وسيلة للتواصل والتعارف بين الأفراد والجماعات، إلى أداة ضغط عالمي النطاق في القرن الواحد والعشرين، حيث تم توظيفها في مجالات متعددة من قبل الشباب المستخدم لها كالضغط على الحكومات والأنظمة للاستجابة لمطالبهم، ولعل الأحداث التي شهدتها الجزائر مؤخرا أبرزت دور الطالب الجامعي كفاعل مؤثر في مجريات الأحداث السياسية باستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي على اعتبار أن الشباب هي الفئة الأكثر استعمالا لها مقارنة بالفئات الأخرى، وعلى اعتبار الدور المحوري الذي قام به الطالب الجامعي على وجه التحديد منذ بداية الحراك الذي شهدته الجزائر في 22 فيفري 2019 والذي اعتمد فيه على الفيسبوك والانستغرام والتويتير وغيرها من المواقع الاجتماعية الأخرى والتي أصبحت بمثابة إعلام بديل وموازي للإعلام التقليدي، قد فعلت هذه الوسائل التكنولوجية النمط الغير تقليدي للمشاركة السياسية للطالب الجامعي في الجزائر نظرا لسهولة الإجراءات والتدابير المرتبطة بهذا النمط.

وعلى هذا الأساس تتمحور إشكالية الدراسة في إمكانية تحول مواقع التواصل الاجتماعي الى مساحة تعزز المشاركة السياسية لطالب الجامعي؟.

الكلمات المفتاحية: الدور ، الوسائط المتعددة، مواقع التواصل الاجتماعي، المشاركة السياسية، الطالب الجامعي.

Résumé

Le rôle joué par les réseaux sociaux a été un moyen de communication et de connaissance entre des individus et des groupes, devenu un outil de pression universel au XXI^e siècle, utilisé dans de nombreux domaines par les jeunes, tels que la pression exercée sur les gouvernements et les systèmes pour répondre à leurs demandes. Récemment, le rôle des étudiants universitaires en tant qu'acteur influent dans le cadre d'événements politiques utilisant des sites de réseautage social a été mis en avant, au motif que les jeunes constituent la catégorie la plus utilisée par rapport aux autres groupes, et compte tenu du rôle central joué par les étudiants universitaires. Depuis le début du mouvement qui s'est déroulé en Algérie le 22 février 2019 et qui a été adopté sur Facebook, Twitter, Twitter et d'autres sites de réseaux sociaux, devenus un média alternatif parallèle aux médias traditionnels, ces technologies ont rendu le style non conventionnel de participation politique des étudiants universitaires en Algérie en raison de la facilité des procédures et mesures associées. Dans ce style.

Sur cette base, le problème de l'étude est centré sur la possibilité que les sites de réseaux sociaux deviennent un domaine qui renforce la participation politique des étudiants universitaires.

Mots-clés: rôle, multimédia, sites de réseautage social, participation politique, étudiant à l'université.

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز هذا العمل

وفاءً وتقديراً وإعترافاً منا بالجميل نتقدم بجزيل الشكر لأولئك المخلصين الذين لم يألوا جهداً

في مساعدتنا، ونخص بالذكر الأستاذ الفاضل:

**** ثابت مصطفى ****

على هذه الدراسة وصاحب الفضل في توجيهنا ومساعدتنا، فجزاه الله كل خير

وأقدم بشكر وامتنان إلى الأستاذ زاوي محمد الطيب والأستاذ قندوز عبد القادر

كما أتقدم بالشكر لكل من علمني حرفاً وأمدني علماً إلى كل أساتذتي على طول المشوار الدراسي والجامعي.

وأخيراً نتقدم بجزيل شكرنا إلى كل من مدوا لنا يد العون في إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه.

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا وزيننا بالعلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية نتقدم بإهداء عملنا إلى:
أجمل صدف القدر الذي إن كنت مخيرة من قبل اخترته ليكون القريب والحبيب والصديق
وها هو يهديني إياه لأحمل اسمه وأفخر به أبي الغالي حفظك الله وأطال في عمرك.

إلى :

أجمل ما أهدتني الأيام طريقي نحو جنان إلى أجمل وردة في بستان حياتي تعبقها بدعوات عطرها فواح
توفيق ومباركة وسلام أُمِّي الغالية.

إلى كل إخوتي وأخواتي.

إلى صديقات العمر كل باسمها

إلى كل من عرفني وأحبني

خولة خنوس

قائمة المحتويات:

| الصفحة | الموضوع |
|------------------------|--|
| | شكر وتقدير |
| | الإهداء |
| | قائمة المحتويات |
| | ملخص الدراسة بالعربية |
| | ملخص الدراسة بالفرنسية |
| | فهرس الجداول |
| | فهرس الأشكال |
| أ،ب، ت | مقدمة |
| الإطار المنهجي | |
| 05 | 1- إشكالية الدراسة |
| 06 | 2- تساؤلات الدراسة |
| 06 | 3- تحديد مفاهيم الدراسة |
| 10 | 4- أسباب اختيار الموضوع |
| 11 | 5- أهمية الدراسة |
| 11 | 6- أهداف الدراسة |
| 12 | 7- منهج الدراسة |
| 13 | 8- أداة جمع البيانات |
| 15 | 9- مجتمع وعينة الدراسة |
| 16 | 10- مجالات الدراسة |
| 17 | 11- المداخل النظرية |
| 22 | 12- الدراسات السابقة |
| الإطار التطبيقي | |
| 26 | تمهيد |
| 28 | 1. خصائص عينة المبحوثين |
| 29 | 2. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية |
| 31 | 3. عرض بيانات محور عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في حياته اليومية |

| | |
|----|--|
| 37 | 4. عرض وتحليل بيانات محور دوافع استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي |
| 45 | 5. عرض وتحليل بيانات محور مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي |
| 54 | 6. عرض وتحليل بيانات محور فرض الشباب الجزائري مكانته سياسيا باستخدامه مواقع التواصل الاجتماعي |
| 61 | 7. عرض نتائج الدراسة |
| 64 | الخاتمة |
| 66 | قائمة المراجع |
| 70 | الملاحق |

فهرس الجداول:

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | 29 |
| 02 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 30 |
| 03 | توزيع أفراد العينة حسب التخصص الجامعي | 31 |
| 04 | مكان الإقامة | 32 |
| 05 | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين | 33 |
| 06 | الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي | 34 |
| 07 | الفترة الزمنية المناسبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين | 35 |
| 08 | الوسيلة المستعملة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 36 |
| 09 | مكان استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي | 37 |
| 10 | النشاط الذي يقوم به المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 38 |
| 11 | دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي | 39 |
| 12 | الخدمات المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 40 |
| 13 | المواقع الأكثر استخداما من قبل المبحوثين | 41 |
| 14 | خصائص التي تجذب أفراد العينة للفيسبوك | 42 |
| 15 | إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا سياسية | 43 |
| 6 | الاشباع المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي | 44 |
| 17 | رأي المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الطالب الجامعي في الحياة السياسية | 46 |
| 18 | تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر على غرار ما يعرف بالحراك السياسي. | 47 |
| 19 | مدى متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 48 |
| 20 | أهم المواضيع السياسية التي يُعلق عليها المبحوثين | 49 |
| 21 | اهتمام الطلبة الجامعيين بممارسة نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 50 |
| 22 | النشاط الأكثر ممارسة نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي | 51 |

| | | |
|----|---|----|
| 52 | مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية | 23 |
| 53 | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية | 24 |
| 54 | أشكال المساهمة في نشر المواضيع السياسية | 25 |
| 55 | رأي المبحوثين في مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية | 26 |
| 56 | أساليب المشاركة السياسية للطلاب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي | 27 |
| 58 | الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 28 |
| 60 | مدى مساهمة الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي سياسيا | 29 |
| 61 | طبيعة المكانة السياسية للطلاب الجامعي | 30 |
| 62 | مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 31 |
| 63 | مواكبة الطالب الجامعي للتغيرات السياسية باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال | 32 |
| 64 | إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لمواقع التواصل | 33 |
| 65 | رأي المبحوثين في إمكانية إثبات الطالب الجامعي لمكانته السياسية باستخدام التكنولوجيا | 34 |

فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | الرقم |
|--------|--|-------|
| 29 | توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس | 01 |
| 30 | توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 02 |
| 31 | توزيع أفراد العينة حسب التخصص الجامعي | 03 |
| 32 | مكان الإقامة | 04 |
| 33 | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين | 05 |
| 34 | الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي | 06 |
| 35 | الفترة الزمنية المناسبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين | 07 |
| 36 | الوسيلة المستعملة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 08 |
| 37 | مكان استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي | 09 |
| 38 | النشاط الذي يقوم به المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي | 10 |
| 39 | دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي | 11 |
| 40 | الخدمات المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 12 |
| 41 | المواقع الأكثر استخداما من قبل المبحوثين | 13 |
| 42 | خصائص التي تجذب أفراد العينة للفيسبوك | 14 |
| 43 | إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباعات سياسية | 15 |
| 44 | الاشباعات المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي | 16 |
| 46 | رأي المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في مشاركة الطالب الجامعي في الحياة السياسية | 17 |
| 47 | تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر على غرار ما يعرف بالحراك السياسي. | 18 |
| 48 | مدى متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 19 |
| 49 | أهم المواضيع السياسية التي يُعلق عليها المبحوثين | 20 |
| 50 | اهتمام الطلبة الجامعيين بممارسة نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 21 |
| 51 | النشاط الأكثر ممارسة نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي | 22 |

| | | |
|----|---|----|
| 52 | مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية | 23 |
| 53 | استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية | 24 |
| 54 | أشكال المساهمة في نشر المواضيع السياسية | 25 |
| 55 | رأي المبحوثين في مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية | 26 |
| 56 | أساليب المشاركة السياسية للطلاب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي | 27 |
| 58 | الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 28 |
| 60 | مدى مساهمة الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي سياسيا | 29 |
| 61 | طبيعة المكانة السياسية للطالب الجامعي | 30 |
| 62 | مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 31 |
| 63 | مواكبة الطالب الجامعي للتغيرات السياسية باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال | 32 |
| 64 | إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لمواقع التواصل | 33 |
| 65 | رأي المبحوثين في إمكانية إثبات الطالب الجامعي لمكانته السياسية باستخدام التكنولوجيا | 34 |

مقدمة

شهد القرن الحادي والعشرون تقدماً هائلاً في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومازال ينمو حتى يومنا هذا ويتسارع بوتيرة قوية. وقد أحدثت هذه التقنيات عدداً من التطورات في التطبيقات الرقمية عبر شبكة الانترنت في عالم يعج بالأقمار الصناعية والحواسيب الآلية والقنوات والهواتف الذكية ووسائل الإعلام الجديدة، بفضل الثورة التكنولوجية التي عرفتها وسائل الاتصال والتي عجلت بظهور عدة تحولات في هذا المجال.

إن هذه الثورة الاتصالية تتسم بالسرعة والانتشار الواسع والتأثيرات الممتدة من الرسالة إلى الوسيلة إلى الجماهير. وقد لاقى موجة التكنولوجيا الرقمية شيوعاً واسعاً بعد الحرب الباردة لأغراض اتصالية إعلامية، تسعى لجعل العالم قرية صغيرة من خلال الإعلام الرقمي الذي أفرز وسائل متعددة تدعى بـ: New media وتتمثل تكنولوجيا الوسائط المتعددة، في تلك التطبيقات الحديثة التي تستخدم تكنولوجيا عصرية في جميع المجالات والتي تعتمد في جوهرها على إثارة الحواس المختلفة للمستخدمين وتضمن تطوير العرض باستخدام إمكانيات الكمبيوتر التي تساعد في تقديم المعلومة بمختلف الأنماط المتنوعة بأسرع وقت وبأقل تكلفة، تمكن المستخدم من التفاعل مع المعلومات التي تقدم في نفس لحظة عرضها.

فالانترنت هي أعظم تطور حصل في تاريخ تطور وسائل الإعلام والاتصال في العقود الأخيرة، حيث وفرت الانترنت جواً افتراضياً مفتوحاً لتواصل جميع الأفراد، فوضعت العالم على شاشة صغيرة، وخرج من رحم الشبكة العنكبوتية التي ما تزال في تطور مستمر ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي، حيث كان الهدف من إنشائها في البداية اجتماعياً لغرض ترفيهي لكن في الفترة الأخيرة وقعت تطورات واضحة في طبيعة استخدام تلك الشبكات، فأصبحت من أدوات المشاركة السياسية الفاعلة التي تستعين بها الشعوب في تنظيم التظاهرات والاحتجاجات وتشكيل الأحزاب، ونشر الأفكار والإيديولوجيات والثقافات المختلفة والترويج لها سواء المتطرفة أو السوية، والأهم من ذلك المطالبة بالحرية والديمقراطية والتعبير عن الرأي للوصول بضرورة إلى حتمية التغيير.

فلم يخطر لأولئك الذين صمموا أدوات الإعلام الجديد ونشروا ثقافة التواصل الاجتماعي وصنعوا الهواتف الذكية وطوروا شبكات وأنظمة المعلومات حول العالم، بأن تصبح منتجاتهم أدوات إعلامية ثم سياسية في يد الشعوب أكثر منها أدوات تواصل وتعارف، حيث قامت هذه الشعوب بالتوظيف السياسي لتكنولوجيا وإمكاناتها التقنية لخدمة أهدافها على الصعيد السياسي.

فمواقع الشبكات الاجتماعية جاءت لتفتح أبوابها للجميع لينشروا أو يرسلوا ما يريدونه في ديمقراطية إعلامية، فبرزت هذه التقنيات التكنولوجية والشبكات الاجتماعية كوسيلة لجذب المواطنين خاصة الشباب

للاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية. كما ظهرت توقعات مرتفعة تتعلق بإمكانية استخدام الانترنت في إحداث التعبئة السياسية وإشراك جماعات جديدة مستبعدة من ممارسة السياسة.

وأصبحت الشبكة مصدرا مهما للمشاركة السياسية وخاصة بالنسبة للفئات الشبانية، وهذا ما جسده الحراك الجماهيري الأخير الذي شهدته الساحة السياسية العربية بشكل عام، والجزائرية بشكل خاص حيث برزت موجة جديدة من أنماط المشاركة السياسية لفئة الشباب الجزائري مستعينا في ذلك بالثورة التكنولوجية في وسائل التواصل الاجتماعي التي أتاحت له فرصة المساهمة في العملية السياسية بجميع صورها وعلى هذا الأساس برزت وسائل اجتماعية مثل الفيس بوك، التويتر، واليوتيوب، والمدونات الالكترونية وغيرها من المواقع الالكترونية الأخرى كمتغير فاعل في تمكين الشباب الجزائري سياسيا، وكذلك باعتبارها وسيلة تكنو- سياسية دخلت بقوة حيز التحليل السياسي في تفسير الدور الشباني المتعاضم في العملية السياسية، وعلى اعتباره الفئة الأكثر مشاركة في الحراك الذي بدأ في 22 فيفري 2019 اعتمد الشباب الجزائري بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص على شبكات التواصل الاجتماعي، مستلهما تجربة الشباب التونسي والمصري في استخدامه لهذه الوسائط، وهو ما فتح له المجال للاعتماد عليها في محاولة إيصال صوته السياسي للجهات الوصية، ولما كان دور الشباب الجزائري بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص مغيبا وغير فعال في النوع الأول والتقليدي من المشاركة السياسية اتجهت هذه الفئة إلى النوع الثاني والجديد والمتمثل في تعبئة الرأي العام الجزائري لحضور المسيرات والإحتشادات وغيرها من أنواع المشاركة السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وبهذا تكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد طرحت مفاهيم جديدة لم تكن موجودة من قبل أهمها ديمقراطية الانترنت التي فتحت للشباب المستخدم لشبكتها المختلفة فرصة المشاركة السياسية من أوسع أبوابها بكل حرية بعيدا عن الوسائل الإعلامية التقليدية المكفولة بالنظم والقوانين التي تحد من حريته في إبداء الرأي بشأن مختلف القضايا والأحداث الملتهبة في محيطه.

لذلك سوف نتطرق في دراستنا إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل وتعزيز مشاركة الطالب الجامعي سياسيا، محاولين معرفة طبيعة هذا الدور والكشف عن واقع مشاركة الطالب الجامعي في القضايا السياسية من خلال اعتماده على هذه الشبكات الافتراضية.

وعلى هذا الأساس فقد قسمت دراستنا إلى فصلين:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة: وتم التطرق فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفروضها الرئيسية، وعرض الأسباب الذاتية والموضوعية في اختيار موضوع البحث، ثم حدد الباحث الجدوى النظرية والعلمية للدراسة وأهدافها، وكذا مفاهيم الأساسية ومصطلحاتها، ليستعرض بعدها المداخل النظرية للدراسة إجراءاتها المنهجية، ثم تناول مجالات الدراسة من مجال بشري شمل مجتمع البحث وطريقة اختيار

مقدمة

الدراسات نظام العينة، ومجال جغرافي آخر زمني حددا أبعادها المكانية والزمنية، وفي الأخير عرج على السابقة والمشابهة لموضوع الدراسة أهم الصعوبات التي واجهته في إعدادها.

الإطار التطبيقي: وتضمن الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية، وعرض خصائص العينة حسب متغيراتها السوسيو ديمغرافية، وكذا تحليل وتفسير بيانات محاور استمارة الاستبيان واستخلاص نتائجها، وفي الأخير الوصول للنتائج النهائية للدراسة والإجابة على تساؤلها الرئيسي.

الإطار المنهجي

- 1- تحديد الإشكالية
- 2- تحديد مفاهيم الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- منهج الدراسة
- 7- أداة جمع البيانات
- 8- مجتمع وعينة الدراسة
- 9- مجالات الدراسة
- 10- المداخل النظرية
- 11- الدراسات السابقة

1- طرح الإشكالية:

ترتبط الإشكالية في أي بحث علمي ارتباطاً منهجياً بكل عناصر البحث ولذلك يجب تحديدها بدقة وضبط متغيراتها بعناية، وفيما يخص موضوعنا البحثي فإننا يمكننا القول:

إن التطور المتسارع لوسائل الإعلام والاتصال أدى إلى إحداث ثورة حقيقية وتغيرات جوهرية مست كل مجالات الحياة، على المستوى العالمي، محدثة طفرة تكنولوجية، طرحت مفاهيم، ومداخل جديدة لعل أهمها أننا نعيش في عصر الديمقراطية الرقمية، من خلال تقديم إمكانات وقدرات جديدة للجمهور تساعده في إنتاج المعلومة وتداولها بشكل حر علاوة على المشاركة المباشرة في صنع السياسة العامة، وهذا ما دفع بالعديد من الأفراد والمنظمات إلى تبني هذا البديل الجديد من وسائل الاتصال في العملية السياسية.

حيث أضحت الوسائط الجديدة هي المتحكمة برأي العام المحلي والدولي كما أنها وسيلة فعالة في تعبئة الجماهير تجاوزت في تأثيرها الخطابات السياسية المباشرة، فتقنيات الوسائط الجديدة جذبت المواطنين وخاصة الشباب للاقتراب بصورة أوثق من العملية السياسية.

وتعتبر المشاركة السياسية للمواطنين القوة الدافعة لاستمرار ديمقراطية النظم السياسية ومصدر دعم لها للعمل بشكل فعال، وقد أثبت المتغيرات التي شهدتها الساحة الإقليمية العربية، والمحلية في الآونة الأخيرة أن استخدام تكنولوجيا الوسائط الجديدة، وبشكل خاص المساحات الافتراضية لشبكات التواصل الاجتماعي التي احتلت الصدارة عند معظم مستخدمي شبكة الإنترنت والوسائط التكنولوجية ومن بين مواقعها، الفيس بوك، والتويتر، واليوتيوب، أن لهذه الأخيرة أثر كبير ومباشر على الممارسات الديمقراطية، وبخاصة حرية التعبير عن الرأي والمطالبة بتداول السلطة، وبهذا نجد أن استخدامها كونها وسيلة لتواصل تعدها لتتحول إلى مساحة للمشاركة السياسية من خلال تأسيس منصات الكترونية على هاته المواقع لنشر أفكارهم وطرح وجهات نظرهم تجاه مختلف القضايا، وكان الغرض من استخدامهم لهاته المواقع هو التجاوب الآني والمباشر مع ما يقدمونه والتحرر من كافة القيود، والضغوطات المفروضة عليهم في الواقع الحقيقي من قبل السلطات الحكومية والأنظمة السياسية وبهذا باتت الممارسة الديمقراطية أيسر مع ما أتاحتها هذه الوسائط التكنولوجية فشباب الجزائري بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص تحول من مواطن عادي إلى مواطن رقمي، يمارس صلاحياته الديمقراطية عبر فضاءات افتراضية، اعتمد عليها لإيصال صوته السياسي للجهات الوصية، بعدما غيبت هذه الصلاحيات في الفضاءات الحقيقية. وبهذا استطاعت الوسائط التكنولوجية أن تحدث انقلاباً في مفاهيم الممارسة السياسية التقليدية لتتحول إلى ممارسة سياسية الكترونية تجمع كافة الأطياف السياسية من أحزاب وهيئات حكومية وأفراد الشعب باختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم المعرفية بعيداً عن لغة الاقصاءات الموجودة في العوالم السياسية الحقيقية.

وفي دراستنا هذه أردنا تسليط الضوء والوقوف على الدور الذي تلعبه الوسائط الجديدة وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين وتدعيم المشاركة السياسية لطالب الجامعي وأهم آليات عمل هاته المواقع التي أحدثت زعزعة في المفاهيم التقليدية لوسائل الإعلام والاتصال مغيرة في خارطة المعلوماتية المتعارف عليها.

وبعد تحديد الإطار العام لدراستنا يمكن بلورة وتحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي:

هل يمكن أن تساهم تطبيقات الوسائط الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي كنموذج) في تعزيز المشاركة السياسية لطالب الجامعي؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ✓ ما هي عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في حياته اليومية؟
- ✓ ما هي دوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ ما هي حدود مساهمة الوسائل التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مكانة الطالب الجامعي سياسيا؟
- ✓ هل يمكن أن يفرض الشباب الجزائري مكانته سياسيا من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

2- الإطار المفاهيمي للدراسة:

1- الدور:

- أ- لغة: هو وظيفة أو مكانة الإنسان أو الفرد في موقف ما، أي أنها لجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يفرضها المركز¹
- ب- اصطلاحا: هي مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي.²
- ج- التعريف الإجرائي: الدور هو نموذج يتركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف اجتماعي معبر.

2-الوسائط المتعددة:

- أ-الوسائط لغة: وسط، وسيط وسطا وسط المكان حبس وسطهم.³

¹ - زينة بوشارب، وفاء جباري، دور شبكة التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة أم البواقي)، 2014/2015، ص 06.

² -معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص362.

³ - المنجد في اللغة والإعلام، ط31، دار المشرق، بيروت، 1991، ص900.

كما يقال الوساطة الوسيط، العلة السبب وجمع أوساط يساوي المتوسط، المعتدل أوسط الشيء ما بين طرفيه، والوسط ما يقترن بقولنا قلنا العالم محدث لأنه متغير فالمقارن بقولنا متغير وسط.

ب- **المتعددة لغة:** وتعني الكثير العدد المتنوع والمختلف، نقول متعدد النواحي.¹

ج- **الوسائط المتعددة اصطلاحاً:** يشير مصطلح الوسائط المتعددة على أنها برامج تمزج بين الكتابة والصورة الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسوم الخطية لعرض الرسالة التي تمكن المتلقي من التفاعل معها مستعينا بالحاسوب.²

يرى زين الدين العابدين أن **مفهوم الوسائط المتعددة:** تعني طائفة من تطبيقات الحاسب التي يمكنها من تخزين المعلومات بأشكال متعددة تشمل على النصوص والأصوات والرسوم وبالصور الساكنة والمتحركة وعرض هذه المعلومات بطريقة تفاعلية وفقاً لمسارات يتحكم فيها المستخدم.³

د- **التعريف الإجرائي:** الوسائط المتعددة مجال يتصل بطريقة استخدام جهاز الحاسب، وهي مزج بين النص والرسم والصور الثابتة والمتحركة والصوت والفيديو بما يمكن عرض وتخزين وبث أي نوع من المعلومات رقمياً.

3- تفعيل:

أ- **لغة:** تفاعل، يتفاعل، تفاعل الشئان، أكثر كل واحد منهما في الآخر، مواد كيميائية أي بما ينتج تغير في أجسامها.⁴

ب- **اصطلاحاً:** الفاعلية هي ذلك المستوى أو الحد الذي يستطيع فيه المؤسسة تحقيق أهدافها.⁵

الفاعلية هي قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف مهما كانت الإمكانيات المستخدمة في ذلك، كما أنها تمثل العلاقة بين الأهداف المحققة والمحددة.⁶

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص31.

² عبد الحميد بسيوني، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة، ار الكتب العلمية، القاهرة، 2005، ص05.

³ حسين حسن مرسي، استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص4745.

⁴ علي بن هادية، حسن ألبيش، قاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي، ط 1، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1991، ص205.

⁵ حسين حويم، تصميم المنظمة لهيكل التنظيمي وإجراءات العمال، ار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص38.

⁶ محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص135.

والفاعلية حسب قاموس العلوم الاجتماعية هي: استخدام أكثر الوسائل قدرة على تحقيق الهدف في وقت قياسي وبجودة عالية، والتي من خلالها تحدد العلاقة بين الوسائل المتعددة والأهداف وفقا لأولويتها.

4- المشاركة السياسية:

أ- المشاركة لغة: تنشق من الفعل أشرك بمعنى أدخل ويقال أشركه في الأمر أي أدخله فيه، وهي في اللغة الانجليزية participation المشاركة منشقة من اسم المفعول للكلمة اللاتينية participare وتتكون من جزئين part بمعنى جزء والثاني هو compart ويعني القيام ب، وتعني المشاركة حرفيا to take parte أي القيام بدور.¹

ب- السياسية

ب- 1- لغة:

التدبير، وسائس الدواب، من يقوم على أمرها، وسائس الأمر سياسة، قام بيه ويقال رجل سائس من قوم ساسة، وسوسه القوم: جعلوه يسوسهم.

وقد ورد في الحديث (كان بنو إسرائيل يسوسهم أنبياءهم) أي يتولون أمورهم، كما يفعل الأمراء والولاة بالرعية.²

ب- 2- اصطلاحا:

ترتبط كلمة السياسة politics في اللغات الأجنبية والانجليزية منها على وجه الخصوص بالحكم، فهي كما يعرضها قاموس the nes english dictionay علم فن الحكم، أو هي العلم الذي يهتم بشكل وتنظيم إدارة دولة ما فضلا عن اهتمامه بترتيب علاقات الدولة بالدول الأخرى ومن ثم فهناك سياسة خاصة بكل دولة من الدول تقريبا.³

وكلمة سياسة ترتبط بتجمع الأفراد وانتظامهم في جماعة تتبادل المصالح والمنافع، وتحاول تحسين أوضاعها وأحوال معيشتها، وان أدى ذلك إلى صراع أو شقاق بين أفرادها.⁴

¹ أمانى العابد، أزمة المشاركة السياسية للشباب الجزائري، دراسة الانتخابات التشريعية، 2012، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلوم الدولية، 2017/2016، ص 12

² - السمرائي، نعمان عبد الرزاق، النظام السياسي في الإسلام، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 2000، ص 09، 10.

³ - إسماعيل علي سعد، قضايا علم السياسة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 20.

⁴ - تيسير عبد الحميد أبو ساكور، دور الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية في تنمية الوعي السياسي ونشره لدى الشباب الجامعي، مجلة جامعة الخليل للبحوث، العدد 1، جامعة القدس المفتوحة، الخليل، 2009، ص 229.

ب-3-إجرائيا:

السياسة هي دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها، والمهام التي تقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشئت من أجلها، فهي تنظيم أمور الدولة وممارسة السيدة والعناية بمصالح وشؤون الفرد والمجتمع.

ج-المشاركة السياسية اصطلاحا: يعرفها كمال المنوفي على أنها حرص الفرد على أن يكون له دور ايجابي في العملية السياسية، من خلال المزاولة الإرادية لحق التصويت أو الترشح للهيئات والمنظمات المنتخبة، أو مناقشة القضايا السياسية مع الآخرين أو الانضمام إلى المنظمات الوسيطة.¹

د-التعريف الإجرائي للمشاركة السياسية: يمكن تعريف المشاركة السياسية على أنها تشمل كل الأنشطة الطوعية التي يقوم بها الفرد ويشارك من خلالها أعضاء المجتمع الآخرين في اختيار النخبة الحاكمة بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة تعني مشاركة أفراد المجتمع في صنع السياسات العامة للدولة.

5-الطالب الجامعي: يقصد بهم في هذه الدراسة جميع طلبة جامعة قاصدي مرباح بورقلة الذين يتلقون تعليمهم في جميع الكليات وأقسام الجامعة، ويستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

6-شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- الشبكات لغة: تشير كلمة الشبكات إلى شبك الشيء أي أنشأه ببعضه ببعض، أي الشبك والخلط والتداخل، واشتباك الظلام أي اختلط.

ب-التواصل لغة: وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به، والوصل ضد الهجر وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع.²

ج-الاجتماعية لغة: من الفعل اجتمع أو تجمع، يقال تجمع القوم أي انظموا وأتوا الشيء المتفرق انظم وتألف.³

د-التعريف الاصطلاحي لشبكات التواصل الاجتماعي: هي مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع بروز تقنية الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب

¹ عبد الرحمان حمدي، المشاركة السياسية للمرأة خيرة الشمال الافريقي، مركز الدراسات الشمال الإفريقي، مصر، 2001، ص113.

² عبد المالك بولشفار، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب العربي. الشباب المصري نموذجا 2011/2014، ص12.

³ مجدي وهبة، معجم مصطلحات الأدب، بيروت، 1994، ص569.

مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء جامعة أو شركة ..، ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل: إرسال الصور والرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم.¹

هـ- **التعريف الإجرائي لشبكات التواصل الاجتماعي:** تعرف على أنها كل الوسائل والأدوات الحديثة التي عرفها العالم الافتراضي والتي ظهرت مع تقنية الجيل الثاني للويب، تسمح للمستخدمين فيها بالتواصل مع بعضهم البعض، أو هو منظومة من الشبكات الالكترونية تتيح لمستخدميها التعبير عن أفكارهم وتوجهاتهم وبناء صداقات جديدة

3- أسباب اختيار الموضوع:

إن لكل بحث أو دراسة علمية مجموعة من الدوافع والأسباب التي تثير فضول الباحث وتدفع به لدراسة ذلك الموضوع في محاولة منه للاستكشاف والوصف والتحليل أو حتى المقارنة. وتتلخص أهم الدوافع والأسباب كالتالي:

الأسباب الذاتية:

- ✓ الرغبة الشخصية والفضول في التعرف على الاستخدامات السياسية لوسائل الاتصال الجديدة.
- ✓ يدخل هذا الموضوع ضمن مجال تخصص دراستي الجامعية وهذا ما يدفعني لدراسته من مختلف جوانب استخداماته.
- ✓ التأثر الشخصي بالحراك السياسي والجهاهيري المحلي والإقليمي الذي لعبت فيه الوسائط المتعددة دورا فعلا وقادت كل تحركاته وتطوراتها.
- ✓ التعرف على أهم مواقع التواصل التي يستخدمها ويتابعها الطلبة.

الأسباب الموضوعية:

- ✓ التطور المتزايد في تكنولوجيا الاتصال و ما ينتج عنها من وسائل وآليات جديدة يدفع بنا للبحث في طرق استغلالها من قبل الطلبة لتعزيز مشاركتهم السياسية.
- ✓ الاستخدام المتزايد لوسائل الاتصال الجديدة من قبل الأفراد وتعدد استخداماتهم لها واهتماماتهم بها التي تعد الموضوعات السياسة واحدة منها.

¹ علي خليل شقرا، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون،

✓ تزايد استخدام وسائل الاتصال الجديدة وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد لتمير الرسائل السياسية.

✓ اهتمام الباحثين بوسائل الاتصال الجديدة لما لها من تأثير على الأفراد والمجتمعات.

4- أهمية الدراسة:

✓ تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال محاولتها بحث العلاقة بين متغيري وسائل الإعلام الجديدة والمشاركة السياسية في عالم أصبح بمثابة القرية الصغيرة.

✓ تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وانعكاسات استخدام هذه المواقع على المشاركة السياسية لطالب الجامعي.

✓ اهتمام الدراسة بطالب الجامعي كونه المحور الأساسي في صنع التغيرات السياسية لدى المجتمعات ومحاولة إبراز مكانته سياسيا.

✓ اهتمام الدراسة بجانب مهم من جوانب الاستخدامات المتعددة لوسائل الاتصال الحديثة والمتمثل في الاستخدام السياسي لهاته الوسائل.

✓ كما أن هذه الدراسة تعد إضافة للبحوث العلمية في هذا المجال التي تعد قليلة على مستوى مذكرات الماستر فالبعض المتوفر منها يتحدث حول إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي وقيام ثورات الربيع العربي ولا تعطي أهمية لبقية القضايا الأخرى مثل المشاركة السياسية لطالب الجامعي.

5- أهداف الدراسة:

✓ معرفة ما إذا كان بإمكان المواقع الالكترونية الافتراضية أن تتحول من مساحة لتواصل إلى مساحة للممارسة الديمقراطية والتغيير السياسي بنسبة لطالب الجامعي.

✓ التعرف على عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعيين.

✓ معرفة الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

✓ معرفة حدود إسهامات وسائل التكنولوجيا الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز مكانة الطالب الجزائري سياسيا.

✓ معرفة ما إذا كان بإمكان الطالب الجزائري أن يفرض مكانته السياسية من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي وتكنولوجيات الحديثة.

6- المنهج المستخدم:

يعد منهج الدراسة الأصل بل الأساس في البحث العلمي الذي يمهد للباحث الطريق للوصول إلى النتائج المطلوبة.

ويعرف المنهج:

أ- لغة: حسب ما جاء في المعجم الوسيط ورد فعل: نهج الطريق نهجا ونهوجا، وضح واستبان، ويقال نهج أمر، المنهاج الطريق الواضح والخطة المرسومة، ومنه منهاج الدراسة ومنهاج التعليم ونحوهما... المنهج: المنهاج جمع منهج.

كذلك وردت لفظة المنهج في معجم مصطلحات الأدب لمجدي وهبة والتي أعطاها التعريف التالي: طريقة لفحص أو البحث عن المعرفة...، وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة.

ب- اصطلاحا: يعرف عبد الرحمان بدوي المنهج بقوله الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة. كما يعرف على أنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي تقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة، والبرهنة عليها.

وان دراستنا تتناول موضوع البحث في دور الوسائط المتعددة الجديدة في تفعيل المشاركة السياسية لشباب الجزائري لذلك تحتاج دراستنا العلمية إلى منهج يتلاءم مع طبيعة الدراسة من أجل الكشف على الحقائق المطلوبة.

وبما أن دراستنا حول استخدام الطلبة للوسائط المتعددة الجديدة فهو موضوع من الواقع والمنهج الوصفي يدرس الواقع والظاهرة بكافة أبعادها في الواقع، كما يهدف المنهج إلى اكتشاف حقائق جديدة وتفسيرها وهذا ما تسعى إليه دراستنا وبالتالي المنهج الوصفي هو الأنسب لهذه الدراسة.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وهو أنسب منهج لدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو الموقف أو الأفراد أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة، أو التحقق من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقة التي تتصل بها، وتفسيرها، وكشف الجوانب التي تحكمها.

ويعرف المنهج الوصفي: بأنه يعتمد على دراسة الواقع والظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا من خلال التغيير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو التعبير الكمي الذي يعطي وصفا رقميا يوضح مقدار وحجم الظاهرة.¹

كما يعرف المنهج الوصفي: على أنه طريقة منتظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد، بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة.²

كما يشير بأنه الطرق أو مجموعة الطرق التي تمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينهما وبين الظواهر الأخرى المؤثرة فيها، كما تتصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي³

أدوات جمع البيانات:

تعتبر عملية جمع البيانات خطوة مهمة في إجراء الدراسة لا يمكن الاستغناء عنها، لذلك على الباحث أن يختار أداة لجمع البيانات قبل الشروع في البحث

وان نجاح أي بحث علمي ترتبط بمدى فعالية الأدوات التي اتخذت في جمع البيانات حول مشكلة الدراسة، حيث ترتبط هذه الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، كما يتوقف نجاح الباحث إلى حد كبير على استخدام أدوات البحث بكل فعالية، وذلك من خلال الإحاطة جيدا بالأدوات والطرق التي يستخدمها للوصول إلى نتائج مرضية والإجابة عن تساؤلات الدراسة بأقل وقت وجهد وتكاليف.⁴

في هذا الشأن تجدر الإشارة إلى أن هناك الكثير من وسائل التقصي أو تقنيات البحث التي تستخدم للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة وكل وسيلة هي مكملة للأخرى.

¹. محمد بكر، التفسير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص219.

². بلقاسم سلاطينية، حسان الجيلاني: منهجية العلوم الاجتماعية، دار المدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004، ص186.

³. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء دنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص95.

⁴. محمد نبق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1999، ص186.

تعريف الأداة:

هي الوسيلة التي يلجأ إليها الباحث للحصول على المعلومات والبيانات التي يتطلبها موضوع بحثه من الأفراد¹.

ومن أدوات جمع البيانات التي اعتمدنا عليها في دراستنا: استمارة الاستبيان الموجهة لجمهور طلبة جامعة قاصدي مرباح بورقلة بالإضافة إلى أداة الملاحظة.

✓ استمارة الاستبيان هي:

هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة، تتكون من مجموعة من الأسئلة للمبحوثين ليقوم المبحوث بالإجابة بنفسه عليها.

كما تعرف استمارة الاستبيان بأنها: الأداة الأكثر استخداما في البحوث العلمية، وهو وسيلة فعالة لجمع المعلومات عن الظاهرة أو موقف معين أو مشكلة معينة. ويشكل نموذجا جاهزا يحتوي على مجموعة من الأسئلة المحددة باتفاق، كما يلعب دورا مهما في تزويد الباحث بمعلومات واضحة وواقعية وكذلك في مرحلة التحليل واستخلاص النتائج².

ويعرف الاستبيان بأنه: عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف التي يسعى الباحث إليها، وذلك في ضوء موضوع البحث والمشكلة التي اختارها.

بناء واختبار الاستبيان:

لقد قمت بتصميم استمارة الاستبيان انطلاقا من رؤيتي الشخصية، إضافة إلى الاعتماد على ما توفر من دراسات سابقة، وعند وضع الأسئلة تمت مراعاة موافقتها لغرض الدراسة وأهدافها، كما حاولت قدر المستطاع أن تكون أسئلة هذا الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بحيث تحقق قدرا من التوازن في تغطية التساؤلات.

¹. محمد أحمد، علي عبد الرزاق الحلبي: مناهج البحث الاجتماعي، ط2، دار المعرفة الجامعية، 2007، ص15.

². مدحت أبو ناصر، قواعد ومراحل البحث العلمي. دليل إرشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير الدكتوراه. ط1، القاهرة، 2004، ص169.

ليتم عرض هذه الاستبانة على الأستاذ المشرف، ومجموعة أساتذة، بهدف معرفة مدى وضوح الأسئلة ودقتها وشموليتها للموضوع، وأيضا قابلية هذه الأسئلة للاستجابة من طرف المبحوثين، حسب التسلسل والبناء الذي وضعت عليه وقد تم توظيف الملاحظات المقدمة في إطار إعادة صياغة الأسئلة وترتيبها، وكذا خيارات الأجوبة المقدمة.

وبذلك استقر الاستبيان في صورته النهائية التي تظهر في الملحق في نهاية الدراسة وتضمن هذا الاستبيان 28 سؤالاً مقسماً على 5 محاور كالتالي:

المحور الأول: تمثل في محور البيانات الشخصية للمبحوث تضمن متغيرات الجنس، السن، التخصص الجامعي، مكان الإقامة.

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ويضم 6 أسئلة لتعرف على عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين محل الدراسة لهذه المواقع.

المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي ويضم 6 أسئلة وذلك لمعرفة الاشباع المحققة للمبحوثين.

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ويضم 6 أسئلة لمعرفة مدى مساهمة هذه المواقع في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة المبحوثين.

المحور الخامس: فرض الشباب الجزائري مكانته سياسياً باستخدامه مواقع التواصل الاجتماعي ويضم هو الآخر 6 أسئلة تهدف لمعرفة ما إن كان باستطاعة الطالب الجامعي أن يفرض مكانته السياسية باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي.

✓ الملاحظة:

تعتبر الملاحظة إحدى وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد ومواقفه واتجاهاته ومشاعره وتعطي الملاحظة معلومات لا يمكن الحصول عليها أحياناً باستخدام الطرق الأخرى لجمع المعلومات، كذلك تفيد الملاحظة في الحالات التي يرفض فيها مجتمع أو عينة الدراسة التعاون مع الباحث.

وتعرف الملاحظة بأنها: عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات وتتباين سلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته.¹

¹ رحيم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص20.

وقد استخدمنا الملاحظة في دراستنا هذه من أجل تشخيص ظاهرة استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي سياسيا محل الدراسة إلى متابعة الموضوع عن كثب،

7- مجتمع وعينة الدراسة:

تعد خطوة اختيار مجتمع الدراسة من الخطوات الهامة في أي دراسة فهو المجتمع الذي ستطبق من خلاله أدوات البحث محاولة من الباحث لإيجاد حل لإشكال الدراسة والتساؤلات التي طرحها، فمجتمع البحث حسب تعريف "المادلين قرانيت" هو مجموعة العناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث.¹

ومجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات، وتطبيقا لهذا المفهوم على موضوع الدراسة فإنه يمكننا تحديد مقياس يجمع بين أفراد مجتمع البحث المختار ويميزهم عن البقية بأنهم من شريحة الشباب المتمتع بالجنسية الجزائرية وبشكل أدق فئة الطلبة الجامعيين المنتمين إلى جامعة قاصدي مرباح بورقلة.

8- العينة:

إن ضخامة حجم المجتمع الأصلي للدراسة والذي قد تتجاوز عدد مفرداته الآلاف فإنه سيقع على عاتق الباحث تكاليف وموارد جمة وكبيرة ليصبح بذلك التعامل بنظام العينة الحل الأمثل لذلك، فالعينة تسمح للباحث باختبار جزء من مجتمع دراسته ليمثل الكل، فيطبق عليه الدراسة ويصل إلى نتائج ليقوم بتعميمها على المجتمع الكلي وكلما زاد عدد مفردات العينة التي اختارها مالت نتائجها وتعميماته إلى التصديق أكثر.

وتعرف العينة بأنها الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما.²

كما تمثل العينة نموذجا يشمل جانبا أو جزء من وحدات مجتمع البحث الأصلي المعني بالبحث وهذا النموذج أو جزء يغني الباحث عن دراسة وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات.³

ووفقا لما سبق وإسقاطا على موضوع دراستنا التي تتناول موضوع دور الوسائط الجديدة في تفعيل المشاركة السياسية لشباب الجامعي فإنه نظرا لاتساع حجم مجتمع الدراسة المتمثل في طلبة جامعة قاصدي

¹. مورييس أنجريس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصبية، الجزائر، 2006، ص152.

². مورييس أنجريس، المرجع السابق، ص301.

³. محمد بكر موفم، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص221.

مرباح بورقلة وعدم قدرة الباحث على الوصول إلى كل الطلبة بالإضافة إلى ضيق الوقت، واختصارا للجهود وتسهيلا لعملية جمع استمارة الاستبيان فيما بعد تم اختيار عينة القصدية.

والعينة المعتمدة في الدراسة: هي العينة القصدية، بأسلوب العينة العارضة في طريقة توزيع استمارة الاستبيان، وتم توزيع الاستبيان على عينة من الطلبة الذين نصادفهم ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتكون العينة من 100 مفردة مقسمة بتساوي بين طلبة قسم سنة ثانية ماستر تخصص العلوم السياسية وطلبة سنة ثانية ماستر من قسم الإعلام والاتصال، حيث تم اختيار 50 مفردة لكل من التخصصين.

9 - مجالات الدراسة:

خطوة تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة ولكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسية هي: المجال المكاني أو الجغرافي، المجال الزمني، والمجال البشري هو نفسه مجتمع البحث وعينة الدراسة.

وفي دراستنا كانت المجالات كالتالي:

المجال المكاني: ويقصد به النطاق المكاني أو الرقعة الجغرافية لمجال إجراء الدراسة، وقد اخترنا أن تكون مجريات دراستنا في جامعة قاصدي مرباح بورقلة بقسم العلوم السياسية وقسم علوم الإعلام والاتصال.

المجال الزمني:

يمثل المجال الزمني في الفترة التي تستغرقها الدراسة من إعداد مشروعها والى غاية كتابة تقريرها النهائي، وبالنسبة لدراستي فكانت بدايتها نهاية شهر مارس 2019 بالبحث البيبليوغرافي وجمع وتصنيف المادة العلمية النظرية المتعلقة بموضوع البحث، وكذا الاحتكاك بمجموعة من الأساتذة قصد الإلمام أكثر بالموضوع وخطوات انجازه نظريا وميدانيا ثم انتقلت إلى مرحلة إعداد أدوات جمع البيانات ببناء الاستمارة أولا وإخضاعها للتحكيم والتجريب وإجراء التعديلات عليها في كل مرة، تلتها مرحلة النزول بها إلى الميدان بصورة نهائية إلى غاية ماي 2019، لتأتي في الأخير مرحلة تبويب البيانات الميدانية وتحليلها وتفسيرها ثم استخلاص نتائج الدراسة بصورتها النهائية إلى غاية شهر جوان 2019.

المجال البشري: ويتمثل في الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة ويمثلون المجتمع المدروس وتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في عينة من طلبة قسم العلوم السياسية وطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة.

10. المداخل النظرية:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينهم، التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورية لاستقرار المجتمع وأن هذا الاستقرار مرهون بدورها في المحافظة على استقرار النظام، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورية لاستقرار المجتمع.

وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية لحاجاته.¹

فمنذ أن نشر هارولد لازويل مقالته حول وظائف الاتصال في المجتمع عام 1948، أضاف إليها تشارلز رايت وظيفة الترفيه كوظيفة رابعة إلى جانب كل من الإعلام، تحديد الهوية الشخصية، التماسك والتفاعل الاجتماعي، أصبحت هذه الوظائف أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع بعد تطويرها أو تكييفها في علاقتها بالوسيلة أو المحتوى أو المتلقيين، ولكنها جميعا تجيب عن الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع، وذلك على أساس أن هذه الأدوار تجسد أهمية وجود وسائل الإعلام لتحقيق التوازن والاستقرار.²

وبناء على ذلك اتفق الخبراء على ضرورة تحديد عدد من الوظائف لكل نشاط من الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تحافظ على وجود المجتمع واستقراره ومن هذه الأنشطة النشاط الاتصالي أو نشاط وسائل الإعلام في المجتمع الذي يرتبط استمراره بتحقيقه لعدد من الوظائف.

وعليه فالبراديقم الوظيفي هو الأنسب لموضوع دراستنا، كونه يسعى إلى الكشف عن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي بالمجتمع لتحقيق التوازن والمحافظة على استقراره من خلال مساهمتها في زيادة الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري وتفعيل مشاركته السياسية.

ويعد مدخل الاستخدامات والاشباعات واحدا من أهم مداخل المنظور الوظيفي، يقوم أساسا على قصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر.³

¹ - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004، ص 31.

² - محمد عبد الحميد، نظرية الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004، ص 273.

³ - منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 169.

جوهر النظرية:

ذكر الأستاذ محمد عبد الحميد أستاذ بجامعة حلوان أن الحاجة هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما يحقق تواجد حالة من الرضا والإشباع.¹

وانطلق مفهوم هذه النظرية من خلال: تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية، وتعني هذه النظرية في الاصطلاح الإعلامي تعرض الجمهور للمواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة، كما أن النظرية تنظر إلى الجمهور على أنه فعال في اقتناء أفراده لرسائل وسائل الإعلام.²

ويعتبر هذا أهم العناصر الأساسية لجمهور المتلقي حيث لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة، لكنه طرف فاعل ونشط في هذه العملية، لذلك فهو يقوم بدوره بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية، وكطرف في هذه العملية، يسهم في حركتها واستمرارها ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها.

فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستمعا في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض.³

نبذة عن تطور النظرية:

خلال القرن العشرين ميلادي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام وكان ذلك منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رأي الجمهور على أنه عنصر فعال في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام.⁴

بدأت أبحاث النظرية عام 1944 في دراسة هيرتا وهيرزج التي استهدفت الكشف عن إشباع متتبعي المسلسلات اليومية وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945 جاءت دراسة بيرلسون التي أجراها عندما توقفت ثمانين صحيفة عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال الشركة في نيويورك فكان سؤال عما افتقده الجمهور.⁵

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص 61 .

² - محسن جاوب جبر الكناني، الإعلام الفضائي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2012، ص 193.

³ - منال هلال مزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 173.

⁴ - م محسن جاوب جبر الكناني، مرجع سبق ذكره، ص 193.

⁵ - محسن جاوب جبر الكناني، مرجع سبق ذكره، ص 190.

وأولى الدراسات الجادة ظهرت في الأربعينيات من قبل لازارسفيلد وظهرت دراسات أخرى في الخمسينيات على يد مجموعة أخرى من العلماء. وتركزت معظم الدراسات في هذه المرحلة على وصف اتجاهات الجمهور المختلفة عن مضامين معينة في وسائل الاتصال.¹

وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري من تأليف اليهودكاتز ويلمز واحتوى هذا الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.²

واستمر البحث بهذه النظرية عند الباحثين أمثال لازارسفيلد وويلشرام في القرن 20 ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما صممت لاستهداف العلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة واستخدام وسائل الاتصال.³

وركزت هذه الفترة على الأنماط المختلفة لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال بناء على دراسة بعض المتغيرات النفسية والاجتماعية ولقد قدمت تلك الدراسات مؤشرات لإمكانية قياس ميول واتجاهات الجمهور نحو مضمون ما بإحدى الوسائل.⁴

ويرى دينيس ماكويل أنه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات في وقت معين والتعرض لوسائل الإعلام، وهو بذلك قدم المدخل الرئيسي لدراسة العلاقة بين المتلقين ووسائل الإعلام، الوسائل ومحتواها من جهة ودوافع الفرد المستخدم من جهة أخرى.⁵

فروض النظرية:

قام الباحثان بوضع أسس وفرضيات تنطلق منها النظرية، ووضع "الياهو كانز" وزملاءه مجموعة من الفروض لهذه النظرية كالآتي:

فرض 1: الجمهور مشارك فعال في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي احتياجاتهم.

الفرض 2: المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة وترى النظرية أن الناس مدينون لوسائل الإعلام لسند حاجاتهم في كونها عامل تأثير عليهم.

¹ - أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 19 .

² - منال هلال مزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 176.

³ - صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط 1مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 63 .

⁴ - أماني عمر الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص79.

⁵ - سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 153.

الفرض 3: يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال الجماهيري وليس من خلال محتوى الوسائل فقط.

الفرض 4: يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

الفرض 5: أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى لتلبية هذه الحاجات.¹

أهداف النظرية:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

✓ الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تتسع حاجاته وتوقعاته.

✓ الكشف عن دوافع الاستخدامات لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحصل نتيجة هذا التعرض.

✓ الكشف عن الإشباع المطلوب التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة من وراء هذا الاستخدام.

✓ الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج المتوصل إليها.

✓ معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

✓ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدامات وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك.²

أبرز الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباع:

1/ تفترض أن الجمهور ايجابي تماما في اختيار المضمون الذي يتعرضون له، في الوقت الذي أشارت فيه دراسات أخرى أن كثير من السلوك الاتصالي للأفراد هو مجرد سلوك اعتيادي غير ايجابي، النظرية لم تشرح درجة الايجابية في السلوك الاتصالي.

2/ فكرة الجمهور النشط قد تتناقض مع افتراض آخر لهذا النموذج والذي يوضح أن الدوافع تحدها الحاجات الأساسية وظروف اجتماعية كذلك بعض الأشكال الإعلامية تفرض على الجمهور موضوعات متنافرة مع آرائهم.

¹ - منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014، ص 192 .

² - محمد منير حجاب، نظرية الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص 45 .

3/ يمكن أن تختلف نتائج الاستخدامات والاشباعات باختلاف الثقافات والخصائص الديمغرافية وبالتالي لا تصلح للتصميم في جميع الأحوال.

4/ كما يرى دينيس ماكويل أن نتائج البحوث في نظرية الاستخدامات والاشباعات يمكن أن يتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط لأنه تلبية لحاجات الجمهور.

5/ تنتظر بحوث النظرية إلى الفر بعيد عن بيئة وتأثير كل منهما في الآخر.

6/ يرى بالمار عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف بيه المتلقون هل هو: العمد أو المنعة أو الانتقاء.¹
إسقاط النظرية على الدراسة:

- يمكننا من خلال منظور نظرية الاستخدامات والاشباعات معرفة آراء الطلبة الجامعيين عن طريق اختيارهم وتعرضهم للمحتويات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي دون وسائل الإعلامية الأخرى، وهو منجده في المقابل ضمن الاستخدامات والاشباعات في الفكرة الخاصة بأن المتلقي يقوم باستمرار باختيار الوسائل الإعلامية.

- بما أن جمهور الطلبة الجامعيين، هم ذوي مستوى علمي ومعرفي وثقافي عالي، فإنهم سيقومون باختيار ما يناسبهم ويتوافق مع رغباتهم واهتماماتهم ويشبع حاجاتهم، أي أنهم ليسوا جماهير سلبية، بل جماهير فعالة، وهذه الميزة ركزت عليها نظرية الاستخدامات والاشباعات في وصفها لهؤلاء الجماهير بالجمهور النشط.

- إن توجه الطلبة الجامعيين نحو مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لخصائصها المتعددة بغض النظر عن المضامين التي يقدمها بإمكانه إثبات مدى اهتمام هذه الفئة بهذا الموقع، وهو ما يعكسه جوهر نظرية الاستخدامات والاشباعات المتمثلة في استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يرغب الجمهور في تلبيتها وإدراكها وتتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

- استفادة هذه الدراسة من نموذج نظرية الاستخدامات والاشباعات من خلال التعرف على فروضها وأهدافها التي من شأنها أن توصلنا لمعرفة مدى اعتماد الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدامهم لهذا الموقع والاشباعات التي تحققها لهم.

¹ - صلاح محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 80.

11. الدراسات السابقة:

عهدت التقاليد الأكاديمية على اعتماد تسمية الدراسات السابقة بدلا من التراث العلمي أو أدبيات البحث ولو رجعنا إلى معنى الدراسات السابقة لوجدناه يقتصر على الدراسات التي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة أو الدراسات المرتبطة، بينما مفهوم التراث العلمي أو أدبيات البحث يكون أشمل وأوسع باعتبار أن مفهوم السبق أو الارتباط ينسب إلى موضوع أو مشكلة البحث بالتراث، فهو يشمل المجال العام والخاص الذي يثري البحث وفكر الباحث واتجاهاته نحو المشكلة وخطوات حلها والوصول للنتائج المستهدفة واتجاهات تفسير تلك النتائج وبالتالي فمفهوم أدبيات البحث يتسع ليشمل كلا من الدراسات السابقة والمرتبطة.

ولاشك أن لدراسات السابقة أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين الأكاديميين، أو المعاهد والجامعات ومراكز الأبحاث والمؤسسات البحثية عند القيام بأي بحث علمي معتمد ورصين، وقد يستفيد من هذه الدراسات الباحثون أو الجهات البحثية الأخرى، إذا كانت تتعلق بمواضيع بحوثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة وصياغة فروضها وتحقيق أهدافها، ومن خلالها يتوصل الباحثون إلى نتائج واستنتاجات ومقترحات قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية وتعوض النقائص.

1/ باللغة العربية:

الدراسة الأولى:

زينب بوشارب' وفاء جباري: دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين 'دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي فيس بوك بجامعة أم البواقي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: اتصال وعلاقات عامة. السنة الجامعية 2017-2018 وتمثلت مشكلة الدراسة في: ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك كنموذج من نماذج شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى طلبة الجامعيين.

❖ ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية كالتالي:

❖ ما هي عادات وأنماط استخدام موقع فيس بوك من قبل طلبة جامعة أم البواقي؟

❖ ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة جامعة أم البواقي لموقع فيس بوك؟

❖ ما هي رؤى طلبة جامعة أم البواقي في نشر الوعي السياسي عبر موقع فيس بوك؟

❖ هل يشارك طلبة جامعة أم البواقي في نشر الوعي السياسي عبر موقع فيس بوك؟

❖ ومن بين نتائج الدراسة نجد :

✓ أن نصف المبحوثين حقق لهم موقع فيس بوك اشباعا سياسيا متنوعا، كان أبرزها زيادة رصيدهم المعرفي المتعلق بالسياسة.

✓ أكثر من نصف المبحوثين لا يسهمون في نشر المواضيع السياسية عبر موقع فيس بوك.

✓ أسفرت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة الجامعيين لا يشاركون في الأنشطة والأحداث السياسية التي يدعوهم إليها الفيس بوك.

✓ يرى نصف الطلبة الجامعيين المبحوثين أن طرح موقع فيس بوك للمواضيع السياسية كان موضوعيا وأكثر مصداقية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

الدراسة الثانية:

عرفة مسعودة: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية في الانتخابات المحلية الجزائرية، دراسة حالة طلبة قسم العلوم السياسية بجامعة ورقلة. مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص تنظيمات السياسية والإدارية. السنة الجامعية 2017-2018

وقد عالجت في دراستها الإشكالية التالية: ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية لدى طلبة قسم العلوم السياسية خلال الانتخابات المحلية لسنة 2017.

❖ وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:

❖ كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة الانتخابية؟

❖ ما هي الوسيلة الأكثر استعمالا وتأثيرا على تحديد درجة المشاركة الانتخابية في أوساط طلبة العلوم السياسية؟

❖ ما حجم المشاركة الانتخابية لطلبة قسم العلوم السياسية وكيف كان تفاعل الطلبة مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات المحلية لسنة 2017؟

❖ ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة نجد:

✓ أوضحت الدراسة أن الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل وتنمية مستوى المشاركة السياسية في بعدها الانتخابي كانت على العموم مشاركة متوسطة في أوساط طلبة قسم العلوم السياسية أثناء الانتخابات المحلية الجزائرية لسنة 2017 ويتبين من ذلك أن المبحوثين في حاجة ماسة إلى زيادة الاهتمام بإعطاء أولوية في تداول القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

✓ أن شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة لها دورها السياسي الذي لا يمكن تجاهله.

✓ أن وسائل الإعلام الحديثة والمتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، تعتبر أحد سمات العصر الحديث والأكثر تأثيراً على الأفراد وبخاصة الطلبة الجامعيين فهي تؤدي دوراً في تشكيل الوعي السياسي.

الدراسة الثالثة:

عبد المالك بولشفار: شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب العربي (الشباب المصري- 2011-2014) مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية تخصص سياسات عامة مقارنة السنة الجامعية 2014-2015.

طرحت الدراسة الإشكالية التالية: كيف تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين المشاركة السياسية للشباب العربي عموماً والشباب المصري بالخصوص.

❖ وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

❖ ما المقصود بشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية؟

❖ هل ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في بلورة نمط جديد للمشاركة السياسية للشباب العربي؟

❖ فيما تتمثل العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية غير التقليدية للشباب المصري أثناء الحراك؟

❖ وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

❖ أدت الحركات الطلابية دوراً في مشاركة الشباب السياسية، بعد تنحي حسني مبارك من منصب رئاسة الجمهورية، حيث ناضل طلاب الجامعات وطالبو بتسليم السلطة لرئيس مدني منتخب وشاركوا في الاحتجاجات التي عرفتها مختلف الجامعات المصرية.

❖ تميزت المشاركة السياسية للشباب خلال الحراك المصري التي تميزت بالعديد من الخصائص ساهمت في تبلور نوع جديد من انتفاضات و بروز نمط جديد من السلوك السياسي على أساس أن هذه الحركات الشبابية نشأت خارج الأطر السياسية والحزبية التقليدية.

2/ باللغة الفرنسية

Galsi yanoshevky, les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes : le cas de facebook après élections présidentielles en France :

عالجت الباحثة موضوع شبكات التواصل الاجتماعي بين السياسي والمنتسبين لشبكة الانترنت مع تركيزها على تعاطي موقع الفيسبوك مع الانتخابات الرئاسية الفرنسية ونتائجها.

وقد خلصت الباحثة إلى أن نتائج العملية الانتخابية في فرنسا التي تم التكهّن بها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي قد جاءت دقيقة جدا بما يفتح المجال لمزيد من الشاشات حول الدقة والمصادقية التي تميز العمل السياسي الممزوج بالتكنولوجيا الاتصالية الحديثة داخل المجتمعات المتطورة، وما يمكن أن نحدثه الأخذ بهذه الأنظمة الحديثة مستقبلا في تغيير المفاهيم في عدد من الدول الأخرى، وبما يمكن أن يعطيها لها من مصادقية وقوة.

❖ التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- ❖ أولا يجب أن نذكر أن أهم نقطة تشترك فيها دراستنا مع الدراسات السابقة هي البحث في مجال تكنولوجيا الاتصال وبالتحديد في دراسة العالم الافتراضي الذي تجسده مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب.
- ❖ ثانيا يمكن القول أن هذه الدراسات بحثت في مكانة الشبكات الاجتماعية في أوساط الشباب العربي بشكل عام والشباب الجزائري بشكل خاص ومدى استخدامهم لهذه الشبكات خاصة في الجانب السياسي.
- ❖ كما سعت للكشف عن الدور الذي تلعبه هذه الوسائط والشبكات في عملية التغيير السياسي وهو يتشابه مع دراستنا الحالية. أن هذه الدراسات ركزت على الجانب الإيجابي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير السياسي.
- ❖ كما أن الدراسات السابقة اشتركت مع دراستنا في متغير المستقل وهو مواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ وكانت الاستفادة من هذه الدراسات في شقها النظري بحيث قدمت خلفية نظرية عن موضوع الدراسة.
- ❖ كما أن الدراسات السابقة ساعدت الباحث على تحديد وضبط مفاهيم الدراسة.
- ❖ وهذه الدراسات ساعدت الباحث على اختيار المنهج المناسب لدراسة والمتمثل في المنهج الوصفي الذي كان متبعا في كل الدراسات السابقة المذكورة.
- ❖ كما ساعدت الدراسات السابقة الباحث على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها بما يحقق أهداف البحث أو الدراسة. ويجيب على تساؤلاتها.
- ❖ ويلاحظ أن الدراسات السابقة التي تم اعتمادها في هذه الدراسة تناولت إلى حد ما بعض الجوانب الأساسية من هذه الدراسة، وأشارت إلى أهمية الإعلام الجديد في إحداث نقلة في الميدان السياسي.

الجانب التطبيقي

تمهيد

1. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية

2. خصائص عينة المبحوثين

3. عرض بيانات محور عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع

التواصل الاجتماعي في حياته اليومية

4. عرض وتحليل بيانات محور دوافع استخدام الطالب الجامعي لمواقع

التواصل الاجتماعي

5. عرض وتحليل بيانات محور مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر

الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي

6. عرض وتحليل بيانات محور فرض الشباب الجزائري مكانته سياسيا

باستخدامه مواقع التواصل الاجتماعي

7. عرض نتائج الدراسة

تمهيد:

نستعرض في الفصل الثاني مجموعة الأعمال التطبيقية منها والميدانية التي تم الاعتماد عليها من أجل وضع تفسيرات ونتائج التي تجيب عن الإشكالية والتساؤلات الفرعية وتشرح دور تطبيقات الوسائط المتعددة في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي بشكل عام والطالب الجامعي بشكل خاص، حيث تم الاستعانة باستمارة معلومات مكونة من ثمانية وعشرون (28) سؤال موزعة على خمسة محاور، وزعت على مائة (100) عينة من طلبة قسم العلوم السياسية وقسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة. وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم تعليق عليها كما وكيفا ومن ثم إيجاد تفسيرات ذات دلالة لتلك الإجابات .

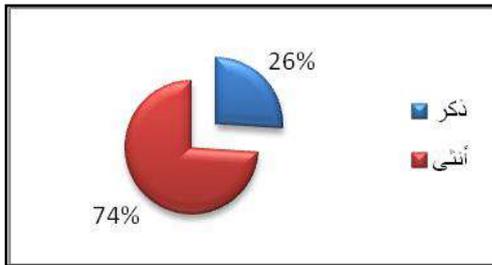
1- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

قبل الشروع في عملية التحليل والتفسير أشير أولاً إلى الأساليب المستخدمة في التحليل الإحصائي للبيانات الميدانية، وقياس العلاقات بين متغيرات الدراسة والتي شملت التكرارات والنسب المئوية، حيث خصصت لكل سؤال جدول على حدة، وحسبت النسب المئوية للمتغير المستقل حتى أتمكن من معرفة الفروق في درجة التوزيعات للمتغير التابع من خلال تأثير متغيرات الدراسة على إجابات الباحثين، وذلك من خلال قسمة أجوبة الباحثين مضروب في مئة على عددهم الكلي أي

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{مج الإجابات} \times \text{مئة}}{\text{عدد الباحثين}}$$

عدد الباحثين

1- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الشكل رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب متغير الجنس

| النسبة المئوية | التكرار | |
|----------------|---------|---------|
| 26% | 26 | ذكر |
| 74% | 74 | أنثى |
| 100% | 100 | المجموع |

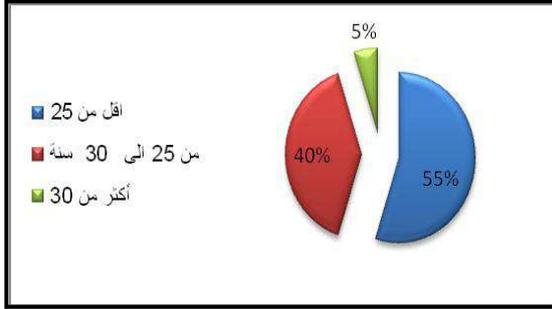
الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب متغير الجنس

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) والشكل رقم (01) الخاص بتوزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الإناث التي قدرت بـ 74% فاقت نسبة الذكور التي مثلت نسبة 26%، ولعل ذلك راجع إلى أن الطلبة المنتسبين للجامعة بشكل عام غالبيتهم من الإناث، كما أشارت إليه الأبحاث العلمية في العلوم الاجتماعية و الإنسانية.

إضافة إلى ذلك أننا قمنا بتوزيع الاستثمارات بشكل عشوائي بحيث أننا لم نراعي التوزيع المتساوي بين الإناث والذكور، كما أن فئة الذكور دائماً ما تفضل التوجه مباشرة إلى ميدان العمل، محاولة لكسب الوقت وتكوين رأس المال بشكل أسرع.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:



| التكرار | النسبة | |
|---------|--------|------------------|
| 55 | 55% | أقل من 25 |
| 40 | 40% | من 25 إلى 30 سنة |
| 5 | 5% | أكثر من 30 |
| 100 | 100% | المجموع |

الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة

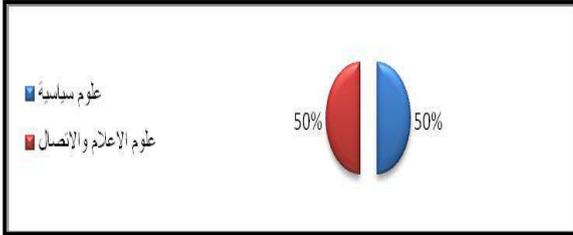
حسب متغير السن

حسب متغير السن

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) أن غالبية أفراد العينة المدروسة تبلغ أعمارهم أقل من خمسة وعشرون سنة بنسبة 55% بينما جاءت الفئة التي تتراوح أعمارها بين 25 و 30 سنة في المرتبة الثانية من العدد الكلي للمبحوثين بنسبة 40%، في حين جاءت أقل نسبة من فئة المبحوثين التي تبلغ أكثر من ثلاثين سنة بنسبة قدرت بـ 05%.

ويرجع ذلك إلى أن المبحوثين المنتمين إلى فئة أقل من خمسة وعشرون سنة تمثل الفئة الغالبة في قسم علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح بورقلة، باعتبار أن غالبية الطلبة من الفئة الشبابية إضافة إلى أنها الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية لاستخدامها بكثرة لمواقع التواصل الاجتماعي وهذه الفترة العمرية التي يمرون بها تزيد شغفهم نحو استخدام كل ما هو جديد في ميدان الاتصال والتكنولوجي على عكس الفئات العمرية الأكبر من ثلاثين سنة التي يختلف منظور رؤيتها لهاته الوسائط الاجتماعية عن المنظور الشباني، بحيث لا نجد لديهم ميول كبير لاستخدام هذه المواقع.

3- توزيع أفراد العينة حسب التخصص الجامعي:



| التكرار | النسبة | |
|---------|--------|-----------------------|
| 50 | 50% | علوم سياسية |
| 50 | 50% | علوم الإعلام والاتصال |
| 100 | 100% | المجموع |

الشكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة

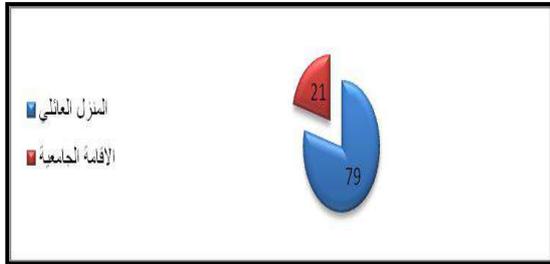
حسب التخصص الجامعي

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب التخصص الجامعي

نلاحظ من خلال البيانات الموجودة في الجدول رقم (03) والشكل رقم (03) أن نسبة الطلبة المبحوثين في قسم العلوم السياسية تعادل تماما نسبة الطلبة المبحوثين في قسم الإعلام والاتصال وذلك بنسبة 50% لكل من التخصصين، ويرجع ذلك إلى مراعاة هذه الطريقة القصدية من قبل الباحث في تساوي عدد المبحوثين بين التخصصين لنحصل على 100 عينة، تمثل نسبة لا بأس بها نستطيع من خلالها تعميم نتائج الدراسة على المجتمع الكلي للبحث.

4- مكان الإقامة



| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|------------------|
| 79% | 79 | المنزل العائلي |
| 21% | 21 | الإقامة الجامعية |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (04): يبين مكان إقامة المبحوثين

الجدول رقم (04): يبين مكان إقامة المبحوثين

توضح النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) أن الطلبة المبحوثين هم غالبيتهم طلبة يقيمون في ولاية ورقلة بنسبة بلغت 79% في حين أن الطلبة المقيمين في الاقامات الجامعية والذين هم محل الدراسة قدرت نسبتهم بـ 21%.

هذا ما يعكس عدم إقبال الطلبة الغير مقيمين في ولاية ورقلة على تخصصي العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال نظرا لتواجد هذه التخصصات في كل الجامعات بشكل عام والجامعات المجاورة للولاية بشكل خاص.

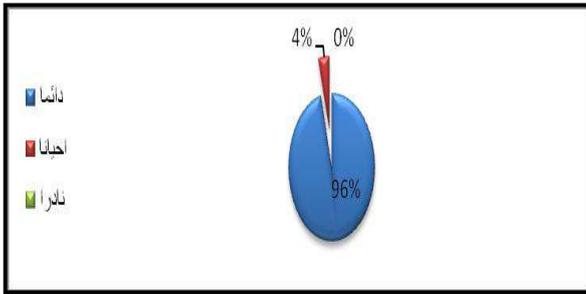
كما أنه تم توزيع استمارات الاستبيان بشكل عشوائي على الطلبة المبحوثين دون مراعاة مكان

الإقامة.

2- عرض وتحليل بيانات محور عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في

حياته اليومية

5- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| دائماً | 96 | 96% |
| أحياناً | 04 | 04% |
| نادراً | 00 | 00% |
| المجموع | 100 | 100% |

الشكل رقم (05): يبين استخدام مواقع التواصل

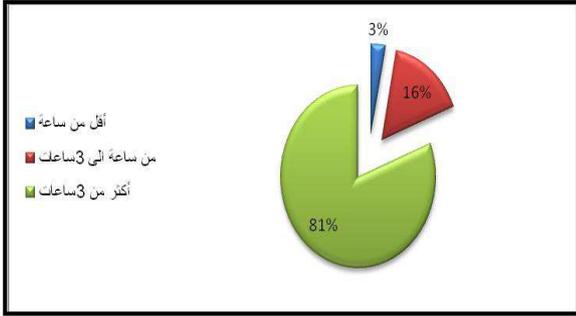
الاجتماعي من قبل المبحوثين

الجدول رقم (05): يبين استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي من قبل المبحوثين

من خلال نتائج الدراسة الميدانية يبين الجدول رقم (05) والشكل رقم (05) الذي يوضح توزيع مفردات العينة وفق متغير درجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي أن أغلبية مفردات العينة يستخدمونها بصفة دائمة بنسبة 96% وهي نسبة تؤكد الاستخدام المكثف والواسع لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين، فهي بالنسبة لهم فضاء الكتروني ومساحة واسعة للتعرف وتبادل الأفكار والحوارات ومختلف المعارف، في حين يستخدم آخرون مواقع التواصل الاجتماعي أحياناً بنسبة 04% ولعل ذلك راجع لالتزاماتهم ربما نحو الدراسة وحضور المحاضرات أو التزاماتهم نحو العمل خارج المقاعد البيداغوجية للجامعة، أو ليس لديهم وقت كافي للقيام بهذا النشاط لكن نادراً ما نجد عدم استخدام هذه المواقع بشكل نهائي من قبل الطلبة وهذا ما تعكسه نسبة 00% وهذا ما يؤكد أن هذه المواقع تحظى برواج كبير في أوساط الطلبة من ناحية الاستخدام وذلك لما توفره من خدمات.

6- الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي



| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|---------------------|
| 3% | 3 | أقل من ساعة |
| 16% | 16 | من ساعة إلى 3 ساعات |
| 81% | 81 | أكثر من 3 ساعات |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (06): يمثل الساعات التي يقضيها

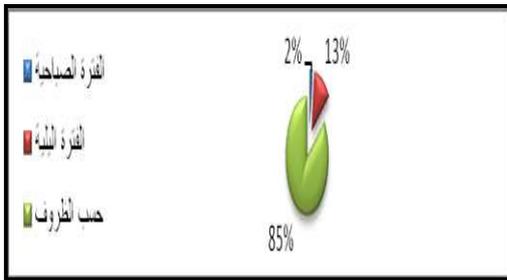
الجدول رقم (06): يمثل الساعات التي يقضيها

المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

المبحوثين في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

يبين لنا الجدول رقم (06) والشكل رقم (06) الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفحه واستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي بحيث أن النسبة الأكبر تظهر أن 81% من الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لأزيد من ثلاث ساعات في اليوم، وهو ما يفسر الاستخدام المكثف والولوج الكبير المستغرق لفترات زمنية طويلة خلال عملية التصفح، هذا ما يعكس نوعية الخدمات المقدمة من قبل هذه المواقع للمستخدمين والمتصفحين وأن الطلبة الجامعيين وجدوا ضالتهم في هذه المواقع وبهذا لا ينتبهون للوقت الذي يمضونه في استخدامهم لهذه المواقع، في حين تظهر نسبة 03% من الطلبة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لفترة أقل من ساعة ويمكن إرجاع ذلك إلى ظروف الطالب الجامعي فقد يكون مرتبط بالتزامات أخرى ومسؤوليات تحد من استخدامه المطول لهذه المواقع، وتلزم عليه عدم الجلوس لفترات طويلة من أجل تصفحهم.

7- الفترة الزمنية المناسبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|-----------------|---------|--------|
| الفترة الصباحية | 2 | 2% |
| الفترة الليلية | 13 | 13% |
| حسب الظروف | 85 | 85% |
| المجموع | 100 | 100% |

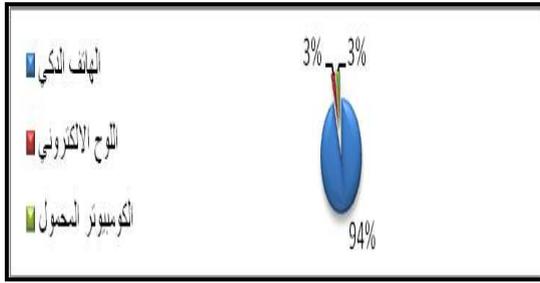
الجدول رقم (07): يمثل الفترة الزمنية المناسبة الشكل رقم (07): يمثل الفترة الزمنية المناسبة

لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المبحوثين

أظهرت نتائج الدراسة المتحصل عليها من خلال الجدول رقم (07) والشكل رقم (07) أنه لا يوجد وقت أو فترة زمنية محددة لهؤلاء لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك ما تعكسه نسبة 85% ويمكن تفسير ذلك بأن المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من الطلبة الجامعيين لا يتقيدون بوقت معين أو فترة زمنية محددة لتصفحها، وإنما كل ما أتاحت لهم فرصة الإبحار في هذه المواقع الإلكترونية.

أما ما نسبته 13% من المبحوثين يفضلون تصفح المواقع الاجتماعية في الفترة الليلية وهي الفترة التي يكون فيها المبحوثين متفرغين من أي التزامات عملية أو دراسية، وبالتالي يتفرغون لتصفح المواقع الإلكترونية والردشة والاتصال بالآخرين، بالإضافة إلى الاطلاع على آخر الأخبار والأحداث. في حين كانت نسبة 2% لمن يحبذون الفترة الصباحية لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير ذلك لأن البعض يبحث عن الاطلاع على أحدث الأخبار في بداية يومه حتى يصبح على دراية بكل ما هو جديد من الأحداث والأخبار وربما يعود ذلك لتفرغه من أي التزامات أو مسؤوليات في تلك الفترة.

8- الوسيلة المستعملة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (08): يوضح الوسيلة المستعملة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|--------------------|---------|--------|
| الهاتف الذكي | 94 | % 94 |
| اللوحة الالكترونية | 3 | % 3 |
| الكمبيوتر المحمول | 3 | % 3 |
| المجموع | 100 | % 100 |

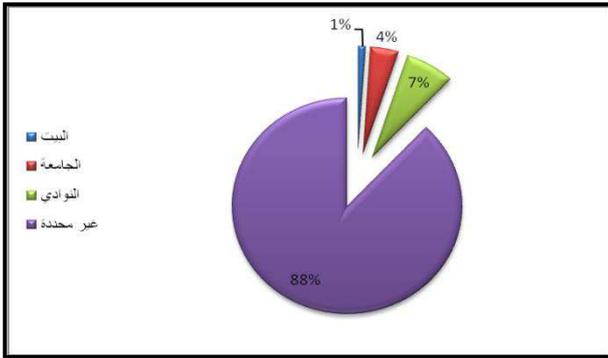
الجدول رقم (08): يوضح الوسيلة المستعملة في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) والشكل رقم (08) الذي يشير إلى توزيع أفراد العينة وفق الوسيلة التي يتصفحون من خلالها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن أعلى نسبة عادت إلى فئة الهاتف الذكي بنسبة 94%، تليها فئتا اللوحة الالكترونية والكمبيوتر المحمول بنسب متساوية تقدر بـ 3%.

ومن هنا يمكننا القول أن وسائل التكنولوجيا الحديثة ساهمت في تسهيل الوصول إلى شبكات الاجتماعية بدرجة كبيرة، وذلك لسرعتها وجودتها، ونجد اليوم الهواتف الذكية صارت ترافق الأفراد في كل مكان، لخفة وزنها وصغر حجمها وسهولة نقلها من مكان لآخر، مما يسهل الولوج للشبكة العنكبوتية عبرها في أي مكان وزمان، كما أنها يمكن أن تحوي على كل ما يتعلق بمجال دراسة الباحثين باعتبارها تحوي على تطبيقات لتحميل النسخ الالكترونية للكتب، فتقلل من عناء حمل الكتب من قبل الطلبة، هذا ما يجعل الإقبال عليها كبير مقارنة بالوسائل التكنولوجية الأخرى.

كما أن هناك من يحبذ استخدام اللوحة الالكترونية والكمبيوتر المحمول لكونهما مرافقين للباحثين في كثير من الأحيان وأنهم لا يمتلكون هواتف ذكية.

9- مكان استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|-----------|---------|---------|
| البيت | 1 | % 1 |
| الجامعة | 4 | % 4 |
| النوادي | 7 | % 7 |
| غير محددة | 88 | % 88 |
| المجموع | 100 | % 100,0 |

الشكل رقم (09): يبين مكان استخدام المبحوثين

الجدول رقم (09): يبين مكان استخدام المبحوثين

لمواقع التواصل الاجتماعي

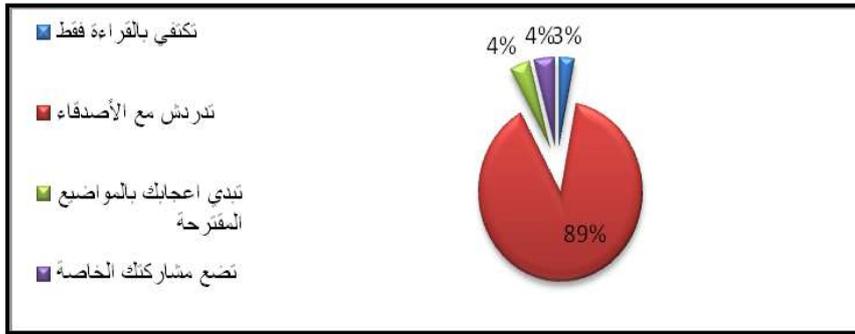
لمواقع التواصل الاجتماعي

حسب نتائج الجدول رقم (09) والشكل رقم (09) يتبين أن عدد الطلبة المبحوثين ليس لديهم مكان محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك ما تعكسه النسبة الموضحة في الجدول بـ 88% تليها نسبة 07% التي تمثل عدد الطلبة الذين يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في النوادي، في حين جاءت نسبة 04% لتعكس عدد الطلبة الذين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة، تليهم أقل نسبة 01% لمن يفضلون تصفح المواقع الالكترونية في البيت ويمكن تفسير أن المبحوثين يحاولون في كل مرة تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في أي مكان هذا ما يعكس مدى التأثير الذي وصلت إليه مواقع التواصل الاجتماعي على نمط الأفراد المبحوثين فصارت المرافقة لهم في كل الأماكن دون استثناء.

10- النشاط الذي يقوم به المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|--------------------------------|---------|---------|
| تكتفي بالقراءة فقط | 3 | 3 % |
| تدردش مع الأصدقاء | 89 | 89 % |
| تبدي إعجابك بالمواضيع المقترحة | 4 | 4 % |
| تضع مشاركتك الخاصة | 4 | 4 % |
| المجموع | 100 | 100,0 % |

الجدول رقم (10): يمثل النشاط الذي يقوم به المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (10): يمثل النشاط الذي يقوم به المبحوثين أثناء تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (10) أن ما نسبته 89% من المبحوثين يختارون الدردشة مع أصدقائهم خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، تليها نسبة 4% لكل من إبداء الإعجاب بالمواضيع المقترحة ووضع المشاركة الخاصة لهم بالتساوي فيما تأتي أقل نسبة لـ 3% لقراءة ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وعليه نجد أن جل المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي من الطلبة المبحوثين يقومون بالدردشة مع أصدقائهم كخيار أساسي عند تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي، فهو الوظيفة الأساسية أو الميزة الرئيسية لهذه المواقع، فهي تستخدم بهدف التواصل والتعارف مع الآخر وتبادل الأخبار والمستجدات الخاصة بالأصدقاء، وضمن هذه الميزة سيتبادلون وجهات النظر والآراء المختلفة حول شتى القضايا والأحداث.

فيما يفضل البعض الآخر من المبحوثين إبداء إعجابه بالمواضيع المقترحة ووضع مشاركته الخاصة كنشاط أساسي على حساب الدردشة مع الأصدقاء، ويعود ذلك إلى ميله إلى التفاعل المباشر مع مختلف

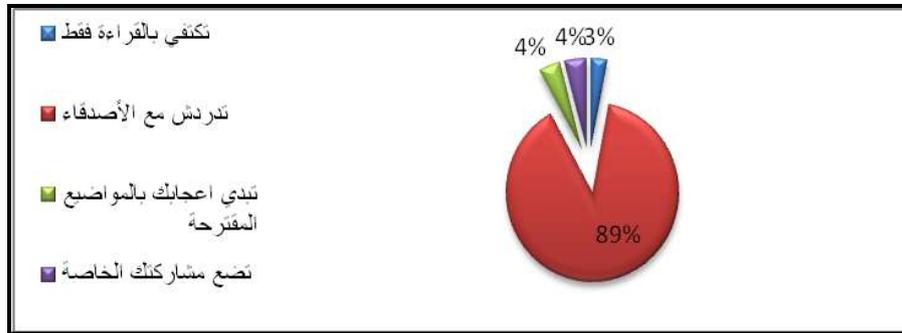
المنشورات التي تعكس شتى القضايا والأحداث في حين أن نسبة 03% المتعلقة بخيار القراءة تفسر أن هذه الفئة المبحوثة في غالبيتها لا تميل إلى التفاعل عبر هذه المواقع وتكتفي بقراءة ما ينشر فقط.

3- عرض وتحليل بيانات محور دوافع استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

11- دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|--------------------------------|
| 35% | 35 | الترفيه والتسلية |
| 35% | 35 | التزود بخبرات ومعارف جديدة |
| 20% | 20 | متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث |
| 10% | 10 | التعرف على أصدقاء جدد |
| 100% | 100 | المجموع |

الجدول رقم (11): يبين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (11): يبين دوافع استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي

استنادا إلى الجدول رقم (11) والشكل رقم (11) المتعلق بدوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي نجد أن دافع التسلية والترفيه يتساوى مع دافع التزود بخبرات ومعارف جديدة في أولوية استخدام هذه المواقع بنسبة 35% ن تليها نسبة 20% لدافع متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث، في حين يأتي دافع التعرف على أصدقاء جدد في المرتبة الأخيرة بنسبة 10%.

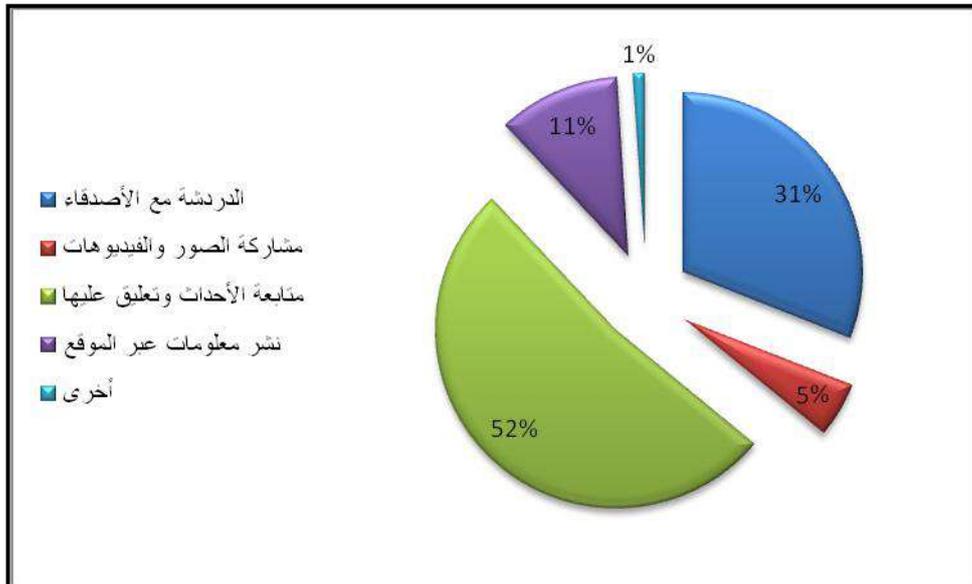
ويمكن تفسير هذا بأن المستخدمين يبحثون عن الترفيه والتسلية للهروب والتخلص من الملل وفي نفس الوقت يبحثون عن إثراء معارفهم والتزود بخبرات في مجالات متنوعة، في حين أن نسبة أخرى من المبحوثين تفضل استخدام هذه المواقع كدافع لمتابعة الأخبار وتتبع الأحداث بصورة آنية من هذه المواقع بدل

الترفيه والتسلية، وأن خيار بناء صداقات أصبح ضعيفا ما يدل على تغير أسباب استخدام هذه المواقع من الأسباب التقليدية كالتعارف إلى بناء المعارف والخبرات.

12- الخدمات المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|-----------------------------|---------|--------|
| الدرشة مع الأصدقاء | 31 | 31% |
| مشاركة الصور والفيديوهات | 5 | 5% |
| متابعة الأحداث وتعليق عليها | 52 | 52% |
| نشر معلومات عبر الموقع | 11 | 11% |
| أخرى | 1 | 1% |
| المجموع | 100 | 100% |

الجدول رقم (12): يمثل الخدمات المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

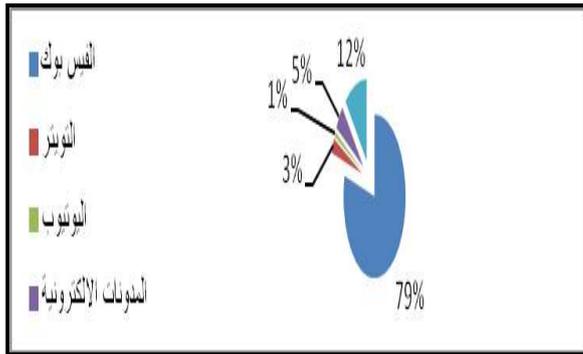


الشكل رقم (12): يمثل الخدمات المفضلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) والشكل رقم (12) الذي يبين الخدمات المفضلة بالنسبة للطلبة الجامعيين محل الدراسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن خدمة متابعة الأحداث والتعليق عليها التي تتيحها هاته المواقع للمستخدم قد حظيت بالنسبة الأكبر بـ 52% وذلك يرجع إلى كون الطلبة لهم رغبة دائمة في التعرف على كل الأحداث المستجدة والتعليق على مختلف القضايا المحلية منها والعالمية بكل حرية، تليها خدمة الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 31% وهذا من أجل التعارف واكتساب أصدقاء جدد وتوسيع دائرة

صداقاتهم تليها خدمة مشاركة الصور والفيديوهات بنسبة 05% بحثا على تغطية ومواكبة الأحداث والوقائع بصورة آنية ومباشرة من خلال نشر تفاصيل وحيثيات الوقائع عبر هذه الصور والفيديوهات.

13- المواقع الأكثر استخداما من قبل المبحوثين



| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|----------------------|
| 79% | 79 | الفييس بوك |
| 3% | 3 | التويتير |
| 1% | 1 | اليوتيوب |
| 05% | 05 | المدونات الالكترونية |
| 12% | 12 | الانستقرام |
| 100% | 100 | المجموع |

الشكل رقم (13) يمثل المواقع الأكثر استخداما

الجدول رقم (13) يمثل المواقع الأكثر استخداما

من قبل المبحوثين

من قبل المبحوثين

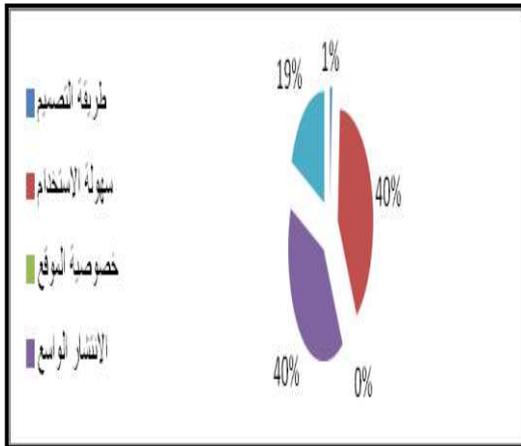
تبين نتائج في الجدول رقم (13) والشكل رقم (13) أن نسبة عالية من أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك بـ 79% من مجموع الإجابات بوصفه أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لديهم، وأكثرها شعبية، ثم يليها الانستقرام بنسبة 12% في حين جاءت المدونات الالكترونية في المرتبة الثالثة بنسبة 05%، والتويتير بنسبة 03% ونسبة أقل جاء اليوتيوب بـ 01%.

ويمكن تفسير الإقبال الكبير على الموقع الاجتماعي الفيس بوك من قبل المستخدمين بالسهولة الكبيرة التي وجدها الطلبة الجامعيين في استخدامها وتصفحهم لهذا الموقع الاجتماعي مقارنة بالمواقع الأخرى، كما أن هذا الموقع يعرف انتشارا كبيرا في أوساط الأفراد بشكل كبير لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ومنه سينجذب الطالب الجامعي هنا تلقائيا نحو استخدامه سعيا منه للاندماج في أوساط الجماعة حتى يتبادل وجهات النظر ويناقش الموضوعات المتنوعة مع كل الفئات النشطة على الشبكة، فاختياره لموقع آخر سيجعل منه منعزلا نوعا ما لقلة تفاعل على المواقع الأخرى مقارنة بموقع الفيس بوك، في حين نجد أن فئة أخرى من المبحوثين تفضل استخدام الانستقرام كوسيلة اجتماعية لتعارف ونقاش كاختيار ثاني على حساب المدونات الالكترونية و اليوتيوب والتويتير هذا ما يدل على الشعبية والإقبال الكبير على هذا الموقع في الآونة الأخيرة من قبل الطلبة الجامعيين، في حين يبقى الطالب الجامعي بعيد

عن استخدام التويتر ربما لأنه لم يجد فيه التفاعل الذي يبحث عنه بغياب شريحة كبيرة من المستخدمين خاصة من أصدقائه أو معارفه التي لم تنشط على هذا الموقع.

كما نجد وبنسبة أقل الإقبال على موقع اليوتيوب نظرا لعدم تواجد ميزة التفاعل المباشر والاني مقارنة مع الفيس بوك، كما أن هذا الموقع يتطلب تدفق كبير لشبكة العنكبوتية حتى يتمكن المستخدم من مشاهدة الفيديوهات دون انقطاع، وهذا مالا يتوفر بشكل كبير في الشبكة العنكبوتية في الجزائر فيجعل الطالب الجامعي هنا لا يحبذ كثيرا استخدام هذا الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى حتى لا يشعر بالتوتر الكبير كلما تقطعت مشاهدته لمقاطع الفيديو.

14- خصائص التي تجذب أفراد العينة لهذا الموقع



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------------------|---------|--------|
| طريقة التصميم | 1 | 1% |
| سهولة الاستخدام | 40 | 40% |
| خصوصية الموقع | 00 | 00% |
| الانتشار الواسع | 40 | 40% |
| الخدمات التي يقدمها | 19 | 19% |
| المجموع | 100 | 100% |

الشكل (14): يوضح الأمور التي تجذب المستخدم لهذا الموقع

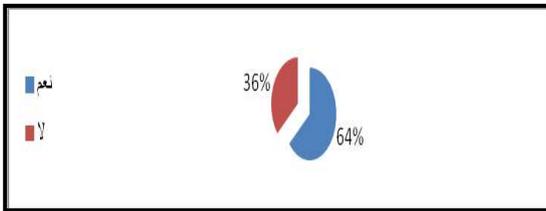
الجدول (14): يوضح الأمور التي تجذب المستخدم لهذا الموقع

يوضح الجدول رقم (14) والشكل رقم (14) الأمور التي تجذب المستخدم في موقع الفيسبوك بالنسبة للطلبة المبحوثين الذين يفضلون هذا الموضوع بسبب سهولة استخدامه وانتشاره الواسع بنسبة قدرت بـ 40% ذلك أنه يحظى بميزات في طريقة استخدامه تجعل منه الأكثر استخداما من قبل الطلبة، ويأتي عامل سهولة في الاستخدام بالإضافة إلى ميزة الانتشار الواسع في المرتبة الأولى بنسبة 40% لكل منهما، تليهما فئة الخدمات المقدمة من قبل الموقع بنسبة 19% وبنسبة أقل طريقة التصميم.

هذا ما يعني أن المستخدم دائما ما تجذبه عوامل الانتشار الواسع للمواقع فهو ينجذب نحو المواقع التي تحظى بمتابعة كبيرة بحثا منه عن تفاعل أكثر، كما أن سهولة استخدام هذا الموقع جعلت منه يجذب كل الفئات لاستخدامه، كما يمكن أن تفسر النسبة الأقل التي كانت لطريقة التصميم بأن المستخدم هنا لا

يبحث عن جمالية الشكل بقدره بحثه عن الانجذاب نحو التفاعل الكبير الذي يتحقق كلما كان هذا الموقع يتمتع بالانتشار الواسع في أوساط المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

15- إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباكات سياسية



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 64 | % 64 |
| لا | 36 | % 36 |
| المجموع | 100 | % 100 |

الشكل رقم (15) يبين إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباكات سياسية

الجدول رقم (15) يبين إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباكات سياسية

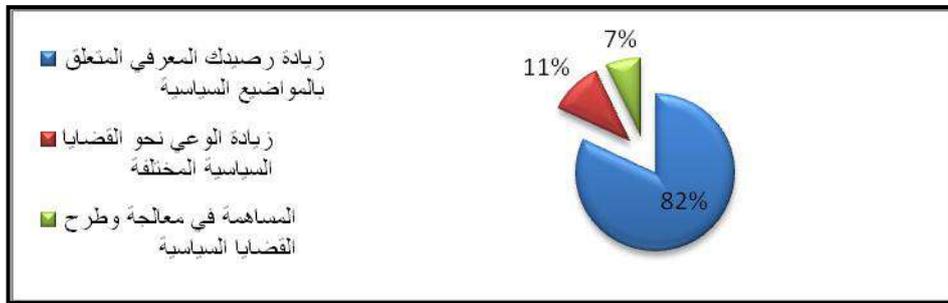
يمثل الجدول رقم (15) والشكل رقم (15) إمكانية تحقيق مواقع التواصل الاجتماعي اشباكات سياسية معينة للطلبة الجامعيين، حيث أن 64% من عينة الدراسة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مكنتهم من تحقيق اشباكات سياسية بغض النظر عن نوعها مهما كانت، سواء زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بالمواضيع السياسية، أو زيادة الوعي نحو القضايا السياسية المختلفة أو المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية.

في حين يرى 36% من المبحوثين أن هذا الموقع ليس باستطاعته تحقيق حاجات واشباكات سياسية، ربما لأن هذه الحاجات والاشباكات يتم تلبيتها من مصادر أخرى، وأن هذه المواقع ما هي الى نسخة عن مصادر إعلامية تقليدية كانت أو تفاعلية.

16- الاشباكات السياسية المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|--|
| 82 % | 82 | زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالمواضيع السياسية |
| 11 % | 11 | زيادة الوعي نحو القضايا السياسية المختلفة |
| 7 % | 7 | المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية |
| 100 % | 100 | المجموع |

الجدول رقم (16): يمثل الاشباكات السياسية المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (16): يمثل الاشباكات السياسية المحققة من مواقع التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (16) الذي يبين التعرف على الحاجات والاشباكات التي بإمكان مواقع التواصل الاجتماعي تحقيقها للمبجوثين، حيث نجد أن زيادة الرصيد المعرفي المتعلق بالمواضيع السياسية كإشباع رئيسي بنسبة 82%، إذ أن الطلبة الجامعيين يجدون في هذه المواقع نافذة يطلعون من خلالها على كل الشؤون والقضايا السياسية، وبالتالي يزيدون معرفتهم بمختلف الأمور السياسية ويأخذون نظرة شاملة لما يحدث سواء فيما يتعلق بما يحدث بالقضايا المحلية أو الدولية.

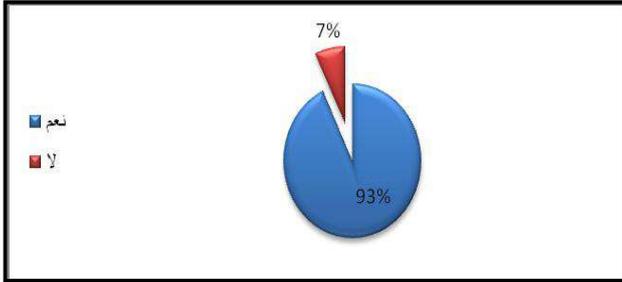
أما في المرتبة الثانية فقد حظيت فئة زيادة الوعي السياسي بنسبة 11% من مجموع الإجابات، فهذه المواقع هي بالنسبة للطلبة مساعدة في تحسسيهم بأهم الظواهر والأحداث السياسية الحاصلة، في حين

يعتبر البعض مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة يساهم عبرها في معالجة وطرح القضايا السياسية بكل حرية وهذا بنسبة 07%.

وبالتالي يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت قناة تزيد من المعرفة بكل القضايا السياسية التي تهتم الطالب الجامعي وتنمي معرفته بالخبايا السياسية حتى يصبح على دراية وإحاطة بكل المجريات المستجدة في الساحة السياسية على عكس القنوات الإعلامية التقليدية التي غالبا ما تمارس سياسية التعنيم على الحقائق السياسية فتجعل من المنتبعين لها في رواق مظلم بعيدا عن حقيقة الواقع السياسي الموجود.

كما أن هذه المواقع دائما ما تنمي الحس السياسي أو الوعي السياسي تجاه مختلف القضايا فتحسس المستخدم بأهميتها وضرورة التفاعل معها.

17- رأي المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الطالب الجامعي



الشكل رقم (17) يمثل رأي المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الطالب الجامعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|---------|
| نعم | 93 | % 93 |
| لا | 07 | % 07 |
| المجموع | 100 | % 100,0 |

الجدول رقم (17) يمثل رأي المبحوثين حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الطالب الجامعي

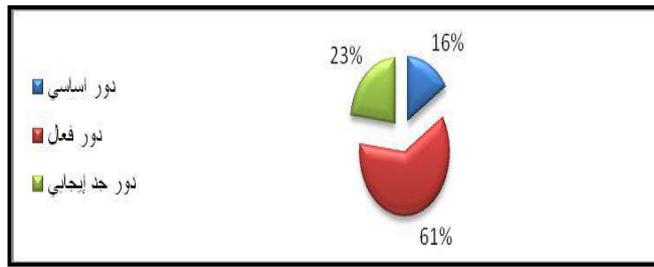
يبين الجدول رقم (17) والشكل رقم (17) أن فئة واسعة من أفراد العينة، يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور في تحريك الطالب الجامعي نحو قيادة الحراك السياسي الذي تعرفه الجزائر مؤخرا بنسبة 93%، حيث يفسر ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي لعبت دورا بارزا حسب رأي الطلبة في إيصال صوت المحتجين إلى الرأي العام والتأثير فيهم من خلال فضح سياسة الفساد التي ميزت النظام السابق، كما أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في خلق حالة من الالتحام الجماهيري والشعبي نحو قضية سياسية واحدة وهي التغيير الديمقراطي.

في المقابل نجد أن 07% من المبحوثين ينكرون دور مواقع التواصل الاجتماعي وقيادة الطالب الجامعي له، كونهم لا يؤمنون بأن تكون لهذه المواقع تأثيرات وقدرات على التغيير.

18- تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر على غرار ما يعرف بالحراك السياسي.

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|---------------|
| 16 % | 16 | دور أساسي |
| 61 % | 61 | دور فعال |
| 23 % | 23 | دور جد إيجابي |
| 100 % | 100 | المجموع |

الجدول رقم (18): تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر على غرار ما يعرف بالحراك السياسي



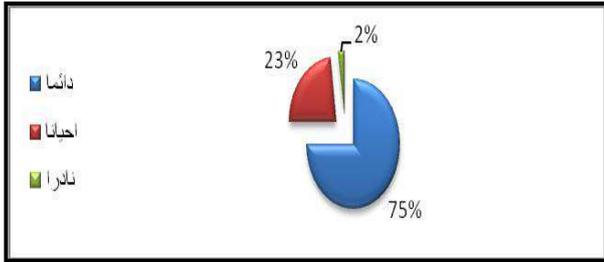
الشكل رقم (18): تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل في الأحداث السياسية التي تعيشها الجزائر على غرار ما يعرف بالحراك السياسي

يبين الجدول رقم (18) والشكل رقم (18) تقييم المبحوثين لدور مواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الطالب الجامعي لقيادة الحراك السياسي، حيث يتضح أن ما نسبته 61% من أفراد العينة يرون أن هذه المواقع لعبت دور فعال في هذا الحراك وجعلت من الطالب الجامعي يقود مساره، وهو ما يؤكد أن هذه المواقع كانت وسيلة فعالة وأداة رئيسية في تحريك الطالب الجامعي والرأي العام الجزائري.

بحيث أن الطالب الجامعي لم يجد خيار آخر يعبر من خلاله عن رفضه للواقع السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي تمر بيه البلاد سوى صفحات التواصل الاجتماعي فقام من خلالها بتعبئة الرأي العام ودعوته للخروج من أجل المطالبة بحقوقه والتعبير عن رفضه للعهد الانتخابية الخامسة لسيد عبد العزيز بوتفليقة، هذا ما يعني أن هذا الموقع تعدى الأدوار الابتدائية له بنسبة لطالب الجامعي من موقع لدرشة إلى أداة ضغط سياسي بامتياز.

4- عرض وتحليل بيانات محور مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي

19- مدى متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| دائماً | 75 | 75% |
| أحياناً | 23 | 23% |
| نادراً | 2 | 2% |
| المجموع | 100 | 100% |

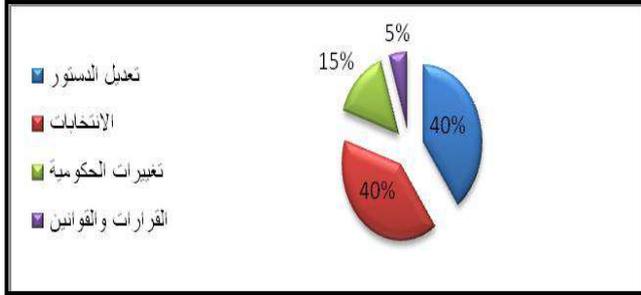
الشكل رقم (19): يبين مدى متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (19): يبين مدى متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يتضح من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (19) الذي يبين متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر مواقع التواصل، أن ما نسبته 75% من الطلبة الجامعيين يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، وهذا ما يفسر الثقة التي تحظى بها هذه المواقع عند المستخدمين في نشرها للمضامين السياسية مقارنة بالوسائل التقليدية، فهي حسبهم متحررة من أي سلطة حكومية أو مراقبة قانونية، كما أن الأوضاع السياسية الأخيرة جعلت من المستخدمين يعتمدون على هذه المواقع في استقائهم للمعلومة السياسية باعتبارها مراقبة للحراك.

في حين نجد أن تتابع المضامين السياسية عبر مواقع التواصل عند آخرين يكون أحياناً بنسبة 23% لأنهم يعتمدون في ذلك على الوسائل التقليدية كالتلفاز فهم اعتادوا عليه بشكل أكبر كما نجد أن نسبة 2% من العينة نادراً ما تتابع المضامين السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ربما يعود هذا لاعتبارهم أنها معرضة للشائعات والتزييف وان مصدر المعلومة مجهول وبالتالي لا تحظى الأخبار السياسية عبر مواقع التواصل بثقتهم.

20 أهم المواضيع السياسية التي يُعلق عليها المبحوثين



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|--------------------|---------|---------|
| تعديل الدستور | 40 | % 40 |
| الانتخابات | 40 | % 40 |
| تغييرات الحكومية | 15 | % 15 |
| القرارات والقوانين | 05 | % 05 |
| المجموع | 100 | % 100,0 |

الشكل رقم (20): يبين أهم المواضيع السياسية التي

يُعلق عليها المبحوثين

الجدول رقم (20): يبين أهم المواضيع السياسية التي

يُعلق عليها المبحوثين

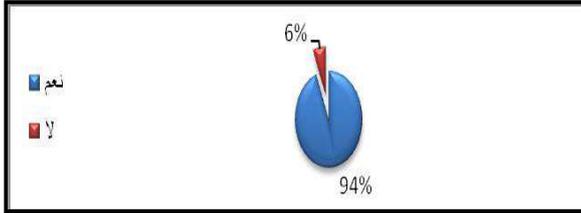
يبين لنا من الجدول (20) والشكل رقم (20) أهم الموضوعات السياسية التي يعلق عليها الطلبة المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تبين أن 40% من المبحوثين تجذبهم الموضوعات المتعلقة بتعديل الدستور والانتخابات في المرتبة الأولى بنسب متساوية، ويأتي الموضوع السياسي المتعلق بالتغييرات الحكومية في المرتبة الثانية بنسبة 15%، وفي الأخير نجد أن المبحوثين يختاروا التعليق على الموضوعات السياسية المتعلقة بالقوانين والقرارات بنسبة 5%.

ويمكن تفسير هذا بان أغلب المبحوثين يعتبرون أن تعديل الدستور هو أساس سير كل أمور وشؤون الدولة وبالتالي يهتمون بالتعليق على كل مستجد يطرأ على بنود هذا الدستور، الأمر نفسه بالنسبة للانتخابات فهي مرحلة جد حساسة تمر بها كل دولة تسعى إلى تحقيق الديمقراطية، وتهدف إلى التغيير فاختيار المسئول المناسب وتوليئه منصب سياسي ستكون نتيجته تحقيق كل تطلعات الأفراد نحو مستقبل أحسن.

في حين نجد أن فئة أخرى من المبحوثين تختار التعليق على التغييرات الحكومية، فهم ينتبهون للتغييرات التي تطرأ على الحقيبة الوزارية خاصة ما تعلق بالحائبات الوزارية المهمة كوزارة المالية، أو وزارة الطاقة، وغيرها من القطاعات الأخرى الحساسة التي تتطلب تنصيب طاقات ذات كفاءة عالية تمكن من تطوير هذه القطاعات والدفع بها إلى الأمام.

في المقابل نجد أن التعليق على القرارات والقوانين لا يحظى بأولوية التعليق على موضوعاته ومستجداً ته لان هذه القرارات برأيهم تدخل ضمن الإطار العام لتعديل الدستور، وقرارات التغييرات الحكومية.

21- اهتمام الطلبة الجامعيين بممارسة نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (21): يبين اهتمام الطلبة الجامعيين

بممارسة نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 94 | % 94 |
| لا | 06 | % 06 |
| المجموع | 100 | % 100 |

الجدول رقم (21): يبين اهتمام الطلبة الجامعيين

بممارسة نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

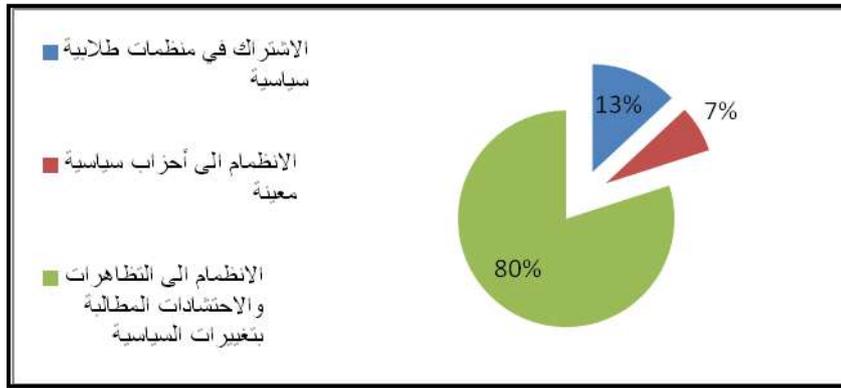
يبين الجدول رقم (21) والشكل رقم (21) إمكانية جعل مواقع التواصل الاجتماعي المبحوث يهتم بممارسة نشاط سياسي معين، حيث أن 94% من الطلبة الجامعيين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يهتمون بممارسة نشاط سياسي في حين نجد أن نسبة 06% من الطلبة الجامعيين أنكروا أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي قد جعلتهم يهتمون بنشاط معين من الأنشطة السياسية مهما كانت طبيعتها.

ويمكن القول بأن الفترة الانتقالية التي تشهدها الجزائر في الجانب السياسي هي من عززت من تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الشباب، وكنتيجة حتمية على تزايد هذا التأثير أصبح الطالب الجامعي من مستخدم عادي لمواقع التواصل الاجتماعي وتداعياتها إلى ناشط سياسي يمارس نشاطه عبر منصات الواقع الافتراضي في حين أن 06% من المبحوثين نفوا أن تكون لمواقع التواصل الاجتماعي تأثيرات جعلت منهم يهتمون بممارسة أنشطة سياسية من خلالها.

22- النشاط الأكثر ممارسة نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|--|
| 13 % | 13 | الاشتراك في منظمات طلابية سياسية |
| 7 % | 7 | الانضمام إلى أحزاب سياسية معينة |
| 80 % | 80 | الانضمام إلى التظاهرات والوقفات المطالبة بتغييرات السياسية |
| 100 % | 100 | المجموع |

الجدول رقم (22) يبين النشاط الممارس نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

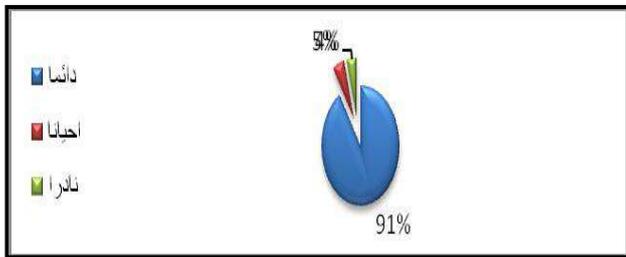


الشكل رقم (22) يبين النشاط الممارس نتيجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم (22) والشكل رقم (22) الذي يبين ماهية النشاط السياسي الذي أتاحتها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة المستخدمين نجد أن نسبة 80% من الطلبة المبحوثين انضموا إلى التظاهرات والوقفات المطالبة بتغييرات السياسية، في حين أن 13% من الطلبة المبحوثين انضموا لتنظيمات سياسية طلابية وبنسبة أقل نجد أن فئة قليلة من الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي جعلتهم يمارسون أنشطة سياسية تمثلت في انضمامهم للأحزاب السياسية، ما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي تحولت إلى منصات للدعوة للاحتجاج و الاحتشاد وبما أن تأثيرها أصبح جد بالغ وكبير على المستخدمين فسيجد الطالب الجامعي نفسه منظماً إلى المسيرات المطالبة بالتغييرات السياسية والرافضة لسياسة الفساد التي دُعي للمشاركة فيها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ما يعني الدور الفعال الذي تلعبه هذه المواقع في التأثير السياسي على المستخدم.

أما الفئة الأخرى من المبحوثين الممثلة في النسبة المئوية 13 فإنها أخذت مبادرة في إنشاء تجمعات سياسية طلابية و الانضمام فيها هذا ما يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي فتحت المجال لشباب الجامعي للمشاركة السياسية و إسماع صوته بكل حرية لتحقيق مبادئ الديمقراطية.

23 مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية



| الإجابة | التكرار | النسبة % |
|---------|---------|----------|
| دائما | 91 | 91 |
| أحيانا | 5 | 5 |
| نادرا | 4 | 4 |
| المجموع | 100 | 100,0 |

الجدول رقم (23): يوضح مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية الشكل رقم (23): يوضح مدى اعتماد المبحوثين على مواقع

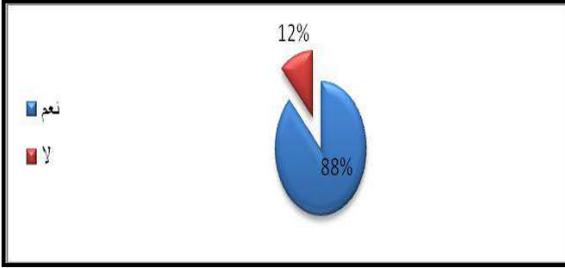
التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية

التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية

يبين الجدول رقم (23) والشكل رقم (23) مدى اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية حيث نجد أن الطلبة الجامعيين دائما ما يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال رسائلهم السياسية، وذلك بنسبة 91% من مجموع إجابات المبحوثين، في حين أن نسبة 05% من المبحوثين يعتمدون أحيانا على هذه الوسائل، وبنسبة أقل نجد أن 04% من مجموع المبحوثين نادرا ما يعتمدون عليها في إيصال رسائلهم السياسية.

هذا ما يفسر الثقة الكبيرة التي أصبحت تحظى بها هذه الوسائل من قبل المستخدمين لها، بحيث إن الحرية التي يجدها المبحرين في صفحات التواصل الاجتماعي وغياب النزعة الإقصائية الموجودة في الفضاءات السياسية التقليدية جعل منه يعتمد عليها كوسيلة وفضاء لنشر رسائله السياسية المتنوعة، من بينها نقد الحكومة والمطالبة بمكافحة الفساد وغيرها، لأنه يرى أنها الوسيلة الأنجع التي بإمكانها إيصال رسائله إلى الرأي العام وإلى الجهات الوصية المختصة، في حين أن هناك من يعتمدون على هذه الوسائل لكن ليس بشكل دائم، وذلك بنسبة 04%، يعني أنها تعتمد على هذه الوسائل بالموازاة مع استخدام وسائل أخرى ربما سعيا منها وحرصا على إيصال رسائلهم لكافة الشرائح سواء المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها.

24- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية



الشكل رقم (24) يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية

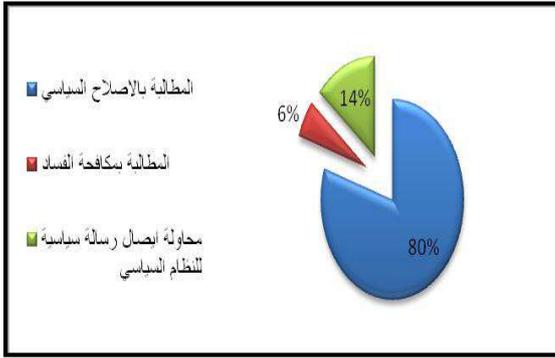
| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 88 | 88% |
| لا | 12 | 12% |
| المجموع | 100 | 100,0% |

جدول رقم (24) يمثل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية

يمثل الجدول رقم (24) والشكل رقم (24) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية السياسية، بحيث نجد أن نسبة 88% قامت بممارسة الدعوة إلى أنشطة سياسية من خلال هذه المنصات الافتراضية، وفي المقابل نجد أن نسبة 12% من المبحوثين لم تقم بدعوة لأي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويمكن تفسير هذا بالتأثير الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين وعلى اتجاهاتهم وأنشطتهم السياسية، فجعلوا من هذه المواقع الافتراضية منبرا أو منصة لدعوة الأفراد لممارسة الأنشطة السياسية المختلفة فالمستخدم لم يجد له قنوات بديلة لممارسة أنشطته السياسية بعيدا عن صفحات التواصل الاجتماعي، فكل القنوات الإعلامية الأخرى هي قنوات محتكرة وتمارس عملها في ظل مضايقات من قبل السلطات والطالب الجامعي سيلقى تضيقات وضغوطات تمارس عليه حتى من قبل المسؤولين على هذه القنوات الإعلامية، وبالتالي سيتجه تلقائيا نحو الفضاءات الافتراضية بحثا عن مساحة أرحب للتعبير والطرح بكل حرية.

25/ شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية



| النسبة | التكرار | الإجابة |
|--------|---------|--|
| 80% | 80 | المطالبة بالإصلاح السياسي |
| 6% | 6 | المطالبة بمكافحة الفساد |
| 14% | 14 | محاولة إيصال رسالة سياسية للنظام السياسي |
| 100,0% | 100 | المجموع |

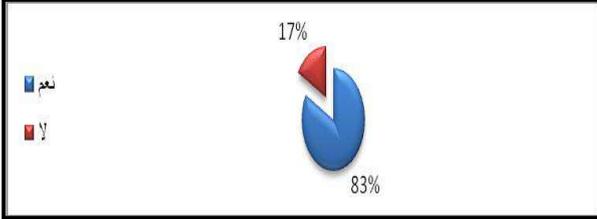
الشكل رقم (25): يبين شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية

الجدول رقم (25): يبين شكل المساهمة في نشر المواضيع السياسية

يمثل الجدول رقم (25) والشكل رقم (25) أشكال المساهمة في نشر المواضيع السياسية من قبل الباحثين، حيث يتبين أن أغلب الباحثين قاموا بالدعوة للمطالبة بالإصلاح السياسي بنسبة تمثلت في 80% في حين نجد أنه 14% من الباحثين جعلت من مواقع التواصل الاجتماعي قناة للتواصل مع النظام السياسي وإيصال رسائله للجهات الوصية، وأقل نسبة بـ 6% طالبت بمكافحة الفساد عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وعليه فإن مواقع التواصل الاجتماعي نجحت في التأثير على الطالب الجامعي من خلال جعله يعتبرها منبرا لدعوة إلى ممارسة شتى الأنشطة السياسية على اختلافها وتعددتها وكان النشاط الأبرز على صفحاتها هو مطالبة الشباب الجامعي بالإصلاحات السياسية التي ستكون ثمرتها تحقيق الرقي والديمقراطية. وفي المقابل هناك عينة من الباحثين حاولوا إيصال رسائلهم السياسية إلى الحكومة لأنها اليوم أصبحت هي الأخرى تؤمن بقدرة وسائل الاتصال الجديدة على التغيير وعلى التأثير في الفعل السياسي و لأن المسئول في مكتبته لن يصغي إلى شكاويه ويتالي يختار الطريقة الأنجع في زمن التكنولوجيا كما نجد أن عينة أخرى تحبذ إيصال الرسائل الداعية لمكافحة الفساد.

26- رأي المبحوثين في مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية



الشكل رقم (26): يوضح رأي المبحوثين في

مدى فعالية المشاركة السياسية

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|---------|
| نعم | 83 | % 83 |
| لا | 17 | % 17 |
| المجموع | 100 | % 100,0 |

الجدول رقم (26): يوضح رأي المبحوثين في

مدى فعالية المشاركة السياسية

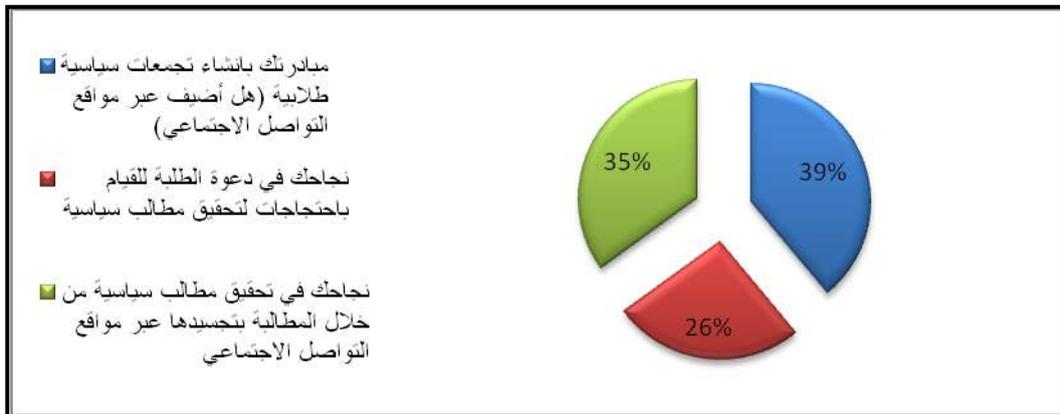
يمثل الجدول رقم (26) والشكل رقم (26) مدى فعالية مواقع التواصل الاجتماعي في المشاركة السياسية للمبحوثين حيث أظهرت نتائج الجدول والشكل أن نسبة 83% من المبحوثين يؤكدون على فعالية مشاركتهم السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين نجد أن 17% من المبحوثين يعتبرون أن مشاركتهم السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت غير فعالة.

ويمكن تفسير هذا بأن من اعتبروا مشاركتهم فعالة كان ذلك نتيجة نجاحهم في تحقيق مطالب سياسية دعوا إليها عبر منصات التواصل الاجتماعي، في حين نجد أن من اعتبرها غير فعالة، ربما يعود ذلك إلى عدم تحقيق مطالبهم التي دعوا إليها أو عدم ممارستهم لأي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

27- أساليب المشاركة السياسية للطلاب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---------|---------|
| مبادرتك بإنشاء تجمعات سياسية طلابية | 10 | 10 % |
| نجاحك في دعوة الطلبة للقيام باحتجاجات لتحقيق مطالب سياسية | 40 | 40 % |
| نجاحك في تحقيق مطالب سياسية من خلال المطالبة بتجسيدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي | 50 | 50 % |
| المجموع | 100 | 100,0 % |

الجدول رقم (27): يوضح أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعي



الشكل رقم (27): يوضح أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعي

يبين الجدول رقم (27) والشكل رقم (27) أساليب المشاركة السياسية لطلاب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي و قد تبين أن أهم أساليب المشاركة السياسية الفاعلة هي نجاح المبحوثين في تحقيق مطالب سياسية من خلال المطالبة بتجسيدها عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50 % من مجموع إجابات المبحوثين ،في حين أن دعوة الطلبة للقيام باحتجاجات جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 40 % كأسلوب فعال من أساليب المشاركة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، تليها المبادرة بإنشاء تجمعات سياسية طلابية بنسبة 10 %.

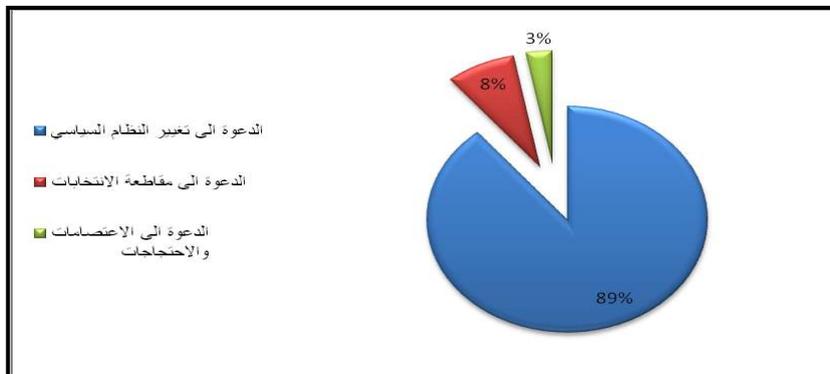
وعليه يمكن القول أن أهم أساليب الفعل السياسي أو المشاركة السياسية لطالب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي أثبتت نجاعة وفعالية هذه المشاركة عبر منصات العالم الافتراضي هي نجاحه في تحقيق جملة المطالب السياسية التي دونها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يعكسه الوضع السياسي الراهن الذي تعيشه الجزائر الذي تولد نتيجة المطالب التي تم نشرها عبر صفحات التواصل والتي بدورها شكلت نقلة نوعية في الفعل السياسي بالجزائر حيث أثبت الحراك الشعبي الأخير الذي لعب فيه الطالب الجامعي دورا محوريا نجاعة الفعل السياسي الممارس عبر منصات العالم الافتراضي حيث أنه عبر عن رفضه لعهدة رئاسية خامسة لرئيس الأسبق السيد عبد العزيز بوتفليقة من خلال مطالبته بتتحي عن منصبه والاستقالة من على رأس كرسي الرئاسة. فبعد حملته المكثفة عبر صفحات التواصل الاجتماعي وضغطه المستمر على الطاقم الحكومي نجح في تحقيق مطلبه السياسي المتمثل في رفضه العهدة الخامسة واستقالة الرئيس هذا ما يعني أن الطالب الجامعي أضحي يمارس نشاطه السياسي بعيدا عن الميدان التقليدي للمشاركة السياسية الذي همشت بيه أدواره التفاعلية لينتقل لممارسته في ظل بيئة تكنولوجية افتراضية ذات تأثير كبير على الفعل السياسي في الوقت الراهن.

5- عرض وتحليل بيانات محور فرض الشباب الجزائري مكانته سياسيا باستخدامه مواقع التواصل الاجتماعي

28- الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ما يعرف بالحراك السياسي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|-----------------------------------|---------|---------|
| الدعوة إلى تغيير النظام السياسي | 89 | 89 % |
| الدعوة إلى مقاطعة الانتخابات | 8 | 8 % |
| الدعوة إلى الاعتصامات والاحتجاجات | 3 | 3 % |
| المجموع | 100 | 100,0 % |

الجدول رقم (28): يبين الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

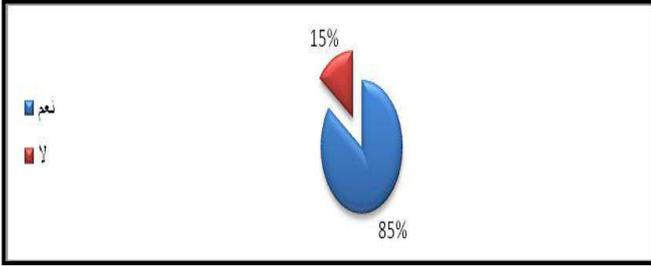


الشكل رقم (28): يبين الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يبين الجدول رقم (28) والشكل رقم (28) أن الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة مع موجة الحراك التي تعيشها الجزائر مؤخرًا، تتمثل في الدعوة إلى تغيير النظام السياسي بنسبة 89% من مجموع إجابات المبحوثين، كنشاط يمارسونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، في حين تأتي النسبة الثانية بـ 08% بنشاط يدعو إلى مقاطعة الانتخابات، وبنسبة أقل قدرت بـ 03% الدعوة إلى الاعتصامات والاحتجاجات، وعليه يمكن القول بأن أهم نشاط يمارسه الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو دعوته لتغيير النظام السياسي عبر منصات التواصل التي فتحت له المجال من أجل التعبير وإبداء الرأي اتجاه مختلف القضايا والأحداث وأكسبتهم الثقة في قدرتهم على التأثير في الرأي العام، وتعتبر الدعوة إلى تغيير النظام أهم نشاط حسبهم يمارسونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي لان النظام الحكومي هو الذي تركز عليه حياة الدولة، فإن صلح النظام صلحت البلاد، والعكس صحيح، وطبيعة النظام وطريقة تسييره تركز عليها العديد من الأعمال والانجازات داخل الدولة لذلك أستحوذ هذا النشاط على أكبر نسبة من اهتمامات المستخدمين.

29- مدى مساهمة الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة

الطالب الجامعي سياسيا



| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|---------|
| نعم | 85 | % 85 |
| لا | 15 | % 15 |
| المجموع | 100 | % 100,0 |

الشكل رقم (29): يوضح مدى مساهمة الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي سياسيا

الجدول رقم (29): يوضح مدى مساهمة الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي سياسيا

يبين الجدول رقم (29) والشكل رقم (29) أن غالبية المبحوثين أكدوا على أن مواقع التواصل الاجتماعي عززت وأثبتت مكانة الطالب الجامعي سياسيا وذلك بنسبة 85% في حين أن نسبة 15% من مجموع المبحوثين ألغت أن تكون مواقع التواصل الاجتماعي قد لعبت دورا في إثبات مكانة الطالب الجامعي في خارطة السياسة.

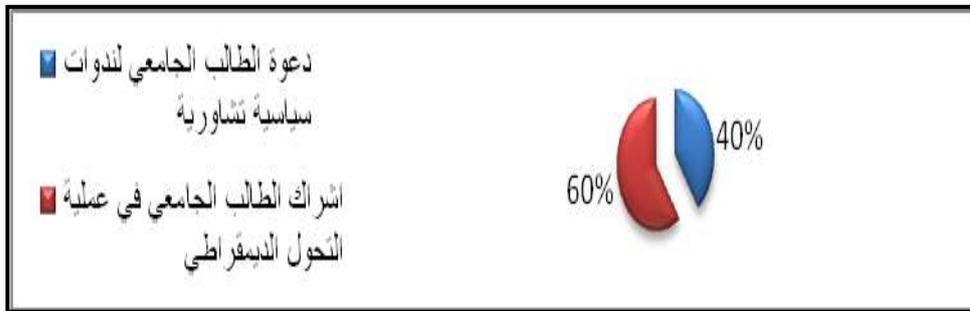
ومنه يمكن القول أن غالبية الطلبة الجامعيين يؤكدون على إسهامات مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي وتفعيلها سياسيا نظرا للمساحة الواسعة والكبيرة التي منحتها للمستخدمين من الطلبة لتعبير بكل حرية على شتى الأحداث والقضايا والتعليق بكل حنكة سياسية عليها، هذا ما جعل الرأي العام المحلي يتأثر بمقترحاته ويقف على جدية الاقتراحات المقدمة من قبل الطالب الجامعي هذا ما جعله يثبت مكانته في خارطة السياسة الجزائرية.

في حين نجد الفئة الأخرى من المبحوثين تنفي دور هذه المواقع في تعزيز مكانة الطالب الجامعي لأنها تؤمن أكثر بأبجديات الفعل السياسي بأشكاله التقليدية.

30- طبيعة المكانة السياسية لطالب الجامعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---|---------|--------|
| دعوة الطالب الجامعي لندوات سياسية تشاورية | 40 | 40 % |
| إشراك الطالب الجامعي في عملية التحول الديمقراطي | 60 | 60 % |
| المجموع | 100 | 100 % |

الجدول رقم (30): يمثل طبيعة المكانة السياسية لطالب الجامعي

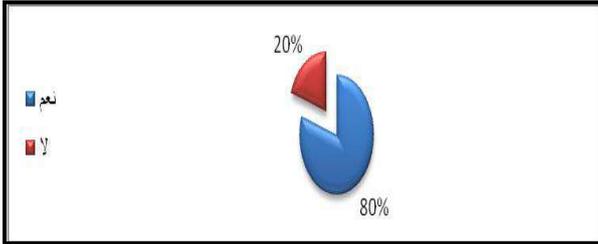


الشكل رقم (30): يمثل طبيعة المكانة السياسية لطالب الجامعي

يبين الجدول رقم (30) والشكل رقم (30) طبيعة المكانة السياسية للطالب الجامعي، حيث أن الشباب الجامعي يعد محور كل التغييرات السياسية الديمقراطية خاصة في الجزائر التي تمتاز بطاقة شبانية هائلة، وتلك الروح المتحمسة للتغيير، والشباب أصبح يبحث له عن مكانة سياسية ثابتة وبارزة يقوم من خلالها بأدوار جد فعالة في الممارسة السياسية، فيسمع صوته ويبيدي رأيه.

ولعل الحراك السياسية الأخير الذي شهدته الجزائر كان انطلاقة الطالب الجامعي وفرصته التاريخية لإثبات قدراته سياسيا بعيدا عن الجانب المعرفي و العلمي، وبالتالي نجاح الطالب الجامعي في فرض نفسه، حتى اعترف الرأي العام بضرورة إشراك الطالب الجامعي في عملية التحول الديمقراطي هذا ما بينته النسبة المئوية المقدرة بـ60%، وجعله عنصرا فاعلا نحو مسيرة التغيير الديمقراطي في حين أن نسبة 40% ترى انه تم إثبات مكانة الطالب الجامعي من خلال دعوته لندوات سياسية تشاورية، وهذا ما تجلى واقعا في الحراك السياسي و هو حراك جماهيري شعبي بامتياز لذا نجد أن أفراد الرأي العام كانوا يجتمعون للخروج بقرارات سياسية وحلول لازمة ولهذا واعترافا بقدرات الطالب الجامعي، و كفاءة التي ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إبرازها وإثباتها تم دعوته لحضور وتنشيط هذه الندوات.

31- مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (31): يبين مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 80 | 80% |
| لا | 20 | 20% |
| المجموع | 100 | 100% |

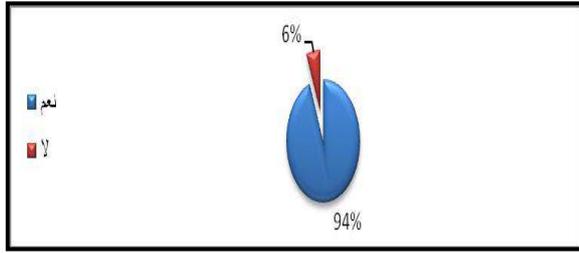
الجدول رقم (31): يبين مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يبين الجدول رقم (31) والشكل رقم (31) مدى الترحيب بمقترحات الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بينت نسبة 80% من الإجابات أن المقترحات المقدمة من قبل الطالب الجامعي كان مرحبا بها في أوساط الرأي العام، في حين نجد أن 20% من مجموع المبحوثين أنكروا أن تكون المقترحات المقدمة من قبل الطالب الجامعي قد لقيت ترحيبا في أوساط الرأي العام.

ويمكن القول أن الطالب الجامعي وجد ضالته عبر مساحات الواقع الافتراضي، فنشر وعبر بكل حرية وطلاقة عن آرائه وطرح مقترحاته بكل قوة لأنه تحرر من قيود المفروضة عليه في الساحة السياسية التقليدية وهو متأكد أن نشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي لن يتم التعقيم عليه من قبل أي جهة كانت فظهرت هنا قوة البدهاء السياسية لطالب الجامعي بتقديمه لجملة من المقترحات للخروج من الوضع المتأزم التي استطاع أن يقنع بها الرأي العام الجزائري.

في حين نجد أن نسبة 20% ترى بأن مقترحات الطالب الجامعي لم يتم الترحيب بها ولا العمل بالياتها لأن حسبهم لازال طالب الجامعي لم يصل لمرحلة النضج السياسي التي تجعل من قراراته وآرائه محل ثقة وترحيب في أوساط الرأي العام.

32- مواكبة الطالب الجامعي للتغيرات السياسية باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال



الشكل رقم (32): يمثل مواكبة الطالب الجامعي لتغيرات

السياسية باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال

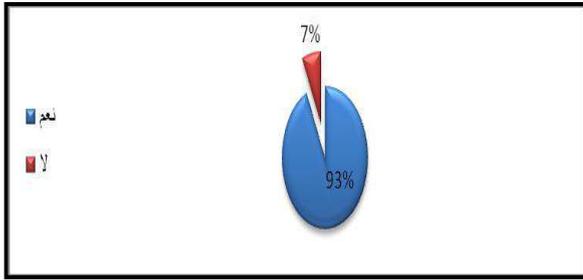
| الإجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 94 | 94% |
| لا | 06 | 06% |
| المجموع | 100 | 100,0% |

الجدول رقم (32): يمثل مواكبة الطالب الجامعي لتغيرات

السياسية باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال

يوضح الجدول رقم 32 والشكل رقم 32 مدى مواكبة الطالب الجامعي لتغيرات الحاصلة في المجال السياسي حيث تبين أن نسبة 94% من مجموع إجابات المبحوثين تبين أنه نجح في مواكبة كل المستجدات الطارئة على الساحة السياسية الجزائرية فشاباب الجامعي اليوم هو متمكن من التكنولوجيا بامتياز ومتتبع لكل تطوراتها وقد أصبحت هذه الوسائل التكنولوجية جزءا لا غنى عنه في حياة الطالب الجامعي حاول أن يكيف استخداماتها بما يحقق تطلعاته المختلفة وخاصة السياسية وبالتالي يمكن القول أنه نجح في مواكبة كل الأحداث باستخدامه للوسائل التكنولوجية الحديثة فنجد أنه يعلق على كل المستجدات الطارئة على الأوضاع السياسية بل أصبح يضغط على الحكومات عبر هذه المواقع.

33- إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لمواقع التواصل



الشكل رقم (33): يوضح إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي

يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لمواقع التواصل

| الاجابة | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| نعم | 93 | 93% |
| لا | 07 | 07% |
| المجموع | 100 | 100% |

الجدول رقم (33): يوضح إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي

يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لمواقع التواصل

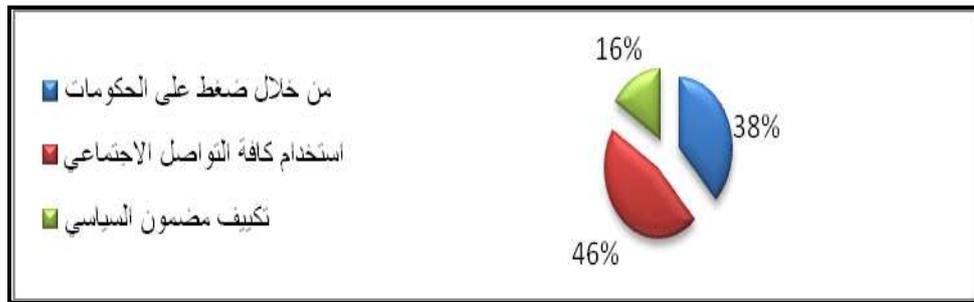
يوضح الجدول رقم (33) والشكل رقم (33) إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي يقوده الطالب الجامعي باستخدامه لتكنولوجيا الحديثة حيث نجد أن نسبة 93% من الطلبة يؤكدون على إمكانية تحقيق تحول ديمقراطي بالاستعانة بمواقع التواصل الاجتماعي في حين يرى 07% من المبحوثين أنه لا يمكن صنع تحولات بالاستعانة بهذه الوسائل الحديثة.

حيث أن هذا الاستخدام المكثف لهذه الوسائل واستغلال تأثيرها يمكن الطالب الجامعي من أن يقود مرحلة تحولات الديمقراطية فكما كانت منشوراته عبر هذه المواقع ذات دلالة سياسية قوية كلما زادت ثقة الرأي العام في أن يسلم المشعل للطالب الجامعي لقيادة المراحل الديمقراطية القادمة وبما أن طالب الجامعي يعد ممثل للفئة المثقفة والواعية فإنه سيحسن استغلال هذه الوسائل ويعرف كيف يكيفها وطموحاته السياسية نحو قيادة البلاد في حين أن نسبة 07% من المبحوثين لا تعترف بقدرة هذه التكنولوجيا على التغيير السياسي باستخدامها من قبل الطالب الجامعي وربما يعود هذا إلى أن هذه المواقع لم تحظى بثقة الكافية بنسبة لهم في أن تكون أداة لتغيير واثبات الذات في الميدان السياسي.

34- رأي المبحوثين في إمكانية إثبات الطالب الجامعي لمكانته السياسية باستخدام التكنولوجيا

| النسبة | التكرار | الإجابة |
|---------|---------|--------------------------------|
| 38 % | 38 | من خلال ضغط على الحكومات |
| 46 % | 46 | استخدام كافة التواصل الاجتماعي |
| 16 % | 16 | تكييف مضمون السياسي |
| 100,0 % | 100 | المجموع |

الجدول رقم (34)-يمثل رأي المبحوثين في إمكانية إثبات طالب الجامعي لمكانته سياسية باستخدام التكنولوجيا.



الشكل رقم (34)-يمثل رأي المبحوثين في إمكانية إثبات طالب الجامعي لمكانته سياسية باستخدام التكنولوجيا.

يبين الجدول رقم (34) والشكل رقم (34) إمكانية تحقيق الطالب إثبات مكانته سياسيا باستخدام التكنولوجيا، حيث يرى نسبة 46% من المبحوثين أن الاستخدام كافة الوسائل التكنولوجية واستغلال تأثيرها يمكن الطالب الجامعي من أن يقود مرحلة التحولات الديمقراطية القادمة، في حين نجد أن 38 % من المبحوثين يرون أن ضغط على الحكومات من خلال هذه التكنولوجيا هو الطريقة الأنجع بنسبة لطالب الجامعي حتى يتمكن من فرض ذاته في الساحة السياسية

6- عرض نتائج الدراسة:

تتمثل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- تشير نتائج الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعي عينة الدراسة يتعامل مع شبكة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 96 % ، هذا يرجع إلى المستوى الثقافي المرتفع لدى الشباب الجامعي ومتمكن من استخدام أحدث التطبيقات التقنية التي أفرزتها الثورة التكنولوجية في حين أن بعض الطلبة يستخدمونها أحيانا بنسبة 4% .

- أسفرت نتائج الدراسة أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة زمنية تصل إلى أكثر من 03 ساعات بنسبة 81% هذا ما يعني التأثير الكبير الذي وصلت إليه هذه المواضيع اليوم على حياة الطالب الجامعي اليومية ، في حين نجد أن نسبة 16% من المبحوثين يستخدمونها لمدة تتراوح ما بين ساعة إلى 3 ساعات، في حين نجد أقل نسبة ب3% تعود للمبحوثين الذين يستخدمونه لأقل من ساعة.

- بينت نتائج الدراسة أن الطالب الجامعي عينة الدراسة ليس لديه فترة محددة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 85 % أي أن تعلقه الكبير بهذه المواقع جعل منه يتصفح مواقع التواصل بشكل مستمر دونما تقييد بفترة زمنية محددة ، في حين نجد أن 13% من مجموع المبحوثين يفضلون الفترة الليلية، و2% من المبحوثين يفضلون الفترات الصباحية.

- من أكثر الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين في تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي نجد الهواتف الذكية تحتل صدارة الترتيب من حيث الاستخدام بنسبة 93% تليها كل من اللوح الإلكتروني والكمبيوتر المحمول بنسبة متساوية تمثلت في 03%.

- كشفت الدراسة أن أغلبية المبحوثين من الطلبة الجامعيين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في أماكن محددة بنسبة 68 % ويرجع ذلك إلى كون أن الطالب الجامعي يحاول الاطلاع دائما على كل ما هو جديد بصورة أنية ولذلك يحرص على ولوج صفحات المواقع الافتراضية في كل مكان، تليها نسبة 7% تمثل الطلبة الذين يفضلون النوادي تليها نسبة 4 % ممن يفضلون تصفح مواقع التواصل في الجامعات، وأقل نسبة قدرت ب1% لمن يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في البيت.

- يتواصل المبحوثين مع الأصدقاء كأكثر الأنشطة التي يقومون بها خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي كخيار أساسي بنسبة 89 % ، في حين أن نسبة 4 % تمثل المبحوثين الذين يفضلون إبداء إعجابهم بالمواضيع المقترحة وهي نفس النسبة التي تمثل المبحوثين الذين يفضلون وضع مشاركتهم الخاصة ، في حين أن أقل نسبة قدرت ب3% لمن يفضلون الاكتفاء بالقراءة.

- دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي كان منقسما نفس درجة بين التسلية والترفيه والترود بخبرات ومعارف جديدة كدوافع أساسية تكمن وراء استخدام هاته المواقع بنسبة 35 % ، تليها نسبة

20% لمتابعة الأخبار ومواكبة الأحداث كدافع ثاني لاستخدام مواقع التواصل وبنسبة أقل يأتي دافع التعرف على أصدقاء جدد بنسبة 10%، هذا ما يعني تغير دوافع القديمة نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- أكثر من نصف المبحوثين من الطلبة الجامعيين يفضلون متابعة الأحداث وتعليق عليها كأفضل الخدمات التي تقدمها لهم مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 52% تليها خدمة الدردشة مع الأصدقاء بنسبة 31% ثم خدمة مشاركة الصور والفيديوهات بنسبة 5%.

- بينت نتائج الدراسة الميدانية أن موقع الفيسبوك يعتبر أكثر المواقع الاجتماعية استخداما من قبل الطالب الجامعي عينة الدراسة بنسبة 79%، يليها الانستقرام بنسبة استخدام قدرت ب12% وتأتي المدونات الالكترونية في المرتبة الثالثة من حيث الاستخدام بنسبة 5%، في حين احتل موقع التويتر المرتبة الرابعة ب3%، وبنسبة أقل جاء اليوتيوب في الترتيب الأخير من حيث نسب الاستخدام ب1%.

- بينت الدراسة أن أهم خاصية تجذب نحو موقع الفيس بوك تمثلت في خاصيتي الانتشار الواسع وسهولة الاستخدام بنسبة قدرت ب40%، تليها خاصية الخدمات المقدمة من طرف الموقع بنسبة 19%، وتأتي في المرتبة الثالثة خاصية طريقة التصميم بنسبة 1%، في حين احتلت خاصية خصوصية الموقع المرتبة الأخيرة ضمن الخصائص التي تجذب المستخدم بنسبة 0%.

تبين من خلال هذه الدراسة أن 64% من مجموع المبحوثين أكدوا على أن مواقع التواصل حققت لهم اشباعا سياسية، في حين أن 36% من مجموع المبحوثين نفوا أن تكون هذه المواقع قد حققت لهم اشباعا سياسية.

حققت مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا سياسية للطلبة الجامعيين تمثلت في زيادة رصيدهم المعرفي المتعلق بالمواضيع السياسية بنسبة 82%، يليها الإشباع السياسي المتمثل في زيادة الوعي نحو القضايا السياسية المختلفة ب11%، ثم المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية بنسبة 7%.

- يستدل من نتائج الدراسة إن الطلبة الجامعيين عينة الدراسة دائما ما يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 75%.

- بينت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي لعبت دورا كبيرا حسب رأي المبحوثين في تحريك الطلبة الجامعيين لقيادة الحراك السياسي الذي تشهده الجزائر حاليا بنسبة 93%، في حين أن 7% من المبحوثين اعتبروا أن هذه المواقع لم تلعب أي دور في تحريك الطالب الجامعي.

- وأوضحت الدراسة أن الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل مشاركة الطالب الجامعي في الحراك السياسي الأخير كان على العموم دور فعال في تنشيط هذا الحراك وجد أساسي وإيجابي بنسبة 61%.

- بينت الدراسة أن 75 % دائماً ما يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن 23 % من المبحوثين أحياناً ما يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تليها نسبة 2% ممن يتابعونها بشكل نادر من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

- من أهم المواضيع السياسية التي يعلق عليها الشباب الجامعي هي الانتخابات وتعديل الدستور بنسبة 40 % تليها الموضوعات السياسية المتعلقة بالتغييرات الحكومية بنسبة 15 % وكأقل المواضيع السياسية متابعة نجد الموضوعات المتعلقة بالقرارات والقوانين بنسبة 5%.

- مكنت مواقع التواصل الاجتماعي من الاهتمام بالأنشطة السياسية بنسبة للطالب الجامعي بنسبة 94%، في حين أن نسبة 6% من مجموع المبحوثين أكدوا أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تجعلهم يهتمون بممارسة أي نشاط سياسي.

- أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي من تمكين الطلبة الجامعيين بالاهتمام بمجموعة من الأنشطة السياسية كان أبرزها الانضمام إلى التظاهرات والوقفات المطالبة بالتغييرات السياسية بنسبة 80 % تليها نسبة 13% لنشاط المتمثل في الاشتراك في المنظمات الطلابية السياسية، وأقل نشاط مورس من قبل الطلبة الجامعيين نتيجة التأثير بمواقع التواصل الاجتماعي هو الانضمام إلى الأحزاب السياسية بنسبة 07 % .

- بينت الدراسة اعتماد الطالب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في إيصال رسائله السياسية بشكل دائم بنسبة 91%، في حين أن 4% نجدهم أحياناً ما يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لإيصال رسائلهم السياسية، ونجد أن 5% من المبحوثين نادراً ما يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في إيصال رسائلهم السياسية.

- قيام الطالب الجامعي بدعوة إلى الأنشطة السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 88%، وفي المقابل نجد أن 12% من المبحوثين لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي كوسائل للدعاية.

- الأنشطة التي دعا إليها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في المطالبة بالإصلاح بنسبة 80% ومحاولة إيصال رسائل سياسية للتنظيم السياسي بنسبة 14%.

- من بين أشكال المساهمة في نشر المواضيع السياسية نجد المطالبة بالإصلاح السياسي بنسبة 80% ومحاولة إيصال رسائلهم السياسية للنظام السياسية بنسبة 14%، والمطالبة بمكافحة الفساد بنسبة 6%.

- يعتقد أغلب المبحوثين أن مشاركتهم السياسية عبر مواقع تواصل اجتماعي كانت فعالة بنسبة 83%، في حين أن 17% من المبحوثين يعتقدون أن مشاركتهم السياسية كانت غير فعالة.

- تمثلت المشاركة السياسية الفعالة للطالب الجامعي عينة الدراسة عبر مواقع تواصل الاجتماعي في نجاحهم في تحقيق مطالب سياسية من خلال المطالبة بتجسيدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% ، في حين أن مجموعة من المبحوثين يعتبرون أن مشاركتهم الفعالة تمثلت في نجاحهم في دعوة الطلبة للقيام

باحترافات لتحقيق مطالب سياسية بنسبة 40% ، وكأقل نسبة تمثلت في 10% بمبادراتهم بإنشاء جمعيات سياسية طلابية.

- من أبرز الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الدعوة إلى تغيير النظام السياسي بنسبة 89% دعوة إلى مقاطعة انتخابات بنسبة 08% وكأضعف نشاط يمارسه طلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الدعوة إلى الاعتصامات والاحتجاجات بنسبة 03%.

- أسهمت الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي في خارطة السياسة الجزائرية بنسبة 85%، في حين أن 15% من مجموع المبحوثين يرون أن الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لم تسهم في إثبات مكانة الطالب الجامعي سياسيا.

- أثبت الطالب الجامعي مكانته سياسيا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إشراكه في عملية التحول الديمقراطي حسب رأي المبحوثين بنسبة 60% ومن خلال دعوته لندوات سياسية تشاورية بنسبة 40% من مجموع الإجابات.

- لاقت الاقتراحات المقدمة من قبل الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ترحيبا في أوساط الرأي العام بنسبة 80% حسب رأي المبحوثين في حين ترى فئة أخرى من المبحوثين أن 20% يعتقدون أن مقترحات الطالب الجامعي لم يرحب بها.

- نجح الطالب الجامعي في مواكبة التغييرات السياسية الحاصلة في الوقت الراهن بالجزائر معتمدا في ذلك على الوسائل الجديدة للاتصال ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 94%.

- توصلت الدراسة إلى أنه يمكن تحقيق تحول ديمقراطي ناجح يقوده الطالب الجامعي عن طريق تكثيف النشاط السياسي الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 93%.

- على الطالب الجامعي استخدام كافة الوسائل التكنولوجية والاعتماد على كافة وسائل التواصل الاجتماعي دون استثناء حتى ينجح في إثبات مكانة السياسة باستخدام التكنولوجيا بنسبة 46% من مجموع إجابات المبحوثين ، في حين أن 38% من المبحوثين يرون أن ذلك يتم من خلال ضغط على الحكومات.

خاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا هاته تبين لنا أن تطبيقات الوسائط المتعددة لها دور بارز في التغيير السياسي حيث أظهرت التحولات العالمية في مجال استخدام التكنولوجيا الإعلام الجديدة في المجال السياسي رغم حداثة هذا الاستخدام أن هذه التكنولوجيا ديناميكية جديدة في النشاط السياسي إذ صارت وسائل الاتصال والإعلام الجديدة من الحواسيب وشبكات الانترنت والهواتف النقالة أحد المستويات والمجالات الجديدة للممارسة السياسية ولا شك أن ذلك سيعزز بالتدرج خلال السنوات القادمة مع انتشار تلك التكنولوجيا في المجتمعات وازدياد تقبل الأفراد لاعتمادها في مختلف أنشطتهم اليومية.

وقد باتت وسائل الإعلام الجديدة تحتل مكانة هامة في الدولة والمجتمع، حيث أصبحت دول العالم تعتمد على ثلاثة أركان رئيسية في بنائها هي السياسة والاقتصاد والإعلام مما ضاعف تأثير الإعلام على سير الأنظمة نتيجة ما يقدمه من معلومات على مدار الساعة.

ونستخلص مما سبق أن شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال جديدة أصبحت تمثل جانبا مهما في الحياة السياسية ولم يعد دورها محصورا في التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، بل أخذت تلعب الكثير من الأدوار السياسية، وقد برز دورها كأداة سياسية تستخدم في استهداف شرائح المجتمع لاسيما الطلبة الجامعيين، كونهم الفئة الأكثر استخداما وتفاعلا مع وسائل التكنولوجيا الحديثة من جانب، وكأحد الوسائل التي يحصل من خلالها المستخدمين على المعلومات من جانب آخر، مما دفع الكثير من الشباب الجزائري خاصة الطلبة الجامعيين بإنشاء صفحات، ومجموعات تروج أفكارهم وبما أن عملية المشاركة السياسية أساس من أسس الفعل الديمقراطي، فإن الدور الذي تقوم بيه شبكات التواصل الاجتماعي من أجل تفعيل وتحسين المشاركة السياسية للطالب الجامعي هو زيادة الوعي السياسي لأنها وسيلة فريدة من نوعها لحرية التعبير بطلاقة عن الأوضاع السياسية السائدة في المجتمع عن طريقها يتم مراقبة ما يدور من تطورات وأحداث سياسية.

وأن ارتباط الشباب الجزائري بالوسائط الاجتماعية وكذا العلاقة الفردية المباشرة بين المشاركة السياسية غير التقليدية وشبكات التواصل الاجتماعي ساهم في تحسين وتفعيل الأداء السياسي للشباب وللطالب الجامعي خاصة، وهو ما لم يكن متاحا في الشكل التقليدي للمشاركة السياسية الرسمية نظرا للإجراءات والتدابير القانونية والدستورية المعتمدة في ذلك، ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الشباب الجزائري الذي قاد الاحتجاجات التي تشهدها الساحة السياسية الجزائرية مؤخرا قد ساهم في تبلور شكل جديد في مسار المشاركة السياسية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وعليه يمكن الاعتماد على هذه الوسائط في عملية التنبؤ بالظواهر السياسية خصوصا ما تعلق بالمشاركة السياسية للفئات الشبانية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1/- الكتب:

أ- باللغة العربية:

- 1) إسماعيل علي سعد، قضايا علم السياسة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 2) أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- 3) بلقاسم سلاطينية، حسسان الجيلاني: منهجية العلوم الاجتماعية، دار المدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004.
- 4) حسين حسن مرسي، استخدام الوسائط المتعددة في البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008.
- 5) حسين حويم، تصميم المنظمة لهيكل التنظيمي وإجراءات العمال، دار الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2006.
- 6) رديم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008.
- 7) السمراي، نعمان عبد الرزاق، النظام السياسي الفي الإسلام، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الرياض، 2000.
- 8) سناء الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالم، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 9) صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012.
- 10) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
- 11) عبد الحميد بسيوني، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2005.
- 12) عبد الرحمان حمدي، المشاركة السياسية للمرأة خيرة الشمال الإفريقي، مركز الدراسات الشمال الإفريقي، مصر، 2001.
- 13) علي خليل شقرا، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1 دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
- 14) محسن جاوب جبر الكناني، الإعلام الفضائي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2012.
- 15) محمد منير حجاب، نظرية الاتصال، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.
- 16) محمد أحمد، علي عبد الرزاق الحلبي: مناهج البحث الاجتماعي، ط2، دار المعرفة الجامعية، 2007.
- 17) محمد بكر موفم، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 18) محمد بكر، التفسير والبحث العلمي، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 19) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2004.

قائمة المراجع

- (20) محمد عبد الحميد، نظرية الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة.
- (21) محمد نبق، البحث العلمي (الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية)، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1999.
- (22) مدحت أبو ناصر، قواعد ومراحل البحث العلمي . دليل ارشادي في كتابة البحوث وإعداد رسائل الماجستير الدكتوراه . ط1، القاهرة، 2004.
- (23) مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء دنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- (24) منال هلال مزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2014.
- (25) المنجد في اللغة والإعلام، دار المشرق، بيروت، ط31، 1991.
- (26) موريس أنجرس، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون: منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار القصبية، ط2، الجزائر، 2006.

2- المذكرات:

01. أماني العابد، أزمة المشاركة السياسية للشباب الجزائري، دراسة الانتخابات التشريعية، 2012، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلوم الدولية، 2016/2017.
2. زينة بوشارب، وفاء جباري، دور شبكة التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بجامعة أم البواقي)، 2014/2015.
3. عبد المالك بولشفار، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب العربي . الشباب المصري نموذجاً (2011/2014)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، شعبة العلوم السياسية، تخصص سياسيات عامة مقارنة، السنة الجامعية 2014/2015.

3- المجالات:

1. تيسير عبد الحميد أبو ساكور، دور الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية في تنمية الوعي السياسي ونشره لدى الشباب الجامعي، مجلة جامعة الخليل للبحوث، العدد1، جامعة القدس المفتوحة، الخليل، 2009.

4- المعاجم والقواميس:

1. علي بن هادية، حسن ألبيش، قاموس الجديد للطلاب، معجم عربي مدرسي، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط1، 1991.
2. مجدي وهبة، معجم مصطلحات الأدب، بيروت، 1994.

قائمة المراجع

3. محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
4. معن خليل العمر، معجم علم الاجتماع المعاصر، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

5/ باللغة الأجنبية:

1. Galsi yanoshevky, les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes : le cas de facebook après élections présidentielles en France

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح بورقلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

استمارة استبيان حول:

دور تطبيقات الوسائط المتعددة الجديدة في تفعيل المشاركة السياسية لشباب الجزائري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح بورقلة (3)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط المتعددة.

تحت إشراف الأستاذ:

ثابت مصطفى

من إعداد الطالبة:

خنوس خولة

ملاحظة:

إن المعلومات التي ستدلي بها سرية وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وعليه نرجو منكم التعاون معنا في الإجابة على التساؤلات المطروحة بكل شفافية وموضوعية.

السنة الجامعية: 2019/2018

قائمة الملاحق

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس: أنثى ذكر
2. السن: أقل من 25 من 25 إلى 30 سنة أكثر من 30
3. التخصص الجامعي: علوم سياسية علوم الإعلام والاتصال
4. مكان الإقامة: المنزل العائلي الإقامة الجامعية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في حياته اليومية:

5. هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟ دائما أحيانا نادرا
6. ما عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات
7. ما هي الفترة الزمنية التي تفضل فيها تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
الفترة الصباحية فترة الظهيرة الفترة المسائية الفترة الليلية
حسب الظروف
8. ما هي الوسيلة التي تتصفح من خلالها مواقع التواصل الاجتماعي؟
الهاتف الذكي اللوح الإلكتروني الكمبيوتر المحمول
9. ما هي الأماكن التي تتصفح فيها مواقع التواصل الاجتماعي؟
البيت الجامعة النوادي غير محددة
10. عندما تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي فهل؟: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)
تكتفي بالقراءة فقط تدرش مع الأصدقاء تبدي إعجابك بالمواضيع المقترحة
تضع مشاركتك الخاصة

المحور الثالث: دوافع استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي

11. ما الذي يدفعك إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟: (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

- الترفيه والتسلية التزود بخبرات ومعارف جديدة متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث
التعرف على أصدقاء جدد

قائمة الملاحق

12. ما هي الخدمات التي تفضلها أكثر من غيرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الدرشة مع الأصدقاء مشاركة الصور والفيديوهات
متابعة الأحداث وتعليق عليها نشر معلومات عبر الموقع أخرى تذكر

13. من بين المواقع التالية ما هو الموقع الأكثر استخداما من طرفك؟

الفييس بوك التويتر اليوتيوب المدونات الالكترونية الانسغرام

14. ما الذي يجذبك في هذا الموقع؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

طريقة التصميم سهولة الاستخدام خصوصية الموقع الانتشار الواسع
الخدمات التي يقدمها.

15. هل حققت مواقع التواصل الاجتماعي اشباعا سياسية معينة لديك؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فهل كانت:

زيادة رصيدك المعرفي المتعلق بالمواضيع السياسية

زيادة الوعي نحو القضايا السياسية المختلفة

المساهمة في معالجة وطرح القضايا السياسية

أخرى أذكرها.....

16. برأيك هل كان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تحريك الطالب الجامعي لقيادة الحراك

السياسي الذي تشهده الجزائر حاليا؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فما هو تقييمك لدور مواقع التواصل في هذا الحراك؟

.....

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي

17. هل تتابع المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

دائما أحيانا نادرا

قائمة الملاحق

18. ما هي أهم المواضيع السياسية التي تعلق عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

تعديل الدستور الانتخابات التغييرات الحكومية القرارات والقوانين

19. هل جعلتك مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل التكنولوجية الجديدة تهتم بنشاط سياسي معين؟

نعم لا
إذا كانت إجابتك بنعم فما هو هذا النشاط؟

الاشتراك في منظمات طلابية سياسية الانضمام إلى أحزاب سياسية معينة

الانضمام إلى التظاهرات والوقفات المطالبة بتغييرات السياسية
أخرى أذكرها.....

20. هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل التكنولوجية الجديدة في إيصال رسائلك السياسية؟

دائما أحيانا نادرا

21. هل قمت بدعوة لنشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم تمثل ذلك في:

المطالبة بالإصلاح السياسي

المطالبة بمكافحة الفساد

محاولة إيصال رسالة سياسية للنظام السياسي

22. هل تعتقد أن مشاركتك السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت فعالة؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم فيما تمثل ذلك: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

مبادرتك بإنشاء تجمعات سياسية طلابية

نجاحك في دعوة الطلبة للقيام باحتجاجات لتحقيق مطالب سياسية

نجاحك في تحقيق مطالب سياسية من خلال المطالبة بتجسيدها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المحور الخامس: فرض الشباب الجزائري مكانته سياسيا باستخدامه مواقع التواصل الاجتماعي

23. ما هي الأنشطة السياسية التي يمارسها الطالب الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

(يمكنك اختيار أكثر من جواب)

الدعوة إلى تغيير النظام السياسي الدعوة إلى مقاطعة الانتخابات

قائمة الملاحق

الدعوة إلى الاعتصامات والاحتجاجات أخرى تذكر

24. هل أسهمت الأنشطة السياسية الممارسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إثبات مكانة الطالب الجامعي في خارطة السياسة الجزائرية؟
نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم هل كان ذلك من خلال:
دعوة الطالب الجامعي لندوات سياسية تشاورية

إشراك الطالب الجامعي في عملية التحول الديمقراطي

25. هل لاقت الاقتراحات المقدمة من قبل الطلبة الجامعيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوسائل التكنولوجية الجديدة لحل الأزمة السياسية الجزائرية الحالية ترحيبا في أوساط الرأي العام؟
نعم لا

26. هل واكب الطالب الجامعي التغيرات السياسية الحاصلة في الوقت الراهن في الجزائر
باعتماده على الوسائل الجديدة للاتصال ومواقع التواصل الجماعي؟ نعم لا

27. هل يمكن أن يتحقق تحول ديمقراطي ناجح يقوده الطالب الجامعي عن طريق تكثيف النشاط السياسي الافتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
نعم لا

28. برأيك كيف يمكن للطالب الجامعي أن يثبت مكانته السياسية من خلال استخدامه للوسائل التكنولوجية الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي؟

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