

جامعة قصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال



مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اكايمي (LMD)

الميدان : علوم الاعلام والاتصال

تخصص : الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

من اعداد الطالبتين :

بورياه حميده

رواص عيشة

العنوان :

اتجاهات الطلبة الجامعيين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة

لجنة المناقشة المكونة من السادة :

رئيسا	د. زياني غوتي
مشرفا ومقررا	ا. فانة مسعود
عضوا مناقشا	ا. حمايمي محرز

الموسم الجامعي : 2022/2021

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

هُوَ الَّذِیْ أَنْزَلَ عَلَیْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ ءَایٰتٌ مُّحْكَمٰتٌ هُنَّ أُمُّ الْكِتَابِ
وَأُخْرٌ مُّتَشَبِهٰتٌ ۚ فَأَمَّا الَّذِیْنَ فِی قُلُوْبِهِمْ زَیْغٌ فِیَتَّبِعُوْنَ مَا تَشْبِهَ
مِنْهُ أَبْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَأَبْتِغَاءَ تَأْوِیْلِهِ ۗ وَمَا یَعْلَمُ تَأْوِیْلَهُ إِلَّا اللّٰهُ ۗ
وَالرَّسِخُوْنَ فِی الْعِلْمِ یَقُولُوْنَ ءَامَنَّا بِهِ ۗ كُلٌّ مِّنْ عِنْدِ رَبِّنَا ۗ
وَمَا یَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ

سورة ال عمران (7)

الإهداء

صدحت زغاريد النجاح
ورفرفت في الأفق افراح الدنيا بتخرجي
وتلألأت كل العيون سعيدة شوقا اليوم الهناء المبهج
وشفاه كل الناس تهمس فرحة مزدانة البسمات في يوم شج
عانقت كل احبتي كفراشة بين الزهور لكل حب ارتجي.
اهدي ثمرة جهدي الى والديا الكريمان اللذان رفقاء دربي في
الحياة الى ابي الغالي وسندي حفظه الله لي ،
الى امي الغالية والحببية التي سهرت الليالي لي أجلى،
وضاقت كل المتاعب حتى وصولي الى بلوغ نجاحي حفزها
الله لي وراعها، الى كل من اخوتي الأعزاء أسامة وموسى
وصغير مروان حفزهم الله لي وراعهم.
وزملائي واصدقائي في الإقامة الى استاذي فاضل قانة
مسعود الذي ساعدنا لإنجاز هذه مذكرة.
شكرا لكم

حميده

الإهداء

الى الذي أمضى عمره جهادا في سبيل
تعليمي ولم ييخل علي بجهده وعطفه وحبه
ونصحه ليراني دائما افضل

الى ابي العزيز التي تعزف سعادتي على
ارفع خيوط جراحها وتسكب عمرها لتشرب
من احلامي، وتحترق كشمعة لتتير

طريقي، وتمضي وهي عمرها تحت
طموحي لعبير الامل وتسيقها من ندى حبه،
وفيض حنانها الى امي الغالية

الى اخوتي وصديقاتي.

عائشة

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على
اشرف المرسلين وخاتم الأنبياء محمد صلى الله
عليه وسلم اما بعد

أولا أتقدم بخالص الشكر للأستاذ "قانة مسعود"
الذي منحني ثقته ولم يبخل علي بنصائحه
الهادفة وتوجيهاته القيمة

كما أتقدم بالشكر الجزيل الى استاذتي أعضاء
اللجنة المناقشة التي سألتزم بكل توجيهاتها
وانتقاداتها العلمية والموضوعية

أتقدم بالشكر الجزيل للأولياء الأعزاء الذين
يدعوننا بالتوفيق والسداد.

وكذلك الى كل من ساعدنا من قريب او بعيد
على انجاز هذا العمل.

ملخص

جاءت دراستنا هذه للكشف عن الدور الذي تؤديه الشبكات التواصل الاجتماعية في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، من خلال طرح التساؤل الآتي: إلى أي مدى تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر طلبة علوم الإعلام والاتصال؟ وقد تفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية: 1) ما مدى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع التشكيل الوعي السياسي لشباب من وجهة نظر أفراد العينة؟ 2) ما مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر أفراد العينة؟ 3) ما مدى تفاعل الشباب مع القضايا السياسية المطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة؟، وللإجابة عن هذه التساؤلات فقد طبقنا منهج الوصفي، من خلال استخدام استمارة الاستبيان تم تصميمها بعناية، انطلاقاً من المعارف الشخصية والاعتماد على ما توفر من دراسات سابقة هذه الأخير التي كان عددها (3) دراسات تم الاستفادة منها في عدد من عناصر الدراسة سواء من الجانب النظري أو من حيث صياغة الاستبيان، كما راعينا عند وضع أسئلة هذا الاستبيان وضوحها وانسجامها مع إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، حيث تضمن هذا الاستبيان في صورته النهائية (22) سؤالاً موزعاً على أربعة (4) محاور، ليتم توزيعها على عينة قدر عددها ب (50) مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة)، حيث تم اختيارهم بطريقة قصدية.

لنصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج هي: 1) تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع السياسية وهذا بالتنوع المنشورات السياسية، 2) هناك فاعلية كبيرة للمنشورات السياسية التي تعنى بالقضايا والمواضيع السياسية، 3) هناك تفاعل كبير من طرف فئة الشباب مع القضايا السياسية المطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال مشاركتهم وتفاعلهم مع المنشورات السياسية، من خلال النسب التي تعكس مختلف أشكال مساهمة وتفاعل أفراد العينة عبر شبكات فيما يخص القضايا السياسية.

كلمات المفتاحية:

الدور، شبكات التواصل الاجتماعي، تشكيل الوعي السياسي، طلبة الجامعيين، الشباب، طلبة علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة

○Résumé

Notre étude vise à révéler le rôle joué par les réseaux sociaux dans la diffusion de la conscience politique chez les étudiants universitaires, en posant la question suivante : Dans quelle mesure les réseaux sociaux contribuent-ils à façonner la conscience politique des jeunes du point de vue d'un champ des médias et sciences de la communication ?

Les sous-questions suivantes ont été posées : 1 Quel est l'intérêt des réseaux sociaux pour les sujets de formation de la conscience politique des jeunes du point de vue des membres de l'échantillon ? 2 Quelle est l'efficacité des réseaux à façonner la conscience politique des

jeunes du point de vue des membres de l'échantillon ? 3 Quelle est l'étendue de l'interaction des jeunes avec les questions politiques soulevées des réseaux sociaux du point de vue des membres de l'échantillon ? Pour répondre à ces questions, nous avons appliqué l'approche descriptive, grâce à l'utilisation d'un questionnaire soigneusement conçu, basé sur des connaissances personnelles et sur la base de ce qui était disponible dans les études précédentes, cette dernière, qui avait (3) études qui ont été utilisées dans un certain nombre d'éléments, soit du point de vue théorique soit en termes de la formulation du questionnaire, telle quelle a été prise en compte lors de l'élaboration de la question de ce questionnaire, son esprit et sa cohérence avec la problématique et le questionnaire dans sa formule finale comprenant 22 questions il est divisé en quatre axes 4 à un échantillon de 50 utilisateurs de réseaux sociaux (étudiants en sciences des médias et de la communication à l'Université de Ouargla). Elles ont été choisies de manière intentionnelle pour arriver à travers cette étude à un ensemble de résultats : 1 les réseaux sociaux s'intéressent aux questions politiques et c'est le type de publications politiques, 2 Il y a une grande efficacité pour les politiques qui traitent de questions politiques, questions et sujets, 3 Il y a une grande interaction de la part du groupe de jeunes avec les questions soulevées dans les réseaux sociaux, à travers leur participation et leur interaction avec les publications politiques. Résumé à travers les pourcentages qui reflètent les diverses formes de participation et d'interaction des membres de l'échantillon à travers des réseaux concernant des questions politiques.

Mots clés :

Le rôle des réseaux sociaux, La formation de la conscience politique, Jeunes universités, Étudiant en sciences des médias et de la communication, Université de Ouargla

فهرس المحتويات

اهداء

شكر وتقدير

VII	ملخص
IX	فهرس المحتويات
XI	فهرس الجداول
XII	فهرس الاشكال
أ	مقدمة:

الفصل الأول: الإطار المنهجي

15	المبحث الأول: موضوع الدراسة.
15	المطلب الأول: تحديد الإشكالية.
16	المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع.
16	المطلب الثالث: أهداف الدراسة.
16	المطلب الرابع: أهمية الدراسة.
17	المطلب الخامس: مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
20	المبحث الثاني: إجراءات المنهجية لدراسة.
20	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهج الدراسة.
21	المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.
22	المطلب الثالث: صدق وثبات أدوات جمع البيانات.
22	المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة.
23	المطلب الخامس: مجالات الدراسة.
23	المبحث الثالث: المدخل النظري.
23	المطلب الأول: البناء النظري.
25	المطلب الثاني: الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

31	المطلب الأول: تعريف الميدان الدراسة
31	المطلب الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية
31	المطلب الثالث: عرض والتحليل والتفسير النتائج
49	المطلب الرابع: استنتاجات الدراسة
49	نتائج دراسة في ضوء التساؤلات
51	خلاصة الفصل:
53	خاتمة
55	قائمة المصادر والمراجع:

فهرس الجداول

- الجدول رقم 1: جدول يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس..... 32
- الجدول رقم 2: يبين توزيع العينة افراد حسب متغير مكان سكن..... 32
- الجدول رقم 3: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الدراسي..... 33
- الجدول رقم 4: جدول يبين توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية..... 33
- الجدول رقم 5: يبين اهتمام افراد العينة بشبكات التواصل الاجتماعي..... 34
- الجدول رقم 6: يبين تنوع منشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي..... 35
- الجدول رقم 7: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في ترسيخ وتشكيل الوعي السياسي..... 36
- الجدول رقم 8: يبين ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تحقق الانتماءات السياسية للأفراد العينة... 36
- الجدول رقم 9: جدول يبين اطلاعات افراد العينة على المواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما جعلهم يهتمون بما يدور بساحة السياسية..... 37
- الجدول رقم 10: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب قدر شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد افراد العينة بالأخبار السياسية..... 38
- الجدول رقم 11: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى تحريض افراد العينة على بعض التغيرات في ساحة السياسية من طرف شبكات التواصل الاجتماعي..... 39
- الجدول رقم 12: يبين ما إذا كانت تعتبر منصة فيس بوك اقوى منصة للمنشورات السياسية..... 40
- الجدول رقم 13: يبين ما إذا كانت المنشورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي اكثر جراءة منها في وسائل التقليدية..... 41
- الجدول رقم 14: يبين مدى تحفيز شبكات التواصل الاجتماعي الافراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمشورات..... 42
- الجدول رقم 15: يوضح مدى اتاحة منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد لتعبير على مختلف آرائهم في مواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة..... 43
- الجدول رقم 16: يوضح مدى منح شبكات التواصل الاجتماعي القدرة على فهم الواقع السياسية وكما يطرأ على الساحة السياسية..... 44
- الجدول رقم 17: يبين مدى اكتفاء افراد العينة بوضع إشارة الاعجاب للبعض المنشورات السياسية..... 45
- الجدول رقم 18: يبين مدى تفاعل افراد العينة مع نشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي..... 45
- الجدول رقم 19: يبين مدى مشاركة افراد العينة مع بعض الأنشطة التي دعوهم اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي..... 46
- الجدول رقم 20: مشاركة افراد العينة في ابداء آرائهم حول مضامين المنشورات السياسية التي تظهرها حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي..... 47
- الجدول رقم 21: يبين مدى نشر افراد العينة للمواضيع السياسية عبر حساباتهم في شبكات التواصل الاجتماعي..... 48
- الجدول رقم 22: مشاركة افراد العينة بتعليقات حول المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي..... 48

فهرس الاشكال

- الشكل رقم 1 : يمثل دائرة نسبية للجنس..... 32
- الشكل رقم 2 : يمثل دائرة نسبية للمكان سكن..... 32
- الشكل رقم 3 : يمثل دائرة نسبية للمستوى الدراسي..... 33
- الشكل رقم 4 : يمثل دائرة نسبية للفئة العمرية..... 33
- الشكل رقم 5 : يمثل ما إذا كانت المواضيع السياسية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي تلفت انتباه افراد العينة..... 34
- الشكل رقم 6 : يبين مدى تنوع المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي..... 35
- الشكل رقم 1 : يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في ترسيخ وتشكيل الوعي السياسي. 36
- الشكل رقم 8 : يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تحقق انتماءات السياسية **Erreur !**
- Signet non défini.**
- الشكل رقم 9 : يوضح اطلاعات افراد العينة على المواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي مما جعلهم يهتمون بما يدور في ساحة السياسية..... 37
- الشكل رقم 10 : يوضح قدرت شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد الافراد العينة بالأخبار السياسية. 38
- الشكل رقم 11 : يوضح المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تحرض على بعض التغييرات في ساحة سياسية..... 39
- الشكل رقم 12 : يبين إذا ما كانت تعتبر منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية..... 40
- الشكل رقم 13 : يمثل منشورات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جراءة منها في وسائل التقليدية..... 41
- الشكل رقم 14 : يوضح تحفيز شبكات الاجتماعي الافراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات..... 42
- الشكل رقم 15 : يمثل ا تاحة منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد للتعبير على مختلف آرائهم في المواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة..... 43
- الشكل رقم 16 : يمثل قدرة شبكات التواصل منح افراد العينة القدرة على فهم كل ما يطرأ على الساحة السياسية..... 44
- الشكل رقم 17 : يمثل وضع إشارة الاعجاب لبعض المنشورات..... 45
- الشكل رقم 18 : يمثل تفاعل افراد العينة مع النشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي..... 45
- الشكل رقم 19 : يمثل مشاركة افراد العينة في بعض الأنشطة التي دعوهم اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي..... 46
- الشكل رقم 20 : يمثل مدى مشاركة افراد العينة في ابدارائهم حول مضامين المنشورات السياسية التي يظهرها حسابي على شبكات التواصل الاجتماعي..... 47
- الشكل رقم 21 : يمثل المواضيع السياسية التي ينشرها افراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي..... 48
- الشكل رقم 22 : يمثل مشاركة افراد العينة بتعليقات حول المنشورات السياسية في الشبكات التواصل الاجتماعي..... 48

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم نهضة شاملة في التكنولوجيا والاعلام والتي عرفت المرونة وسهولة تواصل بين مختلف الفئات والمؤسسات وبرز ذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي سمحت بتبادل المعلومات والبيانات بين مختلف الافراد، وقد تطورت وازدادت هذه شبكات مع تطور التقنية الويب، حيث انا العالم المعاصر يعيش مرحلة تحول كبير اختزل من خلالها عامل الزمن والمكان، وأصبحت شبكات التواصل الاجتماعية هي المكمل للوسائل الاعلام التقليدية، حيث تعد شبكات التواصل الاجتماعي الظاهرة إعلامية الأبرز في عالمنا، كونها تؤثر على الوعي فئات المجتمع وخاصة شباب باعتبارها الأكثر تأثرا بما ينشروا عبر هذه الوسائط لما تمتاز به من ميزات وهذا ما جعل العالم قرية كونية واحدة تنتقل فيها المعلومات في جميع انحاء العالم، ولا شك ان لهذه التغييرات لها تأثيرا مباشرا في مختلف المجالات على الافراد.

والجزائر كأحد مجتمعات العربية المعاصر لم تكن بعيدة على هذه الثورة الاعلامية ، فهي تشهد من فترة طويلة اقبالا كبيرا في مجال التحول الى مجتمع المعلومات يقوم على الاستفادة من المزايا والعروض بشكل خاص وتقنية الحديثة بشكل عام في جميع الميادين ، كما اثر هذا تطور بشكل كبير على كافة أنماط الاتصال حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من احدث منتجات التكنولوجيا الاتصالات، ورغم ان هذه شبكات أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الافراد لكن استخدامها امتد ليشمل النشاط السياسي من خلال تبادل المعلومات خاصة الأحداث في مختلف مجالات الحياة، وأول ما يتبادر الى اذهاننا هذه الأيام عن الحديث عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الا وهو تأثيراتها السياسية الدور الذي قامت به في تحريك ثورات الربيع العربي ، وحدثت طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الافراد والجماعات اذ كان لها تأثيرا في مجال الإنساني والسياسي احد اهم عوامل تغير الاجتماعي محليا وعالميا، ففي البداية استخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي لدرشة وتعبير عن عاطفتهم ولكن اصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر من اجل تحسين إيقاع الحياة السياسية لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية ومدى تأثيرها على وعيهم السياسي، ولدراسة موضوعنا قمنا بإجراء لدراسة: مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب ، ولدراسة هذا الموضوع تم تقسمها الى فصلين رئيسيين:

الفصل الأول: الاطار المنهجي: والذي نتطرق فسيه الى الإشكالية الدراسة وتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية وكذا الفرضيات المقترحة لها معرجينا على أسباب اختيار الموضوع الذاتية والموضوعية ثم الأهداف خاصة بدراسة واهميتها العلمية والاجرائية ، كما نتطرقوا الى شرح المفاهيم الخاصة بالموضوع ثم ننقلو الى الجوانب المساعدة في الدراسة الميدانية من المنهج الدراسة وأدوات جمع البيانات الملائمة ومجتمع وعينة الدراسة المناسبة مستعينا في ذلك كله على دراسات السابقة والمثابها ، التي تساعدنا على صياغة المنهجية والدراسة الميدانية ومقارنتها مع موضوعنا ، كما نشيروا الى خلفية النظرية المناسبة لهذه الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار الميداني للدراسة: والذي نتطرق فيه الى تعريف بالميدان وإجراءات الدراسة الميدانية (تحديد الأداة المناسبة) وعرض والتحليل والتفسير الخاص بالنتائج المتحصل عليها من الأداة، ثم الخروج ببعض الاستنتاجات التي تساهم في الأخير في الإجابة عن التساؤلات الدراسة في خاتمة الموضوع.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

- المبحث الأول: موضوع الدراسة
- المطلب الأول: تحديد الإشكالية
- المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع
- المطلب الثالث: أهداف الدراسة
- المطلب الرابع: أهمية الدراسة
- المطلب الخامس: تحديد المفاهيم والمصطلحات
- المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة
- المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهج البحث
- المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات
- المطلب الثالث: إجراءات الصدق والثبات
- المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة
- المطلب الخامس: مجالات الدراسة
- المبحث الثالث: المدخل النظري للدراسة
- المطلب الأول: البناء النظري
- المطلب الثاني: الدراسات السابقة

المبحث الأول: موضوع الدراسة.

المطلب الأول: تحديد الإشكالية.

ان ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال قد فتح افاقا جديدة ،واحدث تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية ، الثقافية الفكرية والاجتماعية الامر الذي اثر بشكل كبير على كافة الأنماط الاتصال الإنساني مما فتح بابا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية التي أشار اليها مارشال ماكلوهان وتعتبر الانترنت من بين اكثر مظاهر التكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا والتي نجحت في احداث ثورة في الاتصال بين البشر من خلال ما اتاحته من تطبيقات مختلفة مدونات صحافة الإلكترونية الى جانب فضاءات ديمقراطية تفاعلية للنقاش وتبادل الآراء وإتاحة الفرصة لإقامة العلاقات المباشرة بين الافراد بصورة انية تفاعلية هذا الامر الذي يظهر بشكل واضح وجلي في شبكات التواصل الاجتماعي التي عززت من قيمة التفاعل التي جاءت به الانترنت ، حيث ظهرت في البداية عبر الموقع classmates.com لتوالي بعده العديد من المواقع المختلفة . لكن الطفرة النوعية ، وكبيرة ، في عالم شبكات التواصل الاجتماعي ، لم تقتصر شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة والشباب بل باتت من اقوى الوسائل تستخدمها القوى السياسية المستنيرة لتحرير الشعوب من الاستبداد والظلم السياسي ، اذا ضعف بيروقراطية الدولة لصالح القوى السياسية و هيئات المجتمع المدني من خلال قضائها على احتكار المعلومات وتوفير وسائل اتصال ونضال جديدة لا يمكن التحكم فيها متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي، الذي مكن المجتمعات السياسية المعاصرة من بث المعلومات المهمة عن الاحداث التي تقع في أي مكان من العالم في مكان واحد خلال دقائق وبذلك أصبحت أجزاء واسعة من العالم بمثابة منطلق واحد تحركه الاحداث ذاتها وتجمعه مع غيره نفس الميول واهتمامات ونظرا لأهمية شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة على وجه الخصوص في الحياة والمنظومة الاجتماعية الى جانب دوره الكبير في تحريك ونشر الوعي السياسي جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي : الى أي مدى تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لشباب من وجهة نظر طلبة علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة ؟.

ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

1. كيف تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع التشكيل الوعي السياسي لدى شباب من وجهة نظر افراد عينة.
2. ما الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي سياسي لدى الشباب من وجهة نظر افراد عينة.
3. هل يتفاعل الشباب مع قضايا السياسية مطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر افراد عينة.

فرضيات:

- يزيد اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع المتعلقة بالسياسة، حسب المناسبات السياسية.
- فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي قد يؤدي الى تحريك الراي العام
- هناك تفاعل كبير لشباب مع قضايا السياسي.

المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع.

نتلخص اهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع فيما يأتي:

أ- الأسباب الذاتية:

- 1- الميل والاهتمام الشخصي لدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي .
- 2- الرغبة في التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي .
- 3- الاهتمام بالتعرف على دوافع التعرض للشبكات الاجتماعية.

ب- الأسباب الموضوعية:

- 1- ارتباط الموضوع بمجال تخصصنا في علوم الاعلام والاتصال
- 2- المكانة التي أصبحت تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي في الأونة الأخيرة
- 3- المساهمة في انجاز مذكرة ودراسة تبقى موضوع للإفادة الطلبة مستقبلا.

المطلب الثالث: اهداف الدراسة.

- التعرف على مدى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.
- التعرف على مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لشباب.
- التعرف على مدى تفاعل الشباب مع مواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة.

تستمد الدراسة أهميتها من حيث انها تساهم الى حد كبير في إعطاء دافع للدراسات والتجارب الجديدة وفتح المجال للباحثين والدارسين بإنجاز المزيد من الأبحاث والدارسات التي توضح دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي، وهو ما قد يساعد على تفعيل دور هذه المواقع والاعتماد عليها في حل مختلف الظواهر والمشكلات بالإضافة الى انتشار الموضوع، حيث تتناول هذه الدراسة وسائل الاتصال الحديثة والمعاصرة واستطاعت شبكات التواصل الاجتماعي خلق الوعي سياسي على ضوء المتغيرات المتسارعة التي شهدها العالم ومدى تأثيرها على الراي العام لدى فئات المجتمع وخاص الطلبة باعتبارهم من فئات الأكثر استهدفا من طرف السياسيين والمؤثرين في البيئة السياسية.

المطلب الخامس: مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

تعتبر مرحلة تحديد المفاهيم والمصطلحات احدى الخطوات الهامة في البحوث والدراسات العلمية، وذلك كي يتسنى للقارئ هذه الدراسة تحقيق التوافق بين ما ترمي اليه بعض المفاهيم ومعانيها المستخدمة

كالآتي:

1 الاتجاه: يقصد به استعداد مكتسب، ويتكون لدى الافراد نتيجة لتأثير بعض العوامل في حياته بحيث تكون استجابته ايجابية او سلبية نحو الأشخاص او الأفكار او المهنة التي تؤثر عليه.¹

2-الطالب: لغة: في لسان العرب لابن منظور: جمع طلبة طلاب ويطلق على من يسعى في التحصيل على شيء.

اصطلاحا: الطالب هو ذلك الانسان المستعد للدراسة يعمل على اعداد نفسه لمهنة ملائمة اذ يمثل العملية التعليمية، ويستلزم اعداد وتوفير له البرامج الاكاديمية المناسبة له ليتخصص في مجال معين من مجالات المعرفة ويكون ناجحا في عمله المستقبلي.

الجامعة:

لغة: جاءت كلمة جامعة في اللغة من فعل " جمع يجمع جمعا " تقول: جمع المتفرق أي ضم بعضه لبعض، وجمع الله القلوب أي الفها، وجمع القوم لأعدائهم أي حشدوا لقتالهم. وفي التنزيل العزيز:(ان الناس قد جمعوا لكم فاخشوهم)(سورة ال عمران، الآية 173).

اصطلاحا: تعرف الجامعة في الاصطلاح على انها: مؤسسة تعليمية يلتحق بها الطلاب بعد اكمال دراستهم بالمدرسة الثانوية، وهي اعلى مؤسسة معروفة في التعليم العالي.²

التعريف الاجرائي للطالب الجامعي:

الطالب الجامعي هو الفرد الذي يتلقى دروس ومحاضرات لتنمية مكتسباته وزيادة معارفه وإنجاز بحوثه العلمية من اجل الحصول على شهادة جامعية، ونقصد به في دراستنا الطالب الذي ينتمي الى كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية تخصص علوم الاعلام والاتصال.

¹أرقت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، 2013، ص12.

² مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعي، 2017، ص12 13.

3-الدور:

لغة: هو وظيفة او مكانة الانسان او الفرد في موقف ما، أي انه الجانب الحركي للمركز، او هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها او يفرضها.

اصطلاحا: هو مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل الاجتماعي.

اجرائيا: هو نموذج يتركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة او موقف اجتماعي معين.¹

4- الشبكات لغة:

من مصدر فعل يشبك شبكا ويشبك الشيء أي ادخل بعضه في بعض، وتشبكت الأمور اختلطت والشبكة هي خيوط متداخلة في بعضها البعض ينصبها الصياد في البحر او للطيور.²

5-التواصل:

لغة: في القواميس العربية، كلمة مشتقة من مصدر وصلة الذي يعني أساس الصلة

اما قاموس أكسفورد فيعرف التواصل بانه نقل وتوصيل او تبادل الأفكار والمعلومات.

اصطلاحا: يرى عالم الاجتماع تشارلز كولي بأن التواصل يعني تلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد

العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور.³

ويعرف التواصل: ان كلمة الاتصال بمعنى العام الشائع يذيع عن طريق المشاركة، فنحن عندما نتصل نعمل على إقامة مشاركة مع طرف اخر في المعلومات والأفكار والاتجاهات.⁴

وكذلك يعرف التواصل: بالمفهوم العام للعلم هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر

أيضا، هو انساني حيوي وان الحاجة اليه في ازدياد مستمر.⁵

6-الاجتماعي:ويقصد به كامل افراد او احداث او مشاهدات موضوع البحث او الدراسة.⁶

¹ زينة بوشراب و اخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2015، ص5.

² باساسي ليلي و اخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية 2021، ص 7.

³ د. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه – نظرياته – وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 15.

⁴ حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، طبعة رابعة، القاهرة، 2007، ص 3.

⁵ د. منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، دون ط، دون نشر، دون بلد، 2002، ص 18.

⁶ د. محمد عبيدات و اخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دون ط، دار وائل للنشر، عمان، 1999، ص 30.

6 تعريف شبكة التواصل الاجتماعي:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على الشبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام او شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة ، شركة...) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشرة مثل ارسال رسالة او الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتبحونها للعرض.

اجرائيا:

شبكات التواصل الاجتماعي هي احدى وسائل الاتصال الجديدة ، من خلال شبكة الانترنت تسمح للمستخدم او المستخدم من التواصل مع الاخرين، فهي تقدم خدمات متنوعة في العديد من المجالات.

7-الوعي:

لغة: هو الفهم وسلامة الادراك من وعي، حفظ القلب الشيء والحديث يعيه وعيا وأوعاه حفظه وفهمه وقلبه. فهو واع وفلان اوعى من فلان أي احفظ وافهم

اصطلاحا: يعرفه طلعت منصور بانه إدراك للحقائق المتعلقة بالظاهرة او مشكلة ما وما فيها من علاقات تكشف عن طبيعة الظاهرة او المشكلة ومن ثم تمكننا من حسن فهمها وتدبير انسب الأساليب للمساهمة او الحل.

اجرائيا:

الوعي هو إدراك وفهم الفرد لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا، فهو نتاج إدراك الفرد وتصوراتهم للعالم المحيط بهم.

8-تعريف السياسة:

لغة: التدبير، وسائس الدواب: من يقوم على امرها، وسائس الامر سياسة، قام به ويقال رجل ساس من قوم ساسة، وسوسه القوم: جعلوه يسوسهم.

وقد ورد في الحديث (كان بنو إسرائيل يسوسهم انبياءهم) أي يتولون امورهم، كما يفعل الامراء والولاة بالرعية.

اصطلاحا: كلمة سياسة ترتبط بتجمع الافراد وانتظامهم في جماعة تتبادل المصالح والمنافع، وتحاول تحسين أوضاعها واحوالها معيشتها، وان أدى ذلك الى صراع او شقاق بين افرادها.¹

¹ زينة بوشوارب واخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، نفس المرجع سابق، ص 9.

اجرائيا:

السياسة هي دراسة الدولة ومؤسساتها وأجهزتها، والمهام التي تقوم بها هذه المؤسسات والأجهزة والغايات التي أنشئت من أجلها، فهي تنظيم لأمر الدولة.

9-الوعي السياسي:

هو الحالة التي تمثل فيها الفرد او افراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها ومن هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في ان واحد.¹

اجرائيا:

الوعي السياسي هو اكتساب الافراد للمعارف والمهارات والقدرات، وكذا إدراك المشكلات السياسية المحيطة بهؤلاء الافراد والاحساس بها ومن ثم محاولة البحث عن حلول لها.

10-الشباب:

يقصد بالشباب عادة الافراد الذين هم في مرحلة المراهقة، أي الافراد ما بين مرحلة البلوغ الجنسي والنضج، والذين تتراوح أعمارهم بين 8 سنوات و24 سنة، أي الذين اتموا الدراسة، وتتميز هذه المرحلة بانها مرحلة انتقالية الى الشعور بالرجولة بالنسبة للذكور والأمومة بالنسبة للإناث، غير ان الفترة التي تنتهي فيها مرحلة الشباب غير محددة وقد يمددها البعض الى سن الثلاثين.²

اجرائيا:

وجميع الافراد الذين ساروا في نموهم سيرا عاديا، وتتراوح أعمارهم بين 19 سنة و35 سنة.

المبحث الثاني: إجراءات المنهجية لدراسة

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهج الدراسة.

أ/ نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة، وتصوير النتائج التي يتم التوصل اليها على اشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

¹ رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل في تشكيل الوعي السياسي، نفس المرجع السابق، ص 12
² العربي زغابيش، دور القيم الترفيحية في توجيه سلوك الشباب، مذكرة لنيل شهادة مستشار، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، مدني سواحي تقصراين بنر مراد رايس ، 2014 ، ص 7

ب/ منهج البحث:

المنهج هو الطريقة او الأسلوب الذي يعتمد عليه الباحث للوصول الى نتائجه.¹
وكذلك يعرف هويتي ان المنهج يرتبط بالعمليات العقلية نفسها، اللازمة لحل مشكلة من المشاكل.²
ويعرف كذلك المعجم الفلسفي تعريفاً للمنهج بانه وسيلة محددة توصل الى غاية معين.³

المنهج الوصفي:

يستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، اشكالها، وعلاقتها،
العوامل المؤثرة في ذلك.⁴

ويعرف كذلك بانه طريقة يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع
الاجتماعي.⁵

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات.

تعد عملية جمع البيانات العامل الأساسي للإثراء البحث بمختلف المعلومات والحقائق التي يغفل عنها
الباحث، وأكثر من هذا، قد تحدد الجمال الذي يجري فيه البحث، فأدوات جمع البيانات لا تخرج عن هذه
القاعدة في البحوث الاجتماعية، للارتباطها الوثيق بخصائص الظواهر الاجتماعية.⁶
وتعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان.

ويعرف الاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل الى عدد كبير من
افراد المجتمع الذي يكونون العينة الخاصة بالبحث.⁷

وكذلك يعرف بانه مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحثن بطريقة البريد او تسليم باليد.⁸

وكذلك يعرف الاستبيان عبارة عن صحيفة او كشف يتضمن عددا من الأسئلة تتصل باستطلاع الراي او
بخصائص اية ظاهرة.⁹

1 د. محمد جاسم العبيدي وآخرون، طرق البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار دبيونو، عمان، 2010، ص 16.

2 د. امين محمد سلام المناسبة، قواعد البحث العلمي ومناهجه، دون ط، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1995، ص 44.

3 د. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، طبعة الأولى، دار المنبر، دمشق، 2002، ص 1.

4 د. يحي مصطفى عليان، وآخرون، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، طبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 43.

5 د. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، طبعة الأولى، دار اليازوري العلمية، عمان، ص 105.

6 دهبه سيدهم، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة منثوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2005، ص 25.

7 د. مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، طبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 165.

8 د. محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والاعداد المحاضرات، طبعة الثانية، مكتب العربي، 2000، ص 38.

9 د عبد المجيد البلداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي التخطيط للبحث وجمع تحليل البيانات يدويا، طبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2007، ص 50.

المطلب الثالث: صدق وثبات أدوات جمع البيانات

اعددنا الاستمارة الخاصة بهذا الموضوع المكونة من مجموعة من الأسئلة، من اجل فحص صدق الأداة استخدمنا نوعين من الصدق وهما:

أ/ **صدق المحكمين:** تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين بلغ عددهم ثلاثة محكمين من ذوي الاختصاص في قسم الاعلام والاتصال بالكلية، المبيينين في الجدول كما في الملحق رقم واحد.

وانطلاقا من ملاحظاتهم وتوجيهاتهم تم إعادة ضبط بعض الأسئلة واجراء التعديلات المناسبة للوصول للاستمارة النهائية.

ب/ **الصدق الظاهري:** بتوزيع الاستبيان على المبحوثين الذين اجابوا عليها حيث كانت الأسئلة والفقرات واضحة بالنسبة لهم.

المطلب الرابع: مجتمع البحث وعينة الدراسة.

مجتمع البحث:

Population Study هو جميع الافراد او الأشخاص او الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث ، اذا هي كل الافراد او الاحداث او المشاهدات موضوع البحث او الدراسة.¹

عينة الدراسة:

العينة هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتغني الباحث من مشتقات دراسة المجتمع الأصلي.²

العينة القصدية:

هي العينات التي يتم انتقاء افرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الافراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، فمثلا إذا أراد باحث دراسة القراء حول صحيفة معينة فعليه في هذه الحالة اختيار عينة من قبل الافراد الذين لديهم بعض الاطلاع على ما ينشر على تلك الصحيفة.³

¹ د. نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دون ط، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر، حي فيلاي عمارة، 2017، ص226.

² سارة بسباس، استخدامات الطلبة الجامعيين للكتاب الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال -اتصال-، جامعة البويرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018، ص13.

³ د. محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، نفس المرجع السابق ص 30.

وكذلك تعرف العينة القصدية: هي التي يعتمد الباحث فيها ان تتكون من وحدات معينة اعتقادا منه انها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل، فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا احصائيا تمثيله للمجتمع وهذه تعطى نتائج أقرب ما تكون الى النتائج التي يمكن ان يصل اليها الباحث بمسح المجتمع كله.¹

المطلب الخامس: مجالات الدراسة.

المجال الموضوعي:

تمثل متغيرات الدراسة في المتغير التابع الذي هو الوعي السياسي والمتغير المستقل المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي.

المجال البشري:

يتمثل في طلبة جامعة ورقلة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بجامعة ورقلة من كلا الجنسين، وفئات عمرية متباينة وتخصصات مختلفة.

المجال الزمني:

زمن اجراء الدراسة هو الموسم ال جامعي 2021/2022 بداية من جانفي الى غاية جوان 2021.

المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني في البيئة التي يقوم الباحث بتحديدھا، والمجتمع المراد دراسته وعلى هذا الأساس اخترنا جامعة قاصدي مرياح ورقلة.

المبحث الثالث: المدخل النظري

المطلب الأول: البناء النظري

نظرية البنائية الوظيفية:

بناء: هي الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع، والواقع ان السلوك الاسرى، والنشاط الاقتصادي، والنشاط السياسي، والعقيدة، والسحر، وغيرها من اشكال الأنشطة المجتمعية، تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة السلوكية.

¹ د. فطمة عوض صابر، واخرون، اسس ومبادئ البحث العلمي، طبعة الأولى، مكتبة الاشعاع الفنية، بحري، 2002، ص 87

وظيفة: هي مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.¹

النظرية البنائية الوظيفية: تقوم هذه النظرية من منطلق انه في أي مجتمع هناك عوامل او قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام اعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، وفي هذا الصدد يقول هيبيرت(ان النظم الإعلامية تقدم وظائف هي الاعلام والتحليل والتفسير والتعليم والتنشئة الاجتماعية والسياسية والافناع والعلاقات العامة والترويج والاعلان والترفيه والفنون، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الاعلام ان كان قابلا للنقاش الا انه من المتفق عليه ان وسائل الاعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع، واي مجتمع صناعي اخر في العالم).²

الخلفية النظرية البنائية الوظيفية:

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية التي ترى ان المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينهم ، التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام، وان هذه الأنشطة تعتبر ضرورية لاستقرار المجتمع. وان هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي تحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته.

فمنذ ان نشر هارولد لا زويل مقالته حول وظائف الاتصال في المجتمع عام 1948، أضاف اليها تشارلز رايت وظيفة الترفيه كوظيفة رابعة الى جانب كل من الاعلام، تحديد الهوية الشخصية، التماسك والتفاعل الاجتماعي، أصبحت هذه الوظائف أساسا لصياغة الأفكار والمداخل الخاصة بتحديد وظائف الاعلام بالنسبة للفرد والمجتمع بعد تطويرها او تكيفها في علاقتها بالوسيلة او المحتوى او المتلقيين ولكنها جميعا تجيب عن الأسئلة الخاصة بالأدوار التي تقوم بها وسائل الاعلام لتحقيق التوازن والاستقرار.³

-الانتقادات النظرية الوظيفية:

فشل الباحثين في تحديد أي أنواع المساندة الاجتماعية يكون مفيدا للأفراد الذين يمرون بأحداث ضاغطة، مثلا على ذلك إذا فقد شخص وظيفته، فهل هو بحاجة الى قرض مالي، ام انه يحتاج الى صديق يخفف عنه الحدث ضاغط.

لم يصل علماء هذه النظرية الى تحديد أنواع ومصادر المساندة، وملاءمتها للموافق الضاغطة التي يمر بيها الفرد في حياته اليومية، أيضا تقديمها في الأوقات التي يحتاج اليها المتلقي حتى لا تمثل عبئا عليه، او تسبب له الكثير من المشكلات النفسية.

1. حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص124.

2. بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 99.

3. زينة بوشراب وآخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، نفس المرجع السابق، ص 24

لم يدرج العماء هذه النظرية مفهوم " المدلول الشخصي " الذي يقوم على تفسير الفرد الأفعال والاستجابات المساندة الاجتماعية لمعرفة قدرة الفرد على توافق مع الاحداث الضاغطة، وأساليب مواجهة هذه الاحداث لتخفيف الاثار النفسية سلبية له.¹

المطلب الثاني: الدراسات السابقة

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة حجر أساس البحث العلمي الذي لا ينطلقن العدم، وانما هو تكملة لبحوث سابقة، وعليه فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الدراسات السابقة التي تخدم موضوعنا فيعدد من النقاط والإجراءات المنهجية حيث تصنيفها من الاقدم الى الاحداث وهي كما يلي:

الدراسة الأولى: زينة بوشوارب، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة ام البواقي، ال سنة2014/2015/

ولقد انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي ما هو دور موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" كنموذج من نماذج شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين؟ من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:

1. ماهي عادات وانماط استخدام موقع فيس بوك من قبل طلبة جامعة ام البواقي؟
2. ماهي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام طلبة جامعة ام البواقي لموقع فيس بوك؟
3. هل يشارك طلبة جامعة ام البواقي في نشر الوعي السياسي عبر موقع فيس بوك؟
4. ماهي رؤى طلبة جامعة ام البواقي حول دور موقع فيس بوك فيما يخص المواضيع والقضايا السياسية؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج المسحي الذي يعرف بانه استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها او بينها وبين ظواهر أخرى، كما استعانا بأدوات الدراسة الملاحظة والاستبيان.

واعتمد الباحث على العينة القصدية وعليه فقد قدر حجم عينة دراستها ب 100 مفردة من طلبة جامعة ام البواقي، والذي يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، ليحصل الباحث في الأخير على نتائج أهمها:

1. أوضحت النتائج ان اغلب الطلبة الجامعيين عينة الدراسة يستخدمون فيس بوك بصفة دائمة.
2. كشفت الدراسة ان الأغلبية الساحقة من الطلبة الجامعيين يستخدمون فيس بوك في منازلهم، حيث تتراوح

¹العنقود بنت سليمان الصفيران، الفاسبوك والتوتير وتأثيرها على المساندة الاجتماعية للشباب، مجلة العربية لأداب والدراسات الإنسانية، دون طبعة، العدد 1، دون بلد، 2007، ص 104.

3. مدة استخدامهم له من ساعة 3 ساعات.
4. اسفرت النتائج ان افراد العينة يستخدمون فيس بوك مند أكثر من 3 سنوات، وذلك خلال فترات متنوعة
5. بمعنى لا يوجد وقت محدد لتصفحهم هذا الموقع.
6. يتواصل المبحوثون مع الأصدقاء كأكثر الأشخاص الذين يتفاعلون معهم عبر مواقع فيس بوك يليه
7. الزملاء، الاسرة واشخاص اخرين بنسب متفاوتة.
8. يفضل افراد العينة الدردشة مع اصدقائهم عبر فيس بوك كأفضل الأنشطة التي يقومون بها اثناء تصفحهم
9. لهذا الموقع.
10. دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، كان منقسما بنفس الدرجة بين
11. التسلية والترفيه من جهة، والتزود بخبرات جديدة من جهة أخرى كأولى الأسباب لاستخدام هذا الموقع.
12. كشفت الدراسة ان المبحثين يميلون الى الدردشة مع اصدقائهم كأكثر الخدمات التي يفضلونها على موقع فيس بوك.
13. أوضحت النتائج انه حوالي ربع افراد العينة يتابعون المواضيع السياسية بصفة دائمة وغالبية.
14. أكثر من نصف المبحثين حقق لهم فيس بوك اشباعات مختلفة، سواء كانت التعبير بحرية، التفاعل او حتى التثقيف والحصول على المعلومات.
15. بينت نتائج الدراسة ان نصف المبحثين حقق لهم موقع فيس بوك اشباعات سياسية متنوعة، كان أبرزها
16. زيادة رصيدهم المعرفي المتعلق بالسياسة.

تعقيب على الدراسة:

تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل والمتمثل في دور شبكات التواصل الاجتماعي الى جانب تشابهها مع الدراسة الحالية في تناولها في الجوانب السياسية لمواقع الاجتماعية كما تشترك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في مناخ الحرية الذي توفره المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت.

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في عينة الدراسة الحالية متمثلة في طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة كانت هذه الدراسة تشمل عدد طلبة علوم الاعلام والاتصال.¹

¹ زينة بوشوارب واخرون ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، نفس المرجع السابق .

الدراسة الثانية: رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، في إطار نيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، السنة 201 .

ولقد انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي: هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية كل من الموصل والانبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لاسيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:

- 1- ما طبيعة استخدام طلبة جامعة الموصل والانبار وتكريت لمواقع التواصل الاجتماعي، وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكر السياسي لديهم؟
- 2- كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي من بين وسائل الاعلام الأخرى؟
- 3- هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي لطلاب جامعات
- 4- الموصل والانبار وتكريت؟

وللإجابة على هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعات الموصل والانبار وتكريت.

كما استعانا بأداة الاستبيان واعتمد الباحث على العينة العشوائية والمقصود بها انها كانت عشوائية باختيار افراد العينة في كل من جامعات الموصل والانبار وتكريت.

فقد تم توزيع 430 مفردة على عينة الدراسة وقد تمكن الباحث من استرداد 400 مفردة من عينة الدراسة والتي تمثل ما نسبته 93% من مجموعة العينة التي تم توزيعها، واقتصرت هذه الدراسة على عينة عشوائية من جميع المراحل العمرية ومن تخصصات علمية وادبية وكليات مختلفة، وهؤلاء الطلبة هم جزء من الجمهور الداخلي لجامعات كل من الموصل والانبار وتكريت، ليحصل الباحث في الأخير على نتائج أهمها:

1. ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية).
3. تسهم مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك ويوتيوب والتويتر في طرح اسرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

4. اظهرت نتائج الدراسة لاستخدام ثلاثة مواقع للتواصل الاجتماعي وهي فيس بوك بنسبة (75,5%) وتويتر بنسبة (11,75%) ويوتيوب بنسبة (12,75%).

تعقيب على الدراسة:

اشتركت دراسة رافت عبد رزاق مع دراستنا الحالية في المتغير المستقل والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، واختلفت دراستنا في مجتمع البحث فمجتمع البحث للباحث رافت مهند عبد رزاق هو عينة طلبة الجامعات العراقية لكل من الموصل والانبار وتكريت، ومجتمع بحثنا مجموعة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وكذلك يكمن الاختلاف في ان دراستنا استخدمت العينة القصدية بينما هذه الدراسة استخدمت العينة العشوائية.

وقد استفدنا منها في طريقة صياغة التساؤلات الفرعية¹.

الدراسة الثالثة: عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، في إطار نيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الوسط، لسنة 2011 / 2012

ولقد انطلق الباحث من التساؤل الرئيسي: ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغييرات السياسية الكبيرة التي تحدثت في تونس ومصر؟ من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية:

- 1- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات كشكل من اشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟
- 2- ما دور شبكات ا لتواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الاعلام الرسمي ككل من اشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟
- 3- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على وسائل الاعلام التقليدي كمصدر من مصادر المعلومات حول التغيير السياسي في تونس ومصر؟
- 4- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الراي العام المحلي والإقليمي والدولي ككل من اشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.005 <$) في تقدير المبحثن لدور شبكات التواصل الاجتماعي نحو التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية المتمثلة في (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الصحفية، نوع المؤسسة الإعلامية، التخصص، الفترة الزمنية لعضوية الصحفي في النقابة)؟

وللإجابة على هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج الوصفي بما ان الدراسة تدخل ضمن البحوث الوصفية

كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسموا الباحثون الى تحقيقها من وراء استخدام المنهج، كما استعانا بأداة الدراسة: الاستبيان.

¹ رافت مهند عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، نفس المرجع السابق .

واعتمد الباحث على العينة العشوائية البسيطة، قام بتحديد مجتمع الدراسة في الصحفيين الأردنيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية، وكثرة عددهم، اقتصرت الدراسة على الصحفيين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة، والإذاعة والتلفزيون ووكالة الانباء الأردنية (بترا) الأعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين وعددهم 685 صحفيا واعلاميا ونظرا أكبر حجم الدراسة فقد لجأ الباحث الى العينة العشوائية البسيطة، وتتكون من 342 مفردة (صحفي وصحفية) أي بنسبة 50 % من الصحفيين العاملين في تلك المؤسسات والأعضاء في النقابة والبالغ عددهم 685.

ليحصل الباحث على مجموعة من نتائج أهمها:

1. تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دور مرتفع في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الاعلام الرسمي وهذا الارتفاع.
2. يعزى الى مستوى إدراك الهيئة لتأثير تكنولوجيا الاتصال ويفسر الباحث ذلك بالأسباب الكثيرة التي جعلت من شبكات التواصل الاجتماعي أدوات جاذبة وناجحة منها ان معلوماتها غير خاضعة للرقابة والتنقيح.
3. تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دور مرتفع في التأثير على الراي العام المحلي والإقليمي والدولي من خلال الاحداث التي بنتها اول بأول موثقة بالصور والفيديوهات، وهذا الارتفاع يعزى الى مستوى إدراك العينة لتأثير تكنولوجيا الاتصال.
4. تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في التأثير على وسائل الاعلام التقليدية، وهذا الارتفاع يعزى الى مستوى إدراك الهيئة لتأثير تكنولوجيا الاتصال.

تعقيب على الدراسة:

تناولت هذه الدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تغير السياسية في تونس ومصر وبينما تناولت دراستنا دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب وهنا يكمن الاختلاف في المتغير التابع كما ان دراسة الباحث عبد الله ممدوح مبارك الرعود استخدم العينة العشوائية البسيطة في حين اعتمدنا نحن العينة القصدية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة المعلومات حول المتغير الأول حول شبكات التواصل الاجتماعية.¹

¹ عبد الله ممدوح مبارك الرعود ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، في اطار نيل شهادة الماجستير في الاعلام ، جامعة الشرق الوسط ، لسنة 2011 /2012.

الفصل الثاني الإطار الميداني

المطلب الأول: تعريف الميدان الدراسة
المطلب الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية
المطلب الثالث: عرض والتحليل والتفسير النتائج
المطلب الرابع: الاستنتاجات الدراسة

المطلب الأول: تعريف الميدان الدراسة

هو عبارة عن الدراسة على عينة قدرت من 50 مفردة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، والتي تشمل كل من طلبة سنة ثانية ليسانس الاعلام والاتصال اكثر من 300 طالب، وسنة ثالثة ليسانس الاعلام والاتصال أكثر من 300 طالب، وسنة اولى ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة + سمعي بصري أكثر من 350 طالب، وسنة ثانية ماستر اتصال جماهيري والوسائط الجديدة أكثر من 350 طالب.

المطلب الثاني: إجراءات الدراسة الميدانية

سنتناول من خلال هذا الفصل الإطار الميداني للدراسة، الذي سنحاول عبر تحليل نتائج الاستبيان ومناقشتها، الى تحصيل أبرز الاستنتاجات التي توصلنا الى فهم الدراسة بشكل معمق، وإعطاء ابعاد واضحة قد تكون كاستزادة علمية واطافة جديدة، حيث سنتطرق في هذا الفصل الى عرض محاور الاستبيان وتحليلها عن طريق الجداول والرسوم البيانية، كما سنعمد في بعض العمليات الإحصائية وتصميم على برنامج spss زد عل ذلك سنعمده في حساب، وقد تمثلت محاور الاستبيان فيما يلي:

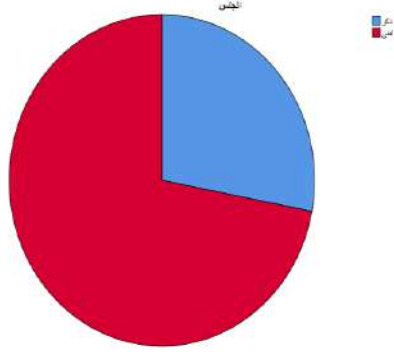
محور حول البيانات الشخصية، محور حول مدى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة النظر افراد العينة، محور خاص بمدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر افراد العينة، بالإضافة الى محور حول مدى تفاعل الشباب مع قضايا السياسية مطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر افراد العينة. وقد كانت صياغة نهائية للأسئلة الاستبيان تمت عبر مراحل نذكر منها:

- 1- اعداد المسودة
- 2- مراجعتها استاذ المشرف
- 3- تقديم الاستبانة الى الأساتذة المحكمين
 - استاذ كاوجة محمد صغير (استاذ محاضر أ)
 - استاذ زياني غوتي (استاذ محاضر أ)
 - استاذ بكرموش عيسى (استاذ مساعد أ)
- 4- صياغة النهائية للوثيقة الاستبيان
- 5- توزيعها على افراد العينة
- 6- استرجاع الاستبانات: حيث تم استرجاعها كلها (50 استبانة)
- 7- تفرغ البيانات الأداة في نضام spss

المطلب الثالث: عرض والتحليل والتفسير النتائج

1. البيانات الشخصية:

الجدول رقم 1: جدول يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس



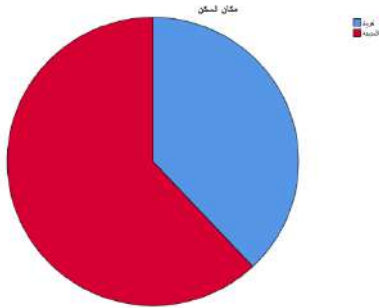
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	14	28,0%
انثى	36	72,0%
المجموع	50	100,0%

الشكل رقم 1: يمثل دائرة نسبية للجنس

يبين جدول رقم 1 توزيع العينة حسب متغير الجنس ونلاحظ من خلاله توفيق نسبة الاناث على الذكور حيث بلغت نسبة الاناث 72,0% وبلغت نسبة الذكور 28,0%.

وتنسب هذه النتيجة الى طريقة توزيع الاستبيان على الصدفة.

الجدول رقم 2: يبين توزيع العينة افراد حسب متغير مكان سكن.

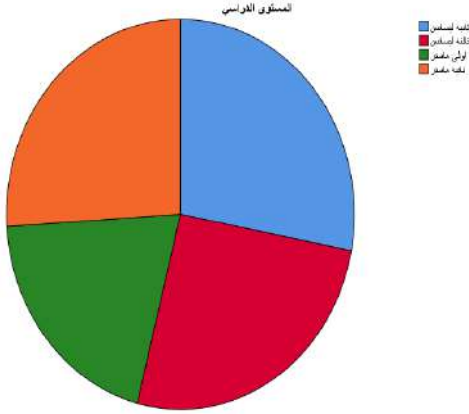


مكان سكن	التكرار	النسبة
قرية	19	38,0%
المدينة	31	62,0%
المجموع	50	100,0%

الشكل رقم 2: يمثل دائرة نسبية للمكان سكن

يبين جدول رقم (2) توزيع مفردات العينة حسب متغير مكان سكن وما يلاحظ من خلاله ان نسبة الأكبر قدرت ب 62,0% بالمدينة، بعدها القرية بنسبة 38,0%.

نفسير هذه النتائج بان القاطنين بالمدينة أكثر استخداما للشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي وذلك للكثافة السكانية وصعوبة الاتصال المباشر على خلاف القرية التي يعتمد سياسها على اتصال الشخصي وتجمعات الشعبية أكثر من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.



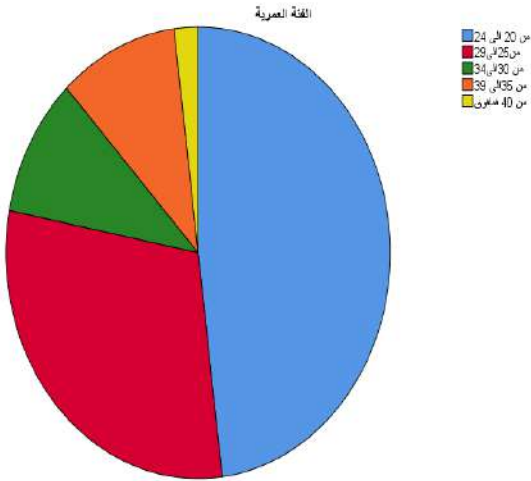
الجدول رقم 3: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة
ثانية ليسانس	14	28%
ثالثة ليسانس	13	26%
أولى ماستر	10	20%
ثانية ماستر	13	26%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 3: يمثل دائرة نسبية للمستوى الدراسي

يبين جدول رقم (3) توزيع العينة حسب متغير المستوى الدراسي حيث نجد ان النسبة الكبيرة لدى ثانية ليسانس قدرت ب 28% وبعدها ثالثة ليسانس بنسبة 26% وتليها ثانية ماستر بنسبة 26% وفي الأخير الأولى ماستر 20%.

تنسب هذه النتائج الى طريقة توزيع الاستبيان وتوقيته كان بصفة الصدفة.



الجدول رقم 4: جدول يبين توزيع افراد العينة حسب الفئة العمرية

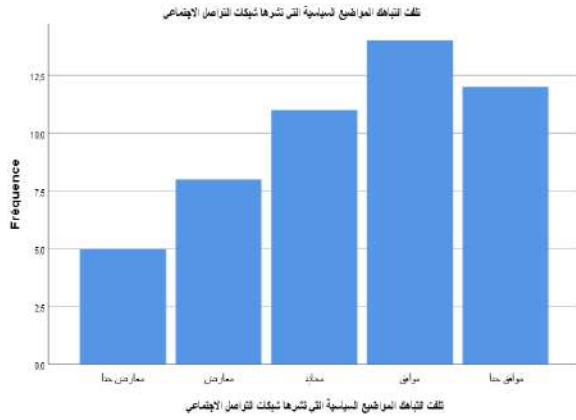
الفئة العمرية	التكرار	النسبة
24/20	24	48%
29/25	15	30%
38/30	5	10%
39/35	5	10%
40 فما فوق	1	2%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 4: يمثل دائرة نسبية للفئة العمرية

يبين جدول رقم (4) توزيع العينة حسب متغير الفئة العمرية ويلاحظ من خلاله ان نسبة الأكثر هي 24/20 قدرت ب 48,0% وبعدها 29/25 قدرت ب 30,0% وتليها 38/30 قدرت ب 10,0% وأيضا 35/39 قدرت ب 10,0% وفي الأخير 40 فما فوق قدرت ب 2,0%.

تنسب هذه النتائج الى ان توزيع الاستبيان كان بصفة الصدفة، وان تخصص علوم الاعلام والاتصال اغلبوا المتمدرسين فيه من فئة الشباب.

المحور الثاني: مدى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع سياسية التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة نظر أفراد العينة (طلبة علوم الاعلام والاتصال)



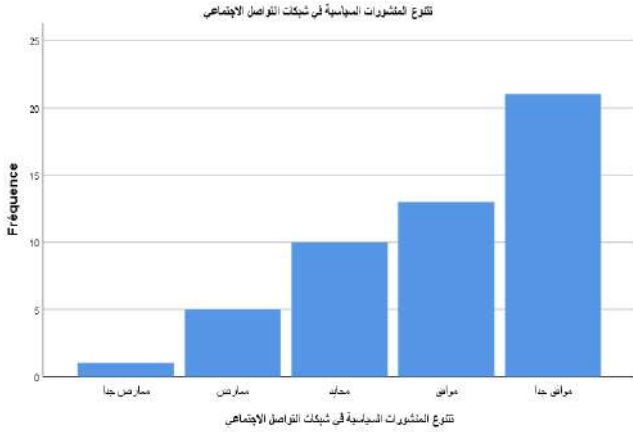
الجدول رقم 5: يبين اهتمام افراد العينة بشبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	5	10,0%
معارض	8	16,0%
محايد	11	22,0%
موافق	14	28,0%
موافق جدا	12	24,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 5: يمثل ما إذا كانت المواضيع السياسية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي تلفت انتباه افراد العينة

جدول رقم (5) يبين توزيع العينة حسب ما إذا كانت المواضيع السياسية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي تلفت انتباه افراد العينة، حيث نجد ان أكثر نسبة 28,0% أجابوا (بالموافقة)، وبعدها 24,0% أجابوا (بالموافق جدا)، وتليها 22,0% أجابوا (بالحيد)، وبالإضافة الى 16,0% أجابوا (معارض)، وفي الأخير 10,0% أجابوا (معارض جدا).

تفسر هذه النتائج ان افراد العينة اغلبهم تلفت انتباههم المواضيع التي تنشر في شبكات التواصل الاجتماعي حيث وصلت نسبة الإجابة بالموافقة بالنسبة 52%، سهولة شبكات وكذا اهتمام افراد العينة بما ينشر بالمجال السياسي.



الجدول رقم 6: يبين تنوع منشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي

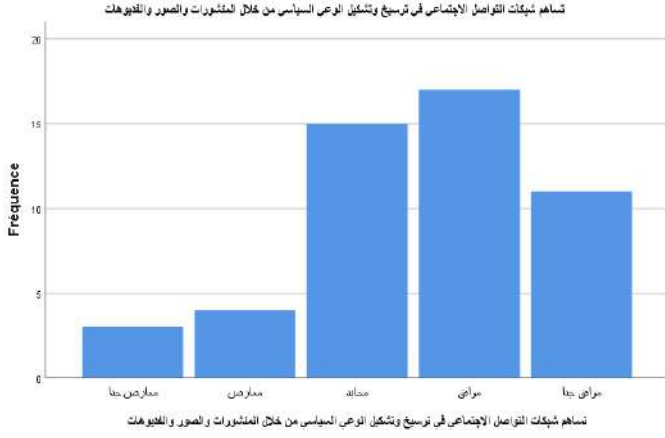
الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	1	2,0%
معارض	5	10,0%
محايد	10	20,0%
موافق	13	26,0%
موافق جدا	21	42,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 6: يبين مدى تنوع المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي

يبين جدول رقم (6) توزيع مفردات العينة حسب مدى تنوع المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي حيث نجد النسبة الأكثر 42,0% اجابوا (موافق جدا)، وب عدها 26,0% اجابوا (موافق)، وتليها 20,0% اجابوا (محايد)، بينما أجاب 10,0% (المعارض) وفي الأخير 2,0% (معارض جدا).

وهنا نستنتج من خلال الجدول والشكل ان أكثر من ثلثي افراد العينة أجابوا بالموافقة على تنوع المنشورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويرجع ذلك لان الجزائر عرفت في السنوات الأخيرة تغيرات كبيرة على ساحة سياسية والتي القت بظلالها على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للأفراد

(الحراك الشعبي 2019، الانتخابات الرئاسية 2019، ازمة الوباء 2020، تعديل الدستور 2020، الانتخابات المسبقة الخاصة بالمجالس الوطنية والولاية والبلدية).



الجدول رقم 7: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في ترسيخ وتشكيل الوعي السياسي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	3	6%
معارض	4	8%
محايد	15	30%
موافق	17	34%
موافق جدا	11	22%
مجموع	50	100%

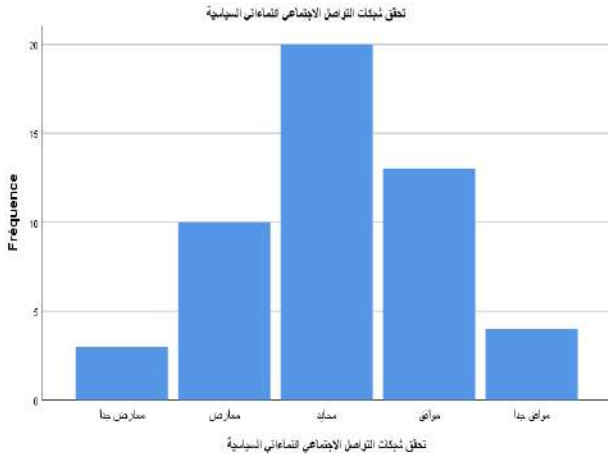
الشكل رقم 7: يوضح ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في ترسيخ وتشكيل الوعي السياسي

من خلال المنشورات والصور والفيديوهات

يبين جدول رقم (7) ان النسبة الاكثري مدي مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وترسيخ الوعي السياسي حسب افراد العينة هي 34,0%، وبعدها 30,0%، وتليها 22,0% وبالإضافة 8,0%، وفي الأخير 6,0%.

من خلال جدول يتبين لنا ان اغلب افراد العينة (56,0%) اجابوا بالموافقة نظرا لتنوع المنشورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث وفرة للأفراد تلبية أكبر لاحتياجاتهم من المواضيع السياسية وهذا ما يعزز مكانة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لشباب.

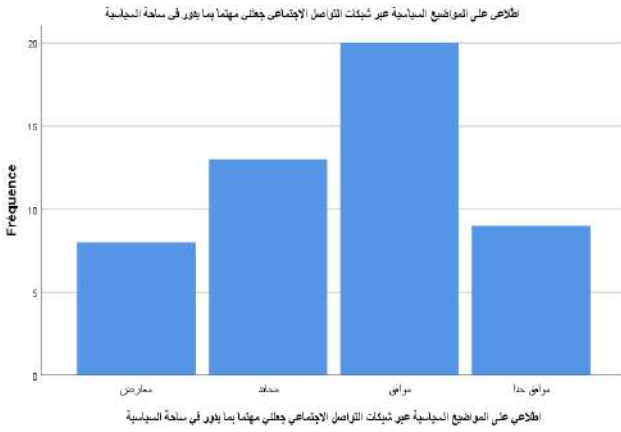
الجدول رقم 8: يبين ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تحقق الانتماءات السياسية للأفراد العينة



الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	3	6%
معارض	10	20%
محايد	20	40%
موافق	13	26%
موافق جدا	4	8%
مجموع	50	100%

يبين جدول رقم (8) توزيع المفردات العينة حسب ما إذا كانت شبكات التواصل الاجتماعي تحقق انتماءات السياسية للأفراد العينة، حيث نجد ان أكبر نسبة عند (محايد) قدرت ب 40،0%، وبعدها (موافق) قدرت ب 26،0%، وتليها (معارض) قدرت ب 20،0% و(موافق جدا) قدرت ب 8،0%، وفي الأخير (معارض جدا) 6،0%.

من خلال الجدول أعلاه يتبين ان شبكات التواصل الاجتماعي لدى افراد العينة ليس لها تأثير كبير على تحديد الانتماء سياسي لدى افراد وذلك لان هذا الامر قد تتحكم فيه العوامل أخرى مثل زمالة في العمل او صداقة او علاقات اجتماعية.



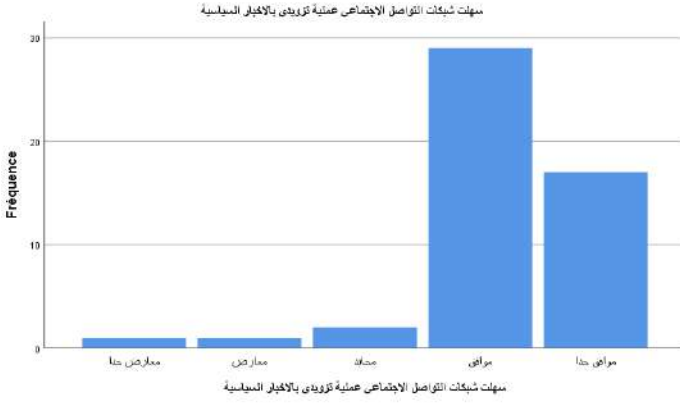
الجدول رقم 9: جدول يبين اطلاعات افراد العينة على المواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مما جعلهم يهتمون بما يدور بساحة السياسية

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	0	0،0%
معارض	8	16،0%
محايد	13	26،0%
موافق	20	40،0%
موافق جدا	9	18،0%
مجموع	50	100،0%

الشكل رقم 8: يوضح اطلاعات افراد العينة على المواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي مما جعلهم يهتمون بما يدور في ساحة السياسية

جدول رقم (9) يبين نسبة اطلاعات افراد العينة على مواضيع السياسية في شبكات التواصل والاجتماعي، حيث نجد ان النسبة الأكبر عند (موافق) تقدر ب 40،0%، وبعدها (محايد) قدرت ب 26،0%، وتليها (موافق جدا) 18،0%، و(معارض) قدرت ب 16،0% وفي الأخير (معارض جدا) 0،0%.

من خلال الجدول يبين لنا ان اغلب افراد العينة يطلعون على المواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك نظرا لتغيرات طارئة على ساحة سياسية في الجزائر مثل غلاء مواد الاستهلاكية وضغوط التي قد تحدث من طرف المواطن على السلطة السياسية.



الجدول رقم 10: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب قدرت شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد افراد العينة

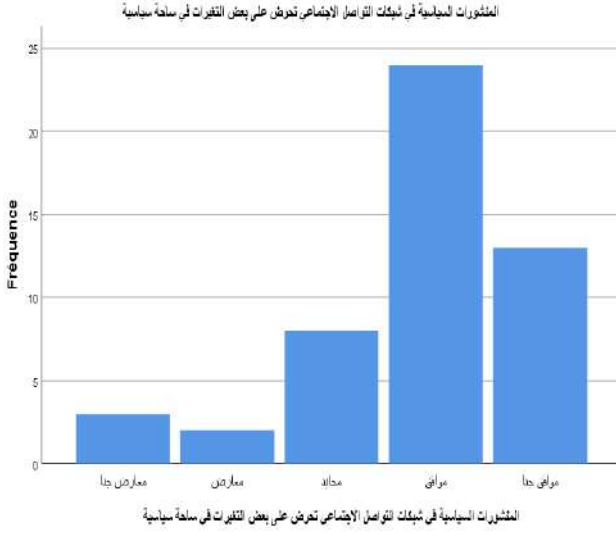
الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	1	2,0%
معارض	1	2,0%
محايد	2	4,0%
موافق	29	58,0%
موافق جدا	17	34,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 9: يوضح قدرات شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد الافراد العينة بالأخبار السياسية

جدول رقم (10) يبين نسبة توزيع مفردات العينة حسب قدرت شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد افراد العينة بالأخبار السياسية حيث نجد أكبر نسبة عند (موافق) تقدر ب 58,0%، وبعدها (موافق جدا) تقدر ب 34,0%، وتليها (محايد) تقدر ب 4,0%، ويتساوى (معارض، معارض جدا) بنسبة تقدر ب 2,0%.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد ان معظم افراد العينة (92,0%) أجابوا بالموافق على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تزويد الافراد بالأخبار السياسية وذلك نظر لسهولة النشر في هذه الشبكات وإمكانية المشاركة وتفاعل مع المنشورات دون قيود.

المحور الثالث: مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التشكيل الوعي سياسي لدى شباب من وجهة نظر افراد العينة (طلبة العلوم الاعلام والاتصال)



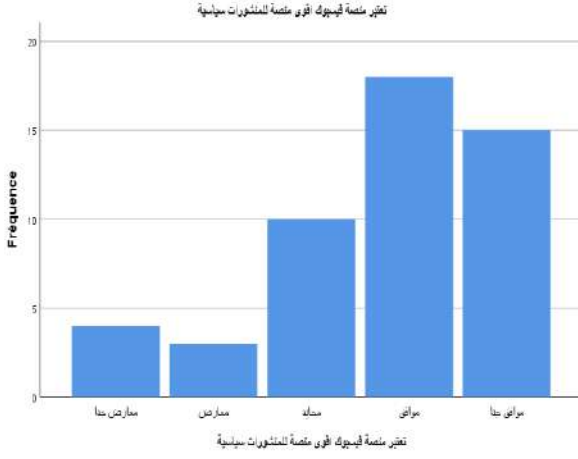
الجدول رقم 11: جدول يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى تحريض أفراد العينة على بعض التغييرات في ساحة السياسية من طرف شبكات التواصل الاجتماعي.

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	3	6,0%
معارض	2	4,0%
محايد	8	16,0%
موافق	24	48,0%
موافق جدا	13	26,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 10: يوضح المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تعرض على بعض التغييرات في ساحة سياسية

يبين جدول رقم (11) ان نسبة مفردات العينة حسب المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تعرض على بعض التغييرات في ساحة سياسية حيث نجد أكبر نسبة عند (موافق) تقدر ب 48,0%، وبعدها (موافق جدا) تقدر ب 26,0%، وتليها (محايد) تقدر ب 16,0%، وبينما (معارض جدا) تقدر ب 6,0%، بالأخير (معارض) تقدر ب 4,0%.

ونستنتج ان المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في تحريض على التغييرات في ساحة السياسية.



الجدول رقم 12: يبين ما إذا كانت تعتبر منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية

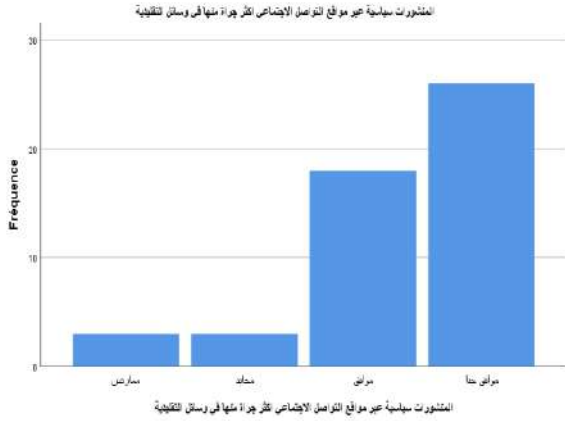
الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	4	8%
معارض	3	6%
محايد	10	20%
موافق	18	36%
موافق جدا	15	30%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 11: يبين إذا ما كانت تعتبر منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية

جدول رقم (12) يوضح النسب المئوية للأفراد العينة حسب ما اذا كانت تعتبر منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية حيث نجد ان النسبة الأعلى عند (موافق) تقدر ب 36,0%، وبعدها (موافق جدا) تقدر ب 30,0%، وتليها (محايد) تقدر ب 20,0% وبينما الى (معارض جدا) بنسبة تقدر ب 8,0%، وفي الأخير (معارض) 6,0%.

تفسر نتائج الجدول بان اغلبية افراد العينة يؤيدون ان منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية

وتؤكد هذه النسب ان شبكات التواصل الاجتماعي خلقت جوا سياسيا بين مستخدميها من مفردات العينة وذلك يرجع الى الاستخدام الواسع لمنصة فيس بوك من طرف مختلف شرائح المجتمع الجزائري وان هذه المنصة سهلة الاستخدام اما عن طريق النشر او المشاركة والاطلاع.



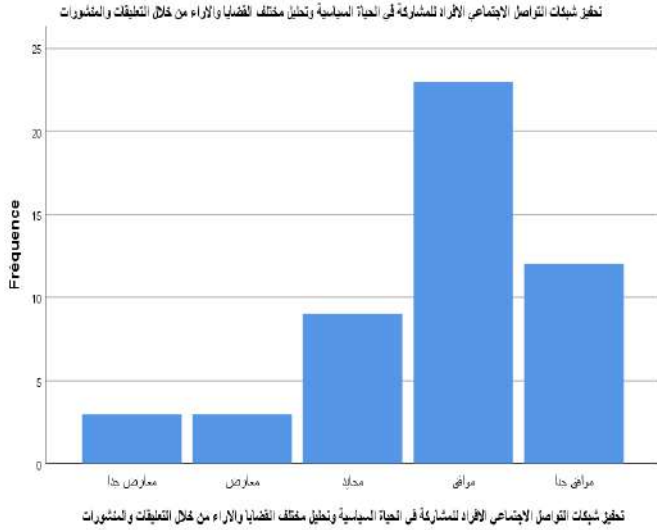
الجدول رقم 13: يبين ما إذا كانت المنشورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر جراءة منها في وسائل التقليدية

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جداً	0	0,0%
معارض	3	6,0%
محايد	3	6,0%
موافق	18	36,0%
موافق جداً	26	52,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 12: يمثل منشورات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جراءة منها في وسائل التقليدية

يبين جدول وشكل رقم (13) ما إذا كانت المنشورات السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جراءة منها في وسائل التقليدية حيث نجد أعلى نسبة عند (موافق جداً) تقدر ب 52,0%، وبعدها (موافق) بقيمة تقدر ب 36,0%، وتليها (محايد، معارض) بنفس النسبة المئوية والتي تقدر ب 6,0%

ومن خلال النتائج الموجود في الجدول أعلاه نستنتج ان اغلبية افراد العينة يؤكدون على جراءة مواقع التواصل الاجتماعي في طرح المواضيع السياسية، لان وسائل الاعلام التقليدية مراقبة في نشر محتوياتها مقارنة مع شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بحرية أكبر في نشر وتفاعل حيث يتم نقل الاخبار والحوادث بطريقة مباشرة من عين المكان دون الاستعانة بالمراسلين او طلب الاذن من وسائل الاعلام التقليدية لتغطية الاحداث.



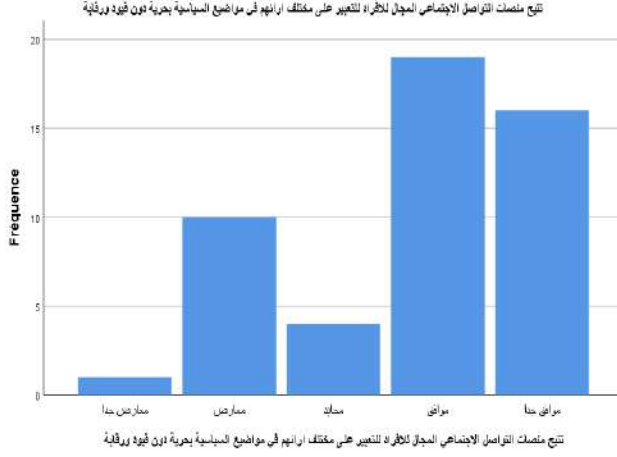
الجدول رقم 14: يبين مدى تحفيز شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جداً	3	6,0%
معارض	3	6,0%
محايد	9	18,0%
موافق	23	46,0%
موافق جداً	12	24,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 13: يوضح تحفيز شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات.

جدول رقم (14) يبين مدى تحفيز شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات حسب توزيع أفراد العينة حيث وجدنا أعلى نسبة عند (موافق) بقيمة تقدر ب 46,0%، وبعدها (موافق جداً) بقيمة تقدر ب 24,0%، وتليها (محايد) بقيمة تقدر ب 18,0%، وفي الأخير (معارض، معارض جداً) بنفس القيمة بقيمة 6,0%.

ونفس النتائج السابقة بان شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في مشاركة الأفراد في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات، وديالك لسهولة الحصول على المعلومة وتنوع المنشورات وإمكانية التعليق عليها وتفاعل معها بكل حرية.



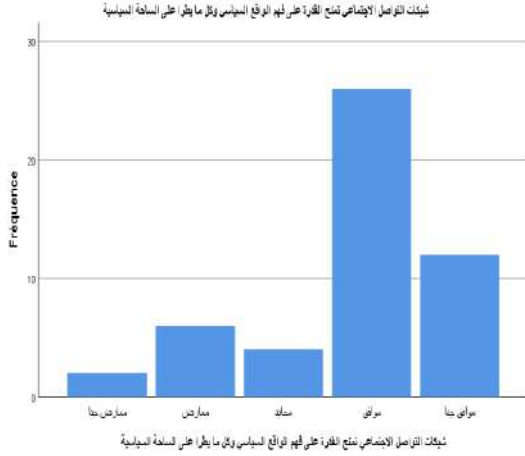
الجدول رقم 15: يوضح مدى إتاحة منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد لتعبير على مختلف آرائهم في مواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة.

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جداً	1	2,0%
معارض	10	20,0%
محايد	4	8,0%
موافق	19	38,0%
موافق جداً	16	32,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 14: يمثل إتاحة منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد للتعبير على مختلف آرائهم في المواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة

جدول رقم (15) يبين مدى إتاحة منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد للتعبير على مختلف آرائهم في المواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة حيث نجد ان أعلى نسبة (موافق) 38,0%، وبعدها (موافق جداً) 32,0%، وتليها (معارض) 20,0%، و(محايد) 8,0%، وفي الأخير (معارض جداً) 2,0%.

ومن خلال النتائج الجدول أعلاه نلاحظ ان افراد العينة يعتمدون بنسبة كبيرة على منصات التواصل الاجتماعي للتعبير على مختلف آرائهم في مواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة.



الجدول رقم 16: يوضح مدى منح شبكات التواصل الاجتماعي القدرة على فهم الواقع السياسية وكل ما يطرا على الساحة السياسية

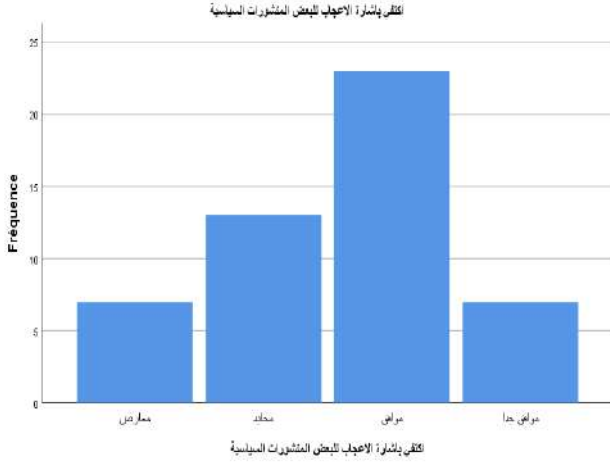
الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جداً	2	4,0%
معارض	6	12,0%
محايد	4	8,0%
موافق	26	52,0%
موافق جداً	12	24,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 15: يمثل قدرة شبكات التواصل منح افراد العينة القدرة على فهم كل ما يطرا على الساحة السياسية

جدول رقم (16) يوضح مدى منح شبكات التواصل الاجتماعي قدرة الافراد على فهم كل ما يطرا على الساحة السياسية حيث نجد اعلى نسبة عند (موافق) بنسبة تقدر بـ 52,0%، وبعدها (موافق) بـ 24,0%، وتليها (معارض) تقدر بـ 12,0% و(محايد) قدرت بـ 8,0% وفي الأخير (معارض جداً) بقيمة قدرت بـ 4,0%.

ومن خلال نتائج جدول أعلاه نستنتج ان افراد العينة معظمهم يوافقون على منح شبكات التواصل الاجتماعي قدرتهم على فهم كل ما يطرا على الساحة السياسية، بنسبة (76,0%) وذلك من خلال الميزات التي تتحها هذه الشبكات من النقل الفوري للأحداث وتعليق عليها وتحليلها واختلاف وجهات النظر حولها مما يوسع مدارك المتلقي وزيادة فهمه ووعيه بالأحداث وخطاياها.

المحور الرابع: مدى تفاعل شباب مع قضايا السياسية مطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة افراد العينة (طلبة العلوم الاعلام والاتصال)



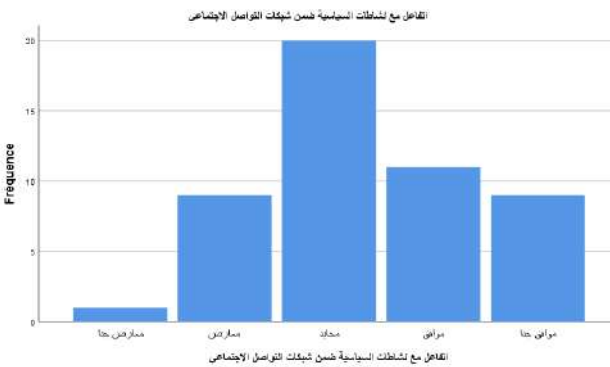
الجدول رقم 17: يبين مدى اكتفاء أفراد العينة بوضع إشارة الإعجاب لبعض المنشورات السياسية

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	0	0%
معارض	7	14%
محايد	13	26%
موافق	23	46%
موافق جدا	7	14%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 16: يمثل وضع إشارة الإعجاب لبعض المنشورات

جدول رقم (17) يوضح مدى اكتفاء أفراد العينة بوضع إشارة الإعجاب لبعض المنشورات حيث وجدنا أعلى نسبة لدى (موافق) تقدر ب 46,0%، وبعدها (محايد) بنسبة تقدر ب 26,0%، وتليها (موافق جدا، معارض) بنفس القسمة تقدر ب 14,0%، وفي الأخير (معارض جدا) بقيمة تقدر ب 0,0%.

وتفسر هذه النتائج ان اغلبية افراد العينة لا يكتفون بالمشاهدة المنشورات السياسية فقط وبل يبديون اعجابهم بها أي يبديون موافقتهم بما ينشر في هذه المواقع.



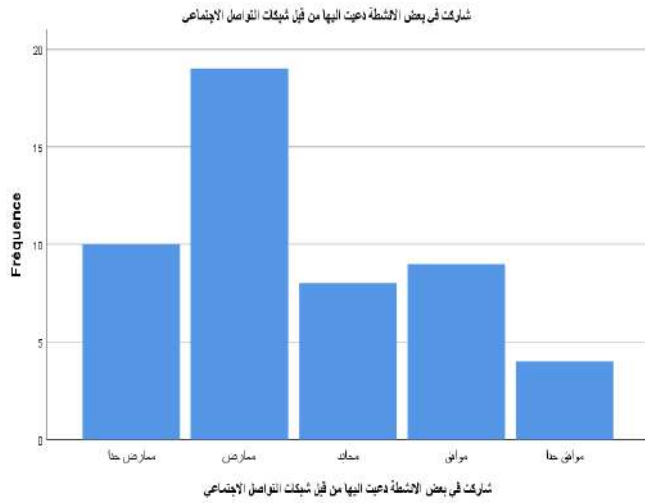
الجدول رقم 18: يبين مدى تفاعل أفراد العينة مع نشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	1	2%
معارض	9	18%
محايد	20	40%
موافق	11	22%
موافق جدا	9	18%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 17: يمثل تفاعل أفراد العينة مع النشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (18) يوضح مدى تفاعل افراد العينة مع النشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي حيث وجدنا اعلى نسبة عند (محايد) بنسبة تقدر ب 40,0%، وبعدها (موافق) بنسبة تقدر ب 22,0%، وتليها (معارض، موافق جدا) بنسبة تقدر ب 18,0% وفي الأخير (معارض جدا) بنسبة تقدر ب 2,0%.

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه نجد ان بعض المبحوثين يفضلون تفاعل مع الأنشطة السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بينما يكتفي اخرون بإبداء الاعجاب بهذه المنشورات فقط كما رأينا ذلك في سؤال السابق.



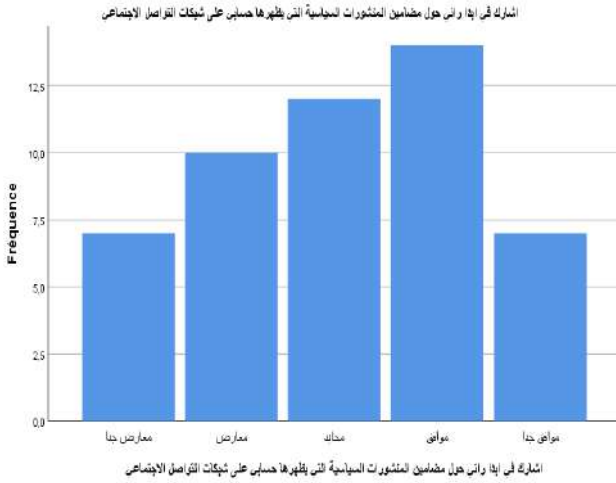
الجدول رقم 19: يبين مدى مشاركة افراد العينة مع بعض الأنشطة التي دعوهم اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	10	20,0%
معارض	19	38,0%
محايد	8	16,0%
موافق	9	18,0%
موافق جدا	4	8,0%
مجموع	50	100,0%

الشكل رقم 18: يمثل مشاركة افراد العينة في بعض الأنشطة التي دعوهم اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (19) يوضح مدى مشاركة افراد العينة في بعض الأنشطة التي دعوهم اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي حيث وجدنا اعلى نسبة عند (معارض) بقيمة تقدر ب 38,0% وبعدها (معارض جدا) بقيمة تقدر ب 20,0%، وتليها (موافق) بنسبة تقدر ب 18,0%، و(محايد) بقيمة تقدر ب 16,0% وفي الأخير (موافق جدا) بقيمة تقدر ب 8,0%.

ونستنتج من خلال النتائج الموجودة أعلاه ان معظم افراد العينة ينفون بعض الأنشطة السياسية التي دعوا اليها من شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت (معارض، معارض جدا) نسبة 58% وهذا لا ينفي ان مجموع لا بأس بها من المبحوثين (26%) من موافق، موافق جدا يشاركون في الأنشطة التي دعوا اليها عبر المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي وهذا كله راجع الى بيئة كل مبحوث ومدى تعاطيه مع القضايا السياسية المختلفة.



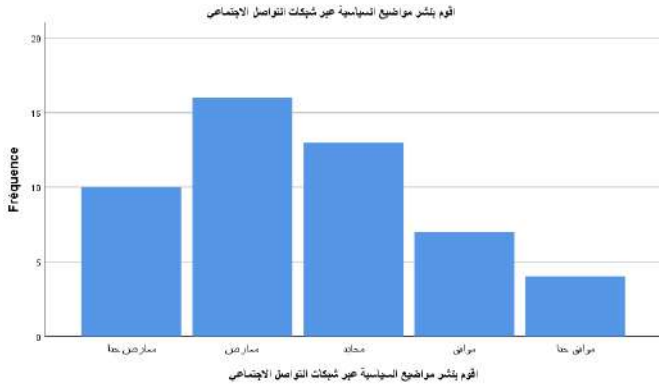
الجدول رقم 20: مشاركة أفراد العينة في ابداء آرائهم حول مضامين المنشورات السياسية التي تظهرها حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	7	14.0%
معارض	10	20.0%
محايد	12	24.0%
موافق	14	28.0%
موافق جدا	7	14.0%
مجموع	50	100.0%

الشكل رقم 19: يمثل مدى مشاركة أفراد العينة في ابداء آرائهم حول مضامين المنشورات السياسية التي تظهرها حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (20) يبين مشاركة أفراد العينة في ابداء آرائهم حول مضامين المنشورات السياسية التي تظهرها حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي حيث نجد اعلى نسبة (موافق) بنسبة تقدر ب 28.0%، وبعدها (محايد) بنسبة تقدر ب 24.0%، وتليها (معارض) بنسبة تقدر ب 20.0%، وفي الأخير (معارض جدا، موافق جدا) بنسبة تقدر ب 14.0%.

ونستنتج من خلال نتائج جدول موجودة أعلاه ان افراد عينة 28.0% يشاركون بنسبة متوسطة 42% بين موافق وموافق جدا وهذا ما يؤكد صحة التصريحات التي ادلو بها في سؤال الذي يبين نتائجه الجدول 18



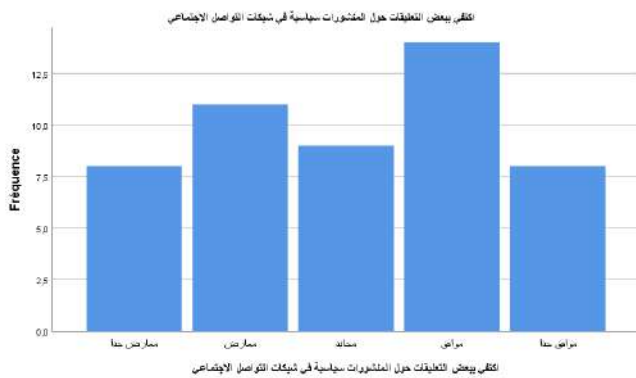
الجدول رقم 21: يبين مدى نشر افراد العينة للمواضيع السياسية عبر حساباتهم في شبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	10	20%
معارض	16	32%
محايد	13	26%
موافق	7	14%
موافق جدا	4	8%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 20: يمثل المواضيع السياسية التي ينشرها افراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (21) يوضح مدى نشر افراد العينة للمواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث وجدنا اعلى نسبة عند (معارض) بنسبة تقدر ب 32,0%، وبعدها (محايد) بنسبة تقدر ب 26,0%، وتليها (معارض جدا) 20,0% و(موافق) 14,0%، وفي الأخير (موافق جدا) 8,0%.

ونلاحظ من خلال النتائج ان افراد العينة اغلبهم لا ينشرون المواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصفة موقعهم كاقائم بالاتصال بل يكتفون بإبداء اعجابهم بمنشورات غيرهم او تفاعل معها في بعض الأحيان، وهذا ما وجدناه في نتائج الجدول 17 و18.



الجدول رقم 22: مشاركة افراد العينة بتعليقات حول المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة
معارض جدا	8	16%
معارض	11	22%
محايد	9	18%
موافق	14	28%
موافق جدا	8	16%
مجموع	50	100%

الشكل رقم 21: يمثل مشاركة افراد العينة بتعليقات حول المنشورات السياسية في الشبكات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (22) يوضح مشاركة افراد العينة بتعليقات حول المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي حيث وجدنا اعلى نسبة عند (موافق) بنسبة تقدر ب 28,0%، وبعدها (معارض) بنسبة تقدر ب 22,0%، وتليها (محايد) بنسبة تقدر ب 18,0%، وأخيرا (معارض جدا، موافق جدا) بنسبة 16,0% ونلاحظ من خلال هذا الجدول ان افراد العينة يكتفون بتعليقات حول المنشورات السياسية وهذا ما يؤكد صدق الإجابات في كل من سؤالين 18 و 20.

المطلب الرابع: استنتاجات الدراسة:

نتائج دراسة في ضوء التساؤلات

نتائج متعلقة بتساؤل الفرعي الأول:

التساؤل الأول: كيف تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع تشكيل الوعي السياسي لدى شباب من وجهة افراد العينة.

- اظهرت نتائج الدراسة ان 22,0% يهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي

- اظهرت نتائج الدراسة ان نسبة 42,0% يؤكدون على تنوع المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي

- تبين هذه نتائج ان 40,0% من افراد العينة ،ان شبكات التواصل الاجتماعي تحقق انتماءات هم السياسية.

- وصلت هذه الدراسة الى نسبة 34,0% من افراد العينة يوافقون على مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ الوعي السياسي.

- اظهرت نتائج الدراسة نسبة 40,0% من افراد العينة يطلعون على المواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- اظهرت الدراسة ان نسبة 48,0% من افراد العينة تلتفت انتباههم المواضيع السياسية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي.

التساؤل الثاني: ما الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من وجهة افراد العينة؟

اظهرت النتائج ان نسبة 48,0% يؤكدون على ان منشورات السياسية شبكات التواصل الاجتماعي تعرض على بعض التغيرات في ساحة السياسية.

وصلت النتائج هذه الدراسة 36,0% يوافقوا على ان منصة الفاسبوك اقوى منصة للمنشورات السياسية.

أكثر من نصف العينة بنسبة 52,0% يؤكدون على ان المنشورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر جراءة منها وسائل التقليدية.

نسبة 46,0% من افراد العينة حققت لهم شبكات التواصل الاجتماعي تحفيزا للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات.

اتضح لنا ان منصات التواصل الاجتماعي تتيح للأفراد التعبير على مختلف آرائهم بالمواضيع السياسية دون قيود والرقابة حيث وصلت اعلى نسبة (موافق) ب 32,0%.

نصف المبحوثين يرون ان لشبكات التواصل الاجتماعي القدرة على تسهيل إدراك الافراد على كل ما يطرا في الساحة السياسية بنسبة 52,0% من افراد العينة

التساؤل الثالث: هل يتفاعل الشباب مع قضايا السياسية المطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر افراد العينة

يكتفي نسبة 46,0% من افراد العينة بوضع إشارة الاعجاب على المنشورات السياسية.

(يحايد افراد العينة مع المنشورات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر ب 40,0%)

غالبية افراد العينة لا يشركون في أي نشاط او حدث سياسي تمت الدعوة اليه عبر المواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 38,0%.

اغلبية افراد العينة يشاركون في ابداء رأيهم حول مضامين المنشورات عن طريق حساباتهم الخاصة وذلك بنسبة 28,0%.

اظهرت النتائج دراسة 32,0% من افراد العينة لا يقومون بنشر المواضيع السياسية عبر المواقع.

وصلت النتائج الدراسة الى نسبة 28,0% من افراد العينة يكتفون بالتعليقات حول المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي.

خلاصة الفصل:

ان الوعي السياسي له أهمية كبيرة حيث يمثل الأداة التي تقلص المجالات التي تتحرك فيها السلطة، ويمتلك الافراد المتمتعين بالوعي السياسي دورا رقابيا على سياسات السلطة، ويمنح الافراد القدرة على التحليل الموضوعي والعلمي للأحداث السياسية، حيث تمكن أهميته في معرفة المسائل السياسية.

الخاتمة

خاتمة

شكلت شبكات التواصل الاجتماعي نقلة نوعية وبالغة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال، لما تزخر شبكات التواصل الاجتماعي به من مزايا وسمات لعل أهمها هو تحقيق التواصل والاتصال فيما بين الطلبة الجامعيين، لكن هذه الشبكات لم تقتصر على الاتصالات الاجتماعية، بل تعداه الى البعد السياسي.

وعليه جاءت دراساتنا هاته والموسومة ب:|" اتجاهات الطلبة الجامعيين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، على عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بجامعة ورقلة، حيث تعرفنا على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تفعيل الوعي السياسي بناء على عادات وانماط واستخدام، وكذا اشباعات ودوافع الكامنة وراء استخدام. الى جانب رؤى الطلبة الجامعيين حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في المواضيع والقضايا السياسية.

من خلال هذه الدراسة، وخرجنا بجملته من نتائج توصيات يمكن ان تعتبر منبرا ومنطلقا لدراسات أخرى، نلخصها فيما يلي:

أ- نتائج تساؤلات الفرعية

1. تهتم شبكات التواصل الاجتماعي بالمواضيع السياسية وهذا بالتنوع المنشورات السياسية.
2. هناك فاعلية كبيرة للمشورات السياسية التي تعنى بالقضايا والمواضيع السياسية.
3. هناك تفاعل كبير من طرف فئة شباب مع قضايا السياسية مطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال مشاركتهم وتفاعلهم مع المنشورات السياسية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1 الكتب:

1. د. امين محمد سلام المناسبة، قواعد البحث العلمي ومناهجه، دونط، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، 1995.
2. بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
3. حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الأولى، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
4. حسن عماد مكاوي، نظريات الاعلام، طبعة رابعة، القاهرة، 2007.
5. د. فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه – نظرياته – وسائله دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
6. د. فطمة عوض صابر واخرون، اسس ومبادئ البحث العلمي، طبعة الأولى، مكتبة الاشعاع الفنية، بحري، 2002.
7. د. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، طبعة الأولى ، دار المنبر، دمشق، 2002.
8. د. عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، طبعة الأولى، دار اليازوري العلمية، عثمان.
9. د عبد المجيد البلداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الاحصائي التخطيط للبحث وجمع تحليل البيانات يدويا، طبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2007.
10. د. منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، دون ط، دون نشر، دون بلد، 2002.
11. د. محمد جاسم العبيدي واخرون، طرق البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار ديبونو، عمان، 2010.
12. د. محي محمد مسعد، كيفية كتابة الأبحاث والاعداد المحاضرات، طبعة الثانية، مكتب العربي، 2000.
13. د. محمد عبيدات واخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دون ط، دار وائل للنشر، عمان، 1999.
14. د. مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي للإعداد الرسائل الجامعية، طبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
15. د. نادية سعيد عيشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دون ط، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر، حي فيلاي عمارة، 2017.
16. د. يحي مصطفى عليان ، واخرون، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، طبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

المذكرات:

- 1- باساسي ليلي واخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الاتصال الإنساني في ظل جائحة كورونا، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021.
- 2- دهبه سيدهم ، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية، جامعة منثوري قسنطينة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2005.
- 3- رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، 2013.
- 4- زينة بوشراب واخرون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2015.
- 5- سارة بسباس، استخدامات الطلبة الجامعيين للكتاب الالكتروني، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال –اتصال-، جامعة البويرة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018.
- 6- العربي زغايش، القيم الترفيهية في توجيه سلوك الشباب، مذكرة لنيل شهادة مستشار، المعهد الوطني للتكوين العالي لإطارات الشباب، مدني سواحي تقصراين بئر مراد رايس، 2014.
- 7- مشطوب ريمة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الانخراط في العمل السياسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017.

المجلة:

- 1- العنقود بنت سليمان الصفيران ، الفاسبوك والتوتير وتأثيرها على المساندة الاجتماعية للشباب، مجلة العربية لأداب والدراسات الإنسانية، دون طبعة، العدد 1، دون بلد، 2007.

الملاحق

الملحق رقم (1)

اسم واللقب الاستاد المحكم	الرتبة العلمية	مؤسسة الانتماء
استاد كاوجة محمد صغير	استاد محاضرة أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
استاد زياني غوتي	استاد محاضرة أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة
استاد بكرموش عيسى	استاد مساعد أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال جماهيري وسائط جديدة

استمارة استبيان

اتجاهات الطلبة نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي

لدى الشباب دراسة ميدانية على طلبة علوم الاعلام والاتصال

تحت اشراف الاستاذ:
قناة مسعود

من اعداد الطالبتين:
بوريلة حميدة
رواص عائشة

المحور الأول: المعلومات الشخصي

الجنس: ذكر انثى
2 مكان السكن: قرية المدينة
3 المستوى الدراسي: ثانية ليسانس اولى ماستر ثالثة ليسانس ثانية ماستر
4 الفئة العمرية: 24/20 29/25 34/30 39/35 40 فما فوق

الملاحق

المحور ثاني: مدى اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي التي تساهم في تشكيل بالمواضيع تشكيل الوعي السياسي لدى شباب من وجهة النظر افراد العينة (الطلبة علوم الاعلام والاتصال)

رقم العبارة	العبارات	موافق	موافق جدا	محايد	معارض	معارض جدا
1	تلقت انتباهك المواضيع السياسية التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي					
2	تتنوع المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي					
3	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ وتشكيل الوعي السياسي من خلال المنشورات والصور والفيديوهات					
4	تحقق شبكات التواصل الاجتماعي انتماءاتي السياسية					
5	اطلاعي على المواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي جعلني مهتما بما يدور في ساحة الساسية					
6	سهلت شبكات التواصل الاجتماعي عملية تزويدي بالأخبار السياسية					

المحور الثالث: مدى فاعلية شبكات التواصل الاجتماعي في التشكيل الوعي سياسي لدى شباب من وجهة افراد العينة (طلبة العلوم الاعلام والاتصال)

رقم العبارة	العبارات	موافق	موافق جدا	محايد	معارض	معارض جدا
1	المنشورات السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تحرض على بعض التغيرات في ساحة سياسية.					
2	تعتبر منصة فيسبوك اقوى منصة للمنشورات سياسية.					
3	المنشورات سياسية عبر مواقع تواصل اجتماعي أكثر جراً منها في وسائل التقليدية					
4	تحفيز شبكات التواصل الاجتماعي الافراد للمشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء من خلال التعليقات والمنشورات.					
5	تتيح منصات التواصل الاجتماعي المجال للأفراد للتعبير على مختلف آرائهم في مواضيع السياسية بحرية دون قيود ورقابة					
6	شبكات التواصل الاجتماعي تمنح القدرة على فهم الواقع السياسي وكل ما يطرا على الساحة السياسية					

المحور الرابع: مدى تفاعل شباب مع قضايا السياسة مطروحة في شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة أفراد العينة (طلبة العلوم الاعلام والاتصال)

رقم العبارة	العبارات	موافق	موافق جدا	محايد	معارض	معارض جدا
1	اكتفي بإشارة الاعجاب للبعض المنشورات السياسية					
2	اتفاعل مع نشاطات السياسية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي					
3	شاركت في بعض الأنشطة دعيت اليها من قبل شبكات التواصل الاجتماعي.					
4	أشارك في ابداء رأي حول مضامين المنشورات السياسية عن طريق حسابي في شبكات التواصل الاجتماعي					
5	أقوم بنشر مواضيع السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي					
6	اكتفي ببعض التعليقات حول المنشورات سياسية في شبكات التواصل الاجتماعي.					