

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة الستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني

الميدان: علوم إنسانية و اجتماعية الفرع: علوم إنسانية-علوم الاعلام والاتصال

التخصص : ماستر اتصال جماهيري و وسائط جديدة

إعداد الطالب : محشة محمد النذير

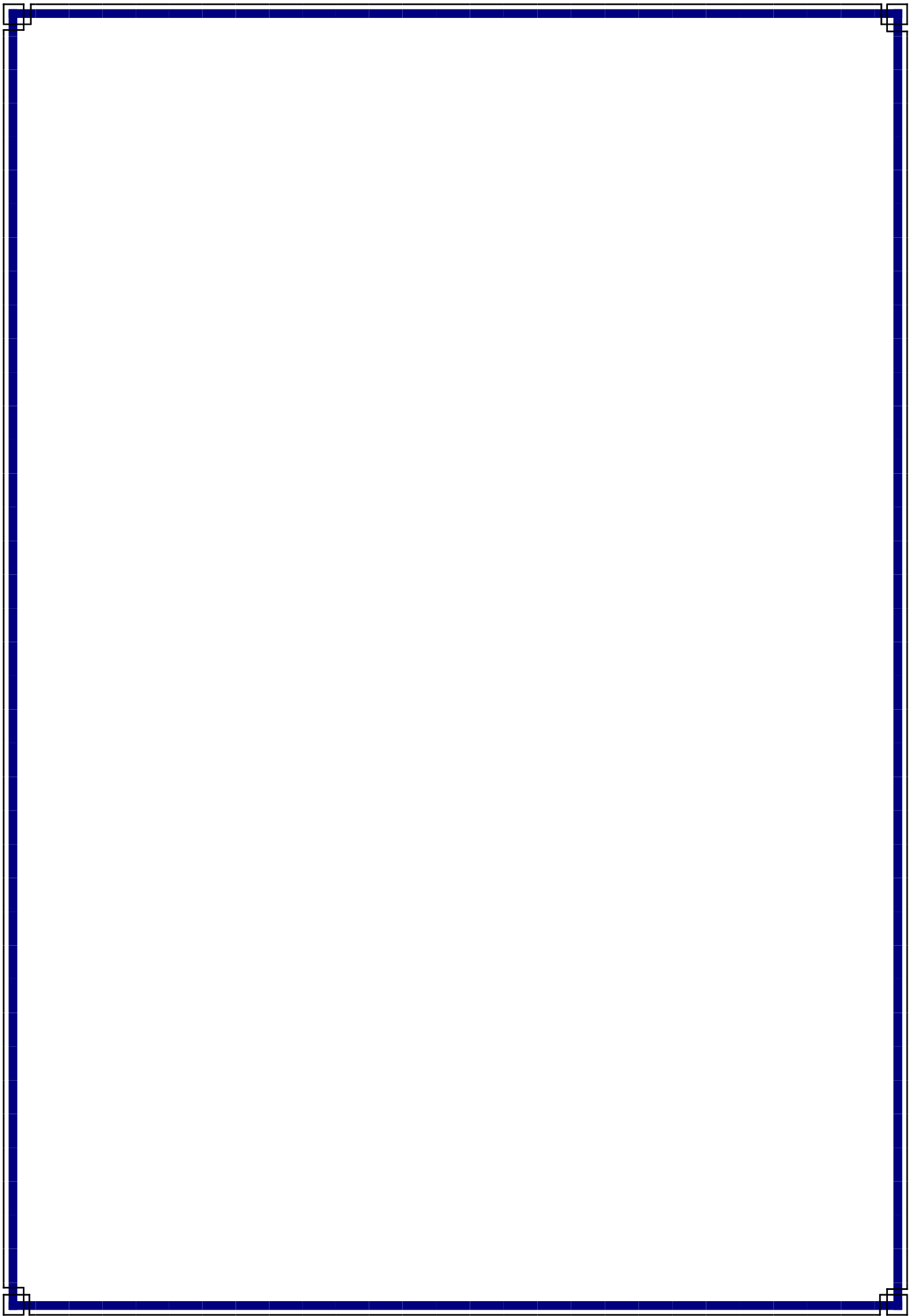
الموضوع:

أثر المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي
السياسي للطلبة الجامعيين

عينة على طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

أ.د تومي فضيلة	جامعة ورقلة	رئيسا
د.صانع رابح	جامعة ورقلة	مشرفا
د.عمر ناصر باي	جامعة ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2025/2024



شكر و تقدير

اللهم صلي وسلم و بارك على الحبيب المصطفى

عدد ما ذكره الذاكرون و غفل عن ذكره الغافلون

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية

أتقدم بإهداء عملي المتواضع

إلى الذي حثني على العلم و العمل و إتق انه، و كان لي عوناً و ناصحاً أبي الكريم، حفظه الله
و رزقه الله من واسع رزقه

إلى رمز العطاء وصدق الإيلاء، إلى ذروة العطف والوفاء، إلى أجمل حواء، من دعت الله لي
بالتوفيق و ألحت في الدعاء، أُمي الحنونة أطال الله في عمره.

إلى أغلى ما في الحياة، أخوتي وإخواني وكل أفراد عائلتي كل باسمه

إلى من تقاسمنا متاعب الحياة و الدراسة و كان لي سنداً فيها، حفظهم اللهم وحماهم .

إلى رمز الصداقة و حسن العلاقة، أصدقائي الأعزاء.

إلى من سقوني بالعلم و المعرفة، أساتذتي و معلميا طوال مساري الدراسي

إلى من صدقوا ما عاهدوا الله عليه،

إلى كل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الله سبحانه وتعالى

"واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" سورة الإسراء الآية 24

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما،

إلى خوتي : حسام – عبد العظيم- عبد الهادي

و اختاي الحبيبتان صفاء و لينة

، إلى كل الاهل و الاقارب، إلى جميع الاصدقاء، إلى كل من عرفته من قريب أو بعيد،

إلى من رفعوا رايات العلم والتعليم أساتذتي الافاضل، إلى كل من سقط سهوا من قلمي ولم يسقط من قلبي.

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر المضامين السياسية المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. وتنطلق الدراسة من فرضية مفادها أن التفاعل اليومي والمكثف مع المحتوى السياسي على هذه المنصات قد يسهم في تشكيل اتجاهات الطلبة السياسية، وتعزيز معرفتهم بالقضايا المحلية والإقليمية والدولية اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة مكونة من (100) طالبًا وطالبة من كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وقد شملت محاور الاستبيان طبيعة استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي، نوعية المحتوى السياسي المتابع، ومدى تأثيره على مفاهيمهم ومواقفهم السياسية أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض للمضامين السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي السياسي لدى الطلبة، حيث تبين أن الطلبة الذين يتابعون بانتظام المحتوى السياسي يمتلكون درجة أعلى من الفهم والتحليل للمواقف والأحداث السياسية، مقارنة بأقرانهم الأقل متابعة وتوصي الدراسة بضرورة توجيه استخدام وسائل التواصل نحو محتوى سياسي موثوق وبناء، وتفعيل دور الجامعات في تنمية التفكير النقدي لدى الطلبة تجاه المعلومات السياسية الرقمية حيث توصلت الدراسة الى نتائج عديدة اهمها

- أ - يستخدم أكثر من 60% من الطلبة وسائل التواصل الاجتماعي لأكثر من ثلاث ساعات يوميًا، ما يعكس تفاعلًا مرتفعًا مع هذه المنصات
- ب- تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي المصدر الأساسي للمعلومات السياسية لدى أغلب الطلبة.
- ت- يسهم الاستخدام المكثف للمنصات في رفع الوعي السياسي، لكنه لا ينعكس دائمًا في مشاركة سياسية فعلية
- ج- تتركز المشاركة السياسية في النشاط الرقمي مثل التعليقات والمشاركة، أكثر من المشاركة الميدانية أو الرسمية

الكلمات المفتاحية: الأثر/ المضامين السياسية/ وسائل التواصل الاجتماعي/ الوعي السياسي/ الطلبة الجامعيين.

Abstract

This study aims to reveal the impact of political content circulating on social media on the development of political awareness among university students. The study is based on the hypothesis that daily and consistent interaction with political content on these platforms may contribute to shaping students' political attitudes and enhancing their knowledge of local, regional, and international issues. local, regional, and international (100) The study adopted the descriptive analytical approach and used a questionnaire to collect data from a sample of male and female students from the Faculty of Law and Political Science at Kasdi Merbah University, Ouargla. The questionnaire included the nature of students' use of social media, the type of political content they follow, and the extent of its impact on their political concepts and positions. The results showed a statistically significant relationship between the intensity of exposure to political content via social media and the level of political awareness among students. It was found that students who regularly follow political content have a higher degree of understanding and analysis of political positions and events, compared to their peers who follow it less. The study recommends the need to direct the use of social media towards reliable and constructive political content and to activate the role of universities in developing critical thinking among students regarding digital political information. The study reached several important results

A- More than 60% of students use social media for more than three hours a day, which reflects a high interaction with these platforms.

B- Social media is considered the primary source of political information for most students

C- Extensive use of platforms contributes to raising political awareness, but it is not always reflected in actual political participation.

D- Political participation is concentrated in digital activities such as comments and sharing more than in-the-field participation or

Keywords: Impact, Political Content, Social Media, Political Awareness, University Students

الصفحة	المحتويات
أ	إهداء
ب	شكر وعرفان
ج	ملخص الدراسة
هـ	فهرس المحتويات
ز	فهرس الجداول
ط	فهرس الاشكال
ك	قائمة الملاحق
1	مقدمة
الجانب المنهجي	
3	تمهيد
4	1-التساؤلات
4	2-أسباب اختيار الموضوع
4	3-أهمية الدراسة..
5	4-أهداف الدراسة
5	5-المصطلحات
6	6-الخلفية النظرية للدراسة
7	-الفروض الرئيسية للنظرية
8	8-إسقاط النظرية على الدراسة.
8	9-منهج الدراسة
8	10-مجتمع البحث و العينة:
9	11-الدراسات السابقة
13	12-استنتاج من الدراسات السابقة.
الجانب التطبيقي	
15	13-نتائج البيانات الشخصية
45	تحليل ومناقشة النتائج
47	1- تحليل وتفسير عادات وانماط اسخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الاخبار السياسية
48	2- تحليل وتفسير نتائج استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي

48	3- تحليل وتفسير اثر المضامين السياسية على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين
49	- تحليل وتفسير السلوك السياسي الناتج على هذا الوعي
51	الاستنتاجات العامة
52	خاتمة
54	قائمة المراجع والمصادر
55	الملاحق

فهرس الجد اول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
15	نسبة توزيع الجنس لعينة البحث	(1)
16	نسبة الفئة العمرية لعينة البحث	(2)
17	نسبة المستوى الدراسي لعينة البحث	(3)
18	نسبة المدة اليومية لافراد العينة	(4)
19	نسبة المواقع المعتمد عليها بكثرة في اثناء المعلومة السياسية	(5)
20	نسبة نوع المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لافراد العينة	(6)
21	نسبة طبيعة الاخبار السياسية حسب افراد العينة	(7)
22	نسبة الدافع الاساسي لمتابعة الخبر السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(8)
23	نسبة متابعة الاخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث	(9)
24	نسبة استخدام وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية حسب افراد العينة	(10)
25	نسبة متابعة صفحات او حسابات تهتم بالشان السياسي حسب افراد العينة	(11)
26	نسبة المشاركة في نقاشات سياسية حسب افراد العينة	(12)
27	نسبة الاهتمام بالمحتوى السياسي اكثر من غيره حسب افراد العينة	(13)
28	نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في فهم المواضيع السياسية حسب عينة البحث	(14)
29	مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي لفهم الحقوق السياسية حسب عينة البحث	(15)
30	نسبة تاثير وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الراي حسب عينة البحث	(16)
31	نسبة تاثير المحتوى السياسي على طريقة التفكير حسب عينة البحث	(17)

32	نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قضايا إقليمية ووطنية حسب عينة البحث	(18)
33	نسبة دور مواقع التواصل الاجتماعي في للمشاركة في الأنشطة و الحملات السياسية حسب عينة البحث	(19)
34	نسبة مناقشة المواضيع السياسية بعد مشاهدة المحتوى السياسي حسب عينة البحث	20
35	نسبة اهتمام الطلبة الجامعيين بالتصويت والمشاركة السياسية	(21)
36	نسبة التمكن من التمييز بين الاخبار السياسية الحقيقة و المضللة عبر الانترنت حسب عينة البحث	(22)
37	نسبة التعبير عن الآراء بعد متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث	(23)

فهرس الأشكال

الصفحة	العبرة	رقم الشكل
15	نسبة توزيع الجنس لعينة البحث	(1)
16	نسبة الفئة العمرية لعينة البحث	(2)
17	نسبة المستوى الدراسي لعينة البحث	(3)
18	نسبة المدة اليومية حسب افراد العينة	(4)
19	نسبة المواقع المعتمد عليها بكثرة في اثراء المعلومة السياسية	(5)
20	نسبة نوع المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لافراد العينة	(6)
21	نسبة طبيعة الاخبار السياسية حسب افراد العينة	(7)
22	نسبة الدافع الأساسي لمتابعة الخبر السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	(8)
23	نسبة متابعة الاخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث	(9)
24	نسبة استخدام وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية حسب افراد العينة	(10)
25	نسب متابعة صفحات او حسابات تهتم بالشأن السياسي حسب افراد العينة	(11)
26	نسبة المشاركة في نقاشات سياسية حسب افراد العينة	(12)
27	نسبة الاهتمام بالمحتوى السياسي اكثر من غيره حسب افراد العينة	(13)
28	نسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في فهم المواضيع السياسية حسب عينة البحث	(14)
29	نسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي لفهم الحقوق السياسية حسب عينة البحث	(15)
30	نسب تاثير وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الراي حسب عينة البحث	(16)

31	نسب تأثير المحتوى السياسي على طريقة التفكير حسب عينة البحث	(17)
32	نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قضايا إقليمية ووطنية حسب عينة البحث	(18)
33	نسب دور مواقع التواصل الاجتماعي في للمشاركة في الأنشطة و الحملات السياسية حسب عينة البحث	(19)
34	نسبة مناقشة المواضيع السياسية بعد مشاهدة المحتوى السياسي حسب عينة البحث	(20)
35	نسبة اهتمام الطلبة الجامعين بالتصويت والمشاركة السياسية	(21)
36	نسبة التمكن من التمييز بين الاخبار السياسية الحقيقة و المضللة عبر الانترنت حسب عينة البحث	(22)
37	التعبير عن الآراء بعد متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث	(23)

فهرس الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	استمارة الاستبيان
02	تصريح شرفي

مقدمة

مقدمة :

شهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً جذرياً في وسائل الاتصال والتواصل، خاصة مع الثورة الرقمية التي أنتجت فضاءً إلكترونيًا واسعاً غير من طبيعة التفاعل البشري وأساليب تبادل المعلومات.

وقد برزت وسائل التواصل الاجتماعي كإحدى أبرز أدوات هذا التحول، حيث لم تعد مجرد منصات للترفيه أو التواصل الاجتماعي البسيط، بل أصبحت منابر للتعبير عن الرأي وتبادل وجهات النظر والمشاركة في النقاشات العامة، بما في ذلك القضايا السياسية. وفي هذا الإطار، تُعد فئة الطلبة الجامعيين من أكثر الفئات تفاعلاً مع هذه المنصات، بحكم انخراطهم اليومي في البيئة الرقمية، ووعيهم النسبي بأهمية الأحداث السياسية في بلدانهم والعالم.

ويبرز هنا تساؤل مهم حول الدور الذي تلعبه المضامين السياسية التي تُنشر عبر هذه الوسائل في تشكيل وعيهم السياسي، وتنمية اهتمامهم بالشأن العام والمشاركة السياسية الفعالة. إن التحولات الحاصلة في المشهد الإعلامي والسياسي، والمترافقة مع التغيرات التكنولوجية السريعة، أوجدت سياقاً جديداً تتداخل فيه أدوار الفاعلين السياسيين، الإعلاميين، والمواطنين العاديين على حد سواء. حيث بات بإمكان أي مستخدم للإنترنت أن يصبح مصدرًا للمعلومة أو صانعاً للرأي العام. وقد أفرز هذا الوضع الجديد تحديات وفرصاً متداخلة فيما يتعلق بتشكيل الوعي السياسي، خاصة لدى فئة الشباب الجامعي، الذين يُنظر إليهم باعتبارهم نواة التغيير في المجتمعات الحديثة.

ومن هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة لتسبر أغوار العلاقة بين المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي ومستوى الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك في ظل إدراكنا المتزايد بأن تنمية الوعي السياسي تمثل ركيزة أساسية لتعزيز الممارسة الديمقراطية، والمواطنة الفاعلة، وصياغة مواقف نقدية من السياسات العامة. ولعل ما يضيف على هذا الموضوع أهمية إضافية هو التناقض الواضح بين الإقبال الكثيف على استهلاك المحتوى السياسي في الفضاء الرقمي، وبين ضعف مشاركة الشباب – بمن فيهم الطلبة – في الحياة السياسية التقليدية، ما يستدعي تفحص دور الوسائط الجديدة في تشكيل المواقف والسلوكيات السياسية.

لقد أضحت وسائل التواصل الاجتماعي، بما تتيحه من تفاعلية وسرعة في نقل الأحداث، أداة رئيسية لتكوين الرأي العام، وخاصة لدى الفئات الشابة. ولم تعد العلاقة بين الطالب الجامعي والسياسة تمر بالضرورة عبر القنوات التقليدية (كالأحزاب أو المنظمات الطلابية)، بل باتت تتشكل عبر ما يتعرض له من منشورات، تغريدات، مقاطع فيديو، وحملات رقمية تروج لمواقف سياسية أو تناقش قضايا وطنية وعالمية.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراصة

تمهيد :

إن الأهمية البارزة للمضامين السياسية جعلتها حقلاً حيويًا، ومع النمو المتزايد للتكنولوجيا الرقمية التي شهدها العالم في السنوات الأخيرة جعل من وسائل الإعلام والاتصال مجالاً ديناميكيًا للنقاش والتحليل باعتباره حيز لتفاعل لعديد المؤسسات السياسية و الجماهير المدنية فهي تسمح للمستخدمين ممارسة أنشطتهم السياسية التفاعلية و التشاركية بكل حرية، كما تعطي هذه الوسائل عدة مجالات من تطور الفكر السياسي إلى مشاكل التنمية في دول العالم الثالث ونظراً لخصوصية المواضيع السياسية و أهميتها لدى الطالب و باعتبارها المصدر الأساسي التي يتلقى منها معارفه الأولية، ومن هنا أصبحت وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي من أبرز الوسائل التي لعبت أدوار أساسية في الحياة السياسية لدى الطلبة وقد أثبت الدور الكبير في ما يعرف بثورات "الربيع العربي".

توجه بعدها الطلبة من وسائل الإعلام التقليدية إلى الإعلام التفاعلي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لا سيما بعدما مارست وسائل الإعلام التقليدية التعتيم والتضليل الإعلامياً إلى خلق وجهات و آراء سلبية نحو ماتم تداوله عبر هذه الوسائل و نزعت الثقة من كل المعلومات و الأخبار التي تقدمها خاصة المتعلقة بالسياسة.

الإشكالية :

في ظل كل هاته التطورات في وسائل الإعلام و كيفية معالجتها للقضايا السياسية و إفاقة الجمهور خاصة الطلبة المتعطشين للسياسة إذ يستطيع الفرد أن يشبع رغباته السياسية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي أتت هذه الدراسة لتبين مدى نمو الوعي السياسي للطلبة.

فرضت مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت مكانتها على حساب وسائل التواصل التقليدية و أصبحت لدى الطلبة القدرة على القراءة والاطلاع و متابعة ومشاركة الأحداث السياسية في جميع أنحاء العالم و تمكنهم من الحصول على المعلومات والاختيار دون إي جهد أو تكلفة، كما تعتبر متابعة المضامين السياسية في وسائل التواصل أسلوب حضاري وطريقة مثالية لأحداث التغيرات الجديدة والجوهرية والذي من شأنه أن يبين ويبني معالم الوعي السياسي لدى الطلبة المتعطشين للسياسة.

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أحد الفضاءات الرئيسية لتداول المضامين السياسية، حيث تشكل منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام بيئة خصبة لنشر الأخبار، الآراء، والدعوات السياسية. وبفعل سهولة الوصول، وسرعة الانتشار، وتعدد مصادر المعلومة، بات لهذه المنصات تأثير مباشر على تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدمين، خاصة فئة الشباب والطلبة. لكن هذا التأثير يطرح إشكالات عدة، من بينها مدى دقة وموضوعية المضامين المتداولة، تأثير الخوارزميات في توجيه الرأي العام، واستقطاب المتلقين داخل "فقاعات فكرية" قد تعزز الاستقطاب السياسي بدلاً من ترسيخ ثقافة الحوار السياسي حيث تشكل منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام بيئة خصبة لنشر الأخبار والآراء، والدعوات السياسية. وبفعل سهولة الوصول، وسرعة الانتشار، وتعدد مصادر المعلومة، بات لهذه المنصات تأثير مباشر على تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدمين، خاصة فئة الطلبة لذلك جاءت هذه الدراسة للإجابة عن التساؤل التالي :

ما هو اثر المضامين السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين ؟

1- التساؤلات:

- أ. ماهي طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي ؟
- ب. ماهو اثر المضامين السياسية على تشكيل الوعي السياسي ؟
- ت. ماهو السلوك السياسي الناتج على هذا الوعي ؟

2- أسباب اختيار الموضوع

تعتبر عملية اختيار موضوع الدراسة من أهم الخطوات التي يقوم بها الباحث حتى يبين مدى أهمية الموضوع الذي اختاره وكونه موضوع يستحق الدراسة ومن المتعارف عليه ان اختيار الباحث لموضوع ما راجع لأسباب دفعت به إلى اختيار هذا الموضوع و دراسته سواء كانت أسباب ذاتية أو موضوعية ومن أهم الأسباب التي دفعت بالباحث لاختيار موضوع البحث هي كالتالي :

أ. أسباب ذاتية:

- ✓ لفت انتباه الباحث هذه الظاهرة حيث أصبحت وسائل الإعلام الناقل الرسمي للأخبار السياسية.
- ✓ ملاحظة الباحث إلى نمو الوعي السياسي لدى الطلبة وبروز ميولاتهم السياسية.
- ✓ لفت انتباه الباحث عزوف الطلبة عن وسائل الإعلام التقليدية واعتمادهم على وسائل الإعلام والاتصال كمصدر يثري معلوماتهم السياسية.
- ✓ فضول الباحث وشعوره بالاهتمام حول مدى نمو الوعي السياسي لدى الطلبة.
- ✓ ملاحظة الباحث لتفاعل الكثير من الطلبة حول المواضيع السياسية المطروحة في وسائل التواصل الاجتماعي.

ب. أسباب موضوعية:

- ✓ حيوية الموضوع وقابليته لدراسة خاصة في ظل التطورات السياسية الحاصلة في العالم.
- ✓ التعرف على اثر المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة.

3- أهمية الدراسة:

تكتسب دراسة تأثير المضامين السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي أهمية متزايدة في ظل التحولات الكبرى التي يعرفها المشهد الإعلامي والسياسي على حد سواء. فقد أصبحت هذه المنصات أداة رئيسية في صناعة الرأي العام، والتأثير في مواقف الأفراد السياسية، لا سيما لدى فئة الطلبة التي تمثل الشريحة الأكثر استخداماً لها.

و تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسعى إلى فهم كيف تساهم هذه المضامين في تشكيل الوعي السياسي، وتوجيه السلوك الانتخابي أو الاحتجاجي، أو حتى تعزيز مظاهر العزوف السياسي. كما تتيح هذه الدراسة تسليط الضوء على طبيعة المحتوى السياسي الرقمي، ومدى مصداقيته، وآليات انتشاره، مما يوفر أرضية علمية لفهم العلاقة المتشابكة بين الإعلام الرقمي والسياسة، ويساعد صناع القرار، والمؤسسات التعليمية، والباحثين في تطوير استراتيجيات توعية وتربية إعلامية أكثر فعالية.

- تسمح لنا هذه الدراسة في فهم خدمات مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة مما يساهم لدرجة ما في تنبؤ بمستقبل سلوكهم و قيمهم السياسية.

4- أهداف الدراسة :

- تحليل طبيعة المضامين السياسية المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الشكل، المضمون والجهات المنتجة لها.
- الكشف عن مدى تعرض الأفراد، خاصة الطلبة، لهذه المضامين، وأنواع المحتوى السياسي الأكثر تأثيراً لديهم.
- تحديد أثر هذه المضامين في تشكيل الوعي السياسي لدى المستخدمين، من حيث الإدراك، الفهم، والانخراط في الشأن العام.
- رصد العلاقة بين استهلاك المحتوى السياسي الرقمي والسلوك السياسي (المشاركة، الموقف، العزوف، الخ).
- بيان دور الخوارزميات والتوجيه المعلوماتي في بناء تصورات سياسية قد تكون مشوهة أو منحازة.
- اقتراح آليات لتعزيز التلقي النقدي والوعي للمحتوى السياسي على وسائل التواصل، خاصة لدى فئة الشباب الجامعي.

5- المصطلحات :

5-1. الأثر :

لغة:

هو "بقية الشيء" ويقال "تبعث أثره" أي سرت خلف ما تركه من علامات. وهو يدل على كل ما يستدل به على غيره سواء كان مادياً أو معنوياً.¹

تعريفه اصطلاحاً:

يقصد به "النتيجة أو التغيير الذي يطرأ على سلوك أو معرفة أو مواقف الأفراد نتيجة تدخل معين حدث معين". و يستخدم المصطلح في العلوم الاجتماعية والبحث العلمي للدلالة على نتائج الفعل والتدخل.²

التعريف الإجرائي:

في هذا البحث أو في هذه الدراسة يعرف الأثر إجرائياً بأنه "التغيير الكمي أو النوعي الذي يمكن قياسه أو ملاحظته في سلوك الأفراد أو مخرجاتهم نتيجة تطبيق متغير معين أو برنامج محدد خلال فترة قبل الدراسة".

5-2. المضامين السياسية:

لغة :

المضامين : جمع "مضمون"، وهو ما يتضمنه الشيء أو يحتوي عليه من معانٍ أو محتوى . السياسية: من "ساس يسوسُ سياسةً"، أي تولى شؤون الناس وتدير أمورهم.³

تعريفه اصطلاحاً :

تشير إلى الرسائل والمحتويات التي تتناول القضايا السياسية، مثل الأنظمة، السياسات، الأحزاب، الانتخابات، وحقوق الإنسان، والتي يتم نقلها عبر وسائل الإعلام المختلفة.

التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذا البحث جميع أشكال المحتوى (نصوص، صور، فيديو، منشورات) ذات الطابع السياسي التي يتعرض لها الطلبة الجامعيون من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

¹أبن منظور، لسان العرب، ج1، ص 29.

²عبد الرحمن عدس، أسس البحث العلمي في العلوم السلوكية، ط3، دار المسيرة، 2004، ص122.

³الزهراني محمد، وسائل التواصل الاجتماعي المفاهيم والتطبيقات، دار المعرفة، 2015.

3-5. وسائل التواصل الاجتماعي:

- لغة: "وسيلة": ما يُتوسَّل به لتحقيق غاية "تواصل": الاجتماع والتفاعل "اجتماعي": من الاجتماع، ويعني العلاقات بين الأفراد في المجتمع.⁴
- التعريف الاصطلاحي: منصات إلكترونية تتيح للأفراد إنشاء المحتوى وتبادلته، والتفاعل مع الآخرين في بيئة رقمية، مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ويوتيوب.
- التعريف الإجرائي: تشير إلى المنصات الرقمية التي يستخدمها الطلبة الجامعيون للحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار السياسية، والتي تشمل التطبيقات والمواقع الأكثر شيوعاً في المجتمع الأكاديمي.

4-5. الوعي السياسي:

- لغة: الوعي: الإدراك والمعرفة، وفهم الشيء على حقيقته. "السياسي" ما يتعلق بشؤون الحكم والدولة وإدارة الشأن العام.
- تعريفه اصطلاحاً: مدى إدراك الفرد وفهمه للقضايا السياسية المحيطة به، وقدرته على تحليلها واتخاذ موقف منها، سواء من حيث المعرفة أو السلوك.⁵
- التعريف الإجرائي: يقاس في هذا البحث من خلال معرفة الطلبة الجامعيين بالقضايا السياسية، ومدى تأثرهم بالمضامين السياسية على وسائل التواصل، ومشاركتهم في النقاش أو اتخاذ موقف تجاه هذه القضايا.

5-5. الطلبة الجامعيون

- لغة: الطلبة: جمع طالب، وهو من يسعى لتحصيل العلم. الجامعيون: المنتسبون إلى الجامعة، أي مؤسسة التعليم العالي.
- تعريفه اصطلاحاً: الأفراد الذين يدرسون في الجامعات والمعاهد العليا ضمن مراحل التعليم الرسمي بعد الثانوي
- تعريفه الإجرائي: يشمل عينة البحث من الطلاب والطالبات المنتظمين في الدراسة الجامعية.

6- الخلفية النظرية للدراسة :

إن تحديد الخلفية النظرية للدراسة من أهم الخطوات في البحوث العلمية لا سيما مع تعدد المداخل والنظريات أصبحت سندا للباحث في انجاز بحثه وفي هذه الدراسة و نظرا لطبيعة الموضوع اتخذنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

⁴ عبد الله سامي، الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2012.
⁵ الأنصاري فاطمة، الشباب الجامعي والتحديات المعاصرة، دار الفكر، 2014.

هي نظرية في علوم الإعلام والاتصال تركز على العلاقة بين وسال الإعلام و الجمهور و كيف تؤثر هذه العلاقة على السلوك لدي الأفراد و المجتمعات وتم تطوير هذه النظرية في السبعينات من القرن الماضي وتعتبر من النظريات الأساسية في دراسة تأثير وسائل الإعلام و تفرض هذه النظرية ان الأفراد يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في سياقات معينة مثل الأزمات والأحداث و كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام زاد تأثيرها ويركز الجمهور على محتوى معين الذي يلبي احتياجاتهم ويثير اهتمامهم و تختلف باختلاف الظروف الاجتماعية و الثقافية.⁶

و يتأثر الاعتماد على وسائل الإعلام بالسياق الاجتماعي و الاقتصادي و السياسي الذي يعيش فيه الطلبة خاصة في أوقاتالأزمات والاضطرابات و يزداد عندها الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات و يمكن أن تؤدي هذه الاعتماداتإلتأثيراتمتعددة مثل تشكيل آراء عامة و تعزيز القيم الاجتماعية أو حتى التأثير على السلوك الفردي و الجماعي و تشير النظرية إلأن هناك تفاعلا ديناميكي بين الجمهور ووسائل الإعلام حيث يمكن ان تؤثر التغيرات في الاعتماد على وسائل الإعلام على كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي.⁷

7- الفروض الرئيسية للنظرية :

أ. الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام

كلما زاد اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات زادت تأثيرات هذه الوسائل على أفكارهم وسلوكياتهم.

ب. تأثير السياق الاجتماعي:

تؤثر العوامل الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية في مدى اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام فمثلا قد يكون الطلبة في المجتمعات الأقل تعليما أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام مقارنة بالمجتمعات الأكثر تعليما.

ت. أنواع الاعتماد

يمكن أن يكون الاعتماد على وسائل الإعلام في مجالات مختلفة مثل الأخبار والترفيه و قد يختلف هذا حيث يمكن أن تؤدي الأزماتوالأحداث الكبرى إلى زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام.

ث. التأثير النفسي:

يعتمد تأثير وسائل الإعلامأيضا على الحالة النفسية للطلبة.

ج. الاستجابة للرسائل :

يعتمد الطلبة على وسائل الإعلام لفهم العالم من حولهم مما يؤدي إلى استجابات معينة تجاه الرسائل الإعلامية بناء على مدى اعتمادهم عليها.

⁶أحمد الشرقاوي، الإعلام الجديد والتحول الديمقراطي، دار الوفاء، 2016.

⁷عبد الله سامي، الوعي السياسي لدى الشباب في العصر الرقمي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، 2020.

8- إسقاط النظرية على الدراسة:

إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي النظرية المناسبة لخدمة دراستنا المتمثلة في تبين أثر المضامين السياسية في وسائل الإعلام على الوعي السياسي للطلبة الجامعيين حيث أشارت الدراسة إلأن استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي التي يستطيع من خلالها أن يصل إلأهدافه و يشبع رغباته و ميولاته المتمثلة في التزود بالوعي السياسي.

ومن هنا فان اعتماد الطلبة على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات والأخبار السياسية من خلال ما يتم تداوله عبر منصات التواصل الاجتماعي يعتبر متغيراً أساسياً لمعرفة أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق التنمية والوعي السياسي لدى الطلبة ومن يؤثر على سلوكياتهم و تفاعلاتهم مع القضايا و المضامين السياسية.⁸

9- منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لكونه الأنسب لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية وتحليلها كما هي في الواقع. يساعد هذا المنهج في وصف طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لوسائل التواصل الاجتماعي، وتحليل نوعية المضامين السياسية المتداولة، وقياس مدى تأثيرها في تنمية الوعي السياسي لديهم⁹. كما يُستخدم هذا المنهج لتحديد العلاقة بين متغيرين رئيسيين: "التعرض للمضامين السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي" و"الوعي السياسي للطلبة". واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من عينة الطلبة الجامعيين، بما يتيح إجراء تحليل كمي للبيانات، واستخلاص نتائج موضوعية تساعد في اختبار فرضيات البحث.¹⁰

10-مجتمع البحث و العينة:

10-1.مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من جميع الطلبة الجامعيين المسجلين في كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة ورقلة خلال السنة الجامعية (2024/2025).والذين يفترض تعرضهم للمضامين السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بهدف دراسة أثر تلك المضامين على تنمية وعيهم السياسي.

10-2. العينة:

تعريف العينة: يمكن تعريف العينة على أنها جزء من المجتمع الذي يقوم الباحث العلمي بإجراء الدراسة عليه، ومن خلال طرق اختيار العينة في البحث العلمي يختار الباحث العينة في البحث العلمي عبر مجموعة من الخطوات ليستطيع تمثيل مجتمع البحث بالشكل الدقيق واختارنا في دراستنا العينة المقدمة حيث اخترنا طلبة ثانية ماستر.

⁸عبد الرحمن فؤاد، نظريات الإعلام المعاصر، دار الفكر العربي، 2018.

⁹الخضير عبد الله، مناهج البحث العلمي الأسس والتطبيقات، دار الزهراء، 2015.

¹⁰صبري عبد الحميد، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة قصدية وذلك لتمثيل مناسب لمجتمع البحث وبلغ حجم العينة 100 طالب و طالبة من كلية الحقوق والعلوم السياسية مع مراعاة التوازن بين الجنسين والمستويات الدراسية.

تعريف العينة القصدية :

العينة القصدية هي نوع من العينات الغير الاحتمالية يتم اختيارها بناءا على حكم الباحث وخبرته, حيث يختار أفراد العينة لاعتقادهم بأنهم يمثلون المجتمع المستهدف أو لأنهم يمتلكون خصائص معينة مرتبطة بأهداف الدراسة, تستخدم هذه الطريقة غالبا في البحوث النوعية أو الدراسات التي تتطلب فهما عميقا لقضية محددة.¹¹

11- الدراسات السابقة :

أ. الدراسة الأولى :

وهي دراسة اشرف عصام فريد صالح, بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني " قدمت لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ،الأردن، أيار 2016.¹²

وتتمحور مشكلة هذه الدراسة في التعرف إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة لدى الشباب الجامعي الأردني بالقضايا السياسية المختلفة؟
واندرجت تحتها عدة تساؤلات تمثلت في :

- 1- ما طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما دوافع استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟
 - 3- ما الدوافع السياسية لاستخدام الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 4- ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية؟
 - 5- ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية؟
 - 6- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة استخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، تعزى لمتغيراتهم الديمغرافية (الجنس، السنة الدراسية، الكلية التي درس بها، الجامعة التي درس بها). واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بالاستبيان.
- كما تمثلت نتائج الدراسة في:

1. أظهرت النتائج أنّ أكثر المواقع التي يفضل الطلبة استخدامها هي الفيسبوك بنسبة 100%

¹¹العزاوي خالد، مناهج البحث العلمي: الأسس والتطبيقات، دار الكتاب الجامعي، 2019، ص 135.

¹²صالح فريد، اشرف عصام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي. الأردني، رسالة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، أيار 2016 .

2. أظهرت النتائج أن الوسيلة الأبرز التي يستخدمها الشباب الجامعي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي هي الهاتف الذكي بنسبة 97%.

3. أظهرت النتائج وجود أسباب لاعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية وبدرجة متوسطة.

ب. الدراسة الثانية :

الدراسة قدمت من طرف الطالب " رأفت مهند عبدالرزاق " بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، لنيل درجة الماجستير في الإعلام، 2013 م 1434 هـ/ 13.

وهي دراسة ميدانية لحالة من الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة الجامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت للفترة من 2013-03-1 إلى غاية 2013-06-1.

ولقد ركزت مشكلة الدراسة على أنه هنا كتأثير لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلة في الفيسبوك والتويتر و اليوتيوب على تشكيل الاتجاهات السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والأنبار وتكريت في طرح القضايا المعاصرة التي تهمهم، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم لاسيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟

وجاءت فرضيات الدراسة كالتالي:

الفرضية الأولى (h0): تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) في تشكيل الاتجاهات السياسية وفي التأثير على سلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت

الفرضية الثانية (h1): لا تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب.) في تشكيل الاتجاهات السياسية و في التأثير على سلوكيات والفكر السياسي لدى الشباب لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.

الفرضية الثالثة (h0): توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) إلى الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع ، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية.)

الفرضية الرابعة (h1): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى الدلالة (0.05) في أثر مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) إلى الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، الفئة العمرية.)

الفرضية الخامسة (h0): تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي و لا تؤثر في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع.

13 عبدالرزاق رأفت مهند، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات الماجستير، في الإعلام، 2013.

الفرضة السادسة (h1): لاتسهم مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي و لاتؤثر في السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي و تعكسه على الشارع.

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يحاول من خلالها التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة الموصل والأنبار وتكريت، ويسعى الباحث من خلال هذا المنهج أن يوضح ويفسر و يقيم نتائج الدراسة.

كما تحدد مجتمع دراسته على طلبة جامعات كل من الموصل أو الأنبار و تكريت حيث شهدت تلك المناطق التي تقع فيها الجامعات حراك اشعبي لا زال مستمر ليومنا هذا(تاريخ مناقشة الدراسة) وتم تطبيق هذه الدراسة على طلبة هذه الجامعات لقياس مدى تأثير وعيهم السياسي بمواقع التواصل الاجتماعي و مدى تأثيرهم على الرأي العام.

حيث يقدر عدد طلاب جامعة الموصل لمرحلة البكالوريوس (30000) طالب وطالبة وعدد طلاب الدراسات العليا لنفس الجامعة (749) طالب و طالبة، أما طلاب جامعة الأنبار لمرحلة البكالوريوس فيقدر عددهم (18749) طالب و طالبة وعدد طلاب مرحلة الماجستير لنفس الجامعة (675) طالب وطالبة في حين قدر عدد طلاب جامعة تكريت لمرحلة البكالوريوس (14704). طالب وطالبة في مرحلة الماجستير لجامعة تكريت (653) طالب وطالبة، وبذلك يكون العدد الكلي لمجتمع الدراسة) هو (64930) طالب وطالبة لمرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا للجامعات الثلاث.

وتمثلت نتائج الدراسة في اللاتي :

1. إن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والأنبار وتكريت.
2. أظهرت نتائج الدراسة لاستخدام ثلاثة مواقع التواصل الاجتماعي وهي الفيسبوك بنسبة (75.5 %) وتويتر بنسبة (11.75 %) واليوتيوب (12.75 %).
3. أظهرت النتائج بأنما نسبته (80.0 %) من أفراد العينة هم مقتنعون بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرزا أساسيا على بعض التغييرات في الساحة السياسية العربية بينما كانت نسبة (20.0 %) من أفراد العينة مثلت الرافض.
4. أما في ما يخص الاستفادة من هذه الدراسة فقد أعطتنا نظرة شاملة ومفصلة حول موضوع دراستنا ومختلف المتغيرات التي قد تتأثر وتؤثر فيه كما أنها أنارت الطريق لنا في فهم الموضوع وسهلت لنا منهجية تتلاءم مع طبيعة دراستنا و الأهداف المسطرة في بداية البحث.

ت. الدراسة الثالثة :-

الدبيسي والطاهات، 6103 ، بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية¹⁴ ."

هدفت الدراسة إلنا لتعرف على معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للمعلومات والأخبار، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة و جمع الحقائق و المعلومات ثم تحليلها.

ولخصت أهم نتائج الدراسة إلى عدة نتائج أهمها؛ انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكيل الرأي العام.

عالجت دراسة (الدبيسي والطاهات) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لطلبة الجامعات، بينما تناقش هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة السياسية على وجه الخصوص لدى طلبة الجامعات الأردنية، حيث تتفق الدراستان في خصائص وصفات مجتمع

¹⁴الدبيسي والطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، 2013.

الدراسة وعينتها وفي مضمون محور الدراسة المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي، في حين تختلف الدراسات في المضمون الذي تعالجه، حيث تركز دراسة (الدببسي والطاهات.) على تشكيل الاتجاهات ومستوى منافسة مواقع التواصل الاجتماعي، بينما تركز هذه الدراسة على زيادة المعرفة بالقضايا السياسية عبر استخدام هذه المواقع.

ث. الدراسة الرابعة:

أحمد حمودة، 6103، بعنوان " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية، واستخدمت الدراسة المنهج المسح الاجتماعي، وشمل مجمع الدراسة الشباب الفلسطيني في المرحلة العمرية من (15) إلى أقل من (35) سنة ومن كلا الجنسين، حيث بلغ عدد أفراد العينة (452) مفردة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل دائم بنسبة (96%)، كما أن المبحوثين يتابعون القضايا المجتمعية على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت نحو (99.3 %)، كما لخصت نتائج الدراسة أن ما نسبته (96.6%) من المبحوثين أجابوا بأن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تنمي مشاركتهم نحو القضايا المجتمعية.

وبينت نتائج الدراسة أن موقع الفيسبوك أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً و تفاعلاً. تتفق الدراسات في تناولهما دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير والمعرفة بوجه عام، كما تتفق ان في مجالها التطبيقي على فئة الشباب، في حين تختلف هذه الدراسة في سعيها للتركيز على دور مواقع لتواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية على وجه التحديد لدى طلبة الجامعات الأردنية، في حين تتناول هذه الدراسة دور " الإعلام الاجتماعي "في زيادة المعرفة السياسية للشباب الجامعي الأردني.

استنتاج من الدراسات السابقة:

تشير الدراسات السابقة مجتمعةً إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا متناميًا ومؤثرًا في تعزيز المعرفة السياسية وتشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في العالم العربي، لا سيما في السياقات التي تشهد حراكًا اجتماعيًا أو سياسيًا. فقد أظهرت نتائج دراسة "صالح (2016)" أن الطلبة الجامعيين في الأردن يعتمدون بدرجة متوسطة على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية، وأن الفيسبوك هو المنصة الأكثر استخدامًا، ما يشير إلى تحوّل هذه الوسائل إلى مصادر معلومات بديلة عن الإعلام التقليدي.

وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة "عبد الرزاق (2013)" التي أثبتت أن وسائل التواصل تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية والسلوك السياسي لطلبة الجامعات العراقية، خاصة في ظل الحراك الشعبي، مما يدل على أن تأثير هذه الوسائل يتجاوز البعد المعرفي ليشمل الأبعاد السلوكية والوجدانية من جهة أخرى، أظهرت دراسة "الدبيسي والطاهات (2016)" أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت من المصادر الرئيسية للمعلومات التي تُسهم في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة، مما يعكس تحوّلًا في أنماط استهلاك المعلومات السياسية. وتؤكد دراسة "حمودة (2016)" هذا الاتجاه، من خلال كشفها عن دور تلك الشبكات في تنمية مشاركة الشباب في القضايا المجتمعية، بما في ذلك القضايا ذات الطابع السياسي.

وتكمن أهمية هذه النتائج في إبراز الدور المزدوج لمواقع التواصل الاجتماعي، فهي ليست فقط وسيلة لنقل المعلومات، بل تُعد أيضًا محفزًا على المشاركة السياسية وتشكيل المواقف، خاصة في أوساط الشباب الجامعي. كما تشير النتائج إلى أن مدى تأثير هذه الوسائل يتأثر بعدة عوامل ديمغرافية وسياقية، مثل الجنس، المرحلة الدراسية، والموقع الجغرافي، مما يعزز الحاجة إلى تحليل تفصيلي أكثر عمقًا عند دراسة تأثيرات الإعلام الرقمي على الوعي والمشاركة السياسية.

الفصل الثاني :

الإطار التطبيقي

عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

1- نتائج البيانات الشخصية:

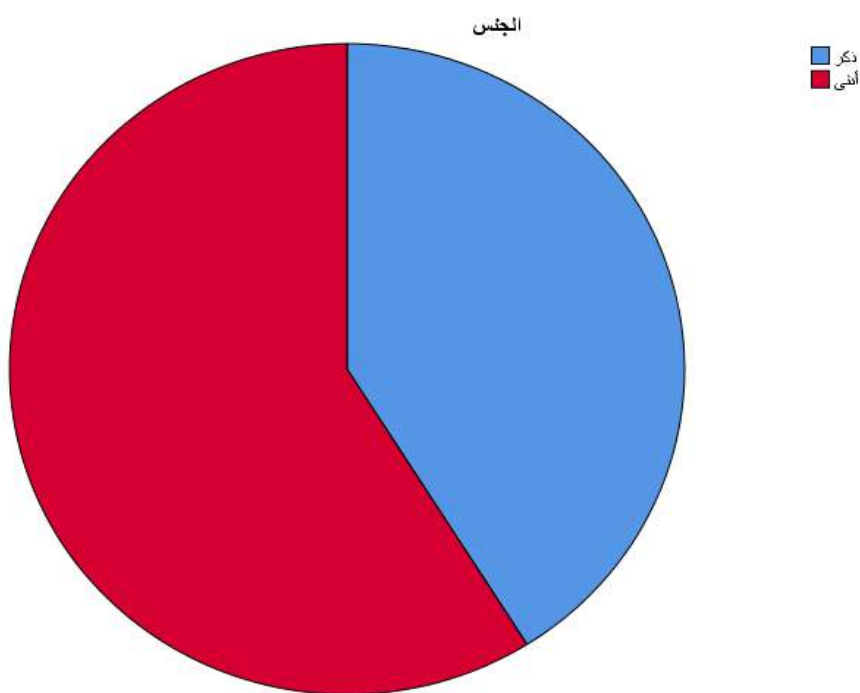
تتمثل نتائج البيانات الشخصية فيما يلي:

1.1- توزيع أفراد العينة بحسب الجنس:

جدول رقم 01:نسبة توزيع الجنس لعينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
ذكر	39	41,1%
أنثى	56	58,9%
المجموع	95	100,0%

شكل رقم 01:نسبة توزيع الجنس لعينة البحث



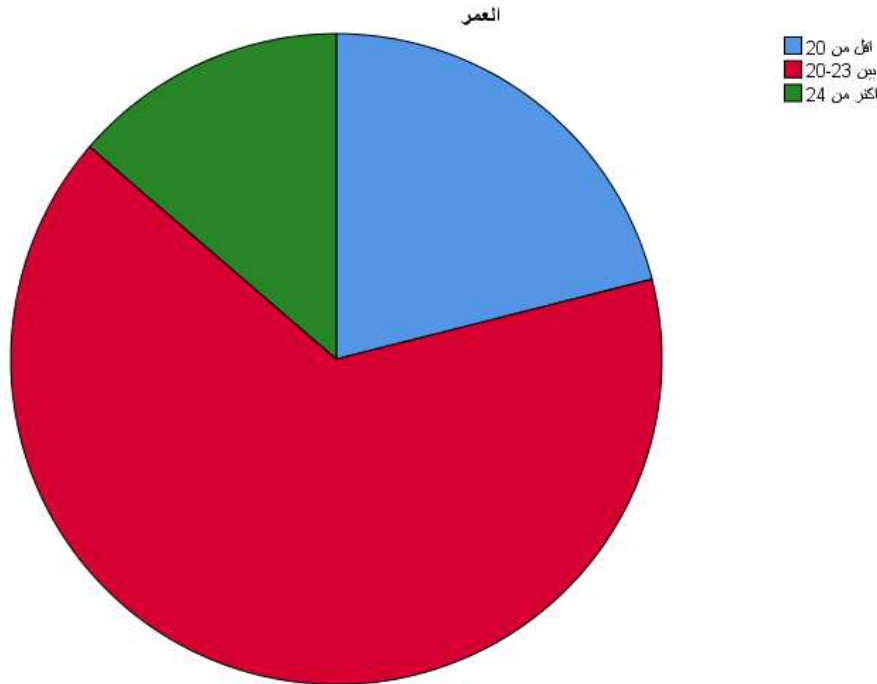
- يوضح الجدول أعلاه والشكل البياني المرفق له توزيع افراد العينة حسب متغير، حيث بلغت نسبة الاناث% 58.9 بتكرار بلغ 56 مفردة, ونسبة الذكور بلغت 41.1% بتكرار 39 مفردة من اجمالي عينة الدراسة نلاحظ ان نسبة الاناث في عينة دراستنا اعلى من نسبة الذكور و ذلك لان عدد الاناث اكبر في معظم الدراسات 1 بتكرار 39 مفردة من اجمالي عينة الدراسة نلاحظ ان نسبة الاناث في عينة دراستنا اعلى من نسبة الذكور و ذلك لان عدد الاناث اكبر في معظم الدراسات.

2.1- توزيع أفراد العينة بحسب سنه :

جدول رقم 02: نسبة الفئة العمرية لعينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
اقل من 20	20	21,1%
بين 20-23	62	65,3%
اكثر من 24	13	13,7%
المجموع	95	100,0%

شكل رقم 02: نسبة الفئة العمرية لعينة البحث



- يتضح من الجدول أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً في العينة هي الفئة بين 20 إلى 23 عاماً، بنسبة بلغت 65.3%، تليها فئة أقل من 20 عاماً بنسبة 21.1%، ثم فئة أكثر من 24 عاماً بنسبة 13.7% فقط. تعكس هذه النتائج أن العينة تنتمي في غالبيتها إلى الفئة العمرية الشبابية المبكرة، وهو أمر منطقي إذا كانت الدراسة تستهدف طلبة الجامعات أو الفئة الطلابية بشكل عام. هذا التركيز العمري يمكن أن يُفسر أنماطاً معينة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ومستويات الوعي والمشاركة السياسية، خاصة وأن

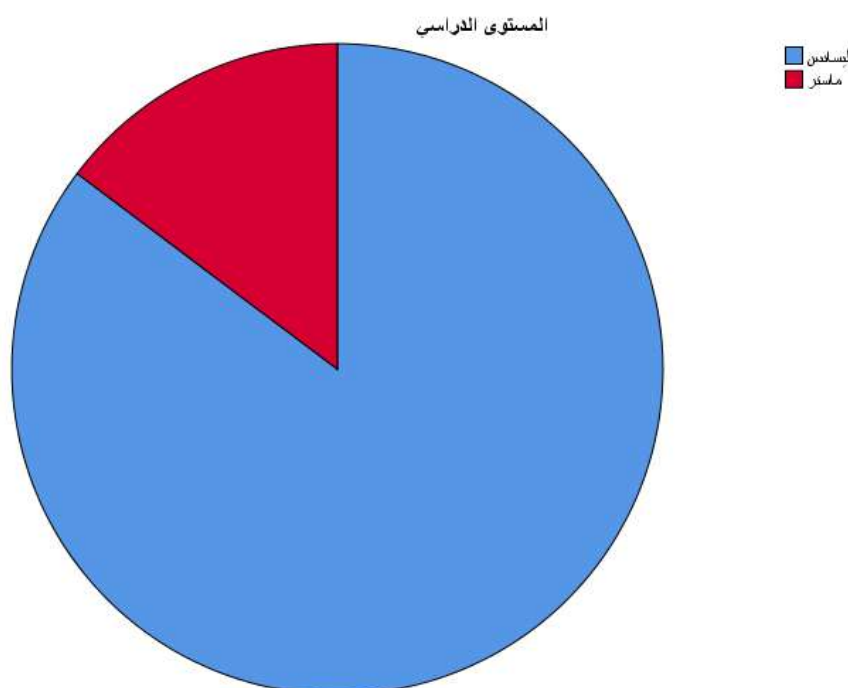
هذه الفئة تُعد من أكثر الفئات تفاعلاً مع الوسائط الرقمية وأكثر انخراطاً في القضايا العامة عبر الفضاء الإلكتروني.

3.1--توزيع أفراد العينة بحسب المستوى الدراسي:

جدول رقم 3:نسبة المستوى الدراسي لعينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
ليسانس	81	85,3%
ماستر	14	14,7%
المجموع	95	100,0%

شكل رقم 03:نسبة المستوى الدراسي لعينة البحث



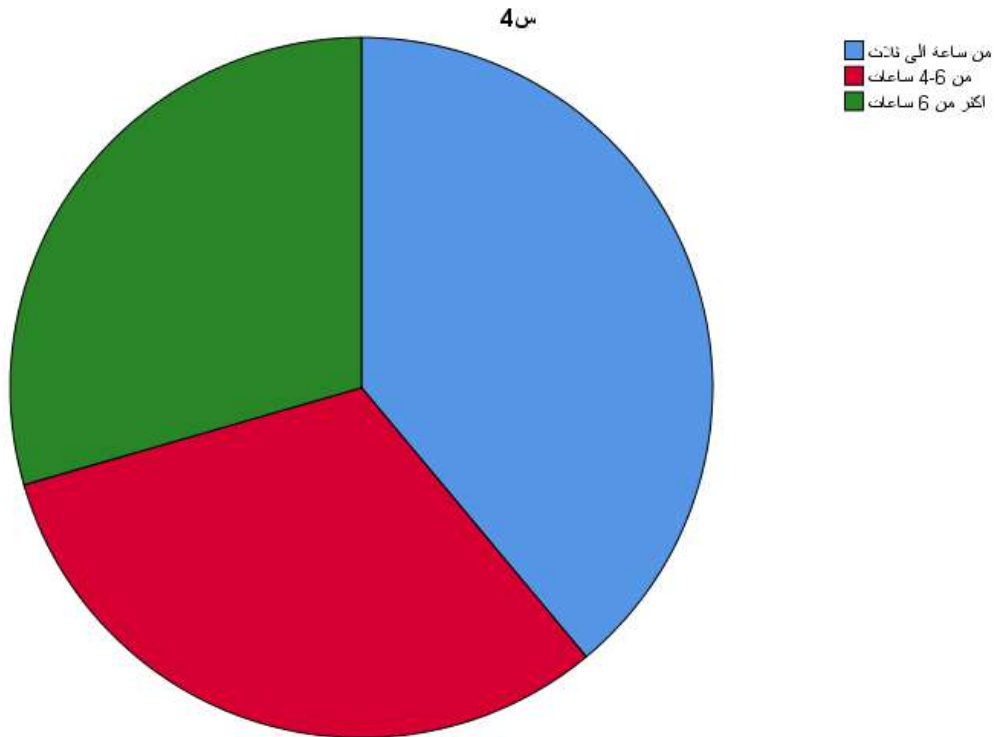
- كشف التوزيع أن النسبة الأكبر من العينة تنتمي إلى مرحلة الليسانس (85.3%)، في حين شكّل طلبة الماستر ما نسبته (14.7%) فقط. ويُعزى هذا التفاوت إلى البنية العددية داخل الجامعات، حيث يشكّل طلبة الليسانس الأغلبية، إلى جانب سهولة الوصول إليهم مقارنة بطلبة الدراسات العليا. ومن الناحية التحليلية، قد يكون للمستوى الدراسي أثر في مستوى الوعي السياسي أو نوعية المشاركة، نظراً لاختلاف الخلفية المعرفية ومستوى النضج الأكاديمي.

1.4- توزيع افراد العينة بحسب مدة قضاء الوقت في مواقع التواصل الاجتماعي يوميا:

جدول رقم 04: نسبة المدة اليومية لافراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية %
من ساعة الى ثلاث	37	38,9%
من 4-6 ساعات	30	31,6%
اكثر من 6 ساعات	28	29,5%
المجموع	95	100,0%

شكل رقم 04: نسبة المدة اليومية حسب افراد العينة



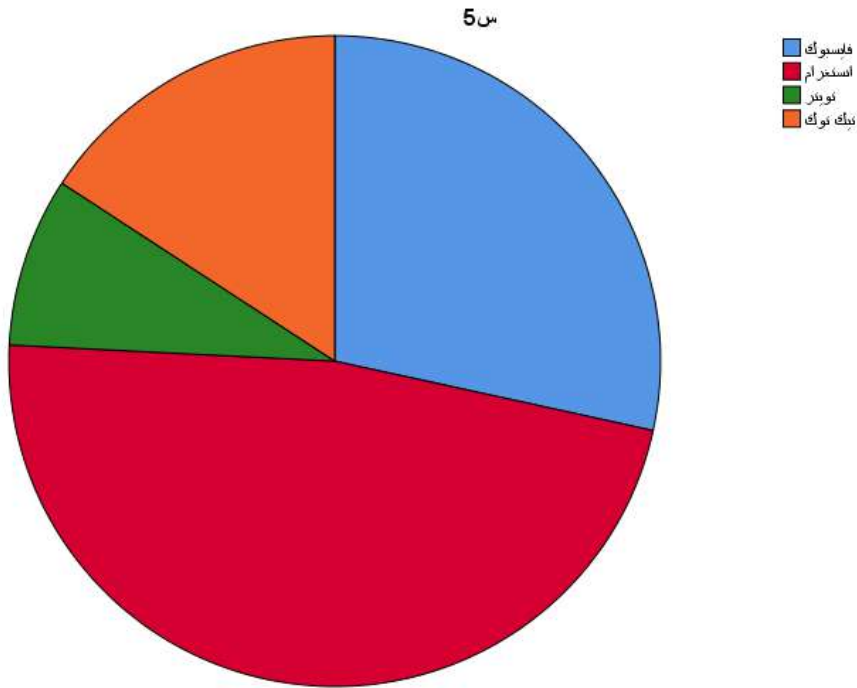
- تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية الطلبة (بنسبة 38.9%) يقضون ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات يوميا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تليها نسبة 31.6% من الطلبة الذين يستخدمون هذه الوسائل من أربع إلى ست ساعات يوميا، ثم 29.5% يقضون أكثر من ست ساعات يوميا. هذه النتائج تعكس تواجداً كثيفاً للطلبة على منصات التواصل الاجتماعي، حيث أن نحو 61.1% من العينة يستخدمونها لأكثر من ثلاث ساعات يوميا، مما يدل على أن هذه الوسائل أصبحت جزءاً أساسياً من روتينهم اليومي. وقد يكون لهذا الاستخدام المكثف تأثيرات على وعيهم ومشاركاتهم السياسية، وهو ما سيتم التحقق منه في الأسئلة اللاحقة للدراسة.

1.5- توزيع أفراد العينة وفق مواقع التواصل الاجتماعي المعتمد عليها بكثرة في إثراء معلوماتهم السياسية :

جدول رقم 05:نسبة المواقع المعتمد عليها بكثرة في اثراء المعلومة السياسية

س5	تكرارات	النسب المئوية%
فايسبوك	27	28,4%
انستغرام	45	47,4%
تويتر	8	8,4%
تيك توك	15	15,8%
المجموع	95	100,0%

شكل رقم 05:نسبة المواقع المعتمد عليها بكثرة في اثراء المعلومة السياسية



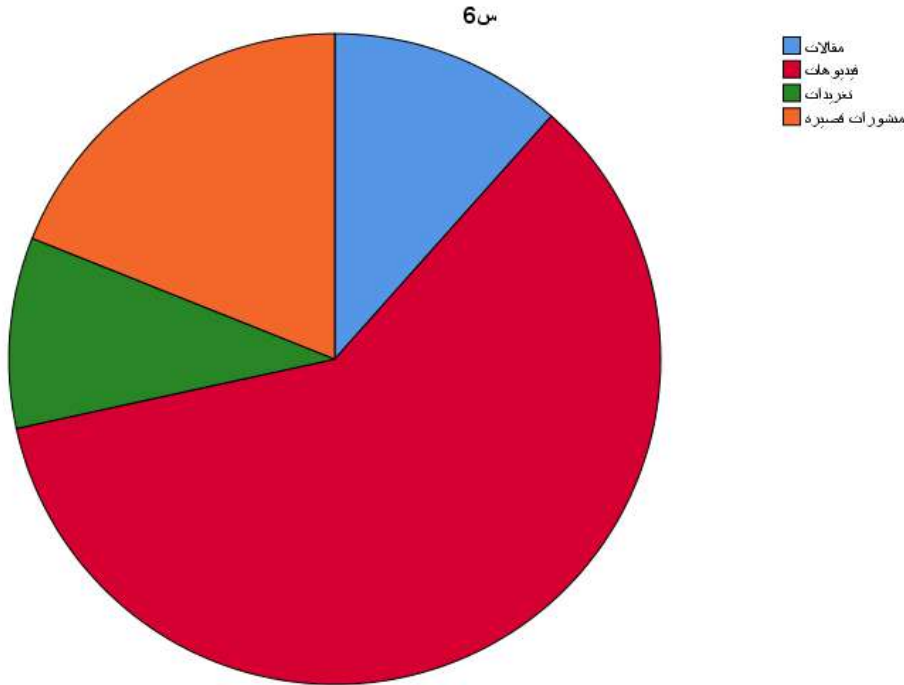
- يبين الجدول أعلاه توزيع استخدام الطلبة لمنصات التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي. وقد أظهرت النتائج أن منصة إنستغرام جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 47.4%، تليها منصة فيسبوك بنسبة 28.4%، ثم تيك توك بنسبة 15.8%، وأخيراً تويتر بنسبة 8.4%. تعكس هذه النتائج توجه الطلبة نحو المنصات ذات الطابع المرئي والتفاعلي السريع مثل إنستغرام وتيك توك، مما يشير إلى تغير نمط الاستهلاك الإعلامي للمحتوى السياسي من القراءة والتفاعل النصي إلى التفاعل المرئي والبصري. كما يلاحظ أن منصة تويتر – رغم شهرتها في النقاشات السياسية المفتوحة – جاءت في ذيل الترتيب، مما يدل على أن الخطاب السياسي لا يُتابع بالضرورة عبر المنصات المخصصة لذلك، بل يُستهلك ضمناً ضمن المحتوى الترفيهي أو الاجتماعي.

6.1-نوع المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لافراد عينة البحث:

جدول رقم 06:نسبة نوع المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لافراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
مقالات	11	11,6
فيديوهات	57	60,0
تغريدات	9	9,5
منشورات قصيرة	18	18,9
المجموع	95	100,0

شكل رقم 06:نسبة نوع المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لافراد العينة



- تشير نتائج الجدول الى ان الفيديوهات تمثل الشكل الأكثر تفضيلا للمحتوى السياسي بين الطلبة بنسبة 60% متقدمة بشكل كبير على باقي الاشكال الأخرى من المحتوى. يليها المنشورات القصيرة بنسبة 18.9%, ثم المقالات 11.6%, وأخيرا التغريدات 9.5%.

- التفسير : الفيديوهات أصبحت الأداة الأبرز في نقل المعلومات السياسية , نظرا لقدرتها على الجمع بين الصوت والصورة و الحركة والايجاز مما يجعلها اكثر جاذبية للطلبة الجامعيين .

- تفوق المنشورات القصيرة على المقالات والتغريدات يبين ميلا نحو الاستهلاك السريع للمحتوى السياسي عبر منشورات تتسم بالوضوح والاختصار , دون الحاجة الى التعمق الاكاديمي او التحليلي.

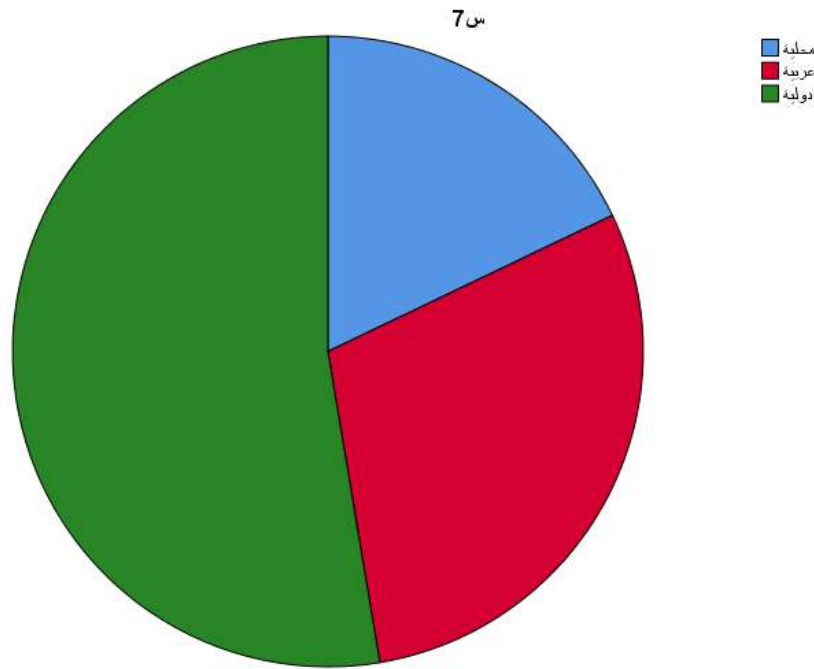
- ضعف الاعتماد على التغريدات رغم انها شائعة في تغطية القضايا السياسية قد يعود الى انخفاض شعبية تويتر كما راينا في نتائج س5.

7.1- توزيع افراد العينة بحسب طبيعة الاخبار السياسية :

جدول رقم 07:نسبة طبيعة الاخبار السياسية حسب افراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
محلية	17	17,9
عربية	28	29,5
دولية	50	52,6
المجموع	95	100,0

شكل رقم 07: نسبة طبيعة الاخبار السياسية حسب افراد العينة



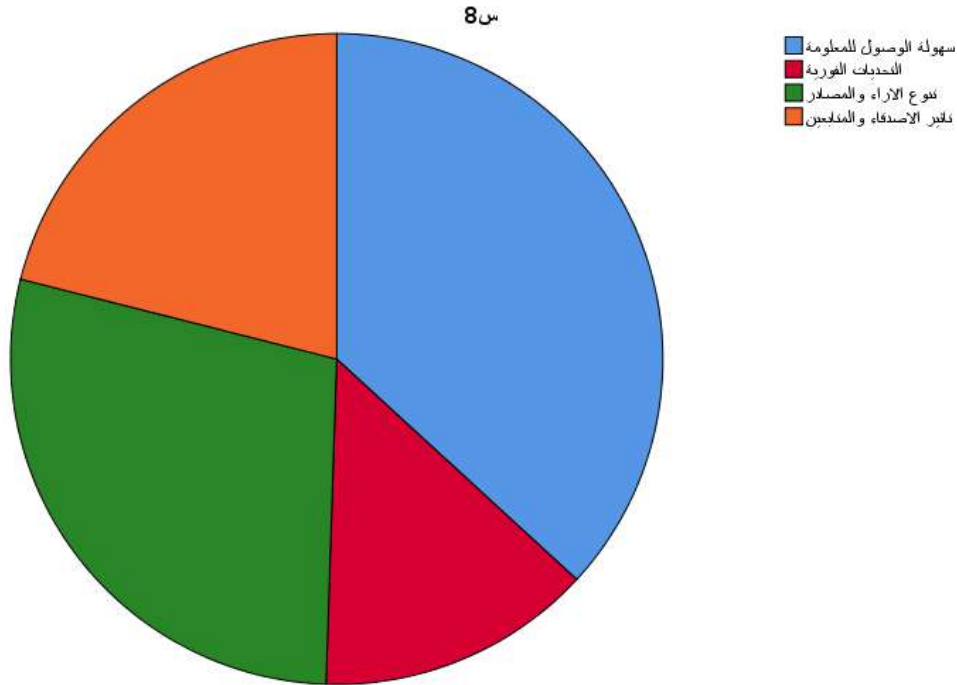
- يبين الجدول أعلاه نوع الأخبار السياسية التي يتابعها الطلبة، حيث تظهر النتائج أن غالبية الطلبة يفضلون متابعة الأخبار السياسية الدولية بنسبة 52.6%، وهو ما يعكس اهتماماً واسعاً بالشؤون العالمية. يلي ذلك الأخبار العربية بنسبة 29.5%، مما يشير إلى اهتمام معتدل بالقضايا الإقليمية. أما الأخبار المحلية فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 17.9%، وهو ما قد يدل على ضعف في التفاعل أو الاهتمام بالشأن السياسي المحلي مقارنةً بالمستويين العربي والدولي. تُبرز هذه النتائج ميل الطلبة نحو متابعة الأحداث السياسية ذات الطابع الأوسع، وقد يكون ذلك مرتبطاً بتأثير وسائل الإعلام الدولية، أو باهتمام الطلبة بالقضايا العالمية التي تؤثر على مجريات السياسة في منطقتهم أو وطنهم.

1.8-الدافع الأساسي لمتابعة الخبر السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم 08:نسبة الدافع الأساسي لمتابعة الخبر السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
سهولة الوصول للمعلومة	35	36,8
التحديات الفورية	13	13,7
تنوع الآراء والمصادر	27	28,4
تأثير الاصدقاء والمتابعين	20	21,1
المجموع	95	100,0

شكل رقم 08:نسبة الدافع الأساسي لمتابعة الخبر السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي



- يوضح الجدول ان الدافع الأساسي الذي يحفز الطلبة على متابعة الاخبار السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو سهولة الوصول الى المعلومة، حيث شكل هذا العامل النسبة الأعلى بين الاستجابات، وبلغ 36.8% من مجموع المشاركين. ويعكس هذا التوجه أهمية السرعة والبساطة في الحصول على الاخبار في العصر الرقمي، وخاصة مع الانتشار الواسع للمنصات الذكية و سهولة استخدامها.

- يأتي في المرتبة الثانية تنوع الآراء والمصادر بنسبة 28.4%، مما يشير الى ان الطلبة لا يكتفون بمصدر واحد للمعلومة، بل يفضلون الانفتاح على طيف واسع من الرؤى السياسية والمصادر المختلفة، وهو ما تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة.

- اما تأثير الأصدقاء والمتابعين فحل ثالثا بنسبة 21.1% ما يبرز دور الجانب الاجتماعي والتفاعلي لهذه المنصات , حيث قد يتأثر الطلبة بآراء من حولهم و يتفاعلون مع المحتوى المتداول ضمن دوائرهم.

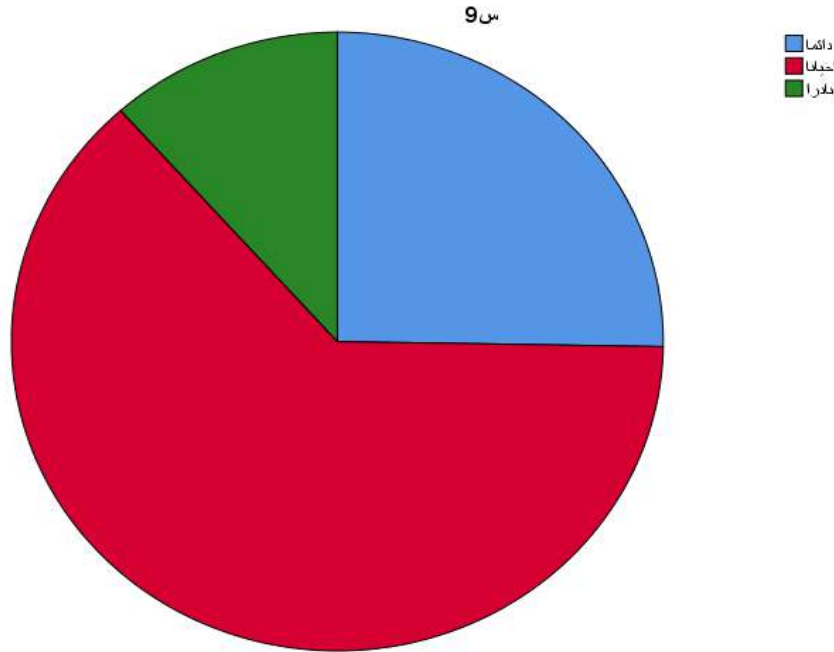
- في المقابل لم تشكل التحديات الفورية دافعا قويا, اذ جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 13.7%, مما يشير الى ان متابعة الطلبة للاخبار لا تأتي كرد فعل على احداث طارئة فقط, بل نابعة من دوافع اكثر استقرارا تتعلق بسهولة الاستخام وتنوع المعلومات.

1.9- متابعة الاخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول رقم 09: نسبة متابعة الاخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	24	25,3
أحيانا	60	63,2
نادرا	11	11,6
المجموع	95	100,0

شكل 09: نسبة متابعة الاخبار السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث



- يمثل الجدول أعلاه مدى متابعة الطلبة للاخبار السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي . وتظهر النتائج ان الغالبية العظمى من الطلبة يتابعون الاخبار أحيانا بنسبة 63.2% , وهو ما يشير الى وجود اهتمام متقطع غير منتظم بالشأن السياسي, وقد يكون مرتبطا بالاحداث السياسية الكبرى اذ الظروف الانية.

- في المقابل، افاد ربع الطلبة تقريبا 25.3% انهم يتابعون الاخبار السياسية عبر هذه الوسائل بشكل دائم، ما يعكس وجود شريحة مهتمة بالشأن العام وتحلرص على المتابعة المستمرة، وربما تكون هذه الفئة اكثر وعيا او انخراطا في القضايا السياسية.

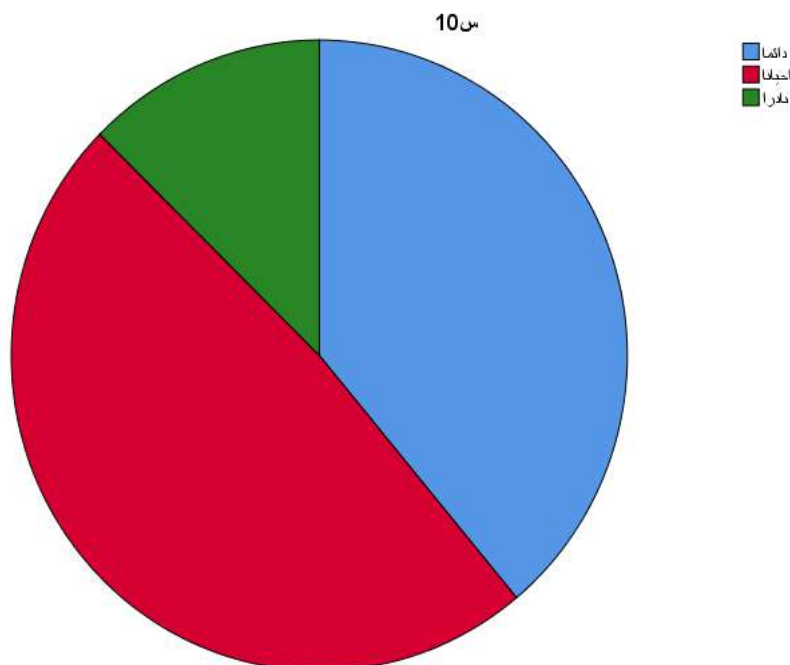
اما الطلبة الذين نادرا ما يتابعون الاخبار ، فبلغت نسبتهم 11.6% فقط، وهو ما يدل على ان قلة من الطلبة لا يهتمون كثيرا بمتابعة الشأن السياسي من خلال هذه الوسائل ،اما بسبب عدم الاهتمام او الاعتماد على مصادر بديلة كالتلفاز او المواقع الرسمية.

1.10- استخدام وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية:

جدول رقم 10: نسبة استخدام وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية حسب افراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	37	38,9
احيانا	46	48,4
نادرا	12	12,6
المجموع	95	100,0

شكل رقم 10: نسبة استخدام وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية حسب افراد العينة



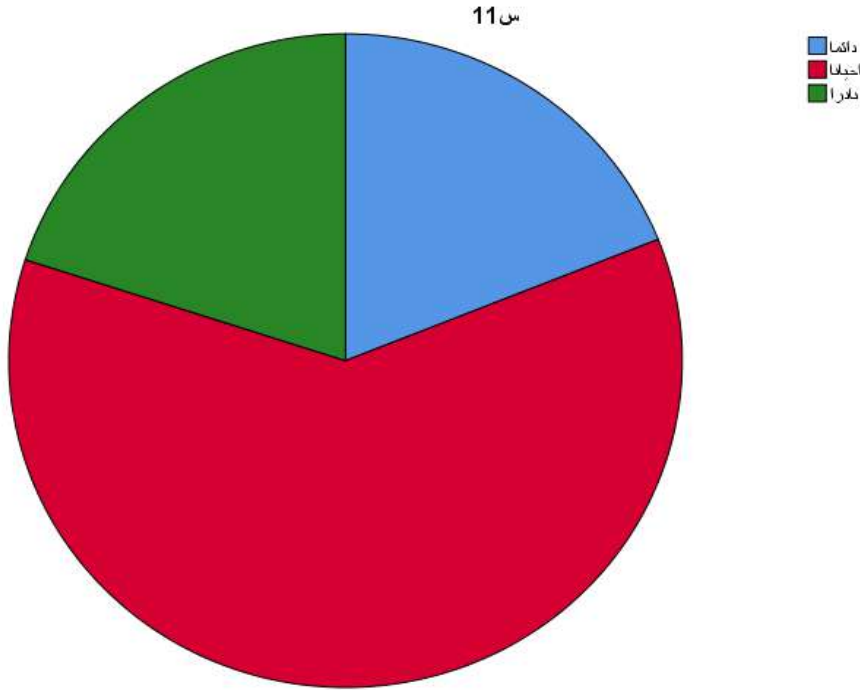
- يبين الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية، حيث أفاد 48.4% منهم أنهم يستخدمونها أحيانا، بينما ذكر 38.9% أنهم يستخدمونها دائما، مما يشير إلى اعتماد ملحوظ على هذه الوسائل في متابعة الشأن السياسي. في المقابل، أفاد فقط 12.6% بأنهم نادرا ما يستخدمونها، ما يعكس ضعف الاعتماد على مصادر بديلة للمعلومات السياسية.

11.1-متابعة صفحات او حسابات تهتم بالشان السياسي :

جدول رقم 11: نسبة متابعة صفحات او حسابات تهتم بالشان السياسي حسب افراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	18	18,9
احيانا	58	61,1
نادرا	19	20,0
المجموع	95	100,0

شكل رقم 11: نسب متابعة صفحات او حسابات تهتم بالشان السياسي حسب افراد العينة



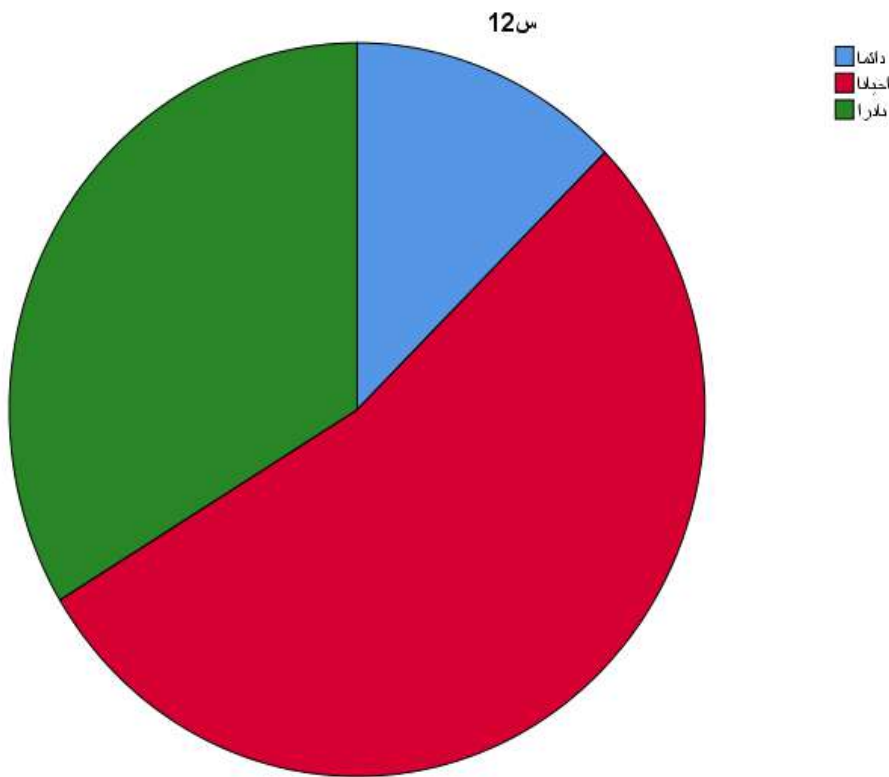
- تشير نتائج الجدول إلى أن نسبة كبيرة من الطلبة يتابعون أحياناً صفحات أو حسابات تهتم بالشأن السياسي، حيث بلغت نسبتهم 61.1%، وهي النسبة الأكبر بين الفئات. وهذا يدل على وجود اهتمام غير منتظم لدى غالبية الطلبة بالشأن السياسي، وقد يعكس ذلك متابعة انتقائية للأحداث أو حسب أهمية المواضيع المطروحة. أما الطلبة الذين يتابعون هذه الصفحات بشكل دائم فبلغت نسبتهم 18.9%، وهي نسبة تمثل شريحة أقل لكنها ملتزمة بمتابعة مستمرة للمحتوى السياسي، مما قد يشير إلى وعي سياسي أعلى أو اهتمام أكاديمي/شخصي بالشؤون العامة. في المقابل، أشار 20.0% من الطلبة إلى أنهم نادراً ما يتابعون هذه الصفحات، وهو ما يُظهر أن هناك فئة من الطلبة لا تهتم كثيراً بالمحتوى السياسي على وسائل التواصل، ربما لأسباب تتعلق بانشغالهم أو عدم ثقتهم بالمصادر الرقمية.

12.1-المشاركة في نقاشات سياسية :

جدول رقم 12: نسبة المشاركة في نقاشات سياسية حسب افراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	12	12,6
احيانا	51	53,7
نادرا	32	33,7
المجموع	95	100,0

شكل رقم 12: نسبة المشاركة في نقاشات سياسية حسب افراد العينة



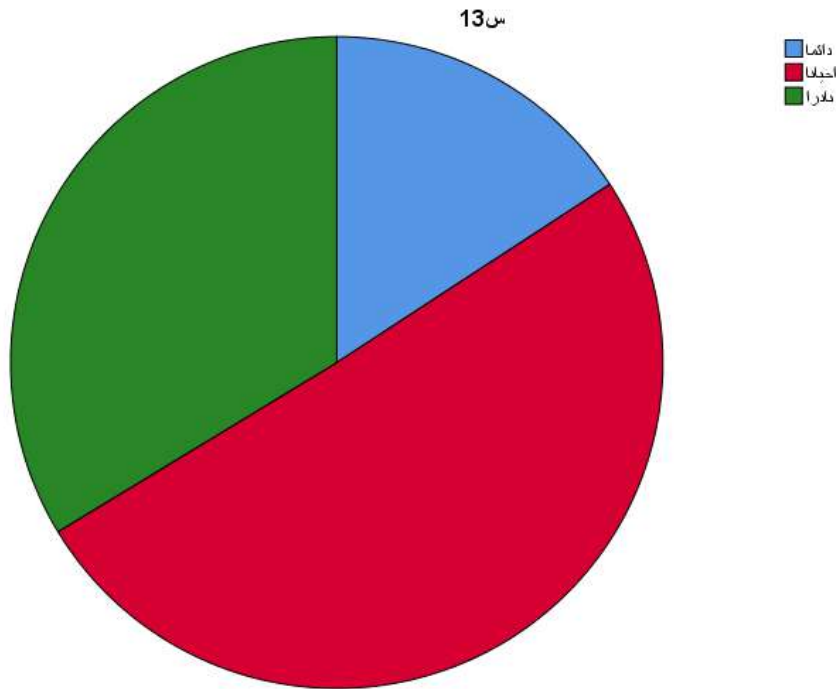
- تشير نتائج السؤال (س12) إلى أن أغلبية الطلبة (53.7%) يشاركون أحياناً في التفاعل أو التعليق على محتوى سياسي عبر وسائل التواصل، وهو ما يعكس تفاعلاً محدوداً أو انتقائياً مع القضايا السياسية المنشورة. أما الذين يشاركون دائماً، فبلغت نسبتهم 12.6% فقط، وهي نسبة منخفضة تشير إلى أن الانخراط النشط والدائم في النقاشات السياسية الرقمية لا يزال محدوداً بين الطلبة. في المقابل، أشار 33.7% إلى أنهم نادراً ما يشاركون أو يتفاعلون مع المحتوى السياسي، مما يدل على تحفظ أو عزوف نسبي عن التفاعل السياسي، ربما بسبب الحذر، أو عدم الرغبة في إظهار المواقف علناً، أو ضعف الاهتمام.

13.1-مدى اهتمام الطلبة الجامعيين بالمحتوى السياسي اكثر من غيره:

جدول رقم 13:نسبة الاهتمام بالمحتوى السياسي اكثر من غيره حسب افراد العينة

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	15	15,8
احيانا	48	50,5
نادرا	32	33,7
المجموع	95	100,0

شكل رقم 13: نسبة الاهتمام بالمحتوى السياسي اكثر من غيره حسب افراد العينة



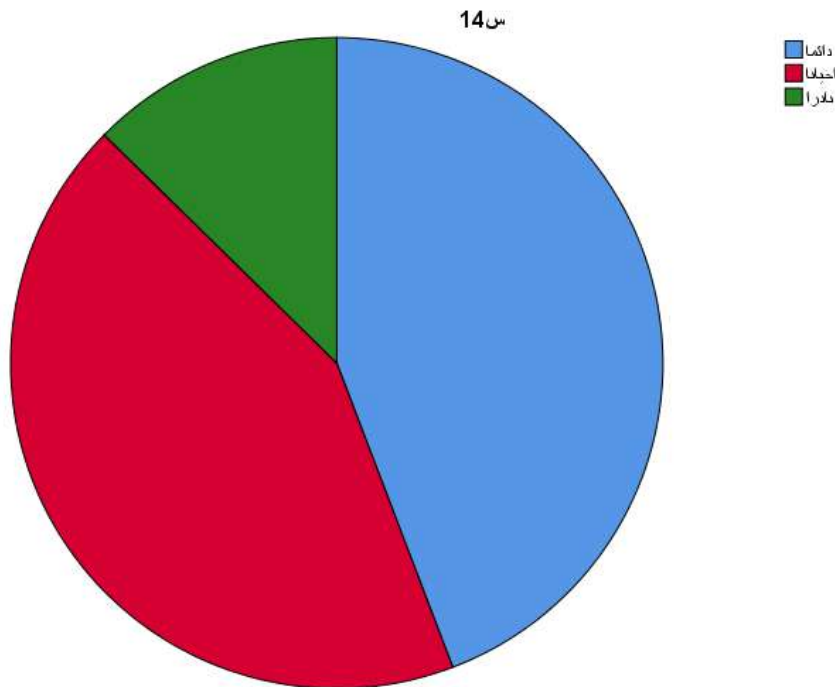
-تشير نتائج السؤال (س13) إلى أن نصف الطلبة تقريباً (50.5%) يعبرون عن آرائهم السياسية أحياناً عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على تفاعل متحفظ أو انتقائي حسب نوع القضية أو الأجواء العامة المحيطة بالنقاشات السياسية. بينما نجد أن نسبة 15.8% فقط يعبرون عن آرائهم دائماً، وهي نسبة منخفضة نسبياً، وتعكس وجود حذر أو تحفظ في التعبير العلني عن المواقف السياسية بين الطلبة. أما نسبة الذين يعبرون نادراً عن آرائهم فقد بلغت 33.7%، ما يعزز الاستنتاج بوجود درجة من التردد أو اللامبالاة أو حتى القلق من التعبير السياسي العلني على المنصات الرقمية.

14.1-مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في فهم المواضيع السياسية للطلبة الجامعيين:

جدول رقم 14:نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في فهم المواضيع السياسية حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	42	44,2
احيانا	41	43,2
نادرا	12	12,6
المجموع	95	100,0

شكل رقم 14:نسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في فهم المواضيع السياسية حسب عينة البحث



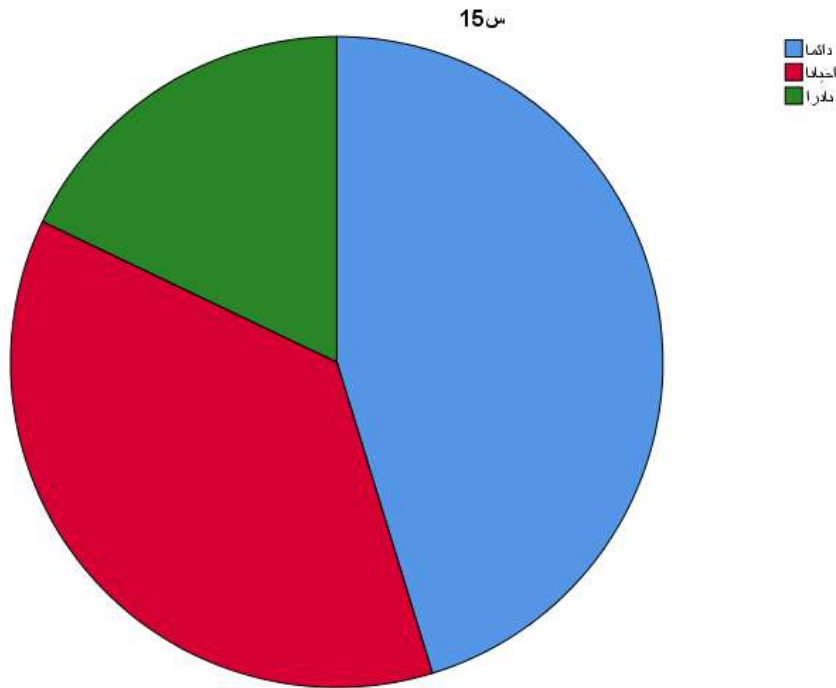
- تشير نتائج السؤال س14 إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً مهماً في تعزيز فهم الطلبة لموضوعات سياسية كانوا يجهلونها سابقاً. حيث أظهر الجدول أن 44.2% من الطلبة يعتمدون دائماً على وسائل التواصل في التعرف على هذه المواضيع، بالإضافة إلى نسبة كبيرة تبلغ 43.2% تستخدمها أحياناً لهذا الغرض. وبالتالي، فإن ما يقارب 87.4% من الطلبة يجدون أن وسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل فعال في توسيع مداركهم السياسية، مما يعكس الدور التثقيفي والتوعوي لهذه الوسائط الرقمية في حياة الشباب. في المقابل، هناك نسبة أقل نسبياً تبلغ 12.6% من الطلبة الذين نادراً ما يحصلون على مثل هذه الفائدة من وسائل التواصل، مما قد يعكس تفاوتاً في الاعتماد أو جودة المحتوى الذي يتعرضون له.

15.1-مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين بالوعي بحقوقهم السياسية :

جدول رقم 15:نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي لفهم الحقوق السياسية حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائماً	43	45,3
أحياناً	35	36,8
نادرًا	17	17,9
المجموع	95	100,0

شكل رقم 15: نسب مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي لفهم الحقوق السياسية حسب عينة البحث



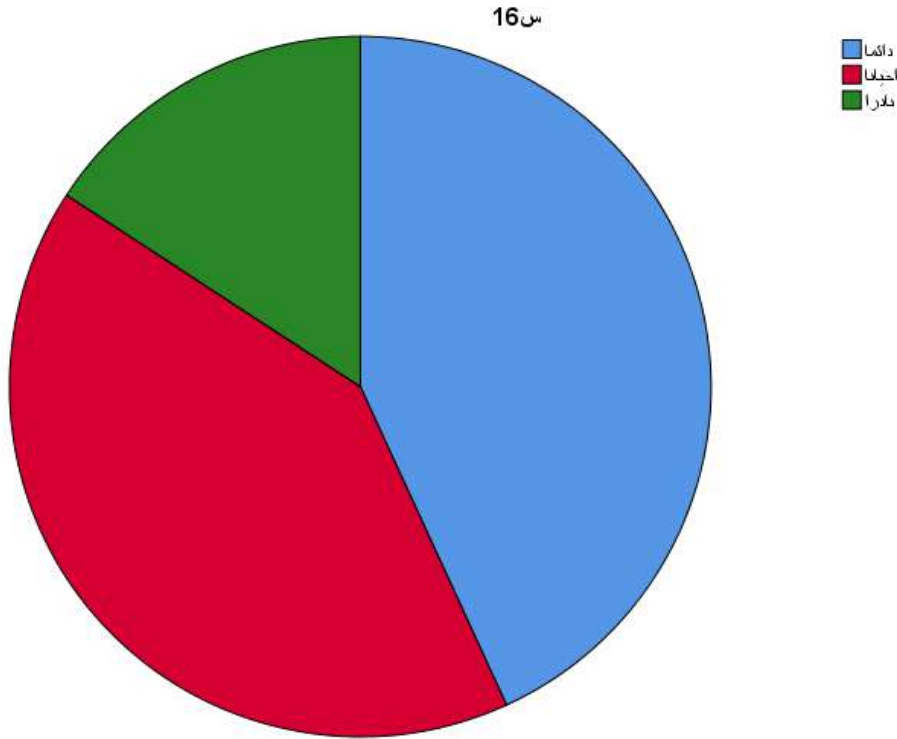
-تشير نتائج السؤال س15 إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا فعالاً في زيادة وعي الطلبة بحقوقهم السياسية. حيث أظهرت البيانات أن نسبة 45.3% من الطلبة يشعرون بأن وعيهم السياسي ينمو دائماً بفضل المحتوى السياسي الذي يتابعونه، وهي نسبة تمثل ما يقرب من نصف العينة. إضافة إلى ذلك، نجد أن 36.8% من الطلبة يشيرون إلى نمو وعيهم السياسي أحياناً، مما يعني أن أكثر من 82% من الطلبة يتأثرون بشكل إيجابي بمحتوى وسائل التواصل من حيث فهم حقوقهم السياسية. بينما تبلغ نسبة الطلبة الذين يعتقدون أنهم نادراً ما يكتسبون مثل هذا الوعي 17.9%، وهي نسبة أقل، لكنها تدل على وجود تحديات أو قيود تواجه بعض الطلبة في الاستفادة من المحتوى السياسي المتوفر.

16.1-تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي لدى الطلبة الجامعيين:

جدول رقم 16: نسبة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائماً	41	43,2
أحياناً	39	41,1
نادراً	15	15,8
المجموع	95	100,0

شكل رقم 16: نسب تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي حسب عينة البحث



- تشير بيانات الجدول إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تُعد مصدراً مهماً ومؤثراً في تكوين الرأي لدى الطلبة الجامعيين. حيث أفاد من الطلبة يرون بأن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر دائماً في تشكيل آرائه . 41.1%و يرون أن هذا التأثير يحدث أحياناً 43.2%

- بناءً على ذلك، نستنتج أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين (84.3%) يرون أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً فعالاً في تشكيل مواقفهم وآرائهم تجاه القضايا المختلفة، سواء بشكل دائم أو متكرر بينما فقط 15.8% يعتقدون أن التأثير يحدث نادراً.

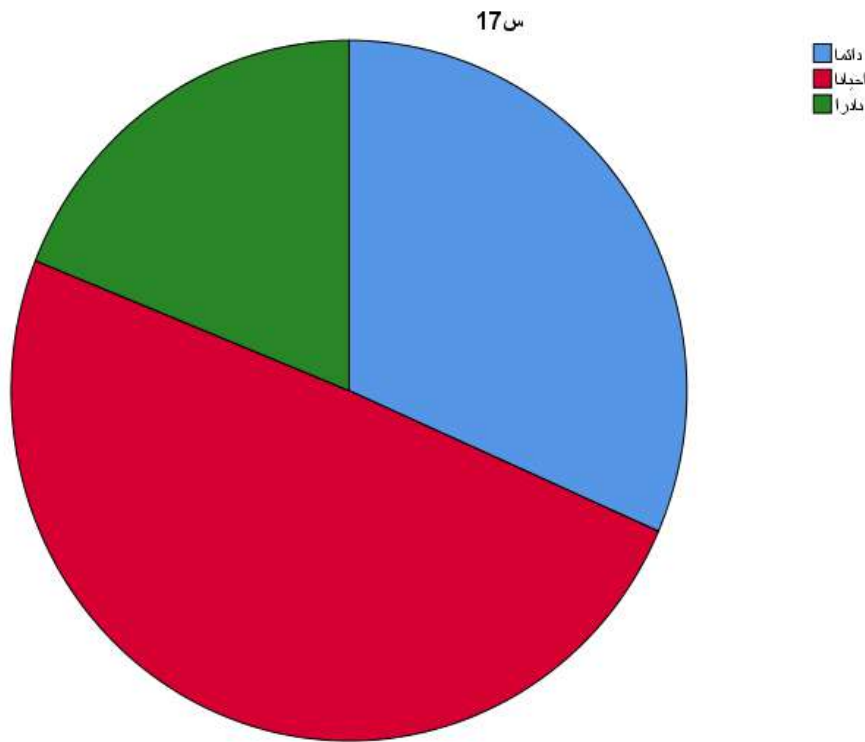
- هذا يعكس قوة وتأثير هذه الوسائل في البيئة الجامعية، ويؤكد على ضرورة التوعية بالاستخدام الواعي لها، خاصة في القضايا المرتبطة بالرأي العام والمشاركة المجتمعية والسياسي

17.1-تأثير المحتوى السياسي على طريقة التفكير لدى الطلبة الجامعيين:

جدول رقم 17: نسبة تأثير المحتوى السياسي على طريقة التفكير حسب عينة البحث

الإختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائماً	30	31,6
أحياناً	47	49,5
نادرًا	18	18,9
المجموع	95	100,0

شكل رقم 17: نسب تأثير المحتوى السياسي على طريقة التفكير حسب عينة البحث



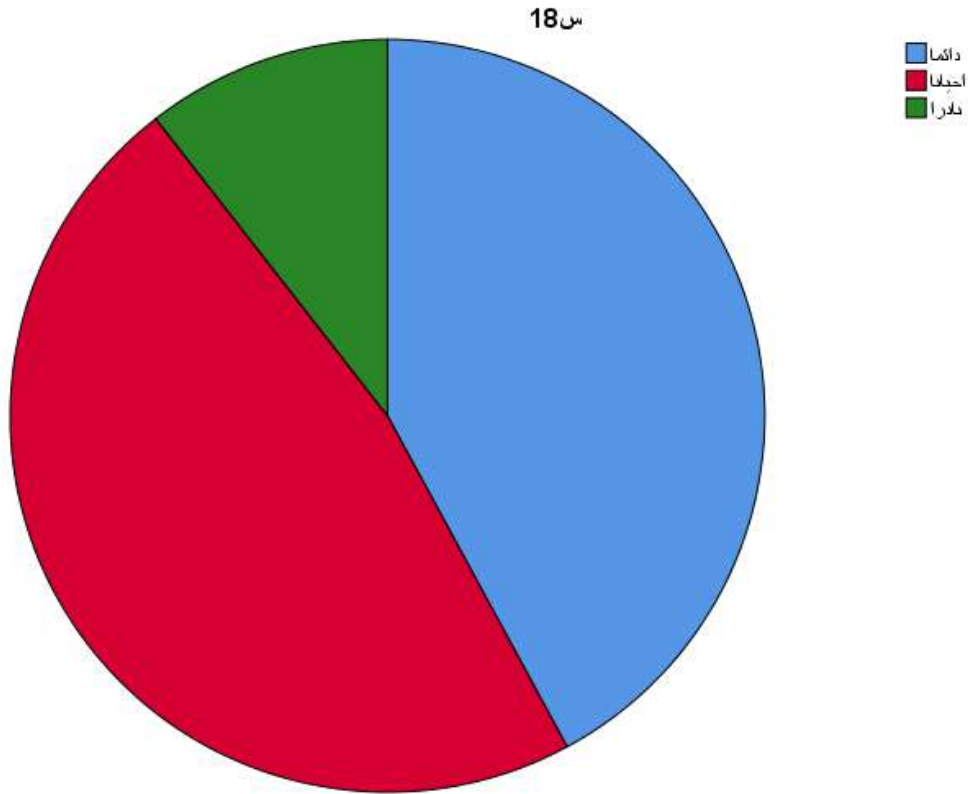
-تشير نتائج هذا السؤال إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر على اتخاذ الطلبة لمواقف سياسية، لكن بدرجات متفاوتة، فقد أفاد حوالي نصف الطلبة (49.5%) بأنهم يتأثرون أحياناً بالمحتوى السياسي عند اتخاذ مواقفهم، مما يدل على وجود تأثير جزئي وغير دائم لكنه حاضر بشكل مستمر في وعيهم السياسي. كما بين 31.6% من الطلبة أن تأثير وسائل التواصل في اتخاذهم مواقف سياسية هو دائم، وهي نسبة لافتة تؤكد قوة هذه المنصات في توجيه وتشكيل مواقف الشباب الجامعي. أما 18.9% من الطلبة فأشاروا إلى أنهم نادرًا ما يتخذون مواقف سياسية نتيجة محتوى وسائل التواصل، وهو ما قد يُفسر بوجود مواقف مستقلة مسبقاً، أو ضعف ثقة في المصادر الرقمية، أو الحذر من التحيزات السياسية الموجودة على الإنترنت.

18.1- مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي على تعرف الطلبة على قضايا إقليمية ووطنية:

جدول رقم 18: نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قضايا إقليمية ووطنية حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائماً	40	42,1
أحياناً	45	47,4
نادرًا	10	10,5
المجموع	95	100,0

شكل رقم 18: نسبة مساعدة مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على قضايا إقليمية ووطنية حسب عينة البحث



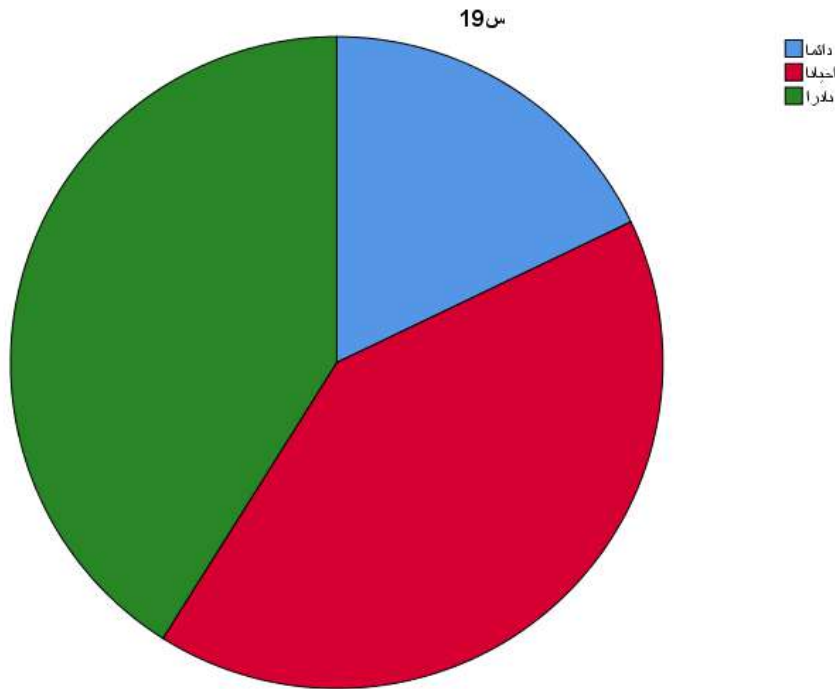
- تُظهر نتائج هذا الجدول أن وسائل التواصل الاجتماعي تُمثل وسيلة تحفيزية مهمة للطلبة للمشاركة في الأنشطة أو الحملات السياسية. فقد أوضح 42.1% من الطلبة أنهم دائماً ما يتأثرون بالمحتوى السياسي لدرجة تدفعهم للمشاركة الفعلية، وهي نسبة مرتفعة تدل على ارتباط مباشر بين التفاعل الرقمي والمشاركة الواقعية. بينما قال 47.4% إنهم أحياناً يتحفزون بفعل المحتوى السياسي، مما يعكس وجود تأثير فعلي لكنه مرتبط بالسياق أو نوعية القضية السياسية المطروحة. أما النسبة الأقل، وهي 10.5%، فقد أشارت إلى أن التحفيز للمشاركة نادرًا ما يحصل، ما قد يعكس قلة الثقة أو ضعف الحافز أو البعد عن الاهتمام بالمشاركة السياسية العملية.

19.1- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الطلبة الجامعيين للمشاركة في الأنشطة و الحملات السياسية:

جدول رقم 19: نسبة دور مواقع التواصل الاجتماعي في للمشاركة في الأنشطة و الحملات السياسية حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	17	17,9
احيانا	39	41,1
نادرا	39	41,1
المجموع	95	100,0

شكل رقم 19: نسب دور مواقع التواصل الاجتماعي في للمشاركة في الأنشطة و الحملات السياسية حسب عينة البحث



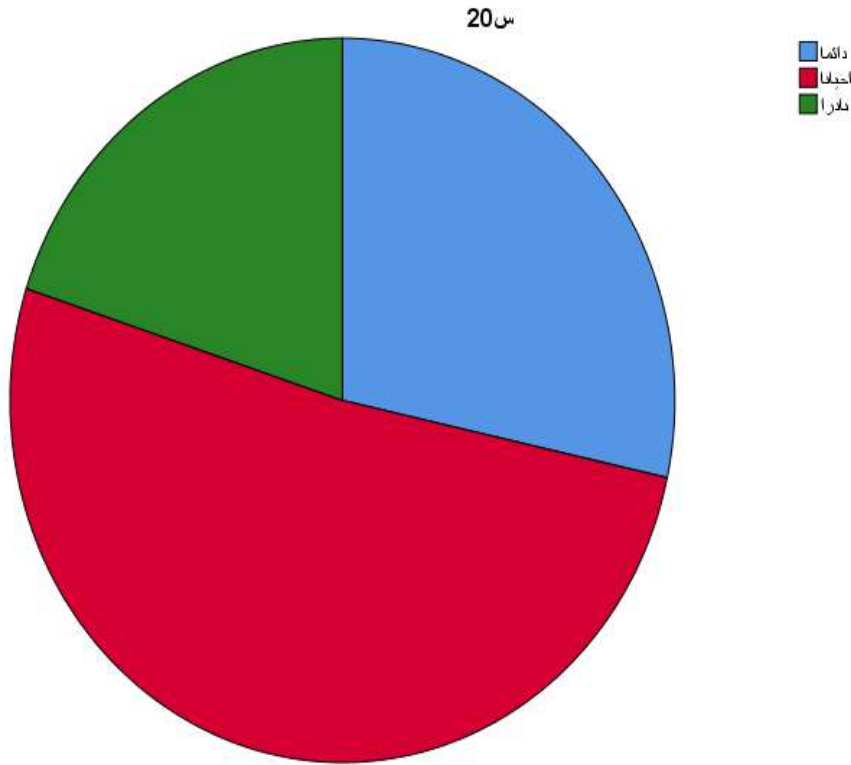
- تشير النتائج إلى أن شعور الطلبة بأن لأرائهم السياسية تأثيرًا فعليًا عبر وسائل التواصل الاجتماعي هو شعور محدود أو غير دائم. حيث يرى فقط 17.9% من الطلبة أن آرائهم السياسية تؤثر دائمًا عبر هذه الوسائل، وهي نسبة منخفضة نسبيًا، قد تعكس شعورًا بضعف الفعالية أو التفاعل المجتمعي تجاه ما يطرحونه. بينما يرى كل من 41.1% أنهم يشعرون بذلك أحيانًا أو نادرًا، ما يدل على تجربة متفاوتة وغير مستقرة من حيث التأثير. هذه التوزيعات قد تعكس وجود فجوة بين التعبير عن الرأي السياسي والمشاركة الفعالة أو التفاعل المجتمعي الملموس، أو ربما تعود إلى البيئة الرقمية التي لا تمنح تغذية راجعة واضحة للشباب.

20.1-مناقشة الطلبة الجامعيين للمواضيع السياسية بعد مشاهدة المحتوى السياسي:

جدول رقم 20:نسبة مناقشة المواضيع السياسية بعد مشاهدة المحتوى السياسي حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	27	28,4
احيانا	49	51,6
نادرا	19	20,0
المجموع	95	100,0

شكل رقم 20: نسبة مناقشة المواضيع السياسية بعد مشاهدة المحتوى السياسي حسب عينة البحث



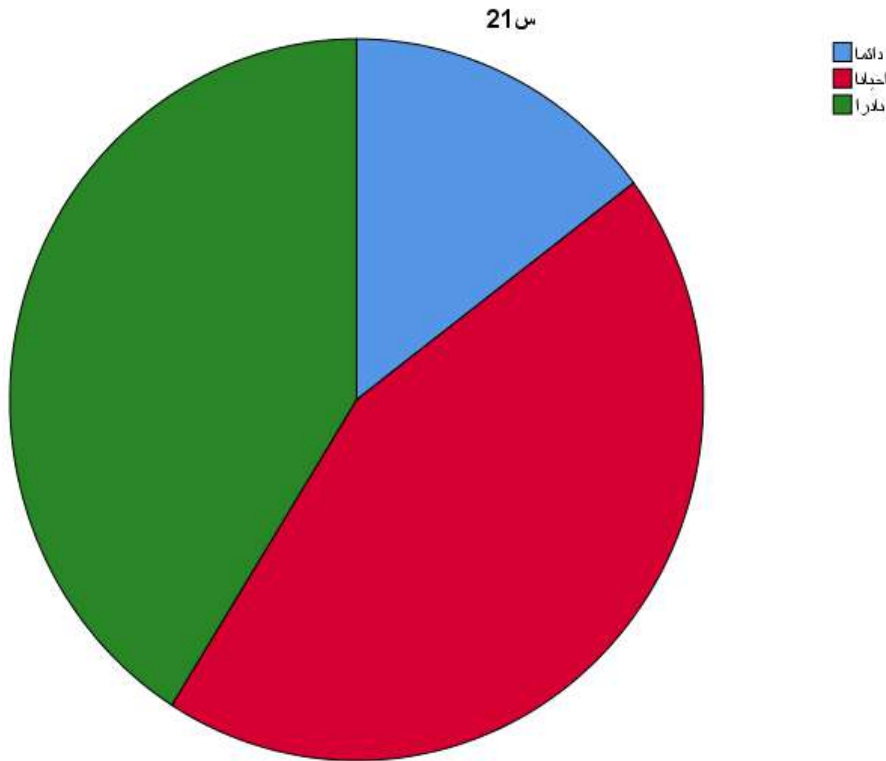
- تعكس نتائج هذا الجدول أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا ملموسًا في تعزيز اهتمام الطلبة بالشأن العام، مثل القضايا المجتمعية، والسياسات العامة، والقرارات الحكومية. فقد أشار 51.6% من الطلبة إلى أن وسائل التواصل تُسهم أحيانًا في تعزيز اهتمامهم بالشأن العام، وهو ما يعكس تأثيرًا متوسطًا لكنه ثابت في حياة الطلبة. بينما يرى 28.4% من الطلبة أن هذا التأثير دائم ومستمر، وهي نسبة مهمة تشير إلى وجود جمهور طلابي مهتم ومنخرط بشكل مستمر في القضايا العامة من خلال هذه المنصات. في المقابل، أوضح 20.0% أن هذا التأثير نادر، ما يشير إلى أن بعض الطلبة قد يستخدمون وسائل التواصل لأغراض ترفيهية أو غير سياسية، أو لا يرون في المحتوى السياسي ما يثير اهتمامهم أو يدفعهم للمتابعة.

21.1-اهتمام الطلبة الجامعيين بالتصويت والمشاركة السياسية :

جدول رقم 21: نسبة اهتمام الطلبة الجامعيين بالتصويت والمشاركة السياسية

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	14	14,7
احيانا	42	44,2
نادرا	39	41,1
المجموع	95	100,0

شكل رقم 21: نسبة اهتمام الطلبة الجامعيين بالتصويت والمشاركة السياسية



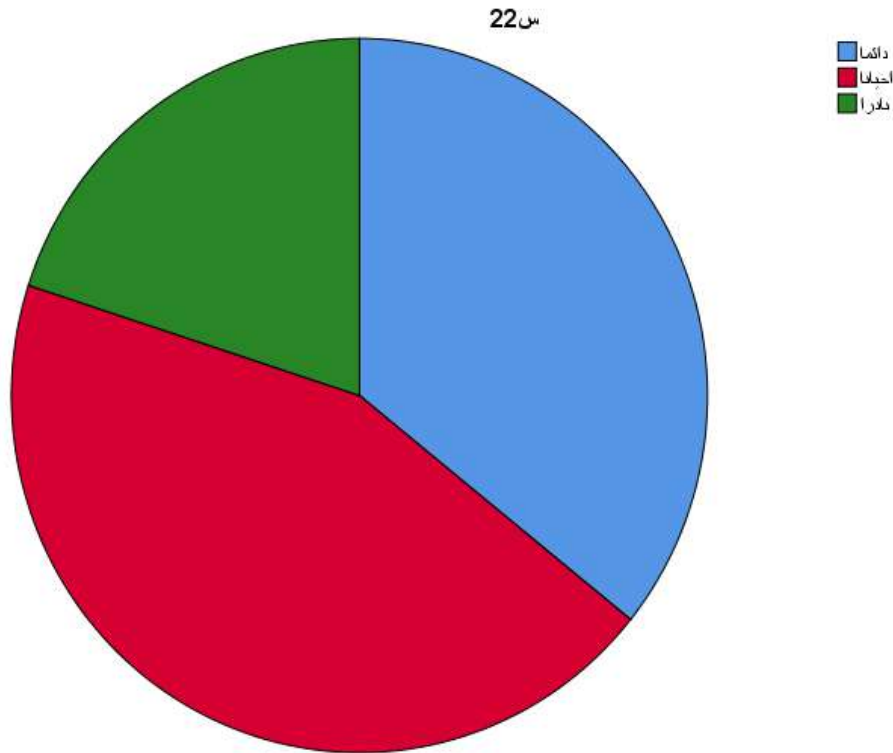
- تشير النتائج إلى أن أقل من ربع الطلبة (14.7%) يعتمدون دائماً على وسائل التواصل الاجتماعي في اتخاذ قرارات أو مواقف سياسية، مما يدل على أن الاستخدام الدائم لاتخاذ قرارات سياسية ليس سائداً بين الطلبة. النسبة الأكبر (44.2%) تقول إنهم يعتمدون على وسائل التواصل أحياناً، ما يعني أن هناك تأثيراً غير دائم ولكنه حاضر، وقد يكون مرتبطاً بمدى مصداقية أو أهمية القضية المطروحة. أما 41.1% من الطلبة فأفادوا بأنهم نادراً ما يعتمدون على وسائل التواصل في هذا السياق، ما يشير إلى وجود مستوى من الحذر أو البحث عن مصادر بديلة أكثر موثوقية عند اتخاذ قرارات سياسية.

22.1-تمكن الطلبة الجامعيين من التمييز بين الاخبار السياسية الحقيقية و المضللة عبر الانترنت:

جدول رقم 22:نسبة التمكن من التمييز بين الاخبار السياسية الحقيقية و المضللة عبر الانترنت حسب عينة البحث

الاختيار	تكرارات	النسب المئوية%
دائما	34	35,8
احيانا	42	44,2
نادرا	19	20,0
المجموع	95	100,0

شكل رقم 22: نسبة التمكن من التمييز بين الاخبار السياسية الحقيقية و المضللة عبر الانترنت حسب عينة البحث



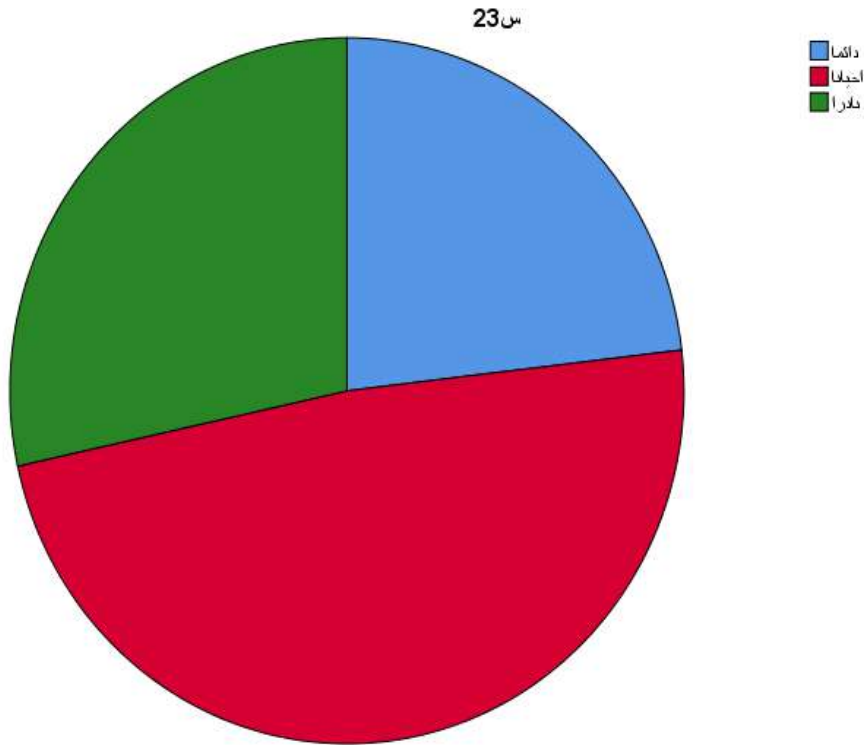
- تظهر النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا واضحًا في تعزيز الشعور بالمسؤولية السياسية لدى الطلبة 44.2%: من الطلبة أفادوا بأنهم أحيانًا يشعرون بالمسؤولية السياسية بفضل وسائل التواصل، ما يدل على وجود تأثير متكرر ولكنه غير ثابت، وقد يكون مرتبطًا بالأحداث السياسية الجارية أو نوعية المحتوى 35.8%. أشاروا إلى أن هذا الشعور يحدث دائمًا، وهي نسبة جيدة تُظهر أن أكثر من ثلث العينة يتأثرون بشكل مستمر ويشعرون بواجب سياسي تجاه قضايا المجتمع. في المقابل، 20.0% فقط صرحوا بأن التأثير نادر، ما يشير إلى أن هناك شريحة لا تتفاعل بعمق مع المحتوى السياسي رغم تعرضها له

23.1-تأثر الطلبة الجامعيين في التعبير عن آراءهم حسب ما يتابعونه فب مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول رقم 23:نسبة التعبير عن الآراء بعد متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث

الاختيار	النسب المئوية	تكرارات
دائما	23,2	22
احيانا	48,4	46
نادرا	28,4	27
المجموع	100,0	95

شكل رقم 23: التعبير عن الآراء بعد متابعة مواقع التواصل الاجتماعي حسب عينة البحث



- البيانات إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا متوسطًا في تشجيع الطلبة على التعبير عن آرائهم السياسية، مع تفاوت في درجة التأثير: ما يقارب نصف الطلبة (48.4%) يشعرون بأنهم يتشجعون أحيانًا على التعبير السياسي عبر هذه المنصات، مما يدل على وجود بيئة تفاعلية ولكنها غير مستقرة أو غير دائمة. في حين أن 23.2% من الطلبة يتشجعون دائمًا على التعبير، وهي نسبة تمثل شريحة نشطة سياسياً تُظهر استعدادًا مستمرًا للمشاركة والتفاعل. أما 28.4% فقد قالوا إنهم نادراً ما يشعرون بالتشجيع، ما يشير إلى أن هناك عوائق قد تمنعهم من التعبير، مثل الخوف من الانتقاد، الرقابة الاجتماعية، أو ضعف الثقة في التفاعل الرقمي.

تحليل ومناقشة النتائج :

أولاً: طبيعة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مكثف في متابعة الشأن السياسي، وقد جاء ذلك من خلال ارتفاع المتوسطات الحسابية لعدد من العبارات المتعلقة باستخدام هذه الوسائل كمصدر أساسي للمعلومات السياسية. وتشير النتائج إلى أن الطلبة يعتمدون بصورة ملحوظة على مواقع مثل فيسبوك، وتويتر (أكس)، وإنستغرام، و تيك توك في تتبع الأخبار والتطورات السياسية على المستويين المحلي والدولي.

- كما تبين أن طبيعة هذا الاستخدام لا تقتصر على المتابعة السلبية أو مجرد التلقي، بل تشمل أيضاً تفاعلات مباشرة مع المحتوى السياسي، كالتعليق، والمشاركة، والإعجاب، والمناقشة. هذا ما يعكس تحولاً في دور مواقع التواصل الاجتماعي من كونها مجرد منصات ترفيهية أو اجتماعية إلى فضاءات رقمية تتيح تفاعلاً سياسياً نشطاً. كما أظهرت النتائج أن نسبة كبيرة من الطلبة يتابعون الصفحات الإخبارية والحسابات السياسية، ويبدون اهتماماً بتحليل ما يُنشر وتقييمه.

- يتضح إذن أن طبيعة الاستخدام تنسم بالترار والاعتماد العالي، وتُظهر ميلاً متزايداً نحو بناء رأي عام طلابي واع بالشأن السياسي. وهو ما يدفع للقول إن الطالب الجامعي لم يعد متلقياً سلبياً، بل فاعلاً رقمياً في البيئة السياسية الافتراضية.

ثانياً: أثر المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة :

- كشفت النتائج أن المضامين السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين. فقد أظهرت المتوسطات الحسابية أن غالبية الطلبة يتفقون على أن هذه المضامين ساهمت في تطوير فهمهم للقضايا السياسية، وساعدتهم على تكوين مواقف سياسية مبنية على إدراك أعمق وأوسع للمشهد العام.

- وقد أشار عدد من الطلبة إلى أن محتوى وسائل التواصل الاجتماعي أتاح لهم الوصول إلى وجهات نظر متعددة حول القضايا السياسية، وهو ما عزز من قدراتهم النقدية والتمييز بين المعلومات الدقيقة وتلك المضللة.

- وهذا الوعي لم يقتصر على القضايا الوطنية فقط بل امتد ليشمل قضايا إقليمية ودولية، الأمر الذي يشير إلى أن الوعي السياسي المتولد عن هذه الوسائل يتسم بالشمولية والانفتاح على قضايا الرأي العام العالمي.

- و من اللافت أيضاً أن الطلبة أبدوا وعياً متزايداً بالدور الذي يمكن أن تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التوجيه السياسي والتأثير على المواقف السياسية. حيث أشاروا إلى أن بعض الحملات أو الوسوم (الهاشتاقات) السياسية ساهمت في إثارة اهتمامهم أو إعادة تشكيل قناعاتهم حيال قضايا معينة.

- بناءً عليه، يمكن القول إن الوعي السياسي المتشكل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي هو وعي تراكمي، يتأثر بطبيعة المحتوى وتكرار التعرض له، ويؤثر بدوره في قدرة الطلبة على التحليل واتخاذ المواقف.

ثالثاً: السلوك السياسي الناتج عن هذا الوعي

- أوضحت نتائج الدراسة أن الوعي السياسي المتولد عن متابعة المضامين السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي انعكس بشكل مباشر على السلوك السياسي للطلبة. فقد برزت أنماط متعددة من السلوك السياسي الإيجابي، كان أبرزها المشاركة في النقاشات السياسية عبر المنصات الرقمية، حيث عبر الطلبة عن آرائهم في القضايا السياسية وشاركوا في التعليق على الأحداث الجارية.

- كما أظهرت النتائج أن هناك علاقة طردية بين درجة الوعي السياسي ومستوى المشاركة السياسية، حيث بين الطلبة الذين أفادوا بارتفاع وعيهم السياسي أنهم أصبحوا أكثر اهتماماً بالمشاركة في العمليات السياسية، كالتسجيل في الانتخابات، أو حضور النقاشات العامة، أو حتى التأثير في محيطهم من خلال الحوار والنقاش.

- ومن مظاهر السلوك السياسي الأخرى التي تم رصدها، مشاركة الطلبة في الحملات الرقمية، أو ما يُعرف بـ"النشاط السياسي الرقمي"، مثل دعم مبادرات سياسية إلكترونية أو توقيع العرائض أو الترويج لقضايا سياسية معينة عبر صفحاتهم الشخصية. وهذا ما يعكس انتقالاً من "الوعي" إلى "الفعل"، ومن "المعرفة" إلى "المبادرة".

- كما بينت بعض المؤشرات أن عدداً من الطلبة تأثروا بهذا الوعي بشكل مكثف من اتخاذ مواقف سياسية مستقلة، رافضة أو مؤيدة، بناءً على قناعاتهم الخاصة، وليس فقط على ما يُنشر من محتوى. ما يدل على قدرة وسائل التواصل على تنمية مواطن فاعل ومنخرط في الشأن العام.

1 - تحليل وتفسير عادات وانماط استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الاخبار السياسية:

- تشير نتائج المحور الأول أن الطلبة الجامعيين يظهرون انخراطاً ملحوظاً في متابعة الشأن السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أفاد معظمهم بأنهم يقضون بين ساعة إلى أكثر من ست ساعات يومياً في هذا النشاط، مما يعكس تحولاً في نمط استهلاكهم للمعلومات السياسية بعيداً عن الوسائل التقليدية. كما أظهرت النتائج أن منصة "إنستغرام" جاءت في مقدمة المنصات الأكثر استخداماً، تليها "فايسبوك" و"تيك توك"، وهو ما يعبر عن تفضيل الطلبة للمحتوى المرئي والمختصر الذي يتماشى مع طبيعة التلقي السريعة في البيئة الرقمية. ومن حيث أشكال المضامين السياسية، احتلت الفيديوهات الصدارة بنسبة 60%، تليها المنشورات القصيرة، في حين تراجعت نسب متابعة المقالات والتغريدات، مما يدل على أهمية الوسائط البصرية في تشكيل الاهتمام والمتابعة السياسية لدى هذه الفئة. أما على مستوى طبيعة القضايا المتابعة، فقد أظهرت النتائج ميلاً واضحاً نحو متابعة القضايا الدولية بنسبة تجاوزت نصف العينة، مقارنة بالقضايا العربية والمحلية، وهو ما يعكس انفتاحاً على الشأن السياسي العالمي، وربما تراجعاً في الثقة أو الاهتمام بالقضايا الوطنية. ومن حيث العوامل المؤثرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأغراض سياسية، فقد كانت سهولة الوصول إلى المعلومات وتنوع المصادر

في المقدمة، تليها التأثيرات الاجتماعية المتمثلة في الأصدقاء والمتابعين، مما يدل على أن البيئة الرقمية تتيح فضاءً تفاعلياً متعدد الأصوات يسهم في تعزيز وعي سياسي مرن ومتجدد. وبناءً على هذه المؤشرات، يتضح أن الطلبة الجامعيين لا يكتفون بالاستهلاك السلبي للمضامين السياسية، بل ينخرطون في عملية متابعة نشطة ومتنوعة، تؤسس لنمط جديد من الوعي السياسي الرقمي المتأثر بعوامل تقنية واجتماعية وثقافية معاصرة.

2- تحليل وتفسير نتائج استخدام الطلبة لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي:

- كشف نتائج المحور الأول المتعلقة باستخدام الطلبة الجامعيين لوسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي عن مستوى متوسط من التفاعل السياسي الرقمي، يتسم بالتذبذب بين المتابعة الدائمة والموسمية. فقد أشارت المعطيات إلى أن 25.3% من الطلبة يتابعون الشأن السياسي عبر هذه المنصات بشكل دائم، فيما شكّل الذين يتابعونه أحياناً النسبة الأكبر بـ 63.2%، مقابل 11.6% فقط نادراً ما يتابعونه، وهو ما يشير إلى وجود اهتمام ملحوظ ولكن غير منتظم بالشأن السياسي بين صفوف الطلبة. وعند النظر في أشكال التفاعل السياسي، يتضح أن 38.9% من الطلبة أفادوا بأنهم دائماً ما يطلعون على الأخبار السياسية عبر وسائل التواصل، فيما يتابعها أحياناً 48.4% منهم، بينما صرّح 12.6% بأنهم نادراً ما يفعلون ذلك. تعكس هذه النتائج ميلاً نسبياً نحو استهلاك الأخبار السياسية كأحد أنماط استخدام الوسائط الرقمية، مع تفوق لنمط المتابعة الجزئية أو العرضية.

- أما على صعيد إبداء الآراء والمواقف تجاه القضايا السياسية، فقد انخفضت نسب الانخراط الفعلي، حيث أشار فقط 18.9% من الطلبة إلى أنهم دائماً يبدون مواقفهم السياسية، مقابل 61.1% يفعلون ذلك أحياناً، و20% نادراً ما يشاركون آراءهم. وتُظهر هذه الأرقام أن هناك تردداً عاماً لدى الطلبة في التعبير السياسي العلني على المنصات، وربما يرتبط هذا الحذر باعتبارات اجتماعية أو مخاوف من الرقابة والتصنيف السياسي.

- وفيما يتعلق بإعادة نشر أو مشاركة المحتوى السياسي، بيّنت النتائج أن 12.6% من الطلبة يشاركون محتوى سياسياً بشكل دائم، في حين بلغت نسبة من يفعلون ذلك أحياناً 53.7%، و33.7% نادراً ما يشاركون. أما التفاعل عبر الإعجاب أو التعليق، وهو من أبسط أشكال التفاعل الرقمي، فقد أبدى 15.8% من الطلبة تفاعلاً دائماً، و50.5% أحياناً، و33.7% نادراً. وتعكس هذه النتائج مجتمعة نمطاً سلوكياً يتمثل في المتابعة غير المنتظمة والانخراط المحدود، حيث تظل النسبة الغالبة من الطلبة في موقع المتلقي أو المتفاعل العرضي، دون الوصول إلى مستوى التفاعل السياسي المستمر أو التعبير الصريح والدائم عن الرأي السياسي. ويمكن تفسير ذلك بضعف ثقة الطلبة في فعالية الفعل السياسي الرقمي، أو نتيجة الثقافة السياسية السائدة التي قد تميل إلى الحذر والانكفاء. ومع ذلك، فإن وجود نسب ملحوظة من المتابعة والمشاركة ولو بدرجات متفاوتة يشير إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل قناة مهمة لتشكيل الوعي السياسي وتوفير مساحة بديلة، وإن كانت غير مكتملة، للانخراط في الشأن العام.

3- تحليل وتفسير اثر المضامين السياسية على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين:

- تشير نتائج المحور الثاني إلى وجود تأثير ملموس للمضامين السياسية المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وإن كان هذا التأثير يتفاوت من حيث الشدة والاستمرارية. فعند تحليل البيانات الخاصة بالسؤال 14، يتبين أن 44.2% من الطلبة يشعرون دائماً أن المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في توسيع معرفتهم بالقضايا السياسية، فيما يرى 43.2% أن ذلك يحدث أحياناً، و12.6% فقط يعتبرونه نادر الحدوث. تعكس هذه المعطيات إدراكاً واضحاً لدى أغلبية الطلبة بأن هذه المنصات تلعب دوراً تثقيفياً في المجال السياسي.

- وفي السياق ذاته، بيّنت إجابات الطلبة على السؤال 15 أن 45.3% منهم يقرون بتأثير دائم للمضامين السياسية في تشكيل مواقفهم السياسية، في حين يرى 36.8% أن هذا الأثر يقع أحياناً، ويعبّر 17.9% فقط عن نفي أو ضعف هذا التأثير. ما يشير إلى أن المحتوى السياسي الرقمي لا يقتصر فقط على نقل المعلومة، بل يتجاوز ذلك إلى التأثير على القناعات والمواقف الفردية. أما فيما يخص مدى تأثير هذه المضامين على رفع مستوى الوعي بالقضايا الوطنية والمحلية (س16)، فقد أقر 43.2% من المشاركين بوجود هذا الأثر بشكل دائم، و41.1% أحياناً، بينما قلل 15.8% من أهمية هذا التأثير. ما يدل على أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أحد المصادر الرئيسية التي يعتمد عليها الطلبة في إدراكهم وفهمهم للواقع السياسي المحيط بهم. وتعرّز نتائج السؤال 17 هذا الطرح، إذ يرى 31.6% من الطلبة أن المحتوى السياسي ساهم دائماً في تحفيزهم على التفكير النقدي تجاه الأحداث السياسية، وعبّر 49.5% عن ذلك بدرجة متوسطة، في حين يرى 18.9% أن هذا النوع من التفكير نادر الحدوث. هذا يشير إلى دور محدود ولكنه متنامٍ لوسائل التواصل الاجتماعي في تنمية القدرات التحليلية والسياسية للطلبة، ويدعو إلى تطوير استخدام هذه الوسائل نحو تعميق التفكير السياسي لا مجرد التلقي السلبي.

- أخيراً، كشفت إجابات الطلبة على السؤال 18 أن 42.1% منهم يربطون دائماً بين ما يتعرضون له من مضامين سياسية وبين تشكيل موقف سياسي شخصي، بينما تتفاوت درجة هذا التأثير لدى 4.47% ممن يقرون به أحياناً، و10.5% فقط يصفونه بالضعيف. يعكس هذا نتائج سابقة ويؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي باتت أداة فعالة في صياغة اتجاهات الرأي السياسي لدى الطلبة، وتمنحهم إمكانية بناء مواقف قائمة على التفاعل والتأمل في المضامين المعروضة.

- بناء على ما سبق، يمكن القول إن المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً محورياً في تعزيز وعي الطلبة السياسي، من خلال إسهامها في بناء المعلومة، وتوجيه المواقف، وتعزيز التفكير النقدي، وتشكيل الاتجاهات السياسية. إلا أن هذا التأثير لا يتسم بالثبات المطلق، إذ يتأرجح بين الدائم والجزئي، وهو ما يفتح المجال أمام مزيد من البحث حول العوامل المحددة لشدة هذا الأثر، لا سيما في ظل التفاوت بين الطلبة في القدرة على التمييز بين المصادر الموثوقة والمضللة.

4- تحليل وتفسير السلوك السياسي الناتج على هذا الوعي:

- تشير نتائج المحور الرابع إلى أن الوعي السياسي الذي يكتسبه الطلبة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ينعكس بدرجات متفاوتة على سلوكهم السياسي الفعلي، سواء على مستوى التفاعل أو المشاركة أو التعبير عن المواقف. فعلى صعيد السؤال 19، الذي يقيس مدى اهتمام الطلبة بمناقشة القضايا السياسية في حياتهم اليومية، أظهرت النتائج أن 41.1% من المشاركين يفعلون ذلك أحياناً، وهي النسبة نفسها لأولئك الذين قالوا إنهم يفعلون ذلك نادراً، في حين عبّر 17.9% فقط عن ممارسة دائمة لهذا السلوك. تعكس هذه المعطيات وجود حذر نسبي أو ربما نوع من التحفظ في التعبير العلني عن المواقف السياسية رغم الوعي المتشكل عبر وسائل الإعلام.

- أما فيما يتعلق بالمشاركة في الحملات أو المبادرات السياسية عبر الفضاء الرقمي (س20)، فإن 28.4% من الطلبة يشاركون فيها بشكل دائم، و51.6% أحياناً، مقابل 20.0% نادراً. توضح هذه البيانات

أن الفضاء الرقمي يوفر منبرًا مناسبًا لشريحة واسعة من الشباب الجامعيين للتعبير والانخراط في أشكال جديدة من الفعل السياسي، دون الحاجة إلى التواجد في الفضاءات التقليدية للممارسة السياسية.

- وفي السؤال 21، المتعلق بالمشاركة في النقاشات السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بيّنت النتائج أن 44.2% من الطلبة يشاركون أحيانًا، و14.7% يفعلون ذلك دائمًا، في حين يرى 41.1% أن هذه المشاركة نادرة. تشير هذه النسب إلى أن النقاش السياسي الرقمي يُمارس بشكل متوسط بين الطلبة، وقد يعود هذا إلى عوامل متعددة، منها الخوف من الخلاف أو الانقسام، أو عدم امتلاك أدوات النقاش السياسي الرصين.

- ومن جهة أخرى، فإن السؤال 22، الذي يقيس مدى اعتماد الطلبة على ما يطلعون عليه من محتوى سياسي في اتخاذ مواقف تجاه القضايا العامة، أظهر نتائج إيجابية نسبيًا؛ حيث أفاد 35.8% بأنهم يعتمدون دائمًا على هذه المضامين في تشكيل مواقفهم، و44.2% أحيانًا، مقابل 20.0% فقط يعتبرون ذلك نادرًا تعزز هذه المعطيات ما تم التوصل إليه في المحور السابق حول دور وسائل التواصل في بناء المواقف والاتجاهات السياسية. أما السؤال 23، والمتعلق بالمشاركة في الأنشطة أو الفعاليات السياسية على أرض الواقع، فقد جاءت نتائجه أكثر تحفظًا، إذ أشار 23.2% فقط إلى المشاركة الدائمة، و48.4% أحيانًا، مقابل 28.4% نادرًا.

- توضح هذه النتائج وجود فجوة بين الوعي السياسي والممارسة الفعلية على الأرض، ربما تعود إلى أسباب تتعلق بالسياق السياسي والاجتماعي، أو إلى ضعف القنوات المتاحة للمشاركة السياسية الميدانية لدى الشباب الجامعيين. وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن السلوك السياسي الناتج عن الوعي السياسي المتشكل من وسائل التواصل الاجتماعي يتجلى بدرجات متفاوتة، ويتسم بطابع رقمي أكثر من كونه ميدانيًا. ويظهر الطلبة انخراطاً أكبر في النقاشات الافتراضية والحملات الرقمية، مقابل مشاركة أقل في الأنشطة السياسية التقليدية. وهذا يعكس تحولاً في طبيعة الفعل السياسي لدى الجيل الجامعي الجديد، بما يتطلب من الفاعلين السياسيين والاجتماعيين تطوير آليات جديدة للتفاعل مع هذا الشكل المتغير من المشاركة السياسية.

الاستنتاجات العامة :

- تشير نتائج الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مكثف، حيث يقضون في الغالب من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً على هذه المنصات، وتُعد تطبيقات مثل إنستغرام وفيسبوك الأكثر استخداماً في متابعة الشأن السياسي. كما يُفضل الطلبة المحتوى المرئي كالـ"فيديوهات" على باقي أشكال المحتوى السياسي، ويميلون إلى متابعة القضايا الدولية أكثر من المحلية أو العربية. ويُعزى إقبالهم على هذه الوسائل إلى سهولة الوصول للمعلومة وتنوع الآراء والمصادر المتاحة. أما من حيث المتابعة السياسية، فإن غالبية الطلبة يتابعون القضايا السياسية بشكل متقطع "أحياناً"، مما يشير إلى حضور غير مستمر ولكن لا يمكن تجاهله في المشهد السياسي الرقمي.

- وقد أظهرت البيانات أن للمضامين السياسية المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي دوراً ملموساً في تشكيل وعي الطلبة السياسي، حيث أشار أغلبهم إلى أن هذه المضامين تسهم في رفع درجة المعرفة السياسية وتعزز الفهم للقضايا العامة، خاصة تلك المرتبطة بالمستقبل السياسي للبلاد أو القضايا الوطنية. إلا أن التأثير لا يتسم بالثبات، إذ يتفاوت بين تأثير دائم وآخر محدود بحسب طبيعة المحتوى والظرف السياسي المحيط.

- وكنتيجة لهذا الوعي، يتجلى السلوك السياسي للطلبة في أشكال متعددة، أبرزها إبداء الرأي والتفاعل مع القضايا العامة عبر التعليقات والمشاركات، بينما تقل نسبة من يترجمون هذا الوعي إلى سلوك عملي دائم مثل المشاركة في الحملات أو الفعاليات السياسية.

- وتدل هذه النتائج على وجود علاقة واضحة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة، لكنها علاقة غير مكتملة التأثير على صعيد السلوك السياسي الفعلي، مما يستدعي مزيداً من التمكين السياسي الرقمي وتعزيز ثقافة المشاركة الواعية لدى فئة الشباب الجامعي.



خاتمة

الخاتمة :

- سعت هذه الدراسة إلى تحليل أثر المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك في ظل التحولات المتسارعة التي تشهدها بيئة الاتصال الرقمي، والدور المتنامي لهذه الوسائل في تشكيل الرأي العام لدى فئة الشباب. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المضامين السياسية التي يتعرض لها الطلبة عبر منصات التواصل تسهم بدرجات متفاوتة في تعزيز إدراكهم للقضايا السياسية، وزيادة اهتمامهم بالشأن العام، مما يدل على أن لهذه المضامين دورًا فاعلاً في تنمية الوعي السياسي. وتبيّن من خلال التحليل أن تكرار التعرض للمحتوى السياسي، وتنوع مصادره، وتفاعل الطلبة معه، ترتبط بشكل إيجابي بمستوى الوعي السياسي لديهم، خصوصًا حينما تكون هذه المضامين موضوعية وتحفّز التفكير النقدي. كما أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح مساحات للنقاش والحوار، ما يعزز من مشاركة الطلبة وتفاعلهم مع القضايا المجتمعية.

- وبناءً على ما توصلت إليه الدراسة، توصي بضرورة توجيه الاهتمام نحو تطوير محتوى سياسي رقمي أكثر مهنية وموثوقية، مع دعم مبادرات التثقيف السياسي الرقمي في المؤسسات التعليمية. كما تقترح إجراء دراسات مستقبلية تأخذ بعين الاعتبار تأثير كل من نوع المنصة، ومستوى التفاعل، وطبيعة المحتوى السياسي في تشكيل أنماط الوعي لدى الطلبة الجامعيين.



قائمة المراجع و المصادر

المراجع :

1. أبن منظور، لسان العرب، ج1، ص 29
2. الأنصاري فاطمة، الشباب الجامعي و التحديات المعاصرة، دار الفكر، 2014.
3. أحمد الشرقاوي، الإعلام الجديد والتحول الديمقراطي، دار الوفاء، 2016.
4. الزهراني محمد، وسائل التواصل الاجتماعي المفاهيم والتطبيقات، دار المعرفة، 2015.
5. الخضير عبد الله، مناهج البحث العلمي الأسس والتطبيقات، دار الزهراء، 2015.
6. العزاوي خالد، مناهج البحث العلمي: الأسس والتطبيقات، دار الكتاب الجامعي، 2019، ص135.
7. الديبسي والطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، 2013.
8. بوزيد عتيقة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي لدى طلبة جامعة قاصدي ورقلة (الفييس بوك أنموذجاً) دراسة ميدانية لعينة من طلبة سنة ثانية ماستر اتصال جماهيري ووسائل جديدة، 2022
9. عبد الرحمان عدس، أسس البحث العلمي في العلوم السلوكية، ط3، دار المسيرة، 2004، ص122.
10. عبد الله سامي، الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، 2012.
11. عبد الله سامي، الوعي السياسي لدى الشباب في العصر الرقمي، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، 2020.
12. عبد الرحمان فؤاد، نظريات الإعلام المعاصر، دار الفكر العربي، 2018.
13. عبدالرزاق رأفت مهند، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات الماجستير، في الأعلام، 2013.
14. صبري عبد الحميد، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
15. صالح فريد، اشرف عصام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي. الأردني، رسالة الماجستير في الأعلام، كلية الأعلام، جامعة الشرق الأوسط، إيار، 2016 .

الملحق الثاني :

استمارة الاستبيان:

جامعة قاصدي مرباح- ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم إعلام واتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة

ثانية ماستر



أضع بين يديكم هذا الاستبيان الذي يتكون من 23 سؤال ويحتوي على بدائل للأجوبة، ونرجو منكم الإجابة بدقة ووضوح على بنوده وفقا للتعليمات المرفقة، مع العلم أنه لا توجد إجابة صحيحة ولا خاطئة طالما أنها تعبر عن رأيك في الخانة (X) بصدق وأمانة. كما نعلمكم بأن المعلومات التي تفيدوننا بها وللإجابة على تساؤلاتنا يرجى وضع علامة المناسبة ستبقى في سرية تامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي.

الموضوع:

أثر المضامين السياسية في وسائل التواصل الاجتماعي على
تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين

بإشراف الأستاذ:

صانع رابح

إعداد الطالب:

محشة محمد النذير

السنة الجامعية: 2025/2024

استبيان بحثي

أولاً: البيانات الشخصية

1. الجنس :

ذكر [] أنثى []

2. العمر :

أقل من 20 [] بين 20-23 [] أكثر من 24 []

3. المستوى الدراسي:

ليسانس [] ماستر []

ثانياً عادات و أنماط استخدام الطلبة الجامعيين وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار السياسية

4. ماهو عدد ساعات استخدامك وسائل التواصل الاجتماعي يوميا؟

من ساعة إلى ثلاث ساعات [] من 4-6 ساعات [] أكثر من 6 ساعات []

5. ماهي المنصة الاجتماعية التي تستخدمها لمتابعة الأخبار السياسية ؟

فايس بوك [] انستغرام [] تويتر [] تيك توك []

6. مانوع المحتوى السياسي الذي تفضله لمتابعة الأخبار السياسية ؟

مقالات [] فيديوهات [] تغريدات [] منشورات قصيرة []

7. ماهو نوع الأخبار السياسية التي تتابعها أكثر؟

محلية [] عربية [] دولية []

8. ماهو دافعك الأساسي لمتابعة الأخبار السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

سهولة الوصول للمعلومة [] التحديثات الفورية []

تنوع الآراء والمصادر [] تأثير الأصدقاء والمتابعين []

ثالثاً استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الشأن السياسي

9. أتابع الأخبار السياسية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

10. أستخدم وسائل التواصل كمصدر رئيسي للمعلومات السياسية.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

11. أتابع صفحات أو حسابات تهتم بالشأن السياسي.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

12. أشارك أحياناً في نقاشات سياسية عبر وسائل التواصل.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

13. أهتم بالمحتوى السياسي أكثر من غيره على وسائل التواصل.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

رابعاً : أثر المضامين السياسية على الوعي السياسي

14. ساعدتني وسائل التواصل في فهم موضوعات سياسية لم أكن أعرفها.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

15. أصبحت أكثر وعياً بحقوقى السياسية بفضل المحتوى السياسي.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

16. وسائل التواصل أثرت في تكوين رأيى السياسي.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

17. المحتوى السياسي على الإنترنت جعلني أفكر بطريقة ناقدة.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

18. تعرفت على قضايا وطنية و إقليمية من خلال وسائل التواصل.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

خامساً : السلوك السياسي الناتج عن هذا الوعي

19. شاركت في نشاط أو حملة سياسية بسبب ما رأيته على وسائل التواصل.

دائماً [] أحياناً [] نادراً []

20. ناقشت قضايا سياسية مع زملائي بعد مشاهدتي لمحتوى سياسي.

- دائماً [] أحياناً [] نادراً []
.21 أصبحت أكثر اهتماماً بالتصويت أو المشاركة السياسية.
 دائماً [] أحياناً [] نادراً []
.22 أستطيع التمييز بين الأخبار السياسية الحقيقية و المضللة على الإنترنت.
 دائماً [] أحياناً [] نادراً []
.23 أعبر عن رأيي في القضايا العامة نتيجة لما أراه في وسائل التواصل.
 دائماً [] أحياناً [] نادراً []

