

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



تفاعل الشباب الجامعي مع قضايا المشاركة المجتمعية عبر موقع الفيسبوك

(دراسة ميدانية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة)

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

إعداد الطلبة:

أ.د/ لرقط الحسين

❖ العيفاوي اية

❖ فارح نجاح

السنة الجامعية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الشكر والعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله الذي ألهمنا الصبر والتوفيق لإنجاز هذا العمل المتواضع  
أن نشكر الأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور "لرقت الحسين" الذي ساعدنا بتوجيهاته القيمة وملاحظاته  
النيرة وبتشجيعه لنا في اختيارنا لهذا الموضوع.

كما لا يفوتنا في هذا المقام أن نشكر الأساتذة الأفاضل أعضاء اللجنة المناقشة

ولا ننسى أيضا كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إتمام هذا العمل

أخيرا نسال الله تعالى بأسمائه الحسنى وصفاته العلى أن يوفقنا جميعا لخدمة البحث العلمي وان يبلغنا جميع  
منازل الناجحين، الفالحين مع الذين انعم الله عليهم من النبيين والصدقيين والشهداء الصالحين

والصلاة والسلام على نبينا وحبينا محمد وعلى اله وصحبه وسلم تسليما



# أهداء



بعد سنوات من الاجتهاد والسعي المتواصل سنوات حملت في طياتها التعب والصبر والتحديات

أقف اليوم على عتبة التخرج لأقدم ثمرة جهدي جهدي وما وصلت إليه بعد فضل الله وتوفيقه

فهذا الإنجاز لم يكن خطوة فردية،

بل كان حصيلة دعم وحب ومساندة أشخاص كان لوجودهم أعظم الأثر في مسيرتي.

إلى من منحوني القوة لأصل...أهدي هذا الإنجاز:

إلى والدي الذي علمني معنى الثبات، والغرس الطيب، والسير في الطريق الصحيح

إلى من كان دعمه عزا لي، ورضاه طريقي نحو الفلاح.

وإلى والدتي نبع الحنان وقلب الدعاء الذي لم يغلق بابه يوما

إلى من كانت عيونها تلاحق خطواتي خوفا علي، وحنانها قنديلي في كل مواجهة.

ياأمان أيامي وياهدايا الله في عمري،

نجاحي هذا امتداد لدعائك، وقطف لثمار حبك، وهدية متواضعة لقبك الكبير.

إلى إخوتي وإخواني سندي الذي لايميل، ورفاق عالمي الصغير، واليد التي تمتد لي قبل ان أطلب.

لقد كنتم دوما جزءا من قوتي، وسببا في ان أقف بثبات في أصعب الأيام،

إليكم، يا من كنتم نور أيامي، أقدم جزءا من فرحتي

إلى رفقتي آية صدقي التي شاركتني الطريق وساهمت في صنع ذكريات لاتنسى،

وجودكي كان مساحة رحبة لقلبي، وسندا لتجاوزالصعوبات.

ولكل من وقف الى جانبي وترك أثر طيبا في قلبي، او دعم خطوة من خطواتي،

او قال كلمة صنعت فرقا ...

لكم جميعا أجمل المعاني الامتنان والدعاء.

وها انا اليوم ارفع مشروعني هذا عربون شكر لله تعالى، الذي وفقني وأعاني،

ومنحني القدرة على الوصول الى هذه الرحلة التي لطالما حلمت بها.

يا سميعين نجاح



# إهداء



إلى نفسي.. لتلك النسخة التي حاربت بصمت وصبرت كثيراً حتى وصلت إلى هذا اليوم المميز، لقد كان الطريق طويلاً لكنني اليوم أقف بفخر وأقول: لقد فعلتها.

أبي العزيز.. هذا الإنجاز ليس لي وحدي، بل هو ثمرة وقوفك معي وتشجيعك الدائم، شكراً لأنك أجمل سند.  
أمي الغالية.. مهما كبرت سيبقى فضلك عظيمًا في قلبي، اليوم أحقق حلمًا كنت أول من دعا لي به، فلك مني كل الحب والفخر والامتنان.

اخوتي لولة نصفين الثاني الركن الذي يسندني وضلي الذي يرافقني في كل الطرق تؤام روحي والاقرب الى قلبي  
أختي الصغيرة دعاء.. أدام الله براءتك الجميلة وابتسامتك التي تملأ البيت فرحاً.  
أخي عبد الحميد.. أنت الرفيق قبل أن تكون أخاً، حفظك الله ودامت محبتنا.  
صديقتي نبيلة إلى تلك التي كانت لي أختاً قبل أن تكون صديقة.

إلى من شاركتني الضحكة والحزن وكل تفاصيل الحياة...

أهديك هذا النجاح لأنك كنت دائماً السند والقلب القريب.

دمت لي أجمل نعمة وأوفى صديقة.

إلى من كان لي سنداً وداعماً.. وجودك في حياتي كان قوة لي في كل الأوقات، وهذا الإنجاز يحمل جزءاً كبيراً من تشجيعك ودعمك الصادق، شكراً لك

صديقتي "نجاح ياسمين" .. التي رافقتني خلال فترة إنجاز هذه المذكرة، وكانت نعم السند والدعم المعنوي في لحظات التعب والضغط، شكراً لوجودك فبك خفّ الطريق وكان الوصول أجمل، أسأل الله أن يكتب لك من النجاح ما يليق بقلبك الطيب وجهدك الكبير.

صديقتي الغالية بشرى.. رفيقة الضحك والدعم، مهما قلتُ لن أوفيك حقك، أسأل الله أن يديم بيننا المودة والوفاء، وجمعنا دائماً على الخير والسعادة

## آية

## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تفاعل الشباب الجامعي مع قضايا المشاركة المجتمعية عبر موقع الفايسبوك (Facebook)، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما قمنا بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات أسفرت النتائج عن:

- أظهرت النتائج أن القضايا الاجتماعية تصدرت قائمة الإهتمامات اذ حظيت بتفاعل اكبر لدى الشباب الجامعي من القضايا السياسية و الاقتصادية، اما فيما يخص القضايا البيئية و الثقافية فكانت حاضرة بنسب متفاوتة.
- تكشف الدراسة أن الفايسبوك (Facebook) اظهر تفاعلات المشاركة مثل التعليقات، والمجموعات، والصفحات المتخصصة، وخاصة المشاركة، والبرث المباشر بدرجة أقل، كما تبين أن التعليقات تعدّ أكثر خاصية تحفز التفاعل وأن المجموعات أكثر الأدوات قدرة على تعزيز التفاعل المجتمعي،

**الكلمات المفتاحية:** تفاعل، الشباب الجامعي، قضايا، المشاركة المجتمعية، الفايسبوك

**Abstract:**

This study aimed to identify the extent of university students' engagement with community participation issues through Facebook. To achieve the objectives of the study, the descriptive-analytical method was adopted, and a questionnaire was administered to a sample of students from Mohamed Boudiaf University in M'sila. After statistical analysis of the data, the findings revealed the following:

- The results showed that social issues ranked first among the areas of interest, receiving greater engagement from university youth than political and economic issues. As for environmental, cultural, and entertainment issues, they were present at varying levels.
- The study also revealed that Facebook offers various forms of interaction such as comments, groups, specialized pages, sharing, and live streaming to a lesser extent. It was also found that comments are the feature that most stimulates interaction, while groups are the most effective tool in enhancing community engagement.

**Keywords:** interaction, university youth, community participation issues, Facebook.

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

|     |                                            |
|-----|--------------------------------------------|
|     | شكر وعرفان                                 |
|     | إهداء                                      |
|     | فهرس المحتويات                             |
| أ-ب | مقدمة                                      |
|     | الفصل الأول: الإطار المنهجي                |
| 4   | 1. الإشكالية                               |
| 5   | 2. فرضيات البحث                            |
| 6   | 3. أهمية البحث                             |
| 7   | 4. أهداف البحث                             |
| 7   | 5. أسباب إختيار الموضوع.                   |
| 8   | 6. المدخل النظري للدراسة                   |
| 13  | 7. تحديد المفاهيم والمصطلحات               |
| 16  | 8. نوع الدراسة ومنهجها                     |
| 16  | 9. أدوات جمع البيانات                      |
| 18  | 10. عينة البحث                             |
| 19  | 11. الدراسات السابقة                       |
|     | الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة        |
| 29  | المبحث الأول: مدخل عام حول الشباب الجامعي. |
| 29  | المطلب الأول: مفهوم الشباب الجامعي         |
| 30  | المطلب الثاني: مميزات الشباب الجامعي .     |
| 31  | المطلب الثالث: خصائص الشباب الجامعي .      |

|     |                                                                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 33  | المطلب الرابع: مشكلات الشباب الجامعي.                                                                  |
| 35  | المبحث الثاني: ماهية المشاركة المجتمعية                                                                |
| 35  | المطلب الأول: تعريف المشاركة المجتمعية.                                                                |
| 37  | المطلب الثاني: أنواع المشاركة المجتمعية وخصائصها .                                                     |
| 38  | المطلب الثالث: أهداف المشاركة المجتمعية وأهميتها.                                                      |
| 40  | المطلب الرابع: أبعاد ومستويات المشاركة المجتمعية ومعيقاتها.                                            |
| 42  | المبحث الثالث: انعكاسات استخدام الفايسبوك على المشاركة المجتمعية                                       |
| 42  | المطلب الأول: تأثير الفيسبوك على القضايا المشاركة المجتمعية                                            |
| 46  | المطلب الثاني: علاقة الفايسبوك بالعمل التطوعي                                                          |
| 47  | المطلب الثالث: أساليب واستراتيجيات الفايسبوك في تحفيز الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا الاجتماعية |
|     | <b>الفصل الثالث : الإطار التطبيقي</b>                                                                  |
| 55  | أولا/ تحليل نتائج البيانات الوصفية:                                                                    |
| 60  | ثانيا/ تحليل أسئلة الاستبيان:                                                                          |
| 103 | ثالثا/ تفسير ومناقشة نتائج الفرضيات                                                                    |
| 108 | - الخاتمة                                                                                              |
|     | - قائمة المصادر و المراجع                                                                              |
|     | - الملاحق                                                                                              |

## فهرس الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول                                                              |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|
| 55     | الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس             |
| 56     | الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن              |
| 57     | الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي   |
| 58     | الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص            |
| 60     | الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01) |
| 62     | الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02): |
| 63     | الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03) |
| 65     | الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04) |
| 67     | الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05) |
| 69     | الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06) |
| 71     | الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01) |
| 73     | الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02) |
| 75     | الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03) |
| 77     | الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04) |
| 79     | الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01) |
| 81     | الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02) |
| 83     | الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03) |
| 85     | الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04) |
| 86     | الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05) |
| 88     | الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06) |
| 90     | الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07): |
| 91     | الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (08) |
| 93     | الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01) |
| 95     | الجدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02) |
| 96     | الجدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03) |
| 98     | الجدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04) |
| 100    | الجدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05) |

|     |                                                                           |
|-----|---------------------------------------------------------------------------|
| 102 | الجدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06) |
|-----|---------------------------------------------------------------------------|

## فهرس الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل                                                                  |
|--------|------------------------------------------------------------------------------|
| 55     | شكل رقم (01) يوضح أساليب واستراتيجيات التفاعل في شبكة الفايسبوك (Facebook)   |
| 56     | الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس             |
| 57     | الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن              |
| 59     | الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي   |
| 61     | الشكل رقم (05) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص            |
| 62     | الشكل رقم (06): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)    |
| 64     | الشكل رقم (07): يو يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02) |
| 66     | الشكل رقم (08): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)    |
| 68     | الشكل رقم (09): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)    |
| 70     | الشكل رقم (10): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)    |
| 72     | الشكل رقم (11): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)    |
| 74     | الشكل رقم (12): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)    |
| 76     | الشكل رقم (13): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)    |
| 78     | الشكل رقم (14): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)    |
| 80     | الشكل رقم (15): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)    |
| 82     | الشكل رقم (16): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)    |
| 84     | الشكل رقم (17): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)    |
| 85     | الشكل رقم (18): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)    |
| 87     | الشكل رقم (19): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)    |
| 89     | الشكل رقم (20): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)    |
| 90     | الشكل رقم (21): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)    |
| 92     | الشكل رقم (22): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (07)    |
| 94     | الشكل رقم (23): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (08)    |
| 95     | الشكل رقم (24): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)    |
| 97     | الشكل رقم (25): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)    |

|     |                                                                           |
|-----|---------------------------------------------------------------------------|
| 99  | الشكل رقم (26): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03) |
| 101 | الشكل رقم (27): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04) |
| 102 | الشكل رقم (28): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05) |

# مقدمة

### مقدمة:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تطورًا هائلًا في مجال تكنولوجيا الاتصال والإعلام الأمر الذي أدى إلى ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وانتشارها بشكل واسع بين مختلف فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب التي تُعدّ الأكثر استخدامًا لهذه الوسائل الحديثة، وقد أصبحت هذه الشبكات فضاءً افتراضيًا مفتوحًا يتيح للأفراد التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، وتبادل المعلومات والخبرات، والتفاعل مع مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية ومن بين هذه المنصات يبرز موقع الفايسبوك (Facebook) كأحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي استطاعت أن تستقطب ملايين المستخدمين عبر العالم، لما يوفره من إمكانيات متنوعة في التواصل والتفاعل والمشاركة.

وتُعدّ فئة الشباب من أكثر الفئات ارتباطًا بالفايسبوك (Facebook)، حيث أصبح جزءًا أساسيًا من حياتهم اليومية يعتمدون عليه في التواصل مع الآخرين ومتابعة الأخبار والتعبير عن آرائهم إضافة إلى مشاركتهم في العديد من القضايا المجتمعية المختلفة، وقد ساهم هذا الموقع في خلق نوع جديد من التفاعل الاجتماعي القائم على السرعة والانفتاح وسهولة الوصول إلى المعلومات، مما جعله وسيلة فعالة لتبادل الأفكار وتعزيز الوعي المجتمعي لدى الشباب.

كما حظيت المشاركة المجتمعية باهتمام كبير لما لها من دور في تحقيق التنمية الاجتماعية وتعزيز روح التعاون والانتماء والمسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد، ولم تعد هذه المشاركة تقتصر على الأساليب التقليدية فقط، بل امتدت إلى الفضاء الرقمي من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حيث أصبح الشباب يشاركون بآرائهم ومواقفهم تجاه مختلف القضايا، ويسهمون في نشر المبادرات التطوعية والحملات التوعوية، إضافة إلى دعم الأنشطة الخيرية والإنسانية عبر المنصات الإلكترونية.

وقد أدى الانتشار الواسع للفايسبوك (Facebook) إلى إحداث تغييرات واضحة في طبيعة تفاعل الشباب مع القضايا المجتمعية، إذ وفر لهم مساحة للتعبير الحر ومناقشة الأحداث والقضايا المختلفة، كما ساهم في تقريب المسافات بين الأفراد والجماعات وتعزيز التواصل بينهم رغم اختلاف أماكن تواجدهم وثقافتهم، ومن جهة أخرى أثار هذا الاستخدام المتزايد للفايسبوك (Facebook) العديد من التساؤلات حول طبيعة هذا التفاعل ومدى تأثيره على وعي الشباب وسلوكهم الاجتماعي فيما إذا كان هذا التفاعل الإلكتروني ينعكس فعليا على أرض الواقع من خلال المشاركة الفعالة في الأنشطة المجتمعية.

من خلال ما سبق ارتأينا تناول موضوع تفاعل الشباب مع قضايا المشاركة المجتمعية عبر الفاييسبوك (Facebook) وذلك لأهميته الكبيرة باعتباره موضوعاً حديثاً يرتبط بالتطورات التكنولوجية والاجتماعية المعاصرة، ويسهم في فهم طبيعة العلاقة بين الشباب ووسائل التواصل الاجتماعي من جهة وبين هذه الوسائل وقضايا المجتمع من جهة أخرى ، كما تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب للفايسبوك (Facebook) في مناقشة القضايا المجتمعية والكشف عن جميع أشكال التفاعل التي تتم ممارستها، إضافة إلى معرفة الآثار والنتائج التي يمكن تحقيقها من خلال هذا التفاعل سواء كان على المستوى الفردي أو الجماعي .

وعلى هذا الاساس قمنا بتقسيم دراستنا إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: تطرقنا فيه إلى الإطار المنهجي للدراسة.

الفصل الثاني: سلطنا فيه الضوء على الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة.

الفصل الثالث: والذي قمنا فيه بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية
2. فرضيات الدراسة
3. أهمية البحث
4. أهداف البحث
5. أسباب اختيار الموضوع
6. المدخل النظري للدراسة
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات
8. نوع الدراسة ومنهجها
9. أدوات جمع البيانات
10. مجتمع البحث والعينة
11. الدراسات السابقة

### 1- إشكالية:

يشهد العالم المعاصر تطورا متسارعا في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وقد أسهم هذا التطور في إحداث تحولات جوهرية في أنماط التواصل الاجتماعي، خاصة لدى فئة الشباب الجامعي التي تُعد من أكثر الفئات استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد أصبحت هذه المواقع فضاءات افتراضية مفتوحة لتبادل الآراء والأفكار، ومناقشة القضايا المختلفة مثل: القضايا الاجتماعية، القضايا السياسية، القضايا الاقتصادية، القضايا البيئية، القضايا الثقافية، وغيرها من القضايا التي تمس واقع المجتمع.

وتكتسي المشاركة المجتمعية أهمية بالغة في بناء المجتمع وتعزيز روح المواطنة والانتماء، حيث يعتمد على الشباب الجامعي باعتباره قوة فاعلة ومحركا أساسيا للتغيير الاجتماعي وفي هذا السياق وُفرت مواقع التواصل الاجتماعي أدوات جديدة للتفاعل والمشاركة، مكّنت الشباب من التعبير عن آرائهم في المناقشات العامة، والمساهمة في نشر الوعي حول مختلف القضايا المجتمعية، بطريقة اقتصادية وفعالة مع قدرة وصول أوسع نطاقا مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية.

وتزداد أهمية هذه الإشكالية عند إسقاطها على الواقع الحالي، حيث تختلف أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المشاركة المجتمعية باختلاف السياقات الاجتماعية والثقافية وفي هذا الإطار، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على تفاعل الشباب الجامعي بجامعة المسيلة مع قضايا المشاركة المجتمعية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الوقوف على أشكال هذا التفاعل ودوافعه والعوامل المؤثرة فيه ومدى انعكاسه على المشاركة المجتمعية الفعلية.

وعليه تتمحور إشكالية الدراسة حول محاولة فهم العلاقة بين استخدام الموقع الاجتماعي الفيسبوك (Facebook) ومدى تفاعل الشباب الجامعي مع قضايا المشاركة المجتمعية،

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

والوقوف على مدى إسهام هذا التفاعل في تنمية الوعي والممارسة المجتمعية لدى شباب جامعة المسيلة، في ظل التحولات الرقمية التي يشهدها المجتمع.

لذا تتبلور إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي:

ما مدى مساهمة موقع فايسبوك في تحفيز الشباب الجامعي بجامعة المسيلة على المشاركة في القضايا المجتمعية ؟

تساؤلات الدراسة:

- ماهي عادات وأنماط استخدام الفايسبوك (Facebook) في المشاركة المجتمعية ودوافعها؟

- ما نوع القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر موقع فايسبوك (Facebook) في مجال المشاركة المجتمعية؟

- ما طبيعة ونوعية المضامين المقدمة عبر فايسبوك (Facebook) والمتعلقة بقضايا المشاركة المجتمعية من وجهة نظر الطلبة؟

- ما الاستراتيجيات التي يعتمدها موقع فايسبوك (Facebook) من وجهة نظر الطلبة لتحفيز الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا ذات المشاركة المجتمعية؟

2- فرضيات الدراسة:

1-2 الفرضية العامة:

- يساهم موقع فايسبوك (Facebook) في تحفيز الشباب الجامعي بجامعة المسيلة على المشاركة في مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بدرجة كبيرة.

### 2-2 الفرضيات الجزئية:

- تتعدد عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك (Facebook) بوصفه أداة للمشاركة المجتمعية حيث يتنوع التفاعل بين التعبير عن الآراء ومتابعة الصفحات والمجموعات ونشر الإعلانات .
- القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر موقع فايسبوك (Facebook) في مجال المشاركة المجتمعية كثيرة ومتنوعة كقضايا الشباب والبيئة والقضايا الخيرية.
- المضامين المقدمة عبر موقع فايسبوك (Facebook) والمتعلقة بقضايا المشاركة المجتمعية من وجهة نظر الطلبة (اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ثقافية... الخ).
- يعتمد موقع الفايسبوك على استراتيجيات عديدة لتحصيل الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا ذات المشاركة المجتمعية كخوارزميات التفاعل .

### 3- أهمية الدراسة:

#### 1-3 الأهمية النظرية:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها النظرية من خلال إسهامها في إثراء المعرفة العلمية حول استخدامات وسائل الإعلام الجديدة ولا سيما مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الشباب الجامعي وتوجيه سلوكهم نحو قضايا المشاركة المجتمعية، كما تسهم في تعميق الفهم النظري لدور المنصات الرقمية في تعزيز التفاعل الاجتماعي وبناء الوعي بالقضايا العامة وتوضيح العلاقة بين استخدام الشباب الجامعي لموقع فايسبوك (Facebook) وبين درجة مشاركتهم في الشأن المجتمعي وتوفر الدراسة إطاراً معرفياً يمكن أن تستفيد منه الدراسات المستقبلية في مجالات الإعلام الجديد والاتصال الاجتماعي.

### 3-2 الأهمية التطبيقية:

أما من الناحية التطبيقية فتكمن أهمية الدراسة في إبراز الدور الذي يمكن أن يؤديه موقع فايسبوك (Facebook) في تعزيز المشاركة المجتمعية لدى الشباب الجامعي من خلال تحفيزهم على التفاعل مع القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في توجيه الطلبة والباحثين في المستقبل إلى الاستفادة منها كمرجع أو دراسة سابقة تساعد في دراساتهم، إضافة إلى ذلك تساعد نتائج الدراسة في تطوير استراتيجيات إعلامية واتصالية أكثر فاعلية تسهم في توعية الشباب وتحفيزهم على ايجابية بناء المجتمع.

### 4- أهداف الدراسة:

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الفايسبوك (Facebook) في المشاركة المجتمعية ودوافعها
- التعرف على طبيعة ونوعية المضامين المتعلقة بالقضايا المجتمعية على فايسبوك (Facebook) من وجهة نظر الطلبة.
- معرفة الاستراتيجيات التي يعتمد عليها موقع فايسبوك (Facebook) لتحفيز الشباب الجامعي على التفاعل والمشاركة المجتمعية.

### 5- أسباب اختيار الموضوع:

#### 5-1 الأسباب الموضوعية:

- يعتبر موضوع الدراسة جديد وذو أهمية وحسب ما توصلنا اليه من مراجع أن الدراسات المتوفرة حوله محدودة ، وهو ما دفعنا وحفز فضولنا إلى تناوله ودراسته.
- يعتبر موقع الفايسبوك (Facebook) جزءا مهما في حياة الشباب في العصر الحالي وهذا يشير الى أهمية فهم تأثيره على قضايا المشاركة المجتمعية.

- يشهد الفايسبوك (Facebook) تطورات سريعة لتغيير سلوك الشباب الجامعي للمشاركة المجتمعية مما يجعل البحث له تأثير حاسم لفهم تطور ثقافتنا.
- هناك حاجة ملحة لتطوير السياسات والبرامج التوعوية والتثقيفية التي تستند على أبحاث علمية تتجسد عبر موقع الفايسبوك (Facebook) وينعكس صداها على الشباب الجامعي.

### 2-5 الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة مدى تفاعل الشباب مع قضايا المشاركة المجتمعية عبر موقع فايسبوك (Facebook) باعتباره من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى فئة الشباب الجامعي.
- الرغبة في التعرف على آراء الشباب حول الدور الذي يلعبه الفايسبوك (Facebook) في تعزيز الوعي بالقضايا المجتمعية وتشجيعهم على المشاركة والتفاعل.
- الرغبة في معرفة الكيفية التي يؤثر بها استخدام الفايسبوك (Facebook) على سلوك الشباب نحو المبادرة بالحملات التطوعية التي تخص قضايا المجتمع
- الرغبة في الكشف عن طبيعة القضايا المجتمعية التي تحظى باهتمام الشباب عبر الفايسبوك (Facebook) ومدى تفاعلهم معها.

### 6. المدخل النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة في إطارها النظري وبناء فروضها على **نظرية الاستخدامات والإشباعات**، التي تُعد واحدة من أبرز النظريات الحديثة في مجال دراسات الإعلام والاتصال، والتي برزت كبديل نقدي للنماذج التقليدية التي كانت تركز على تأثير وسائل الإعلام المباشر في الجمهور. وتقوم هذه النظرية على فكرة أساسية مفادها أن الجمهور ليس مجرد متلقٍ سلبي للرسائل الإعلامية، وإنما هو

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

طرف فاعل ونشط يسعى إلى اختيار الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته وتلبي اهتماماته المتنوعة<sup>1</sup>.

وتهدف هذه النظرية إلى تفسير دوافع الأفراد في استخدام وسائل الإعلام، سواء كانت وسائل تقليدية مثل التلفزيون والإذاعة والصحف، أو وسائل حديثة مثل الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، كما تحاول الكشف عن الإشباعات التي يحققها الأفراد من هذا الاستخدام، سواء كانت معرفية أو وجدانية أو اجتماعية، مع التركيز على أن الأفراد يختلفون في استخدامهم لوسائل الإعلام تبعاً لاختلاف حاجاتهم وخصائصهم النفسية والاجتماعية.

### 6-1 التعريف بالمدخل:

برز مدخل الاستخدامات والإشباعات خلال سبعينيات القرن الماضي إلى جانب عدد من النظريات الأخرى مثل نظرية وضع الأجندة ونظرية الغرس الثقافي. وقد ظهر هذا المدخل بشكل واضح سنة 1959م، عندما دعا الباحث كاتز إلى ضرورة إعادة النظر في اتجاهات بحوث الإعلام، من خلال الانتقال من التركيز على ما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى التركيز على ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام، وقد طرح تساؤلاً جوهرياً يتمثل في: "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟"، مؤكداً أهمية دراسة الحاجات والدوافع التي تقف وراء استخدام الأفراد لوسائل الإعلام<sup>2</sup>.

وينطلق هذا المدخل من فرضية أساسية مفادها أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بشكل واعٍ وهادف لتحقيق إشباعات معينة، وأن الأفراد يختلفون في اختياراتهم الإعلامية تبعاً لاختلاف حاجاتهم النفسية والاجتماعية والثقافية. وبناءً على ذلك،

<sup>1</sup> منال المزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، 2012) ص170.

<sup>2</sup> جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار الفكر العربي للطباعة والنشر، ط1، 1987) ص505.

فإن تأثير وسائل الإعلام لا يتحدد فقط بمضمون الرسالة الإعلامية، بل يتأثر أيضًا بخصائص الجمهور وتوقعاته.

### 6-2 ماهية نظرية الاستخدامات والإشباع:

تُعد نظرية الاستخدامات والإشباع من النظريات الوظيفية في مجال الاتصال الجماهيري، حيث تركز على الدور الفاعل للجمهور في عملية الاتصال. فهي تنظر إلى الجمهور باعتباره فاعلاً إيجابياً يختار بوعي الوسائل الإعلامية والمضامين التي تتناسب مع حاجاته واهتماماته، على عكس النظريات التقليدية مثل نظرية "الرصاصة السحرية" التي كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقياً سلبياً يتأثر بشكل مباشر بالرسائل الإعلامية، وتؤكد هذه النظرية أن استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بشكل عشوائي، وإنما يرتبط بدوافع وحاجات محددة يسعى الفرد إلى إشباعها، سواء كانت معرفية أو وجدانية أو اجتماعية. كما تؤكد أن تأثير وسائل الإعلام يختلف من فرد إلى آخر تبعاً لاختلاف الخصائص الفردية والخبرات السابقة والبيئة الاجتماعية<sup>1</sup>.

### 6-3 أهداف وفروض نظرية الاستخدامات والإشباع:

#### 6-3-1 الأهداف<sup>2</sup>:

- يسعى مدخل الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق عدد من الأهداف الأساسية، من أبرزها:
- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، باعتبارهم جمهوراً نشطاً قادراً على اختيار الوسائل والمضامين التي تلبي احتياجاته.
  - الكشف عن الدوافع الكامنة وراء استخدام وسائل الإعلام، والتفاعل الناتج عن هذا الاستخدام.

<sup>1</sup> محمد حجاب، المعجم الإعلامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004) ص258.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2002) ص241.

- التأكيد على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يتطلب دراسة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وليس الاكتفاء بدراسة تأثير هذه الوسائل عليه.

### 6-3-2 الفروض:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على مجموعة من الفروض الأساسية،

من أهمها<sup>1</sup>:

- أن الجمهور جمهور نشط يستخدم وسائل الإعلام لتحقيق أهداف محددة.
- أن الجمهور يمتلك المبادرة في اختيار الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته.
- أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الأفراد.
- أن الجمهور هو الأقدر على تحديد دوافعه واحتياجاته الإعلامية.
- أن تقييم العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسائل الإعلام يتم من خلال الجمهور نفسه.

### 6-4 عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع:

#### 6-4-1 الجمهور النشط:

يُعد الجمهور النشط من أهم مفاهيم هذه النظرية، حيث يُنظر إليه باعتباره عنصراً فاعلاً في عملية الاتصال، يستخدم وسائل الإعلام بشكل واعٍ لتحقيق أهداف محددة. ولا يقتصر نشاط الجمهور على اختيار الوسيلة الإعلامية فحسب، بل يمتد إلى تفسير الرسائل الإعلامية وفقاً لخبراته وقيمه واتجاهاته، حيث تتجلى فاعلية الجمهور في ثلاثة مستويات أساسية، هي الانتقائية قبل التعرض، والاندماج أثناء التعرض، والإيجابية بعد التعرض. وقد ساهم تطور وسائل الإعلام الرقمية في تعزيز هذه المستويات من خلال زيادة التفاعل والمشاركة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير* (القاهرة: عالم الكتب، ط3، 2010) ص284.

<sup>2</sup> رضا أمين، *النظريات العلمية في الإعلام الإلكتروني* (القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2007) ص72-73.

### 2-4-6 الأصول الاجتماعية والنفسية:

تشير هذه النظرية إلى أن استخدام وسائل الإعلام يرتبط بعوامل اجتماعية ونفسية، مثل الحاجة إلى المعلومات، والتواصل الاجتماعي، والترفيه، وبناء الهوية، والهروب من الضغوط. وتُعد هذه العوامل محركات أساسية تدفع الأفراد إلى استخدام وسائل الإعلام لتحقيق إشباعات معينة<sup>1</sup>.

### 3-4-6 دوافع الاستخدام:

تنقسم دوافع استخدام وسائل الإعلام إلى دوافع نفعية، ودوافع طقوسية: <sup>2</sup>  
أ- **دوافع منفعية:** حيث يقوم الفرد باختيار المضمون الذي يتعرض له، وتستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، ويندرج تحت هذا النوع من الدوافع الحاجة إلى مراقبة البيئة.

ب- **دوافع طقوسية:** وفيها يقوم الفرد بالتعرض لوسائل الإعلام بدون قصد مسبق، وذلك بهدف تمضية الوقت في الاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات والتواصل الاجتماعي، وتنعكس هذه في البرامج الخيالية.

### 4-4-6 توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

تشير بحوث الاستخدامات والإشباعات إلى أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بصورة عشوائية، وإنما يرتبط بتوقعات محددة لما يمكن أن تحققه هذه الوسائل من مكافآت أو فوائد. ويُقصد بهذه المكافآت تلك النتائج النفسية والاجتماعية التي يتوقع الأفراد الحصول عليها نتيجة استخدامهم لوسيلة إعلامية معينة، والتي يتم تقديرها بناءً على خبراتهم وتجاربهم السابقة مع هذه الوسائل.

<sup>1</sup> سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 3، العدد الأول، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002) ص 235.

<sup>2</sup> حسن عماد مكايي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، المرجع السابق، ص 241.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

حيث تفترض هذه المقاربة أن السلوك الإعلامي للأفراد يتأثر بدرجة كبيرة بمعتقداتهم وتصوراتهم حول العوائد المحتملة لاستخدام وسيلة إعلامية معينة. فكلما زاد إدراك الفرد لإمكانية تحقيق إشباع معين من وسيلة ما، زاد احتمال استخدامه لها. كما أن تقييم الفرد لتجربته السابقة مع وسيلة إعلامية يؤثر بشكل مباشر في قراراته المستقبلية المتعلقة باستخدامها.

وبناءً على ذلك، تُعد هذه النظرية إطاراً مهماً لفهم طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، حيث تساعد في تفسير الأسباب التي تجعل الأفراد يفضلون وسيلة إعلامية معينة على غيرها، كما توضح كيف تتشكل أنماط الاستخدام الإعلامي بناءً على التوقعات الفردية والتجارب السابقة. ومن ثم، فإن نظرية القيمة المتوقعة تسهم في تعميق فهم تأثير التعرض لوسائل الإعلام من خلال ربطه بتوقعات الأفراد وتقييمهم الشخصي للإشباع المتحققة<sup>1</sup>.

### 6-4-5 إشباعات وسائل الإعلام:

تتنوع الإشباعات التي يحققها الجمهور إلى إشباعات مرتبطة بالمحتوى، مثل الإشباعات المعرفية والاجتماعية، وإشباعات مرتبطة بعملية الاتصال، مثل الترفيه وتقليل التوتر وتعزيز التفاعل الاجتماعي. وتعكس هذه الإشباعات الدور الوظيفي لوسائل الإعلام في حياة الأفراد والمجتمع.

### 7- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

تفاعل :

**لغة:** يورد معجم تحليل الخطاب لمانغينو وشارودو مصطلح التفاعل، ولكن بشيء من الاقتضاب، على أساس أن هذا المفهوم "يحيل بصفة عامة جدا على فعل كلا شيئين (أو عديد الأشياء)، أو حدثين في الآخر، وهو مفهوم "مرتحل" وقد ظهر في ميدان

<sup>1</sup> سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباعات المتحققة منها، المرجع السابق، ص 235.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

الطبيعة وعلوم الحياة، وتبنته بداية من منتصف القرن العشرين، العلوم الإنسانية لوصف التفاعلات التواصلية". وتجدر الإشارة إلى أننا لا نجد مصطلح "تفاعل" في المعاجم اللغوية العربية، وذلك بسبب الطبيعة الاشتقاقية للمصطلح من جهة، وأنه مل يستعمل في تلك الفترة من جهة أخرى<sup>1</sup>.

**اصطلاحاً :** عرف هربرت بلومر التفاعل الاجتماعي " بأن التفاعل الرمزي يشير إلى تلك الخاصية المتميزة للتفاعل عندما يحدث بين الكائنات البشرية، و المتمثلة في التأويل المتبادل و الرمزي أفعال الآخر. و هي العملية التي توجه الكائنات البشرية، وأفعالها سواء كانوا أفراداً أو جماعات في المجتمع الإنساني<sup>2</sup>.

يُعرف إجرائياً في دراستنا بأنه مجموع الأنشطة والسلوكيات التي يقوم بها الشباب الجامعيون على موقع فايسبوك، مثل الإعجاب، والتعليق، والمشاركة، ونشر المحتوى، والتعبير عن الآراء تجاه القضايا المختلفة.

### الشباب الجامعي:

يعرفه اسماعيل علي سعد على أساس انهم شباب والشباب فئة عصرية تشغل وضعا متميزا في بناء المجتمع، وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما انها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعدها على التكيف والتوقف والاندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته<sup>3</sup>.

إجرائيا هم مجموعة من الطلبة المسجلين في المؤسسات الجامعية، الذين يزاولون دراستهم في تخصصات أكاديمية مختلفة، ويسعون إلى اكتساب المعارف والمهارات العلمية والمهنية

<sup>1</sup> حمراوي محمد ، *التفاعل والتخاطب في اللسانيات الحديثة* ، مجلة اللسانيات، مج (25)، العدد(01)، 2018، ص207.

<sup>2</sup> السيد علي شتا ، *التفاعل الاجتماعي والمنظور الظاهري*، مرجع سبق ذكره، ص28.

<sup>3</sup> مزرارة نعيمة، *واقع الطالب الجامعي، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟* (قراءة تحليلية لوضعه الراهن) فعاليات الملتقى الوطني حول تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخير الوقاية والأرغونوميا، العدد 6، جامعة الجزائر 2، 2016، ص 64.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

التي تؤهلهم للحصول على شهادة جامعية تمكنهم من الاندماج في سوق العمل. ويُقاس هذا المفهوم في الدراسة من خلال خصائص أفراد العينة (كالمسن، والمستوى الدراسي، والتخصص) ومدى مشاركتهم وتفاعلهم مع موضوعات الدراسة.

### المشاركة المجتمعية :

يقصد بالمشاركة المجتمعية الاسهامات والمبادرات للأفراد والجماعات سواء كانت مادية أو عينية، كما يمكن تحديدها أيضاً بأنها مسؤولية اجتماعية لتعبئة الموارد البشرية غير المستغلة ووسيلة للفهم والتفاعل المتبادل لجهود وموارد أطراف المجتمع والتنسيق بينها من أجل تحقيق الصالح العام في المجالات المختلفة في المجتمع.<sup>1</sup>

تُعرّف إجرائياً بأنها مختلف الموضوعات والقضايا ذات الطابع الاجتماعي، أو الثقافي، أو الاقتصادي، أو التطوعي، التي تهم المجتمع، والتي يتم تداولها عبر موقع فايسبوك، ويُقاس الاهتمام بها من خلال مدى تفاعل الشباب الجامعي معها عبر المنصة.

### موقع فايسبوك (Facebook):

اصطلاحاً هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي يمكن الوصول إليها عن طريق الشبكة العنكبوتية، وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية.<sup>2</sup>

يُعرّف إجرائياً بأنه منصة تواصل اجتماعي رقمية يستخدمها الشباب الجامعي كغيرهم من فئات المجتمع للتفاعل والتواصل وتبادل المعلومات، ويُقصد به في هذه الدراسة الشبكة الرقمية التي يتم من خلالها رصد وتحليل تفاعل الطلبة مع القضايا المجتمعية.

<sup>1</sup> فيصل محمد عبد الباري توتو، المشاركة المجتمعية ودورها في تحقيق التنمية المحلية المستدامة في السودان - منطقة كفايا تميز و بجبال النوبة أنموذجاً، مجلة الأناسة وعلوم المجتمع، مج 06، ع01، جامعة المسيلة، 2022، ص25-26.

<sup>2</sup> علاء الدحوح، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فايسبوك في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012، ص50.

### 8- منهج الدراسة وأدواتها :

#### 8-1- منهج الدراسة :

إن طبيعة أي بحث علمي يفرض على الباحث إتباع منهج معين للوصول إلى المعرفة العلمية الدقيقة كما يتطلب منه استخدام أدوات مناسبة حيث يعرف المنهج بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاكتشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها.<sup>11</sup>

وتماشيا مع طبيعة الدراسة الأساسية التي تبحث عن مساهمة موقع فايسبوك (Facebook) في تحفيز الشباب الجامعي بجامعة المسيلة على المشاركة في القضايا المجتمعية فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لملائمته مع طبيعة الدراسة الأساسية التي تتناول دراسة أحداث وظواهر وممارسات قائمة ومتاحة للدراسة دون أن يتدخل الباحث في مجرياتها وعلى الباحث أن يتفاعل معها بالوصف والتحليل.

### 9- أدوات جمع البيانات :

تُعد أدوات جمع البيانات الوسيلة الأساسية التي يعتمد عليها الباحث للحصول على المعلومات المطلوبة من مجتمع الدراسة، وذلك من أجل تحليلها وتصنيفها وتنظيمها بطريقة علمية ومنهجية تضمن الدقة والموضوعية، وتحد من الأخطاء الناتجة عن التحيز أو الذاتية. وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية. ويُعرف الاستبيان بأنه إحدى أدوات البحث العلمي الأكثر شيوعاً في الدراسات الإنسانية والاجتماعية، وخاصة في مجال الإعلام والاتصال، حيث يُستخدم لجمع معلومات دقيقة من أفراد العينة، لا يستطيع الباحث الحصول عليها عن طريق الملاحظة المباشرة،

<sup>11</sup> محمد، شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2001، ص86.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

باعتبار أن هذه المعلومات تتعلق باتجاهات الأفراد وآرائهم وخبراتهم الشخصية التي لا يملكها إلا المبحوث نفسه، مما يجعله الأقدر على الإفصاح عنها<sup>1</sup>.

وعرفها أيضا موريس أنجرس أنها " تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستخدم إزاء الأفراد، وتسمح بإستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقة رياضية والقيام بمقاربات رياضية ".<sup>2</sup>

ولقد قمنا بمساعدة الأستاذ المشرف طبعا بتصميم إستمارة الإستبيان لقياس تفاعل الشباب الجامعي مع المشاركة المجتمعية عبر موقع الفايسبوك، وتم عرضها على مجموعة من الأساتذة ذوي الخبرة والاختصاص من أجل تحكيمها.

بعد إبداء المحكمين آرائهم وملاحظاتهم حول صياغة الأسئلة المطروحة ومدى تناسب فقرات المقياس، تم إعادة صياغتها وتعديلها مع الأستاذ المشرف لتكون في صورتها النهائية مكونة من 24 سؤالا كانت موزعة على أربع محاور، المحور الأول تضمن (6) أسئلة حول عادات وأنماط استخدام الفايسبوك (Facebook) في المشاركة المجتمعية ودوافعها ، اما المحور الثاني تضمن (4) أسئلة حول نوع القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر الفايسبوك (Facebook) في مجال المشاركة المجتمعية ، وقد اجاء المحور الثالث يحتوي على (8) أسئلة حول طبيعة ونوعية المضامين المتعلقة بالمشاركة المجتمعية على الفايسبوك (Facebook) ، في حيت تضمن المحور الرابع (6) أسئلة حول استراتيجيات فايسبوك في تحفيز الطلبة على التفاعل مع قضايا المشاركة المجتمعية.

وقد قمنا بتوزيع (100) إستمارة بطريقة عشوائية على طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وقد تم إسترجاع (80) إستمارة صالحة للقياس.

<sup>11</sup> بن مرسل، أحمد، و *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال*، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص220.

<sup>2</sup> أنجرس موريس، *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية*، د ط، الجزائر، دار القصة، 2006، ص204.

### 10- مجتمع البحث والعينة :

#### 10-1 مجتمع البحث :

يعرف مجتمع البحث على أنه : "جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة".<sup>1</sup>

وهو أيضا : " مجموعة الأشخاص أو المؤسسات أو الأحداث أو الأشياء الذين يكونون

موضوع مشكلة البحث ".<sup>2</sup>

ويمثل مجتمع البحث الذي أجريت عليه هذه الدراسة الميدانية طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

#### 10 – 2 عينة البحث :

تشكل العينة في البحث العلمي دعامة أساسية لا مناص منها كمصدر لإستقاء المعلومات والمعطيات من الواقع من منطلق أن العينات تسمح بالحصول في حالات كثيرة إلى المعلومات المطلوبة مع اقتصاد ملموس في الموارد البشرية وفي الوقت دون أن يؤدي ذلك الى الإبتعاد عن الواقع المراد معرفته.<sup>3</sup>

وتعرف العينة بأنها مجموعة جزئية مميزة ومنتقاة من مجتمع الدراسة فهي مميزة من حيث أن لها نفس خصائص المجتمع ومنتقاة من مجتمع الدراسة، وفق إجراءات وأساليب محددة، فحتى يتم اختيار عينة ما يجب أولا أن نعرف مجتمع الدراسة الذي هو موضوع اهتمام الباحث وعندما نتحدث عن المجتمع نتحدث عن عدة أنماط من المجتمعات.<sup>4</sup>

<sup>11</sup> الجاردي، عدنان حسين، وآخرون، الأسس المنهجية والإستخدامات الإحصائية في بحوث التربية الإنسانية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ص198.

<sup>2</sup> الصيرفي، محمد عبد الفتاح، 2002، البحث العلمي والدليل التطبيقي والباحثين، ط1، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص1185.

<sup>33</sup> دليو، فضيل، التحليل الإحصائي للبيانات في العلوم الإجتماعية، يوم دراسي حول مذكرات التخرج قسم علم الاجتماع، جامعة منتوري، 2000، ص142.

<sup>4</sup> تل سعيد ، مناهج البحث العلمي، تصميم البحث والتحليل الإحصائي، دار المسيرة ، ط1، الأردن، 2007، ص96.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية، حيث تم الحصول على (80) طالبا وطالبة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

### 3-10 حدود الدراسة :

تمت الدراسة كغيرها من الدراسات الإجتماعية والإنسانية على ثلاث مجالات أساسية وهي:

**الحدود الزمنية:** أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة من 14 / 10 / 2025 وإلى غاية أواخر شهر ماي / 2026

**2.2- الحدود المكانية:** تم إجراء الدراسة الميدانية على مستوى جامعة محمد بوضياف بالمسيلة حيث تم تطبيق أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبيان في الفترة الزمنية المحددة سابقا.

### 11- الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسة السابقة نقطة انطلاق تساعد الباحث في الاستفادة من خبرة الباحثين السابقين وما توصلوا إليه من بحوث علمية مساعدة تكون عوناً ومرشداً لتفادي الأخطاء والصعوبات التي تواجهه لذلك ارتأينا إلى الإحاطة ببعض الدراسات نذكر منها:

#### الدراسة الأولى:

دراسة فريدة صغير عباس (2020) بعنوان " تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية عين الدفلى"

أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال سياسي واجتماعي، جامعة الجزائر 3.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

ك سعيًا لمعرفة عادات وأنماط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومؤشر الاهتمام بالقضايا السياسية لدى الشباب ومعرفة أشكال تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر فائسبوك، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استمارة تخدم الموضوع البحثي مكونة من 25 سؤالًا موزعة عبر 3 محاور على أفراد العينة البحثية المتكونة من 400 شاب وشابة مقيمين بولاية عين الدفلى واستخدمت أداة الملاحظة البسيطة وقد تم معالجة البيانات إحصائياً وخرجت الدراسة بنتائج أبرزها أن أعلى نسبة من المبحوثين الشباب دائمي الاستخدام لفائسبوك لدرجة وصلت حالة الإدمان، كما سجلنا اختلاف رؤية أفراد العينة لما تشهده الجزائر سياسياً في الفترة الحالية واحتلت قضية رئاسيات 2019 وقضية حراك 22 فبراير 2019 اهتمامات العينة البحثية كما أن شكل التفاعل عند أفراد العينة في جانبه السياسي مازال محتشماً مرده أن العلاقة بين الشباب والتفاعل مع المضامين والقضايا السياسية مزال في صورته المحتشمة.

### التعقيب على الدراسة:

تلتقي هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بتفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة موقع فائسبوك . وقد ساهمت هذه الدراسة في توضيح طبيعة الاستخدام المكثف لمواقع التواصل لدى الشباب الجزائري، وأشكال التفاعل السياسي المرتبطة بها.

كما استفادت الدراسة الحالية من نتائجها في فهم مستوى اهتمام الشباب بالقضايا العامة ومدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي والمشاركة المجتمعية والسياسية.

### الدراسة ثانية :

دراسة جهيدة مجرام وعادل خلاص (2020) بعنوان "اتجاهات الشباب الجامعي الجزائري

نحو قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة جيجل.

جاءت هذه الدراسة تحت عنوان اتجاهات الشباب الجامعي الجزائري نحو قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي كدراسة ميدانية بجامعة جيجل، خلال الفترة الممتدة من شهر جانفي 2019 إلى غاية شهر جوان 2019، حيث أجريت هذه الدراسة على طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير وطلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية كمجتمع دراسة بالاعتماد على العينة العشوائية المتعددة المراحل لإجراء هذه الدراسة، حيث تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وتم استخدام الاستمارة كأداة من أدوات جمع المعلومات والبيانات.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات الشباب الجامعي الجزائري نحو قضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة السمات التي تميز الشباب الجامعي الجزائري المتابع لها، وقضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل ومعرفة دوافع متابعة الشباب الجامعي الجزائري لها.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أنها بينت أغلب مفردات عينة الدراسة يفضلون استخدام موقع الفايسبوك، وباستعمال الهاتف الذكي، ومن بين قضايا المجتمع الجزائري التي تثير اهتمام معظم عينة الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي هي القضايا الاجتماعية، وتتفاعل معها باستعمال تعليق.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

بينت أيضا نتائج الدراسة أن دوافع وأهداف متابعة أغلب عينة الدراسة لقضايا المجتمع الجزائري عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي اكتساب المعرفة والمعلومات ومعرفة الأخبار والأحداث الجارية في المجتمع، وأن أغلب مفردات عينة الدراسة يعتبرون مواقع التواصل الاجتماعي مناسبة لعرض قضايا المجتمع الجزائري ويفضلون الاطلاع عليها ومعرفتها من خلالها بدل وسائل الإعلام الأخرى.

كما بينت نتائج الدراسة معظم مفردات العينة يعتبرون مساهمة مواقع التواصل في حل بعض الإشكالات من قضايا المجتمع الجزائري، كما بينت أيضا نتائج الدراسة أغلب مفردات العينة محايدون فيما يخص مساهمة مواقع التواصل في تشكيل الاتجاهات حول قضايا المجتمع الجزائري.

### الدراسة الثالثة:

دراسة مرام محمد مناجرة (2020) بعنوان "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية" مقال منشور بالمجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام .

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لديهم، كما سعت هذه الدراسة إلى معرفة أنماط استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقع الفيسبوك، إضافة إلى معرفة أهم القضايا والأخبار التي يبحث عنها طلبة الجامعات، ومعرفة التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تنتج عن اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك لرفع درجة وعيهم السياسي، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، على عينة بلغت (200) مفردة من طلبة الجامعات في جامعة اليرموك والعلوم والتكنولوجيا وجامعة جدارا واربد الأهلية.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على فايسبوك في تشكيل الوعي السياسي، ووجود درجة مرتفعة لأسباب الاعتماد على موقع الفايسبوك، ووجود درجة متوسطة لأهم القضايا والأخبار التي يعتمد عليها طلبة الجامعات من خلال الفايسبوك، كما أظهرت النتائج وجود درجة متوسطة للآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية، كما أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقضون من ساعة إلى أربع ساعات وذلك بنسبة (54.5%)، كما أن أغلبهم يستخدمون فايسبوك في المنزل بنسبة (60.0%)، كما أظهرت النتائج أن غالبية أفراد عينة الدراسة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح فايسبوك وذلك بنسبة (57.0%)، كما أن درجة الثقة بمصداقية فايسبوك جاءت بدرجة متوسطة.

### التعليق على الدراسة:

تتماشى هذه الدراسة مع موضوع الدراسة الحالية من خلال اهتمامها بدور الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، كما اعتمدت المنهج المسحي والاستبانة، وهو ما يعزز الاستفادة المنهجية منها.

وقد ساعدت نتائج هذه الدراسة في توضيح طبيعة اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، إضافة إلى التعرف على التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية الناتجة عن هذا الاستخدام.

### الدراسة الرابعة:

دراسة مصطفى سعو ، سهام بولوداني (2022) بعنوان "استخدام الشباب لشبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك والمشاركة السياسية بين الأشكال والبدائل -دراسة ميدانية لعينة من شباب مدينة أم البواقي-" مقال منشور بالمجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم أشكال المشاركة السياسية عبر استخدام شبكة التواصل الاجتماعي فايسبوك للشباب بمدينة أم البواقي، والتعرف على ما إذا كانت المشاركة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

السياسية عبر استخدام فايسبوك تشكل بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية (جرائد، إذاعة، تلفزيون)، وطبقت هذه الدراسة على 400 مفردة من الجنسين، وقد أظهرت عينة الدراسة مجموعة من النتائج تتمثل أهمها في أن الشباب يقوم بمتابعة المنشورات السياسية التي تنبثها شخصيات عامة بنسبة 76,3%، ثم متابعة المنشورات التي تنبثها الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية بنسبة 70,8%، وجاء التفاعل مع المنشورات السياسية بنسبة 55.5%، في حين تظهر عينة الدراسة أن نسبة 60.8% لا يقومون بنشر آراءهم السياسية عبر فايسبوك. تؤكد أغلبية عينة الدراسة أن استخدام فايسبوك تشكل بديل عن وسائل الإعلام التقليدية في المشاركة السياسية، من خلال تحقيق التفاعل السياسي مع المنشورات السياسية بشكل أفضل من تفاعلهم مع وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 83,5%، وأيضا من خلال نظرة عينة الدراسة إلى أن فايسبوك تشكل رقابة على المؤسسات الحكومية كبديل عن وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 74.3%.

### التعقيب على الدراسة:

تتميز هذه الدراسة بتركيزها على البعد السياسي لاستخدام موقع فايسبوك لدى الشباب، حيث تناولت أشكال المشاركة السياسية والتفاعل مع المنشورات السياسية، وتتوافق مع الدراسة الحالية في اهتمامها بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على وعي الشباب واتجاهاتهم. كما أفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم كيفية مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل المواقف والاتجاهات لدى الشباب الجامعي، خاصة فيما يتعلق بالقضايا العامة والمشاركة المجتمعية.

### الدراسة الخامسة

دراسة عمراني سناء، وسفيان نمير (2023/2022) بعنوان "تأثير مواقع تواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي الجزائري" لنيل شهادة الماستر في تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم .

-تدور الإشكالية هذه الدراسة حول المعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تأثير السلوك الشباب الجامعي في جامعة مستغانم الجزائر .

في ظل التساؤل التالي: ما هو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي الجزائري؟

- تتطرق الباحثان للتساؤلات الفرعية التالية:

- 1 - ماهي عادات وأنماط وطبيعة استخدام الشباب الجامعيين مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2 - ماهي الدوافع والاشباكات التي يحققها الشباب الجامعيين من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

3-هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في سلوك الشباب الجامعيين؟

4-هل تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعيين؟

من اهم من النتائج المتحصل عليها من الدراسة:

- 1 تريد مواقع الاجتماعي عن فرص التواصل وبناء العلاقات الاجتماعي بين الطلاب، ولكنها أيضا تسبب بعض التحديات مثل: انعزال الشباب عن العالم الحقيقي.
- 2 تظهر الدراسة ان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مفرط يمكن ان يؤثر سلبا عن الأداء الأكاديمي للطلاب بسبب فقدان الانتباه والتشتت.

3 يمكن ان تكون مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا للضغط النفس على الشباب الجامعي لسبب تعرضهم للمقارنة المستمرة وضغوط الاندماج الاجتماعية.

### التعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناولها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب الجامعي الجزائري، كما أنها ركزت على السلوك الناتج عن الاستخدام المكثف لهذه المواقع.

كما وقد ساهمت هذه الدراسة في إبراز الجوانب الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، خاصة ما يتعلق بالعزلة الاجتماعية والتأثير على الأداء الأكاديمي والضغط النفسي، واستفادت الدراسة الحالية من هذه النتائج في تدعيم الإطار النظري المتعلق بانعكاسات الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي.

### دراسة DR. Mohammed Gadelmawla Owies

**Using Facebook to enhance citizen engagement with local government in community development: A case study on Al-Qalyubia governorate in Egypt**

هدفت هذه الدراسة إلى تعميق فهم استخدام فايسبوك في تعزيز مشاركة المواطنين مع الحكومة المحلية في تنمية المجتمع في مصر، وتحديد نوع المعلومات التي تنشرها الحكومة المحلية على صفحتها في فايسبوك.

اعتمدت هذه الورقة على دراسة حالة نوعية لوجود محافظة ومركز القليوبية في مصر على فايسبوك، باعتبارها من أبرز الحكومات المحلية حضوراً على المنصة في البلاد. وقد جُمعت بيانات صفحة فايسبوك خلال الفترة الممتدة من يناير إلى أبريل 2018.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

كما تم إجراء تحليل للمحتوى على البيانات بهدف استكشاف الفئات المختلفة واستخلاص المعاني من المادة التي جُمعت.

ومن بين 129 منشورًا تم تحليلها، حددت الدراسة 11 فئة من فئات المحتوى الخاصة بمنشورات الحكومة المحلية.

وأظهرت نتائج التكرار أن المحافظة تستخدم صفحتها على فايسبوك، في المقام الأول، للترويج لمختلف الفعاليات والمناسبات والقضايا داخل نطاق المحافظة.

### التعقيب على الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في تناولها أثر مواقع التواصل الاجتماعي على فئة الشباب الجامعي، كما أنها اهتمت بالتحولات السلوكية والنفسية الناتجة عن الاستخدام المكثف لهذه المواقع. وقد ركزت كذلك على جملة من الانعكاسات المرتبطة بهذا الاستخدام، مثل العزلة الاجتماعية، والضغط النفسي، والتأثير على الأداء الأكاديمي، وهو ما يجعلها قريبة من موضوع دراستنا من حيث الاهتمام بأبعاد التأثير الاجتماعي والنفسي لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما ساهمت هذه الدراسة في إبراز الجوانب الإيجابية والسلبية لهذه المواقع، من خلال توضيح قدرتها على تسهيل التواصل وتوسيع العلاقات الاجتماعية، وفي المقابل الكشف عن مخاطر الإفراط في استخدامها على التوازن النفسي والاجتماعي للطلبة. وقد أفادت الدراسة الحالية من هذه النتائج في تدعيم الإطار النظري المتعلق بانعكاسات الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي، خاصة فيما يتعلق بالعزلة الاجتماعية وتراجع التركيز والتأثيرات النفسية المصاحبة للاستخدام المتكرر.

## الفصل الثاني: الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة

المبحث الأول: مدخل عام حول الشباب الجامعي.

- المطلب الأول: مفهوم الشباب الجامعي
- المطلب الثاني: مميزات الشباب الجامعي .
- المطلب الثالث: خصائص الشباب الجامعي .
- المطلب الرابع: مشكلات الشباب الجامعي.

المبحث الثاني: ماهية المشاركة المجتمعية

المطلب الأول: تعريف المشاركة المجتمعية.

المطلب الثاني: أنواع المشاركة المجتمعية وخصائصها .

المطلب الثالث: اهداف المشاركة المجتمعية واهميتها.

المطلب الرابع: ابعاد ومستويات المشاركة المجتمعية ومعيقاتها.

المبحث الثالث: انعكاسات استخدام الفايسبوك على المشاركة المجتمعية

المطلب الأول: تأثير الفيسبوك على القضايا المشاركة المجتمعية

المطلب الثاني: علاقة الفايسبوك بالعمل التطوعي

المطلب الثالث: : أساليب واستراتيجيات الفايسبوك في تحفيز الشباب الجامعي على

التفاعل مع القضايا الاجتماعية



المبحث الأول: مدخل عام حول الشباب الجامعي.

### المطلب الأول: مفهوم الشباب الجامعي

يختلف تحديد الفئة العمرية لمرحلة الشباب باختلاف الزوايا التي تنظر من خلالها العلوم المهتمة بهذا المجال، حيث يعود هذا التباين إلى تعدد المقاييس والمعايير المعتمدة في تعريف هذه المرحلة. فبينما يرى بعض الباحثين أن النمو الجسمي والفسولوجي يُعدّ المعيار الأساسي لتحديدها، يؤكد آخرون على أهمية النمو النفسي باعتباره المؤشر الأبرز. في المقابل، يركز اتجاه ثالث على التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي يمر بها الفرد، وما يترتب عليها من تحول في الأدوار الاجتماعية، باعتبارها المعيار الأكثر دقة في تحديد مرحلة الشباب<sup>1</sup>.

### مفهوم الشباب في المعجم اللغوي:

كلمة شباب في اللغة العربية تعني كما جاء في المعاجم العربية وفي لسان العرب لابن منظور، الفتوة والفتاء بمعنى الحيوية والقوى الدينامية، وكلمة شب من شبيب وأن الشباب هو الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله، وتجمع على شباب وشبان وشواب<sup>2</sup>. كما ورد عن الشباب في قاموس محيط المحيط للمعلم بطرس البستاني والمبني أصلا على قاموس لسان العرب ما يلي: «شبّ النار، أوقدها، وشبّ الشيء ارتفع ونما، وشبّ الغلام يشبّ شابا صار فتيا»<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عبد العزيز سعيد عامر الشهري، *العوامل المرتبطة بمشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي (دراسة مطبقة على طلاب الكلية الجامعية بالليث)*، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، مج6، ع63، 2025، ص130.

<sup>2</sup> ابن منظور، *لسان العرب*. بيروت، دراسات العربي، دت، ص 257.

<sup>3</sup> حجازي مصطفى، *الشباب الخليجي والمستقبل*، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، ط1، المغرب، المركز الثقافي العربي، 2008، ص16.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

يعرف الشاب الجامعي بأنه هو الشخص الذي سمح له مستواه العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة بهدف تطوير قدراته واستعداداته الشخصية من جميع جوانبه جسما وعقلا وفكرا وخلقا والوصول إلى مستوى يؤهله لأن يخدم مجتمعه.<sup>1</sup>

ويعد مفهوم الشباب الجامعي الجزائري مفهوماً مركباً يجمع بين ثلاثة أبعاد أساسية: الشباب، والجامعة، والانتماء الوطني للجزائر، فالشاب الجامعي الجزائري هو ذلك الفرد الذي انتقل من مرحلة التعليم الثانوي بعد حصوله على شهادة البكالوريا، مما أتاح له الالتحاق بالجامعة الجزائرية، حيث يتلقى مختلف أشكال المعرفة والتكوين والتأطير العلمي، ولا يقتصر هذا الانتقال على بلوغ مستوى تعليمي متقدم فحسب، بل يمثل أيضاً مرحلة حاسمة في نموه الفكري والعقلي، إذ يصل فيها إلى درجة من النضج تمكنه من التحليل والاستشراف والمساهمة المعرفية. كما تسهم هذه المرحلة في ترسيخ القيم الوطنية وتعزيز روح الانتماء والولاء للوطن، بما يدفعه إلى تحمّل مسؤولية حمايته والدفاع عنه بوعي وموضوعية.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: مميزات الشاب الجامعي

يتميّز الشباب الجامعي بجملة من الخصائص التي تجعله فئة فاعلة في المجتمع، إذ تتجلى فيما يلي:<sup>3</sup>

- الرغبة في التجديد والإنجاز فهو يمتلك دافعا قويا نحو الابتكار والسعي لتحقيق الأهداف .

---

<sup>1</sup> قراندي أمينة، *الجامعة وعلاقتها بالتحصيل العلمي للطالب الجامعي* دراسة ميدانية بجامعة محمد الصديق بن يحيى- بتاسوست، مذكرة ماستر في علم اجتماع التربية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، المدية، 2018، ص47.

<sup>2</sup> نواصر سامية وعيسات العمري، *الشباب الجامعي الجزائري والثقافة السياسية* -الواقع والطموح-، مجلة مدارات سياسية، مج5، ع 02، 2021، ص312.

<sup>3</sup> حنان محمد حسن سالم، *انعكاسات تزييف الوعي الديني على الواقع الاجتماعي للشباب* -دراسة سوسيولوجية لعينة من الشباب الجامعي-، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مج5، ع2، 2018، ص272-273.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- القدرة على اكتساب المعرفة والتغيير، إذ يتميز بقابلية عالية للتعلم والمساهمة في إحداث التغيير داخل المجتمع .
- التهيؤ لشغل مكانة اجتماعية ، بحيث يُعدّ لشغل أدوار ومكانات اجتماعية وفقاً لمستوى ونوعية تعليمه .
- يكون أكثر وعياً وإدراكاً للقضايا والمشكلات الاجتماعية التي تحيط به .
- يمتلك رؤية مستقبلية ورغبة في تحسين الواقع وتطويره نحو الأفضل .
- يمتلك القدرة على التكيف مع مستجدات العصر :يتميز بسرعة الاستيعاب والمرونة في التعامل مع التغيرات الحديثة .

إضافة إلى ذلك يتميز الشباب الجامعي بجملة من الخصائص النمائية التي تعكس طبيعة هذه المرحلة، حيث يسعى إلى إدراك ذاته وتحقيقها من خلال بناء تصور واضح عن هويته وإمكاناته، كما يتجه إلى البحث عن ميول مهنية هادفة تتماشى مع قدراته وطموحاته المستقبلية، ويظهر لديه أيضاً ميل متزايد نحو الاستقلال عن الوالدين والرغبة في التحرر النسبي من بعض الضوابط الاجتماعية، ويلاحظ أيضاً تنامي رغبته في التعلم وجمع المعلومات، إلى جانب قدرته على تقبل التغيرات الجسدية والتكيف معها بشكل إيجابي، كما يستعد لمزاولة المهنة التي اختارها من خلال تنمية مهاراته ومعارفه، فضلاً عن سعيه إلى اكتساب مهارات مرتبطة بالمواطنة، بما يشمل الوعي بالحقوق والواجبات والمسؤوليات داخل المجتمع<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أهمية الشباب في المجتمع:

تتجلى أهمية الشباب في المجتمع في كونهم مصدراً أساسياً للتجديد والتغيير، إذ يمثلون قوة ديناميكية قادرة على التفاعل مع التحولات الاجتماعية والثقافية ومواكبة متطلبات العصر، وغالباً ما يصطدم الشباب ببعض التقاليد السائدة، الأمر الذي يجعلهم فاعلاً رئيسياً

<sup>1</sup> أحمد حسن القواسمة، عابد بن علي البلوي، *منظومة القيم الجامعية*، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2015، ص 16.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

في إحداث التغيير الثقافي والاجتماعي، حيث يُنظر إليهم باعتبارهم المحرك الأساسي لنهضة المجتمعات وتطورها، كما يضطلعون بأدوار حيوية في حماية المجتمع من مختلف التهديدات وضمان استمراريته وتحقيق أهدافه، خاصة فئة الشباب المتعلم والواعي الذي يمتلك قدرًا من المعرفة والثقافة، ويؤمن بقيم الحداثة ويتبنى مواقف إيجابية تجاهها.<sup>1</sup>

وتُعد مرحلة الشباب مرحلة حاسمة في حياة الفرد، تتسم بالحيوية والجرأة وروح المبادرة والمغامرة، إلى جانب القابلية لتبني الأفكار الجديدة والابتكار والتحديث. كما يشكل الشباب نسبة معتبرة في التركيبة السكانية للعديد من المجتمعات، ويتمتعون بخصائص مميزة يمكن استثمارها في تنمية قدراتهم وتعزيز حس المسؤولية لديهم منذ مراحل مبكرة. ومن هذا المنطلق، يمثل الشباب قوة ناقدة للواقع تسهم في دفع عجلة التقدم الاجتماعي، من خلال تبني قيم جديدة والسعي نحو تطوير الممارسات السائدة، وهو ما يجعلهم بحق ركيزة أساسية للتغيير الثقافي والاجتماعي في المجتمع.<sup>2</sup>

لذلك تُعدّ فئة الشباب العمود الفقري للمجتمع، باعتبارها قوة اجتماعية فاعلة وأكثر الفئات نشاطًا وحيوية. وتنعكس خصائص الشباب أساسًا في ما يتمتعون به من طاقة وقدرة على التحمل والإنتاج خلال مرحلة مهمة من حياتهم، فضلًا عن قابليتهم العالية للتغيير والتكيف مع المستجدات. كما يضطلع الشباب بدور محوري في تنمية المجتمع وبناءه، حيث لا يقتصر إسهامهم على مجالات محددة، بل يمتد ليشمل مختلف القطاعات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، إلى جانب مساهمتهم الفعالة في تحقيق أهداف التنمية الشاملة.

<sup>1</sup> سامي عبد الرؤوف صالح عكيلا، *أطر تقديم صورة الشباب في الصحافة الفلسطينية* \_ دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014، ص 81.

<sup>2</sup> سامي عبد الرؤوف صالح عكيلا، *أطر تقديم صورة الشباب في الصحافة الفلسطينية*، المرجع السابق، ص 82.

### المطلب الرابع: مشكلات الشباب الجامعي

يعاني الشباب الجامعي من مجموعة من المشكلات المرتبطة بطبيعة المرحلة العمرية التي يمر بها، ومن أبرز هذه المشكلات مايلي:

مشكلات النفسية، قد يتعرض الطالب نتيجة المواقف الضاغطة والتحديات التي يواجهها إلى مشكلات نفسية وصحية من شأنها أن تؤثر على مساره وتكوينه العلمي ومن هذه المشكلات نجد ما يلي<sup>1</sup>:

• الإحساس باليأس والحيرة بخصوص كيف يتعامل مع الصعوبات وإلى أين يلجأ من أجل المساعدة.

• الشعور بالحنين إلى الأهل، أو الإحساس بالعزلة، والغربة وصعوبة إقامة علاقات اجتماعية وشخصية مع الآخرين.

الشعور بالملل ونقص الحوافز الذاتية أو الخارجية للاجتهاد في الدراسة.

• صعوبة التركيز الذهني : إذ يعاني الكثير من الطلبة الشرود الذهني وقلة التركيز أثناء المحاضرات أو في أوقات المذاكرة العادية، وهذا يؤثر بشكل سلبي على فهم الطالب واستيعابه، ويعود سبب هذا الضعف لعدة عوامل منها عدم رغبة الطالب في دراسة اختصاصه الحالي، ومنها وجود مشاكل مع الزملاء، أو مشاكل أسرية، أو عوامل جسمية مثل إرهاق الطالب بسبب قلة النوم أو سوء التغذية.

مشكلات الاجتماعية، تتمثل في تأثير التنشئة الاجتماعية غير السليمة، والتي قد تدفع بعض الشباب إلى الانخراط في جماعات غير سوية، مما يساهم في انتشار بعض الانحرافات السلوكية كالغش أو السرقة أو غيرها من السلوكيات غير المقبولة. كما يعاني

<sup>1</sup> بلال الحديثي، الطالب الجامعي إلى القمة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص54.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

بعضهم من صعوبات في التكيف الأسري والاجتماعي، نتيجة التغيرات التي تطرأ على أدوارهم ومكانتهم داخل المجتمع.<sup>1</sup>

مشكلات التعليمية، حيث يواجه الشباب الجامعي عدة صعوبات ترتبط بطبيعة التخصصات والمناهج الدراسية، وكذلك بطرق التدريس المتبعة. فكثيراً ما يشعر الطلبة بأن الجامعة تركز على الجانب المعرفي النظري أكثر من اهتمامها بالدور التوجيهي والإرشادي. ومن أبرز هذه المشكلات سوء اختيار التخصص بما لا يتناسب مع قدرات الطالب وميوله، إضافة إلى عدم ارتباط المناهج بمتطلبات سوق العمل، وضعف العادات الدراسية كتنظيم الوقت وأساليب المذاكرة، فضلاً عن ضعف العلاقة التفاعلية والتوجيهية بين الأستاذ والطالب.

كما تبرز المشكلات الدينية والأخلاقية كأحد التحديات التي قد يواجهها الشباب الجامعي، حيث يعاني البعض من الغموض في فهم بعض القضايا الدينية، أو من الشك والتساؤلات المرتبطة بالمعتقدات. وقد يؤدي ذلك إلى ضعف الالتزام بالشعائر الدينية وتراجع التمسك بالقيم الأخلاقية، إضافة إلى الصراع بين الاتجاهات المحافظة والنزعات التحررية، وما يصاحب ذلك من شعور بالذنب أو القلق.<sup>2</sup>

وأخيراً، لا يمكن إغفال تأثير خصوصية المجتمع الجزائري في تشكيل هذه المشكلات، حيث يتميز بتنوعه الثقافي والحضاري، باعتباره مجتمعاً عربياً إسلامياً أمازيغياً ومتوسطياً، تأثر بمراحل تاريخية متعددة، خاصة الحقبة الاستعمارية. كما يواجه الشباب تحديات التكيف مع متغيرات العصر والعولمة، وهو ما يفرض عليهم ضرورة التوفيق بين موروثهم الثقافي ومتطلبات الواقع المعاصر.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فضلون الزهراء، بكيري نجيبة، *العوامل المحددة لمدى تمسك الشباب الجامعي الجزائري بهويته الثقافية* - دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي-، مجلة العلوم الإنسانية والتربوية، مج6، ع2، 2018، ص 636-637.

<sup>2</sup> فضلون الزهراء، بكيري نجيبة، *العوامل المحددة لمدى تمسك الشباب الجامعي الجزائري بهويته الثقافية*، المرجع نفسه، ص 636-637.

<sup>3</sup> بلقاسمي أمينة، مزيان محمد، *العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين*، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، 2012، ص49.

المبحث الثاني: ماهية المشاركة المجتمعية

المطلب الأول: تعريف المشاركة المجتمعية

المشاركة لغةً من الفعل (شارك) بمعنى أدخل، ويقال أشركه في الأمر أي أدخله فيه وشاركه أي كان شريكه.<sup>1</sup>

وتعرف المشاركة أيضا: «إن أصل كلمة مشاركة جاءت من كلمة الشركة أو الشرك (بكسر الشين) بمعنى: قد اشتركا، وتشاركا، وشارك أحدهما الآخر، والشريك ... المشارك وجمعها إشراك، وشركاء، وهشريكه، وجمعها شركاء، وشركة في البيع والميراث، شركة، وأشرك بالله: كفر فهو مشرك والاسم الشرك. والشرك: حيائل الصيد، وما ينصب للطير وجمعها شرك - والشراك: سير النعل وجمعها شرك»<sup>2</sup>

يختلف المقصود بالمشاركة المجتمعية من خطاب إلى آخر؛ حيث تلعب عدة أبعاد دوراً في عملية الاختلاف المفاهيمي، منها أبعاد جغرافية-سياسية على المستوى الدولي، كالاختلاف بين التعريف الإسكندنافي الذي يركز على تكوين تكتلات صلبة من جماعات ومنظمات تساهم في تحسين جودة الحياة العامة والخدمات، في مقابل التعريف الأمريكي الذي يركز على تعزيز قدرات الأفراد وإعداد كوادر مجتمعية.<sup>3</sup>

**اصطلاحاً:** عرف عاطف غيث في قاموس علم الاجتماع المشاركة المجتمعية بأنها مشاركة في الجماعات الاجتماعية ومشاركة في المنظمات التطوعية من جانب آخر وخاصة ما ينصب دورها على النشاط المجتمعي المحلي أو المشروعات المحلية، وتتم المشاركة خارج مواقف العمل المهني للفرد، كما أنها الدور الذي يأخذه الفرد أو يعطيه الحق في لعب

<sup>1</sup> مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 2002، ص 341.  
<sup>2</sup> سعيد أحمد أبو حليقة، تطور الفكر الاجتماعي في علم الاجتماع، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، القاهرة، 1999، ص 20.  
<sup>3</sup> الإنسان والمدينة للأبحاث، مدخل إلى المشاركة المجتمعية مفهوم المشاركة المجتمعية ومسارات تعزيزها في مصر، صادر عن الإنسان والمدينة للأبحاث الإنسانية والاجتماعية، 2023، ص 5.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الأدوار المختلفة وذلك من خلال نشاطه البنائي في وظيفة المجتمع، ويكون ذلك عادة وجهاً لوجه، وتوصف مشاركة الأعضاء بأنها فعالة إذا ارتبطت بدور فعال في وظيفة أفراد المجتمع أو موافقتهم على ذلك.<sup>1</sup>

المشاركة سلوك اجتماعي وضرورة أملتها الظروف اليومية للإنسان عبر العصور والأزمنة، وهذا ما عبر عنه العلامة ابن خلدون بالاجتماع البشري الذي أشار إليه في مقدمته، معتبراً أن الإنسان حيوان اجتماعي لا يستطيع العيش بمفرده ما لم يشاركه بني جنسه في تحصيل قوت يومه " : فلا بد من اجتماع القدر الكثيرة من أبناء جنسه ليحصل القوت له ولهم، فيحصل بالتعاون قدر الكفاية من الحاجة لأكثر منهم بأضعاف.<sup>2</sup>

يشير مفهوم المشاركة الاجتماعية إلى اشتراك جميع فئات المجتمع والقيادات المحلية أو بعضهم في مجالات التنمية المختلفة: الاقتصادية والثقافية والسياسية. كما أن المشاركة في عملية التخطيط الاجتماعي تشير إلى مشاركة السكان في الهيئات المسؤولة عن إعداد وتنفيذ ومتابعة الخطط التنموية وبمستوياتها المختلفة، على أن يكون اشتراك السكان إشتراكاً فعلياً، بحيث يؤدي إلى ما يعرف بالتنمية الصاعدة من القاعدة إلى القمة، والتي تركز على تخفيف الدور القيادي للحكومة في مجال التنمية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> كريمة مصطفى عبد الفتاح، "دور المشاركة المجتمعية في دعم العملية التعليمية بمحافظة الفيوم"، بحث مستخلص من رسالة ماجستير، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، الجزء 3، العدد 11، ب ت، ص 201.

<sup>2</sup> ابن خلدون عبد الرحمن، ديوان العبر أو الخبر في تاريخ العرب والبربر ومن عاصرهم من ذوي الشأن الأكبر، (لبنان : دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2003) ص 53.

<sup>3</sup> فريد صبح القيق، "دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة، الخطط التنموية الاستراتيجية للمدن الفلسطينية كحالة دراسية"، العدد الثامن، يناير، (2015) الجزء الأول، ص 132.

### المطلب الثاني: أهمية المشاركة المجتمعية

تعد المشاركة المجتمعية إحدى الأدوات التي يمكن من خلالها النهوض بالمجتمع والارتقاء به، والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين اجتماعياً واقتصادياً وبيئياً وحضرياً وذلك من خلال إسهام أبناء المجتمع تطوعاً في جهود التنمية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل ، وحث الآخرين على المشاركة، وعدم وضع العراقيل أمام الجهود المبذولة من جانب قيادات المجتمع وغير ذلك من الأمور التي تؤدي إلى تنمية المجتمع وتحقيق أهدافه، إن مشاركة المجتمع المدني تسهم في التحديد الأفضل للاحتياجات والمطالب وزيادة الكفاءة في التنفيذ، بالإضافة إلى تعزيز الاستدامة والانسجام الاجتماعي، فالمشاركة المجتمعية تسمح بالعملية الديناميكية المتواصلة في العمل، كما يعزز التوافق المثمر والحلول الابتكارية، ويسد الفجوات في المعارف والسلطة القائمة بين الخبرات التكنوقراطية والمشاركة المحلية.<sup>1</sup>

والمشاركة المجتمعية تزيد من المعارف المحلية للمدراء، ويعزز التجاوب، ويزيد من الشفافية ومن المساءلة، التي تعزز بدورها تقديم الخدمات بفعالية، يضاف إلى ذلك فأن المشاركة في نظم الإدارة تعمق من إحساس المجتمع المدني بالانتماء والملكية حيث يصبحون صناع مصائرهم الذاتية ومحدديها، وهكذا فإن إشراك المجتمع المحلي لا يؤدي فقط إلى تطوير إحساس قوي بملكية المدينة فيما بين المواطنين ولكن يلزمهم بخاصة عندما تتغير ظروفهم الاقتصادية أو يجعلها ممكنة؛ بضمان التحسين المستمر بمختلف الطرق، ولوحظ أن مجموعة من التحديات الصعبة التي تواجه العالم اليوم لا يمكن أن تحلها الحكومات وحدها، وإنما يستلزم الأمر مشاركة أصحاب المصلحة في ذلك لأن لديهم معلومات ضرورية وخبرات واتصالات بالدوائر الرئيسية ، فالمشاركة المجتمعية تمثل اللامركزية في العمل الإداري في المجتمعات، وهو أساس الحكم الصالح وتمكين الناس،

<sup>1</sup> أمجد ناهض سكيك، دور المشاركة المجتمعية في التنمية الحضرية المستدامة في مدينة غزة، حالة دراسية، تجربة لجان أحياء بلدية غزة، رسالة ماجستير في الهندسة المعمارية (كلية الهندسة ، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2012) ص32.

وترجع أهمية اللامركزية في الإدارة إلى إن الإداريين المحليين يوفرون مجالاً أفضل وأكثر راحة ويضعون المؤسسات الحكومية مباشرة في متناول السكان الذين تخدمهم، وتخلق فرصاً أكثر لمشاركة الجمهور وإسهامه، وتجعل الحكومات المحلية أكثر تجاوباً وتكيفاً مع الأوضاع المحلية الأمر الذي يؤدي إلى فاعلية أكبر.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أنواع المشاركة المجتمعية وخصائصها

وتتجلى المشاركة المجتمعية في التنمية المحلية في عدة أنواع:

#### 1- المشاركة المنظمة

وهذا النوع من المشاركة تعد الأكثر تنظيماً كونها معترف بها ومشروعة من قبل الهيئات الرسمية، مما يجعلها أكثر تأثيراً وأوسع مدى.<sup>2</sup>

كما تعد حقا أساسيا من حقوق المواطنين منصوص عليها بموجب قوانين تعمل على تنظيمها والسهر على حسن سيرها في إطار محدد دون تجاوز حدودها المرسومة من أجلها، لدى نجد الكثير من الدول تأخذ بهذا النوع من المشاركة وهذا لمدى فعاليتها ودورها المحوري لما تحقّقه من نجاعة في تنفيذ المشاريع التنموية.

لهذا فقد أخذت الكثير من الدول بمبدأ التمثيل في الهيئات المحلية، والتي تعد من أهم أساليب تنظيم المواطنين في المشاركة في التنمية ويتجسد هذا التمثيل في منظمات المجتمع المدني كونها تنشأ بخطة قانونية وتخضع للتنظيم في ممارسة مهامها، وتهتم هذه المنظمات في جميع مراحل عملية التنمية التي تدخل في نظام اختصاصها.

<sup>1</sup> أمجد ناهض سكيك، (دور المشاركة المجتمعية في التنمية الحضرية المستدامة في مدينة غزة)، المرجع نفسه، ص32.  
<sup>2</sup> خشمون محمد، مشاركة المجالس البلدية في التنمية المحلية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، (كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011)، ص124.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

فالتنظيم من العناصر الهامة في أي مشاركة مجتمعية، وهذا لكون كل الجهود تتجه وتتحرك في خط واحد وهدف واحد محدد بعيدا عن العشوائية والفوضى.

فالمشاركة المنظمة تخلق نوعا من الوعي لدى المواطنين، وهذا من خلال التنظيمات المؤهلة للقيام بالأدوار المناطة بها، سيما المشاركة في التنمية وأحيانا ما تكون بصفة منفردة من طرف المواطنين أو بالتنسيق مع الجهود الحكومية.

كما يعد التمثيل في المجالس الشعبية المحلية من أهم الأدوات لتنظيم المواطنين للمشاركة في التنمية ومشاريعها، ومن صور التنظيم المقترحة في هذا الإطار قيام المجالس الشعبية المحلية بما يلي<sup>1</sup>:

- تسطير سياسة عامة لتوعية المواطنين على مستوى الوحدات المحلية في مجال الجهود الذاتية قصد تشجيعها وتنميتها.
- تحديد حجم ونوعية المشاركة المجتمعية لكل مشروع على حدي.
- تحديد المشروعات التي يمكن تنفيذها كلها أو بعض منها اعتمادا على الجهود الذاتية.
- دراسة المشروعات الذاتية في إطار الخطة المعتمدة محليا.
- تنظيم حملات التوعية لفائدة المواطنين.

### 2- المشاركة المباشرة

وتعرف بتلك المشاركة التي تساهم فيها مختلف فئات المجتمع أو هيئات أو جماعات منظمة للسلطات الحكومية في كل ما يخص البرامج والعمليات التنموية وفي أي مرحلة منها، ويتخذ هذا النوع من المشاركة عدة أشكال منها<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي و التنمية المحلية، الدار الجامعية ( مصر: 2001)، ص 186.  
<sup>2</sup> قباطني عاشور، "دور المشاركة الشعبية في التنمية المحلية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية"، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العدد، (11 أكتوبر، 2017)، ص 80.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- استشارة الأهالي والمجموعات المستهدفة من خلال الاجتماعات المؤشرات العامة، المقابلات.
- اللامركزية والتي تتجلى في إيجاد مؤسسات أو هيئات تخطط على المستوى المحلي الإداري.
- برامج تنمية المجتمع المحلي وخصوصا ما يتعلق منها ببرامج الاعتماد على التنفيذ والهيئات التطوعية.
- وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.
- الاستبيان والدراسات المختلفة

### المطلب الرابع: ابعاد المشاركة المجتمعية

من أبعاد المشاركة الاجتماعية:

أ) المشاركة في الأعمال التطوعية :إن المشاركة في الأعمال التطوعية من أهم أبعاد المشاركة المجتمعية حيث يكتسب العمل التطوعي أهمية متزايدة يوما بعد يوم، وأصبح من المسلم به أن الحكومات سواء في البلدان المتقدمة أم النامية لا تستطيع سد احتياجات أفرادها ومجتمعاتها، لذلك أصبح هناك حاجة ملحة لجهات أخرى لتكمل دور الدولة في تلبية تلك الاحتياجات، وقد تطور العمل التطوعي إلى التغيير وتنمية المجتمع، ويعد أحد الركائز الأساسية لتحقيق المشاركة المجتمعية .

وقد عرف (الخطيب، 2002) العمل التطوعي بأنه العمل الذي يقوم به الفرد لتحقيق أهداف اجتماعية محددة، دون أن يستفيد من عمله الأجر، أو جني الربح المادي، أو تحقيق المنفعة الشخصية. وعرفته (بدوي، 2004) بأنه ذلك الجهد الذي يبذله أي إنسان بدون مقابل

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

لمجتمعه وبدافع منه للإسهام في تحمل مسؤوليات المؤسسات الاجتماعية التي تعمل على تقديم الرفاهية الإنسانية على أساس الفرص التي تتهيأ لمشاركة المواطن.<sup>1</sup>

ولقد أخذت الأعمال التطوعية مكانة محترمة في المجتمعات المتقدمة التي تسعى إلى محاولة صنع مجتمع مدني قائم بذاته في ظل الأوضاع والمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، فالخدمات التي تقدمها الأعمال التطوعية تلعب دوراً مهماً في تكملة ما تعجز الدولة عن تقديمه من مشروعات خدمية وتنموية، وقد دوراً أشار (شعيب، 2004) الى عدد من مبررات الأعمال التطوعية وهي:

- ان الأعمال التطوعية تعد الآلية الوحيدة التي يمكن للمجتمع المدني النهوض من خلالها، وبدون الشباب المتطوعين لن يكون هناك كيان منظم وثابت في المجتمع.
- إن المشاركة والتعاون من خلال الأعمال التطوعية يساعد في تأكيد القيم الإنسانية النبيلة السامية، فالمشاركة في الأعمال التطوعية بمثابة ركيزة مجتمعية للنهوض بالمجتمع
- تعد الأعمال التطوعية من أهم الوسائل لحماية الشباب فهو سلوك إرادي، عن طريقه يتم تغيير اتجاهات الشباب نحو عدد من القضايا، ويعمل على تنمية روح الانتماء لدى الشباب ويجنبهم الوقوع في مشكلات اجتماعية ونفسية عديدة.
- للأعمال التطوعية قيمة مادية تتمثل في قوة العمل الذي يمارسه المتطوع، لذلك فأهميته تنبع من كونه يدفع جزءاً من الأعباء المادية عن مؤسسات الدولة.

**(ب) المشاركة الدينية:** ركز الإسلام على المشاركة المجتمعية كأحد الأسس التي من خلالها تتحقق الحياة الكريمة للفرد، والمشاركة المجتمعية تنقسم إلى المشاركة المادية (الزكاة والصدقة والوقف) ومشاركة معنوية (المشورة والنصيحة والصدقة)، وترتبط المشاركة

<sup>1</sup> محمود سالم إشقبان القرارة، بناء مقياس المشاركة الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير في القياس التقويمي، قسم علم النفس، كلية الدراسات العليا، جامعة المؤتة، 2015، ص11.

المجتمعية بواجب الفرد تجاه مجتمعه، وأحيانا تصل المشاركة إلى حد الفريضة الملزمة، وذلك في الحالات التي عبر عنها الفقهاء في الدين الإسلامي بمفهوم فروض الكفاية وفرض الكفاية هو العمل الذي يجب على مجموعة مؤهلة التطوع به من أجل المجتمع ككل، ولكن إن لم يتم به أحد أصبح العمل المطلوب فرضا ملزما ويحاسب الجميع إن لم يتم أحد بالتطوع لعمله، ويتميز التطوع واجب على كل مسلم، والمتطوع في الإسلام يجب أن يكون عمله خالصا لوجه الله خاليا من المظهرية والنفاق.<sup>1</sup>

**المبحث الثالث: انعكاسات استخدام الفايسبوك على المشاركة المجتمعية**

**المطلب الأول: تأثير الفايسبوك على القضايا المشاركة الاجتماعية:**

**المجال التعليمي:** مع التقدم والتطور الذي حدث مع بداية الألفية الثالثة بدأت الامم بمراجعة استراتيجياتها وتقويم ادائها وتحليل نقاط الضعف والقوة فيها من أجل ايجاد مكانة لها على خارطة الحضارية الانسانية مما يفسر اهتمام تلك الدول بمراجعة أنظمتها التربوية والتعليمية مراجعة شاملة من أجل مواكبة التطور والاطمئنان على امكانياتها وقدراتها لإعداد اجيال القرن الحادي والعشرين.

مما أدى الى الاتجاه للتعليم الالكتروني الذي يعرف بانه: طريقة للتعليم والتدريب تمكن المتعلم والمتدرب في اي وقت ومن أي مكان في العالم من خلال تقنية المعلومات والاتصالات التفاعلية بطريقة متزامنة عن بعد اعتمادا على التعلم الذاتي والتفاعل بين المعلم والمتعلم.

لقد سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الأمريكية في تقريرها ان 60% تقريبا من طلبة المدارس الامريكية الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يتحادثون في مواضيع تتعلق بالواجبات المدرسية.

<sup>1</sup> محمود سالم إشقبان القرارعة، بناء مقياس المشاركة الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية، (المرجع نفسه)، ص12-13.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

كما يقوم مستخدمي الشبكات من طلبة واساتذة بتبادل الافكار والمواد العلمية و تبادل الاخبار والمعلومات والبحث عن المصادر وتطويرها فقد اظهرت دراسة قامت بها الدكتورة " بارعة حمزة شقير " بعنوان (استخدام اساتذة جامعة دمشق للأنترنت والاشباعات المحقق منه ) ان معظم اساتذة دمشق يستخدمون الانترنت مدة ساعتين يوميا بدافع الحصول على البحوث و الدراسات اللازمة للعمل البحثي وتطوير المنهج التعليمي.

كما يمكن استخدام خاصية المجموعات التي توفرها اكثر الشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل بين الطلبة فيما بينهم و بين الطلبة والاساتذة لتبادل الآراء و طرح الاسئلة وتبادل المصادر

**المجال السياسي:** مع غياب الرقابة والسيطرة واتاحة حرية التعبير عن الراي اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مقصدا للعديد من الافراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها.

ففي دراسة أجرتها مؤسسة " ديلويت " أظهرت ان 88% من محادثات شبكات التواصل الاجتماعي باللغة العربية في الربع الأول من سنة 2011 م اشتملت على مصطلحات سياسية كما تعد شبكات التواصل الاجتماعي اداة للعمل السياسي ووسيلة لحشد الجماهير والحركات والمعارضات فكان للشبكات دور رئيسي في قيام الربع العربي سنة 2011، اما في مجال التسويق السياسي فقد اثبتت شبكات التواصل الاجتماعي مثل فايسبوك والتويتر: انها اداة حيوية وفعالة في الحملات الانتخابية ولم يقتصر دور وسائل التواصل الاجتماعي على التحريض السياسي والتأثير على الناخبين بل تعدى الى ممارسة شيء مهم في نشر وتدعيم ثقافة المواطنة وحماية حقوق الانسان فشبكة الانترنت ولا سيما المدونات تتمتع بالقوة والفعالية للقيام بنشر ثقافة المواطنة على المستويات المختلفة عن طريق قدرتها على نشر المعلومات وتداولها مما يفسح الطريق لتوفير بيئة ملائمة لحرية الرأي والتعبير كما تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للحكومات وصناع القرار الكثير من المميزات منها:

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

انها توفر للحكومات فرصا لترويج انجازاتها وسياساتها بين مواطنيها بهدف كسب ثقتهم ودعمهم تبين اراء و موضوعات لا تحظى باهتمام وسائل الاتصال التقليدية و لم تتم تغطيتها بشكل منظم وموضوعي.

ان وسائل الاتصال الحديثة لها اداء جيد فيما يتعلق بما يصدره المسؤولون من تصريحات مثل:

الظهور الحي عبر الرسائل المسجلة او الفيديو أو اليوتيوب وكذلك ارسال التغريدات عبر التويتر ....الخ.

**المجال الاجتماعي :** اصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم في اعداد الافراد وتنشئتهم وكذلك هي أداة مهمة من ادوات التغيير الاجتماعي وذلك لما تتيحه من تفاعل مع الآخرين عبر الانشطة المختلفة للجماعات التي يمكن تكوينها في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي حيث تمكن الفرد من التأثر والتأثير واكتساب الخبرات وتنمية المسؤولية الذاتية عن طريق هذه الانشطة التفاعل مع الآخرين ففي دراسة امريكية اجرتها جامعة تكساس سنة 2009 م توصلت فيها الى ان الناس يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بهدف التعبير عن حقيقة شخصياتهم اذ انها تشبع عند المستخدمين حاجاتهم الأساسية لتعريف الآخرين بأنفسهم وتأتي هذه الحاجة في المرتبة الثالثة في سلم الاولويات في هرم "ماسلو" للحاجات الانسانية كما اظهرت دراسة قام بها باحثون من جامعة جورجيا الامريكية " دور شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة الثقة في النفس واحترام الذات" حيث شملت الدراسة 151 طالبا تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 22 عاما.

وكما تعد الحاجة الى التسلية والترفيه ضرورة تأثر في البعد الاجتماعي لدى الفرد فقد اكد مختصون ان التسلية هدف جوهري وسيمة للمجتمعات كلها فهي وسيلة لتعزيز البعد

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الاجتماعي للإنسان وتعليمه الادوار والقواعد والقيم عن طريق التسلية مع الاخرين فضلا عن ان زيادة تعقيدات المجتمع تفرض زيادة اتساع مجال التسلية والترفيه.

كما لا ننسى ان شبكات التواصل الاجتماعي وفرت فرصة للتواصل مع الاقارب وأصدقاء الماضي بل ان بعض الاقارب الذين فرقهم ظروف الحياة و فقدوا الاتصال ببعضهم عاودوا الاتصال عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي.

وكما هو معروف فان كل جديد يحمل في طياته ايجابيات يجب انتشارها و يحمل سلبيات يجب العمل على تجنبها فقد أكدت الكثير من الدراسات وجود مخاطر تنتج على الاستعمال الغير سليم لتلك الشبكات فهناك في بريطانيا حالات طلاق حول 500 شخص خلال 2009-2011 حيث كشفت الدراسة 33 من دعاوي الطلاق المرفوعة الى الشؤون الخاصة استشهدت بفيسبوك كما يعد الادمان من المشكلات الشائعة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي فقد أكدت دراسة امريكية ان مستخدمي الانترنت امريكيين يقضون حوالي 12% من وقتهم على الانترنت باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

اما فيما يتعلق بالشعور النفسي وتحقيق الرضى والاكتئاب النفسي فقد نشرت صحيفة " لوس انجلس " الامريكية تقريراً حول دراسة أجرتها على زوار موقعها الإلكتروني حيث اظهرت ان واحدا من كل ثلاثة مستخدمين شعروا بنوع من الغيرة اثناء بحثهم في مواقع الآخرين وهذا نتيجة للاخبار المفبركة و الغير حقيقية التي يقرؤها المستخدم فمن شأنها ان تسبب بعضا من الضيق و الاكتئاب <sup>1</sup>

<sup>1</sup> بومعة دليلة، مواقع التواصل الاجتماعي واللغة المتداولة فيها من قبل الطلبة، مذكرة لنيل شهادة الماستر (جامعة وهران،

2015-2016)، ص61

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

### المطلب الثاني: علاقة الفايسبوك بالعمل التطوعي

يعد موقع الفايسبوك (Facebook) من إحدى أدوات الاعلام التي تؤثر في الافراد وتوجههم لأنها تعمل على نقل المعلومات والايخبار بسرعة فائقة بالإضافة إلى أنها مزودة بأحدث التقنيات التي لها قدرة كبيرة في نقل الاخبار بشكل كبير ومتنوع.

لهذا فهو يساهم في نشر وتعزيز العمل التطوعي والتعريف به وترسيخه وضرورة تواجده في المجتمع واهميته ومبادئه للوصول الى تحقيق جملة من الاهداف والتي من بينها خلق الوعي في الوسط الجامعي عن طريق تكوين مجموعات بين الطلبة يتبادلون فيها الأفكار والمعلومات حول أهمية العمل التطوعي تمكنهم من التعرف على الفئات المحتاجة وتقديم المساعدات سواء كانت مادية أو معنوية.

كما يمكن موقع الفايسبوك (Facebook) القيام بالمبادرات في مجال العمل الخيري عن طريق استثمار الفايسبوك (Facebook) ونشر المبادرات الحيوية دون أي هويات بالإضافة الى تحفيز المتطوعين وخاصة الطلبة على تحقيق اهدافهم ورغباتهم من خلال المشاركة المجتمعية والمساهمة في النهوض بالمجتمع.

العمل التطوعي عمل اجتماعي محض يقوم به افراد المجتمع وتحديدًا الطلبة وهو كذلك عبارة عن ممارسة اضافية من الممارسات يقوم به الطالب الجامعي والتي تعزز مكانته في المجتمع وتزيد من درجة احترامه في الوسط الجامعي وتقربه من الله عزوجل وعلى اعتبار الفايسبوك (Facebook) من اهم المواقع المسجلة من طرف الطلبة فنجد أن الطالب استغلها ايجابيا في نشر الأعمال التطوعية من اجل تشجيع الاخرين على المشاركة التطوعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد ابراهيم محمد ابو عليان، العمل الخيري ودوره في التنمية الاقتصادية من منظور اسلامي، رسالة ماجستير في اقتصاديات التنمية، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، 2014) ص57.

كما أن الفاييسبوك (Facebook) يساهم في التحول نحو المزيد من التجارب الاجتماعية والشخصية في كل مكان عبر الإنترنت وذلك من خلال اعتماد مفهوم الرسم البياني الاجتماعي المبني على فكرة تحديد جميع الروابط بين الأشخاص والأشياء التي يهتمون بها، مشكلا بذلك رسما بيانيا يربط الجميع معا فإذا كان الفاييسبوك (Facebook) يركز في الغالب على تحديد جزء الرسم البياني حول الأشخاص وعلاقاتهم فإن مواقع وخدمات أخرى تعمل على تعيين أجزاء أخرى من الرسم البياني حتى تتمكن من الحصول على معلومات ذات صلة حول أنواع مختلفة من الأشياء حيث تستغل هذه المواقع التطور الهائل للأنترنت والذي انتقل من استخدام الانسان للأنترنت كوسيلة تواصل إلى ما أضحى على تسميته بأنترنت الأشياء (INTERNET OF THINGS IOT) وتُسمى أيضا أنترنت كل شيء (INTERNET OF EVERYTHING IOE)، والتي يعرفها الدكتور مصطفى صادق لطيف على أنها النتيجة الحتمية لتطور الأنترنت بشكل لم يكن من الممكن تصوره عند بداية انشائه وتقدمه البطيء.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أساليب واستراتيجيات الفاييسبوك في تحفيز الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا الاجتماعية

#### 1- أساليب التفاعل عبر الفاييسبوك كآليات لتحفيز المشاركة

أرسى الفاييسبوك (Facebook) أساليب تفاعلية تمكن الفرد من الاستخدام حسب ما يشبع حاجته الاتصالية ويرضي متطلباته، مع إحداث نقلة على مستوى نظرية الاستخدامات والإشباع ذاتها، باعتبار أن المستخدم لا يتمتع بحق الاختيار بين المضامين المعروضة لإشباع رغبته الاتصالية فحسب، إنما أفسح له المجال لإنتاج المضمون، ليغدو فاعلا في عملية اتصالية ما عادت تقتصر على الإرسال من أطراف

<sup>1</sup> رياض زروقي، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي"، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك - طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة / نموذج -، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال (جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021) ص 99.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

معينة لتستقبلها الجماهير أو ترفضها، إنما كل فاعل اجتماعي يدخل طواعية للدائرة الاتصالية لينتج مضامينه الخاصة.

### شكل رقم (01) يوضح أساليب واستراتيجيات التفاعل في شبكة الفايسبوك (Facebook).<sup>1</sup>



<sup>1</sup> رجاء عمار، الفايسبوك من فضاء للتواصل إلى مجال للتغيير الاجتماعي – بازواجية التأثير-، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، ص49.

يوضح الشكل أعلاه أن الفايسبوك (Facebook) يعتمد على مجموعة متنوعة من أساليب التفاعل التي تشكل في مجموعها آليات فعالة لتحفيز المستخدم على المشاركة داخل

<sup>1</sup> رجاء عمار، الفايسبوك من فضاء للتواصل إلى مجال للتغيير الاجتماعي – بازواجية التأثير-، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، ص49.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

الفضاء الرقمي. فهذه الأساليب لا تقتصر على التعبير عن القبول أو الرفض، بل تمتد لتشمل التعليق، والمشاركة، وإعادة النشر، وإنشاء الصفحات، والانضمام إلى الأحداث، والرد على المنشورات، وكلها أدوات تجعل المستخدم جزءًا من العملية الاتصالية بدل أن يكون مجرد متلقٍ سلبي. ويُلاحظ من خلال هذا التنوع أن الفايسبوك (Facebook) لا يفرض نمطًا واحدًا من التفاعل، بل يتيح للمستخدم حرية الاختيار بين درجات متعددة من المشاركة، تبدأ من الإعجاب البسيط وتنتهي بالمساهمة الفعلية في النقاش أو تنظيم الفاعليات.

كما يكشف الشكل أن هذه الأساليب تؤدي وظيفة تحفيزية مهمة، لأنها تمنح المستخدم فرصًا متعددة للتعبير عن موقفه ومشاركته الوجدانية والفكرية تجاه المضامين المنشورة. فالتفاعل الإيجابي مثل "أعجبني" أو "المشاركة" يرسخ الحضور الرقمي، بينما يتيح "التعليق" و"المحادثة الفورية" مستوى أعمق من الحوار والنقاش. أما أدوات مثل "الانضمام إلى صفحة" أو "المشاركة في حدث" فتنتقل بالمستخدم من دائرة المتابعة إلى دائرة الانخراط، وهو ما يعكس بعدًا عمليًا في بناء المشاركة المجتمعية. ومن ثم، فإن هذه الأساليب تمثل استراتيجيات اتصالية تهدف إلى تنشيط التفاعل وتوسيع دائرة المشاركة داخل الفضاء الافتراضي.

ويُستفاد من الشكل أيضًا أن الفايسبوك (Facebook) يدمج بين التفاعل الرمزي والتفاعل الفعلي، إذ يسمح للمستخدم بإبداء الإعجاب أو رفض المحتوى، وفي الوقت نفسه يتيح له المساهمة في النقاش، ونشر المحتوى، وحذف أو إخفاء ما لا يناسبه، وهي كلها آليات تعزز الإحساس بالتحكم في البيئة الاتصالية، هذا التحكم يرفع من مستوى انخراط المستخدم، لأنه يشعر أنه فاعل في تشكيل تجربته الرقمية وليس مجرد متلقٍ لها، وبناءً عليه يمكن القول إن أساليب التفاعل المعروضة في الشكل تمثل أدوات تحفيز أساسية تسهم في دعم المشاركة المجتمعية لدى الشباب الجامعي، وتمنح العملية الاتصالية طابعًا ديناميكيًا وتشاركيًا مستمرًا

### 2- استراتيجيات الفايسبوك في تحفيز الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا الاجتماعية :

#### 1-التعبير عن الإعجاب:<sup>1</sup>

تستقطب شبكة الفايسبوك الأفراد الذين يودون الانضمام إليها بصورة من الحجم الكبير لهذا الأسلوب، وهو ما يمكن تفسيره باستغلال رمزيته واعتماده شعارا مع إضافة اعجاب دليلا على الترحاب، سواء كان ذلك عند الالتحاق بالتواصل أو التعبير عن انتظار تجدد التواصل عبر الشبكة، فمصممو هذا الشعار يعملون على زيادة ترسيخ استخدامه كأسلوب تفاعلي تعبيرى من شأنه توسيع الدائرة الاتصالية.

وتعد هذه الإستراتيجية من أبرز الأساليب التفاعلية التي ميزت وما تزال تميز شبكة الفايسبوك، كونه طريقة سهلة وبسيطة للتفاعل مع المنشورات.

قد لا يعني الإعجاب بالضرورة تعبيرا صريحا عن الرضا أو القبول لأن ردود الفعل البشرية تظل مفتوحة على تعدد التأويلات ولا تستقر على معنى نهائي واحد، فالإعجاب يعد شكلا من اشكال التفاعل فضلا عن كونه تعبيرا عن الحضور داخل الفضاء التفاعلي

قام الفايسبوك باقتراح جملة من التعابير التي تتدرج في صلب هذا السياق حيث تم عرض أمثلة عن الانفعالات التي يمكن أن تنتج عند تلقي المستخدم لمضمون منشور معين، يمكنه الاختصار

على الأسلوب المعهود الذي يعتبر محطة انفعالية أولى ليتجاوز الإياب، الإشارة الى تقبله الإيجابي لمضمون المنشور عبر الضغط على زر القلب، وقد يثير المنشور ضحكه أو دهشته أو استغرابه أو حزنه أو غضبه أو تعاطف

<sup>1</sup> رجاء عمار، الفايسبوك من فضاء للتواصل الى مجال للتغيير الاجتماعي - نازدواجية التأثير-، المرجع السابق، ص50.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

إن هذا الأسلوب، بقدر الحاجة إلى إرساله، ينتظر المستخدم بدوره تلقيه من طرف بقية المستخدمين كرجع صدى على ما ينشره، فهو يمنح للمضمون قيمة اتصالية مضافة ونوعاً من النجاح التفاعلي لرسالة القائم بالاتصال، "ويمكن ملاحظة سلوكيات المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، لتبصر مدى حرصهم على جلب اهتمام أكبر عدد ممكن من المتابعين، والحصول على أعلى نسب الإعجاب (like) لما ينشرونه ويثبثونه من مضامين " وهو ما يجعل "رأس مالهم الرمزي"، حسب عبارة بيار بورديو (يتدعم ويكبر Pierre Bourdieu).

### 2- التعليق: <sup>1</sup>

يتيح هذا الأسلوب للمستخدم الحق في التعبير عن رأيه بشأن المضامين التي يتم نشرها في الشبكة الافتراضية، وله الحرية من خلال تعليقه أن يؤيد أو يعارض وهو ما يدعم "دمقرطة" الاتصال، كما قد يدفع الفرد إلى التخلي عن حياديته وتشجيعه على المشاركة.

قد لا تكون ردود الفعل حول رأي تضمنه التعليق هي الأكثر أهمية مقارنة باتخاذ قرار التعبير عن الرأي والإدلاء به دون خوف والتخلص من التردد، ليمتلك الفرد نوعاً من "الشجاعة" الاتصالية التي تخول له استعراض وجهة نظره، وقد يتضمن التعليق طلب المستخدم من صاحب المنشور مزيداً من التوضيح والاستفسار، ليستجلي ما بقي غامضاً بالنسبة إليه، كما قد يتم الاعتماد على أسلوب التعليق "لفتح نقاش بين المتفاعلين حول موضوع المنشور، وقد تتوسع حلقة النقاش لتتجاوزته إلى قضية أخرى.

إن الفكرة التي يتم التعبير عنها بصفة عامة من خلال مضمون هذا المنشور أو ذاك، تبقى منقوصة ومجرد وجهة نظر، تعرض الواقع من زاوية معينة، وفي ذلك اعتراف جريء إلى الحاجة إلى مستخدمي الفايسبوك، ودعوة كي يتفاعلوا مع هذه المضامين ووضعها محل

<sup>1</sup> رجاء عمار، الفايسبوك من فضاء للتواصل إلى مجال للتغيير الاجتماعي، المرجع نفسه، ص51.

نقاش وجدل للتمكن من بلوغ مرحلة التعاضد الذي يفسح المجال للاختلاف حتى تكون النظرة أكثر شمولية.

**3-المشاركة<sup>1</sup>:** نجد في نفس الصف التفاعلي، إلى جانب استراتيجيتي الإعجاب والتعليق، زر المشاركة (partager) كخيار ثالث، قد يتم الاكتفاء به وتقاسم مضمون مع الأصدقاء في القائمة فقط، أو بشكل أكثر اتساعا مع كل من يزور الحساب الشخصي.

توفر "المشاركة" الفرصة للمضمون أن يصل إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين ومنحه انتشارا قد يبلغ درجة الاكتساح، ولا تعني المشاركة بالضرورة التماثل في الرؤى، فقد يتم تقاسم وجهات النظر المختلفة عن الرؤية الذاتية لمستخدم الفايسبوك.

قد يهدف المستخدم إلى إبراز ما يتبناه الآخرون من أفكار، عبر نشره لمضمون لا تتفق رمزية دلالاته مع وجهة نظره، وهذا التباين يصب في عمق ديمقراطية الاتصال التي ترتكز على "تكوين ما هو مشترك انطلاقا من الارتباطات الغير متجانسة".

### 4-المحاورة الفورية:<sup>2</sup>

تسمح هذه الاستراتيجية للمستخدم بالتواصل مع من يريد، سواء كان ضمن قائمة الأصدقاء أولا، وتوجيه رسائله إليه، ويتم توضيح إذا كان الشخص المراد إبلاغه الرسالة مرتبطا في ذلك الحين عبر الشبكة، أو عكس ذلك مع تحديد المدة الزمنية بكل دقة انطلاقا من لحظة خروجه من شبكة فايسبوك.

يمكن التحكم في هذه الاستراتيجية واختيار بقاء التفاعل مخفيا، أو إبقاء المحادثة الفورية ممكنة وفعالة لأشخاص دون غيرهم مهما كان اختيار الفرد وتوجهاته التعبيرية، نلاحظ إرساء شبكة تفاعلية تستجيب

<sup>1</sup> رجاء عمار، الفايسبوك من فضاء للتواصل إلى مجال للتغيير الاجتماعي، المرجع نفسه، ص52..

<sup>2</sup> رجاء عمار، المرجع نفسه، ص53.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

---

**أولاً:** حاجة الفرد للتعبير عن أفكاره في أي موضوع يحدده.

**ثانياً:** إفراح المجال للتواصل مع الآخر.

**ثالثاً:** إكساب ردود الفعل المراد إبلاغها صيغاً عملية من خلال توفير عدد كبير من الأساليب التفاعلية التي تتميز بتقديمها لخدمات مختلفة، ومن ذلك تنظيم حدث ودعوة الآخرين للانضمام، وهو ما يسمح بتيسير الترتيبات التنظيمية لمرحلة التطبيق على أرض الواقع، وذلك من خلال عملية اتصالية يسهل فيها التفاعل مع أعداد كبيرة من المستخدمين في نفس الوقت.

## الفصل الثالث

### الإطار التطبيقي

أولاً/ تحليل نتائج البيانات الوصفية:

ثانياً/ تحليل أسئلة الاستبيان:

ثالثاً/ تفسير ومناقشة نتائج الفرضيات

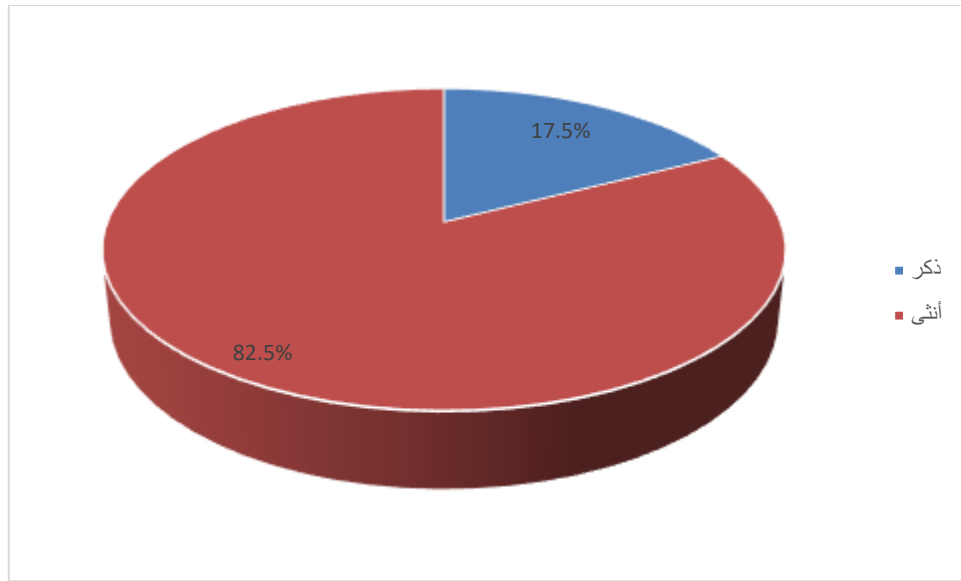
## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً/ تحليل نتائج البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

| الجنس    | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| ذكر      | 14        | 17.5%          |
| أنثى     | 66        | 82.5%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 14 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 17.5%، أما حجم الإناث فقد بلغ 66 بنسبة قدرت بـ 82.5%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل التالي:



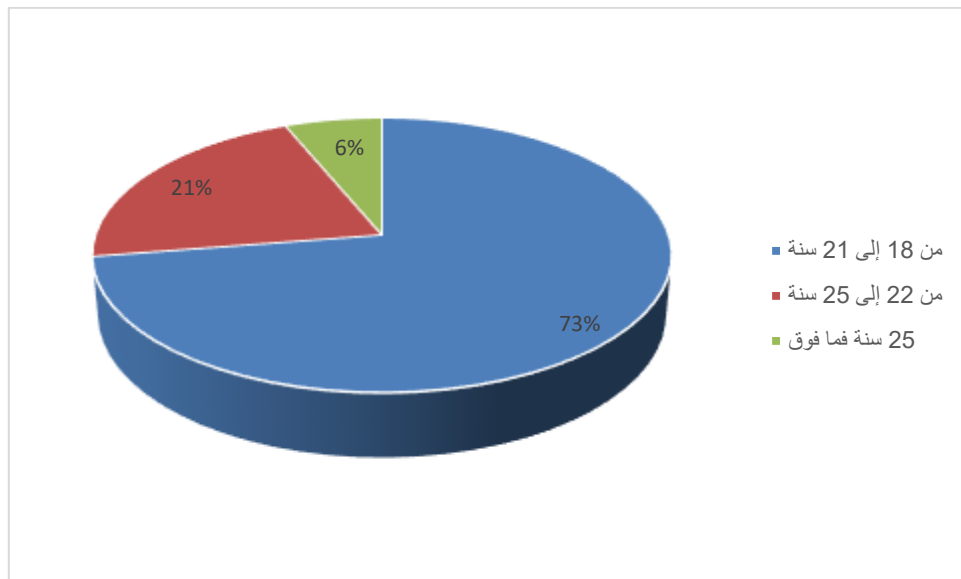
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

| السن             | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------------|-----------|----------------|
| من 18 إلى 21 سنة | 58        | 73%            |
| من 22 إلى 25 سنة | 17        | 21%            |
| 25 سنة فما فوق   | 5         | 6%             |
| الإجمالي         | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 58 فرداً يمثلون الفئة العمرية (من 18 إلى 21 سنة) بنسبة بلغت 72.5%، أما الفئة العمرية (من 22 إلى 25 سنة) فقد بلغ حجمها 17 فرداً بنسبة قدرت بـ 21.3%، في حين بلغت فئة (25 سنة فما فوق) 5 أفراد بنسبة 6.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل التالي:



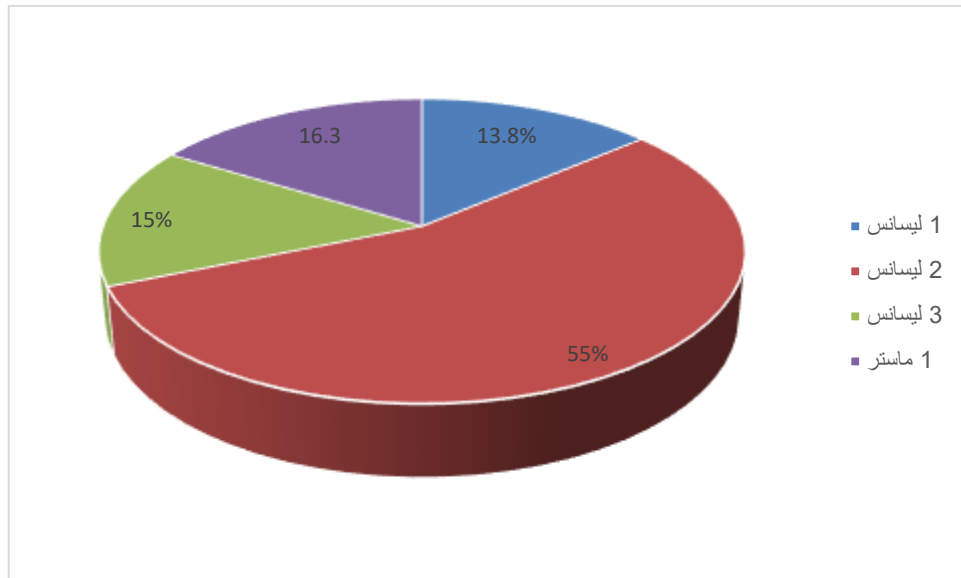
الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

| المستوى الدراسي | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------------|-----------|----------------|
| ليسانس 1        | 11        | 13.8%          |
| ليسانس 2        | 44        | 55.0%          |
| ليسانس 3        | 12        | 15.0%          |
| ماستر 1         | 13        | 16.3%          |
| الإجمالي        | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن 11 فرداً يمثلون فئة (ليسانس 1) بنسبة بلغت 13.8%، أما فئة (ليسانس 2) فقد بلغ حجمها 44 فرداً بنسبة قدرت بـ 55.0%، في حين بلغت فئة (ليسانس 3) 12 فرداً بنسبة 15.0%، وأخيراً فئة (ماستر 1) بـ 13 فرداً بنسبة بلغت 16.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

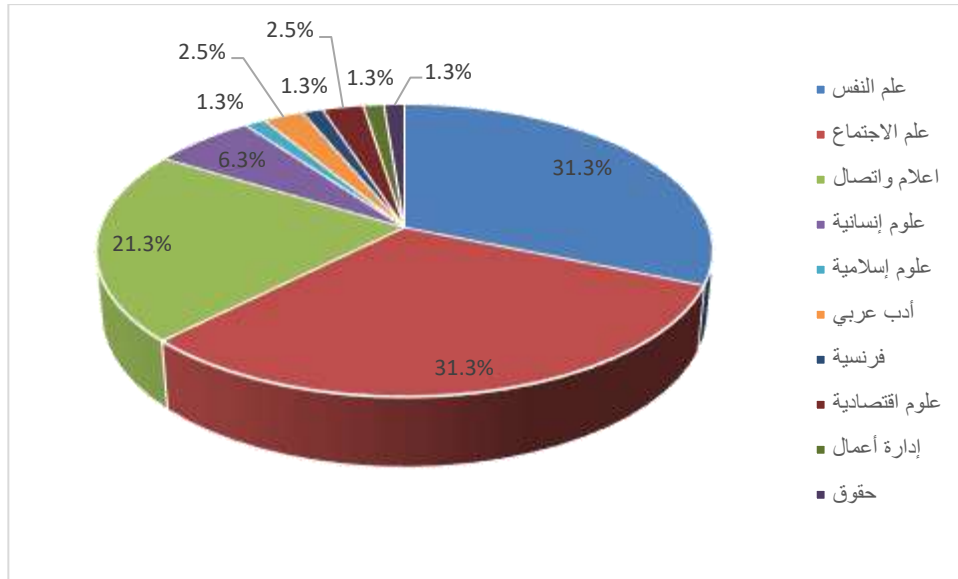
## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

| التخصص        | التكرارات | النسبة المئوية |
|---------------|-----------|----------------|
| علم النفس     | 25        | 31.3%          |
| علم الاجتماع  | 25        | 31.3%          |
| إعلام واتصال  | 17        | 21.3%          |
| علوم إنسانية  | 5         | 6.3%           |
| علوم إسلامية  | 1         | 1.3%           |
| أدب عربي      | 2         | 2.5%           |
| فرنسية        | 1         | 1.3%           |
| علوم اقتصادية | 2         | 2.5%           |
| إدارة أعمال   | 1         | 1.3%           |
| حقوق          | 1         | 1.3%           |
| الإجمالي      | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 80 فرداً، نلاحظ أن فئتي (علم النفس) و(علم الاجتماع) احتلتا المرتبة الأولى بـ 25 فرداً لكل منهما بنسبة بلغت 31.3%، تليها فئة (إعلام واتصال) بـ 17 فرداً بنسبة 21.3%، ثم فئة (علوم إنسانية) بـ 5 أفراد بنسبة 6.3%، بينما توزعت بقية العينة على تخصصات (أدب عربي، علوم اقتصادية) بفردين لكل منهما بنسبة 2.5%، وتخصصات (علوم إسلامية، فرنسية، إدارة أعمال، حقوق) بفرد واحد لكل تخصص بنسبة قدرها 1.3%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ثانياً/ تحليل أسئلة الاستبيان:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في المشاركة المجتمعية ودوافعها

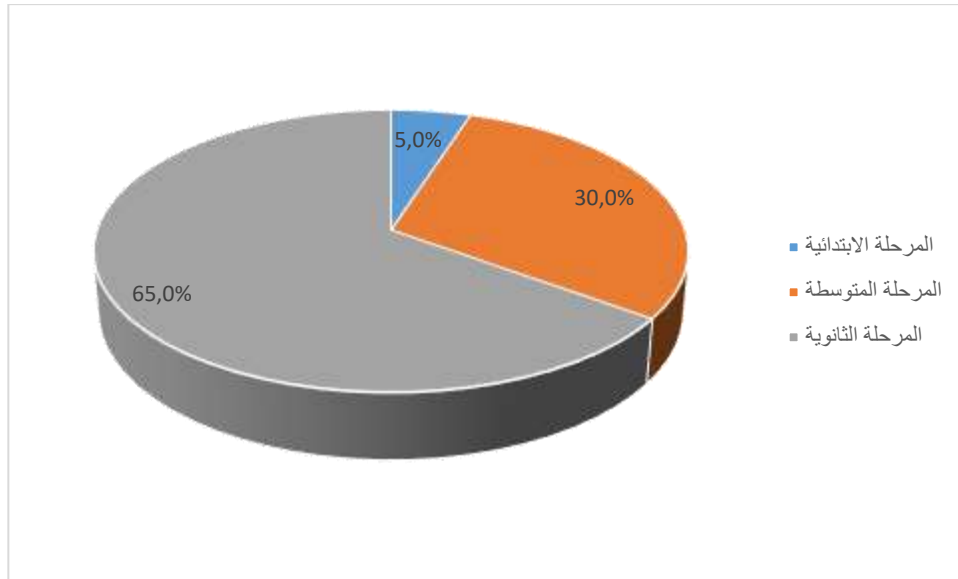
السؤال رقم: (01)

نص السؤال رقم (01) على " : منذ متى وانت تملك الفايسبوك؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

| البدائل            | التكرارات | النسبة المئوية |
|--------------------|-----------|----------------|
| المرحلة الابتدائية | 4         | 5.0%           |
| المرحلة المتوسطة   | 24        | 30.0%          |
| المرحلة الثانوية   | 52        | 65.0%          |
| الإجمالي           | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل " المرحلة الابتدائية " وقد بلغ عددهم (4) أفراد بنسبة مئوية بلغت 5.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " المرحلة المتوسطة " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 30.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل " المرحلة الثانوية " والبالغ عددهم (52) فرداً بنسبة مئوية بلغت 65.0%. كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (05): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

تشير النتائج إلى أن أغلبية المبحوثين (65%) أنشؤوا حساباتهم في مرحلة التعليم الثانوي، ما يدل على أن هذه المرحلة تمثل بداية الانخراط المكثف في مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن إرجاع ذلك إلى مستوى الوعي الاجتماعي لدى الفرد الذي ارتفع خلال المرحلة، إضافة إلى رغبته (الطالب الجامعي) في توسيع شبكة علاقاته والتعبير عن ذاته، كما أن المراهق في هذه المرحلة يسعى إلى إثبات هويته والانتماء إلى جماعات افتراضية تشاركه الاهتمامات نفسها، ومن جهة أخرى تبقى نسبة الانخراط في المرحلة الابتدائية ضعيفة جدًا (5%)، وهو أمر منطقي نظرًا لضعف النضج الرقمي والقيود الأسرية. كما تعكس هذه النتائج تزايد تأثير التكنولوجيا في المراحل التعليمية المتقدمة مقارنة بالمراحل الأولى. وبالتالي يمكن القول إن الفايسبوك يرتبط ببداية التكوين الاجتماعي الرقمي للفرد في مرحلة المراهقة المتأخرة.

السؤال رقم: (02)

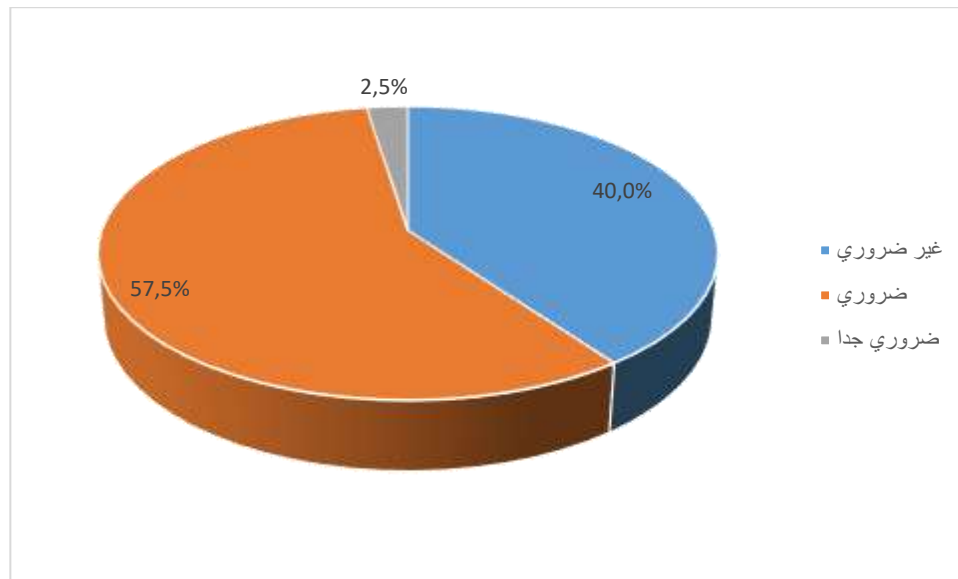
نص السؤال رقم (02) على " : هل تعتبر الفايسبوك: "، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (06) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02):

| البدائل   | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------|-----------|----------------|
| غير ضروري | 32        | 40.0%          |
| ضروري     | 46        | 57.5%          |
| ضروري جدا | 2         | 2.5%           |
| الإجمالي  | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "غير ضروري" وقد بلغ عددهم (32) فرداً بنسبة مئوية بلغت 40.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "ضروري" والبالغ عددهم (46) بنسبة مئوية قدرت بـ 57.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "ضروري جدا" والبالغ عددهم (2) أفراد بنسبة مئوية بلغت 2.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (06): يو يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

يرى معظم الأفراد (57.5%) أن الفايسبوك ضروري، مقابل نسبة معتبرة (40%) تعتبره غير ضروري.

وهو ما يعكس وجود تباين واضح في اتجاهات الأفراد نحو أهمية هذه المنصة، ويمكن تفسير هذا التباين باختلاف الاستخدامات والدوافع الفردية، حيث ينظر البعض إلى الفايسبوك كوسيلة أساسية للتواصل والحصول على المعلومات، بينما يراه آخرون مجرد وسيلة ترفيهية يمكن الاستغناء عنها، كما قد يرتبط هذا الاختلاف بمستوى الوعي الرقمي وطبيعة الاستخدام (إيجابي أو سلبي)، أما الفئة القليلة التي تعتبره "ضروري جداً" (2.5%) فتدل على غياب الاعتماد الكلي على هذه المنصة.

**السؤال رقم: (03)** نص السؤال رقم (03) على: "ما الدافع الأساسي الذي يجعلك تتفاعل مع قضايا المشاركة المجتمعية على الفايسبوك؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

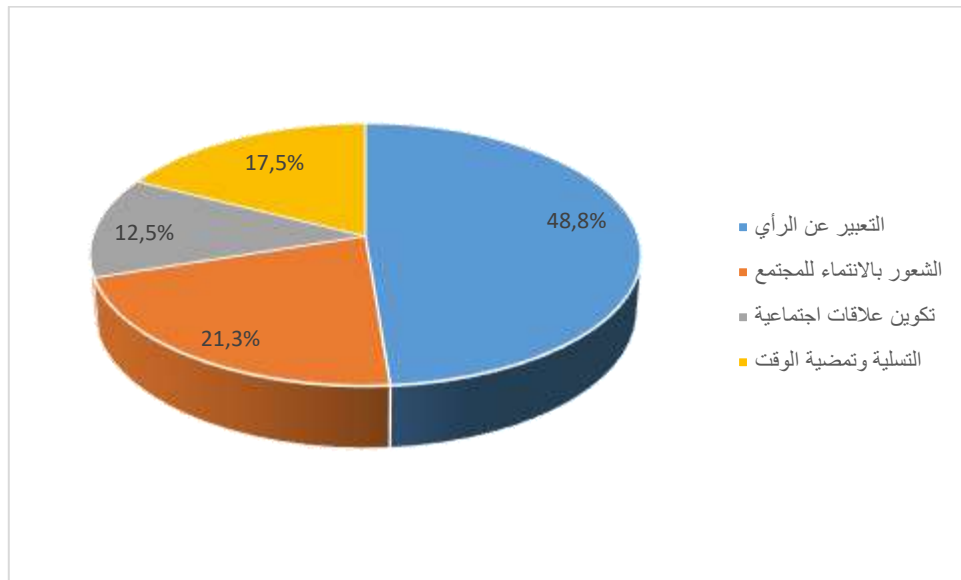
**الجدول رقم (07)** يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

| البدايل                  | التكرارات | النسبة المئوية |
|--------------------------|-----------|----------------|
| التعبير عن الرأي         | 39        | 48.8%          |
| الشعور بالانتماء للمجتمع | 17        | 21.3%          |
| تكوين علاقات اجتماعية    | 10        | 12.5%          |
| التسلية وتمضية الوقت     | 14        | 17.5%          |
| الإجمالي                 | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "التعبير عن الرأي" وقد بلغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

على هذا السؤال بالبدل "الشعور بالانتماء للمجتمع" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 21%3.، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البدل "تكوين علاقات اجتماعية" والبالغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 12%5.، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبدل "التسلية وتمضية الوقت" والبالغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 17%5، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (07): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

من خلال النتائج نلاحظ أن دافع "التعبير عن الرأي" احتل المرتبة الأولى (48.8%)، ما يدل على أن الفايسبوك يمثل فضاءً للتعبير الحر أكثر من كونه وسيلة لبناء العلاقات أو التسلية فقط.

ويعكس هذا الدور التحولي لوسائل التواصل الاجتماعي من مجرد وسيلة ترفيه إلى منصة للنقاش العام والمشاركة المجتمعية، كما يشير إلى وجود رغبة لدى الأفراد في إيصال أصواتهم خاصة في القضايا التي تمسهم، من جهة أخرى جاءت دوافع أخرى مثل تكوين العلاقات أو التسلية بنسب أقل، ما يدل على أن البعد التواصلية لم يعد الهدف الوحيد من الاستخدام، كما أن نسبة (21.3%) المرتبطة بالانتماء تعكس وجود بعد هوياتي واجتماعي

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

في التفاعل. وبالتالي يمكن القول إن الفايسبوك أصبح أداة للتعبير والمشاركة الرمزية أكثر من كونه مجرد وسيلة تواصل.

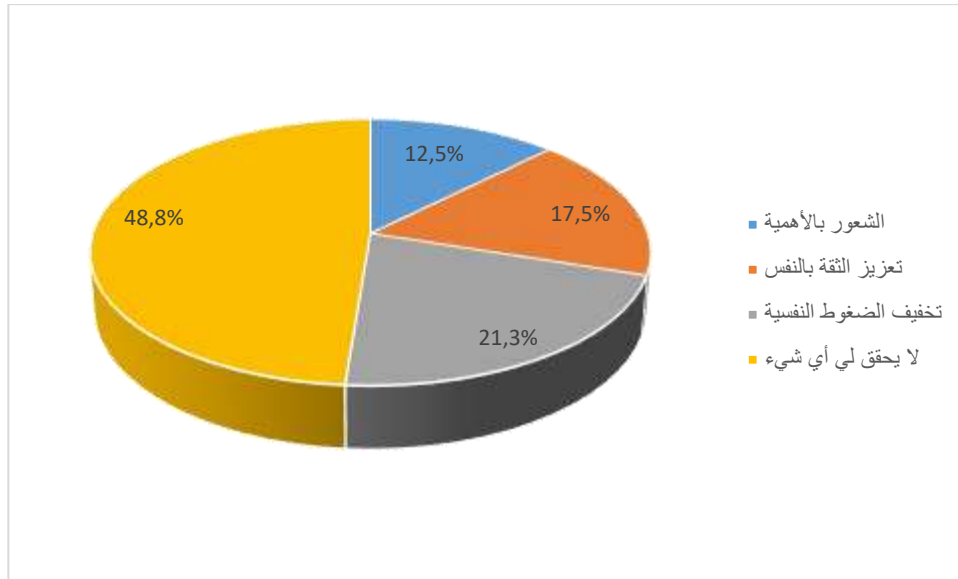
### السؤال رقم: (04)

1. نص السؤال رقم (04) على: "ما الإشباع النفسي الذي تحققه من هذا التفاعل؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

### الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

| البدائل              | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------------------|-----------|----------------|
| الشعور بالأهمية      | 10        | 12.5%          |
| تعزيز الثقة بالنفس   | 14        | 17.5%          |
| تخفيف الضغوط النفسية | 17        | 21.3%          |
| لا يحقق لي أي شيء    | 39        | 48.8%          |
| الإجمالي             | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "الشعور بالأهمية" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 12.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعزيز الثقة بالنفس" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "تخفيف الضغوط النفسية" والبالغ عددهم (17) فرداً بنسبة مئوية بلغت 21.3%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "لا يحقق لي أي شيء" والبالغ عددهم (39) فرداً بنسبة مئوية بلغت 48.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (08): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

أظهرت النتائج أن (48.8%) يرون أن التفاعل لا يحقق لهم أي إشباع نفسي، وهو مؤشر مهم على وجود فجوة بين الاستخدام والإشباع. بينما يرى البعض أنه يحقق تخفيفاً للضغط أو تعزيزاً للثقة، ما يدل على اختلاف التجارب النفسية بين المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك بأن التفاعل الرقمي قد يكون سطحيًا أو غير كافٍ لتلبية الاحتياجات النفسية العميقة مثل التقدير والانتماء الحقيقي، في حين يرى البعض أن هذا التفاعل يساهم في تخفيف الضغوط أو تعزيز الثقة بالنفس، ما يدل على اختلاف التجارب الفردية، كما قد يرتبط هذا الاختلاف بطريقة الاستخدام (إيجابي مقابل سلبي)، وتشير هذه النتائج إلى أن الفايسبوك لا يحقق نفس مستوى الإشباع الذي توفره العلاقات الواقعية، وبالتالي يمكن اعتباره وسيلة دعم نفسي جزئي وليس بديلاً كاملاً.

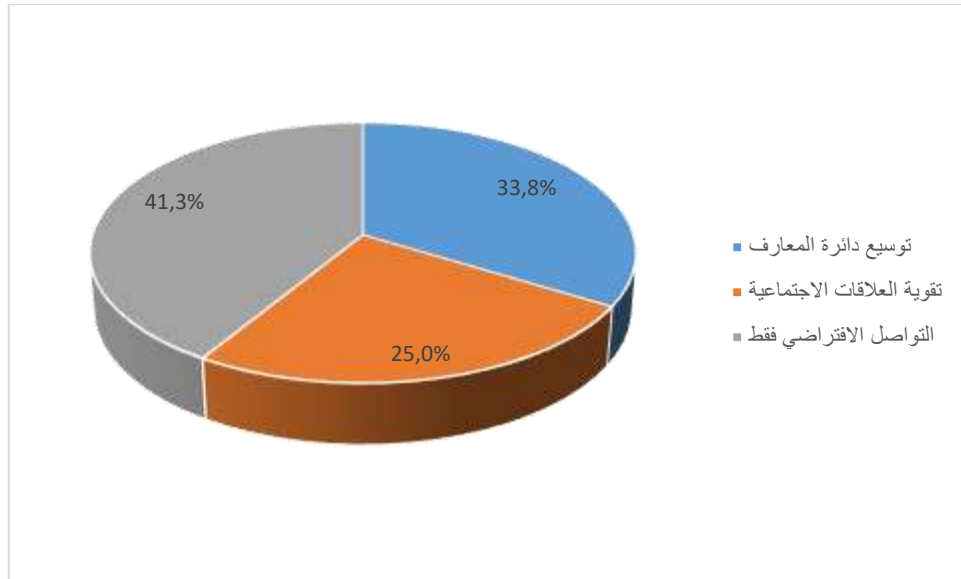
السؤال رقم: (05)

نص السؤال رقم (05) على: "يحفزك موقع الفيسبوك لمتابعة قضايا المشاركة المجتمعية" من خلال: " ، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

| البدائل                   | التكرارات | النسبة المئوية |
|---------------------------|-----------|----------------|
| توسيع دائرة المعارف       | 27        | 33.8%          |
| تقوية العلاقات الاجتماعية | 20        | 25.0%          |
| التواصل الافتراضي فقط     | 33        | 41.3%          |
| الإجمالي                  | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "توسيع دائرة المعارف" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تقوية العلاقات الاجتماعية" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "التواصل الافتراضي فقط" والبالغ عددهم (33) فرداً بنسبة مئوية بلغت 41.3%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (09): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

من خلال النتائج المبينة أعلاه تبين أن أكبر نسبة (41.3%) ترى أن الفيسبوك يحفزها فقط على التواصل الافتراضي، ما يشير إلى أن العلاقات الرقمية قد لا تتحول بالضرورة إلى علاقات واقعية، وهو ما يعكس طابعًا سطحيًا أو محدودًا للتفاعل الاجتماعي عبر المنصة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال طبيعة التفاعل عبر هذه المنصات التي تظل في كثير من الأحيان سطحية وسريعة، كما أن الفئة التي حصلت على نسبة (33.8%) والتي ترى أن الفيسبوك يوسع دائرة المعارف، تعكس جانبه الإيجابي في التعارف وتبادل المعلومات، في حين أن الفئة التي تشير إلى تقوية العلاقات بنسبة (25%) تدل على وجود تأثير متوسط على الروابط الاجتماعية، مما يدل على أن الفيسبوك يعزز العلاقات الضعيفة أكثر من القوية. إذن يمكن القول أن تأثيره الاجتماعي يبقى في إطار التفاعل الافتراضي أكثر من الواقعي.

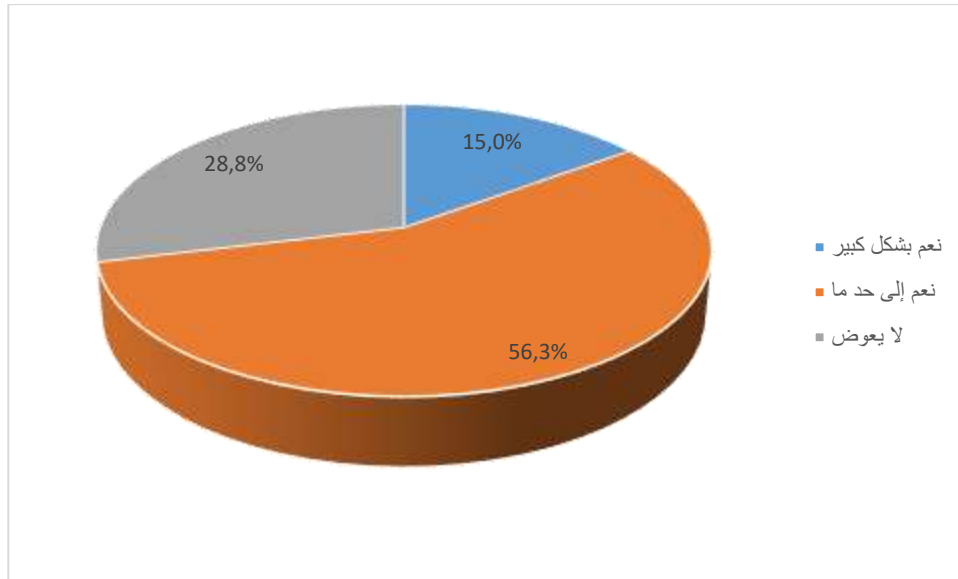
السؤال رقم: (06)

1. نص السؤال رقم (06) على " : هل ترى أن الفيسبوك يعوض نقص المشاركة المجتمعية الواقعية؟" وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

| البدائل       | التكرارات | النسبة المئوية |
|---------------|-----------|----------------|
| نعم بشكل كبير | 12        | 15.0%          |
| نعم إلى حد ما | 45        | 56.3%          |
| لا يعوض       | 23        | 28.8%          |
| الإجمالي      | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم بشكل كبير" وقد بلغ عددهم (12) فرداً بنسبة مئوية بلغت 15.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نعم إلى حد ما" والبالغ عددهم (45) بنسبة مئوية قدرت بـ 56.3%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا يعوض" والبالغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 28.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (10): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

بينت النتائج أن الأغلبية (56.3%) يرون بأن الفايسبوك يعوض المشاركة الواقعية "إلى حد ما"، ما يدل على إدراك نسبي لدوره التكميلي وليس البديل الكامل.

هذا يعني أن الأفراد لا يعتبرونه بديلاً كاملاً، بل مكملاً للتفاعل الواقعي، كما أن نسبة (28.8%) التي ترى أنه لا يعوض تؤكد استمرار أهمية التفاعل المباشر في الحياة الاجتماعية، في حين أن ما نسبته (15%) فقط ترى أنه يعوض بشكل كبير، وهي نسبة محدودة، وبالتالي تشير هذه النتائج إلى وعي المستخدمين بحدود العالم الافتراضي، كما يمكن اعتبار الفايسبوك أداة داعمة للمشاركة المجتمعية، لكنه لا يمكن أن يحل محلها بشكل كامل.

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثاني: نوع القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر الفيسبوك في مجال المشاركة المجتمعية

السؤال رقم: (01)

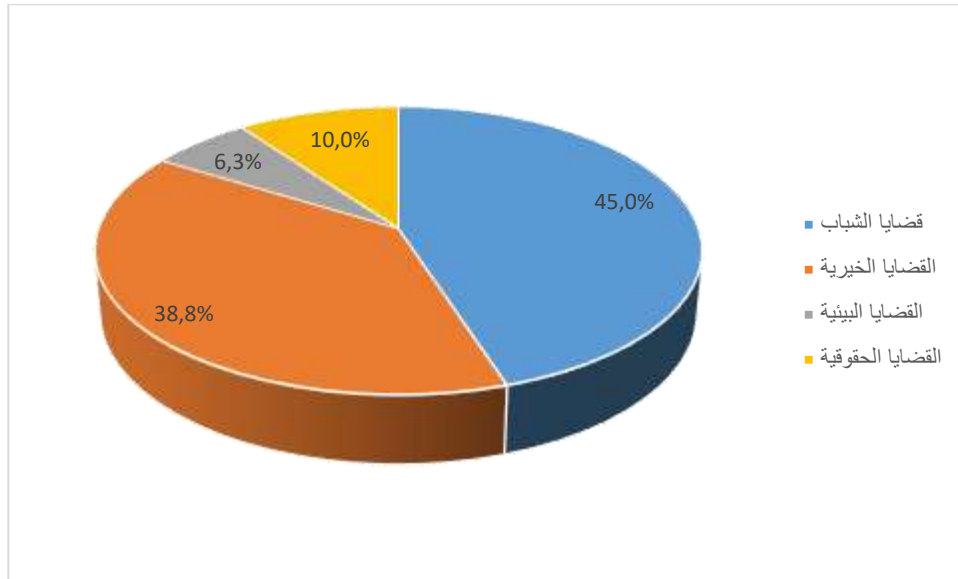
نص السؤال رقم (01) على: " أي نوع من القضايا المجتمعية تتفاعل معه أكثر؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

| البدائل          | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------------|-----------|----------------|
| قضايا الشباب     | 36        | 45.0%          |
| القضايا الخيرية  | 31        | 38.8%          |
| القضايا البيئية  | 5         | 6.3%           |
| القضايا الحقوقية | 8         | 10.0%          |
| الإجمالي         | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل " قضايا الشباب "وقد بلغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " القضايا الخيرية "والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 38.8%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل " القضايا البيئية " والبالغ عددهم (5) أفراد بنسبة مئوية بلغت 6.3%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل " القضايا الحقوقية "والبالغ عددهم (8) أفراد بنسبة مئوية بلغت 10.0%، كما هو موضح في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (11): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

بينت النتائج تصدر قضايا الشباب (45%)، تليها القضايا الخيرية (38.8%)، وهو ما يدل على أن المبحوثين يميلون إلى التفاعل مع القضايا القريبة من واقعهم اليومي أكثر من القضايا البعيدة عن اهتماماتهم المباشرة.

ويمكن تفسير هذا التوجه بأن فئة الشباب تمثل الشريحة الأكثر حضوراً في الفضاء الرقمي، لذلك يشعر الأفراد بقدر أكبر من الارتباط بقضاياها، كما أن القضايا الخيرية تحظى بدورها باهتمام واضح لأنها ترتبط بالقيم الإنسانية وروح التضامن الاجتماعي، في حين جاءت القضايا البيئية والحقوقية بنسب أقل، ما يشير إلى محدودية الحضور اليومي لهذه المواضيع في التفاعل الرقمي، وهو ما يدل على أن اهتمامات المستخدمين لا تنتزع بشكل متوازن على مختلف القضايا، بل تتجه نحو ما يلامس حياتهم الاجتماعية أو الأخلاقية مباشرة، وبالتالي فإن الفيسبوك يبدو أكثر قدرة على استقطاب التفاعل عندما تكون القضية ذات بعد إنساني أو شبابي واضح، كما يمكن القول إن طبيعة الجمهور نفسه تؤثر في نوعية القضايا التي يتابعها ويتفاعل معها.

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

### السؤال رقم: (02)

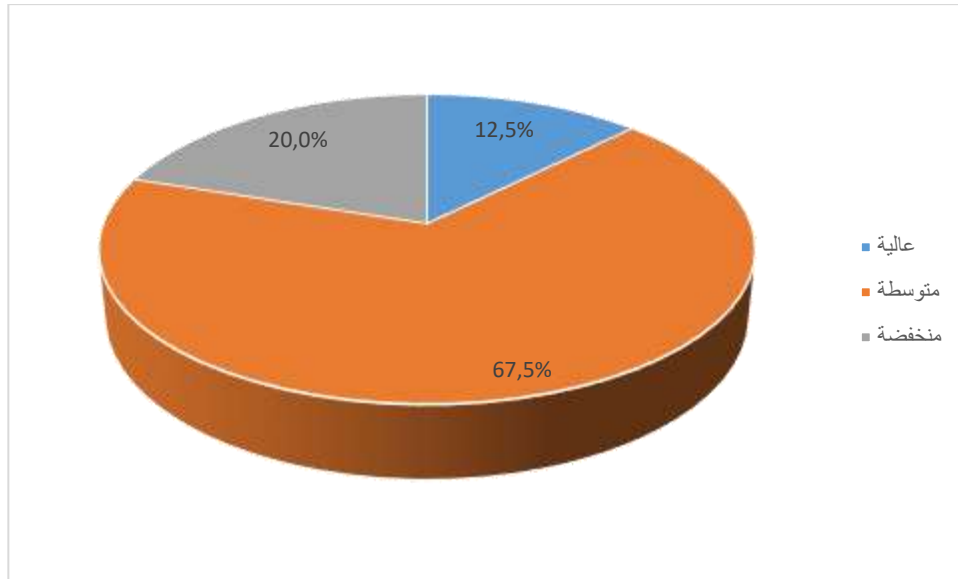
نص السؤال رقم (02) على " : ما مستوى اهتمامك بالقضايا التطوعية عبر الفايسبوك

؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

| البدايل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| عالية    | 10        | 12.5%          |
| متوسطة   | 54        | 67.5%          |
| منخفضة   | 16        | 20.0%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "عالية" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 12.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسطة" والبالغ عددهم (54) بنسبة مئوية قدرت بـ 67.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "منخفضة" والبالغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20.0%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (12): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين (67.5%) لديهم اهتمام متوسط بالقضايا التطوعية، وهو ما يدل على وجود وعي أولي بالقضايا التطوعية دون انخراط قوي ومستمر فيها.

ويمكن فهم هذه النتيجة على أنها تعبير عن اهتمام نظري أكثر منه اهتمامًا عمليًا، أي أن المستخدم يتابع هذه القضايا لكنه لا يتحول غالبًا إلى فاعل فيها، كما قد يعكس ذلك ضعف الثقة في جدوى الفعل الرقمي أو محدودية الوقت والقدرة على المشاركة الفعلية، ويلاحظ أن وجود اهتمام متوسط يعني أن الفيسبوك ينجح في إبقاء هذه القضايا حاضرة في الوعي، لكنه لا يكفي وحده لتحويل المتابعة إلى سلوك تطوعي ملموس، كما أن نسبة الاهتمام المنخفض (20%) تشير إلى أن جزءًا من العينة لا يمنح هذه القضايا أولوية واضحة، وعليه يمكن القول إن هذه النتيجة تكشف أن المجال التطوعي على الفيسبوك يحتاج إلى آليات تحفيز أكبر حتى ينتقل من مجرد التلقي إلى الفعل، كما أنها تعكس فجوة بين الإدراك الاجتماعي والممارسة الواقعية.

السؤال رقم: (03)

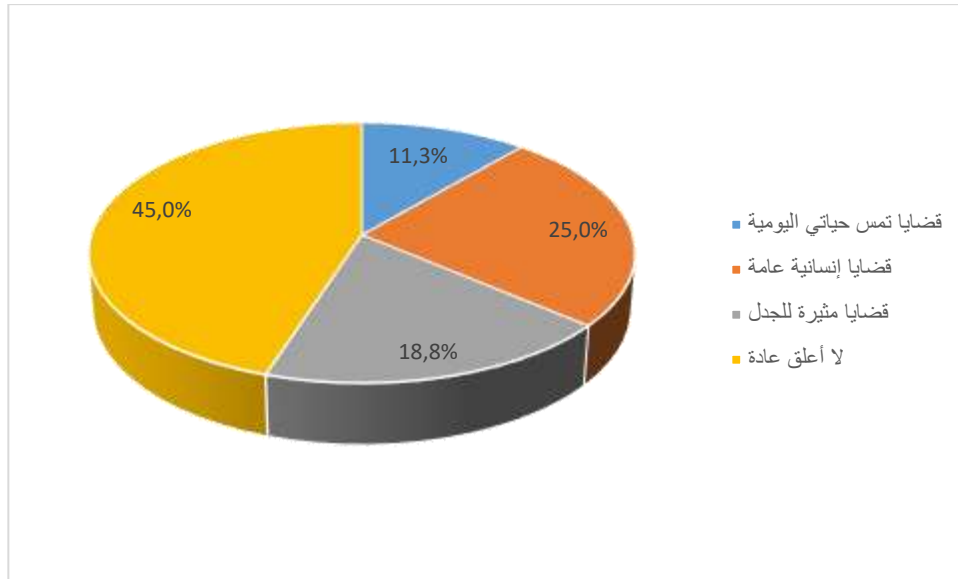
1. نص السؤال رقم (03) على " : ما طبيعة القضايا التي تدفعك للمشاركة بالتعليق؟"

، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

| البدايل                 | التكرارات | النسبة المئوية |
|-------------------------|-----------|----------------|
| قضايا تمس حياتي اليومية | 9         | 11.3%          |
| قضايا إنسانية عامة      | 20        | 25.0%          |
| قضايا مثيرة للجدل       | 15        | 18.8%          |
| لا أعلق عادة            | 36        | 45.0%          |
| الإجمالي                | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "قضايا تمس حياتي اليومية" وقد بلغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "قضايا إنسانية عامة" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "قضايا مثيرة للجدل" والبالغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.8%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "لا أعلق عادة" والبالغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45.0%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (13): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

من خلال النتائج المبينة أعلاه تبين أن (45%) لا يعلقون عادة، ما يشير إلى أن نسبة كبيرة من المستخدمين تكتفي بالمشاهدة دون تفاعل، وهو ما يُعرف بسلوك "المتلقي السلبي".

وهذا يعني أن التعليق لا يحدث تلقائياً مع كل مضمون، بل يحتاج إلى قضية تستدعي اهتماماً وجدانياً أو فكرياً واضحاً، ويمكن تفسير تصدر القضايا الإنسانية لطبيعة القضايا التي تدفعك للمشاركة بالتعليق بأنها تثير التعاطف وتلامس الجانب الأخلاقي عند المستخدمين أكثر من غيرها، أما القضايا المثيرة للجدل فتجذب جزءاً معتبراً من الجمهور لأنها تفتح باب النقاش وتدفع إلى إبداء الرأي، في حين أن ارتفاع نسبة الذين لا يعلقون عادة يعكس سلوكاً تفاعلياً سلبياً لدى جزء كبير من العينة، ويُفهم من ذلك أن الفيسبوك لا يحول جميع المتابعين إلى مشاركين فعليين، بل يترك نسبة كبيرة منهم في موقع المتفرج.

السؤال رقم: (04)

1. نص السؤال رقم (04) على " : كيف تتفاعل مع القضايا المجتمعية؟"، وبعد

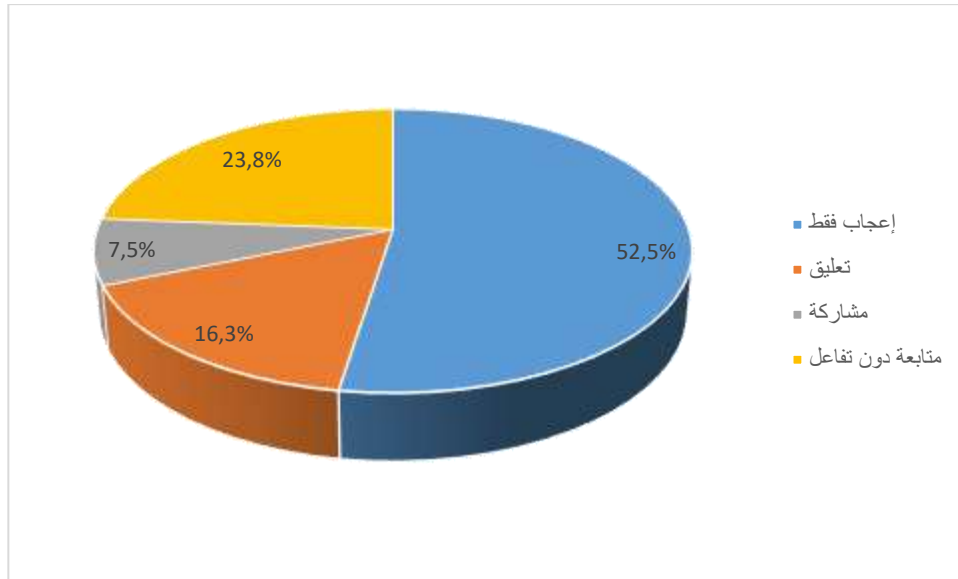
المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

| البدايل          | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------------|-----------|----------------|
| إعجاب فقط        | 42        | 52.5%          |
| تعليق            | 13        | 16.3%          |
| مشاركة           | 6         | 7.5%           |
| متابعة دون تفاعل | 19        | 23.8%          |
| الإجمالي         | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "إعجاب فقط" وقد بلغ عددهم (42) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تعليق" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.3%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "مشاركة" والبالغ عددهم (6) أفراد بنسبة مئوية بلغت 7.5%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "متابعة دون تفاعل" والبالغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 23.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (14): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

نلاحظ أن أغلب الأفراد (52.5%) يكتفون بالإعجاب فقط، ما يؤكد أن التفاعل السطحي هو النمط السائد، مقابل ضعف المشاركة الفعلية. (7.5%)

وهو ما يدل على أن النمط السائد في التفاعل هو النمط السطحي أو المحدود. ويمكن تفسير ذلك بأن الإعجاب يتطلب جهداً أقل من التعليق أو المشاركة، لذلك يلجأ إليه المستخدمون بشكل أكبر بوصفه أسهل أشكال التفاعل، كما أن هذا السلوك قد يعكس رغبة في إظهار الاهتمام دون الدخول في نقاشات قد تكون حساسة أو مثيرة للجدل، أما المشاركة فجاءة بنسبة أقل (7.5%) مما يدل على أن التحول من التفاعل الرمزي إلى التفاعل الفعلي ما يزال ضعيفاً، هنا يمكن القول أن الفايسبوك يخلق نوعاً من الحضور الاجتماعي، لكن هذا الحضور لا يصل غالباً إلى مستوى التفاعل المجتمعي الكامل، كما أن متابعة القضايا دون تفاعل لدى ما نسبته (23.8%) من الطلبة تؤكد حضور جمهور واسع يكتفي بالمشاهدة. و بالتالي فإن النتائج تكشف عن فجوة بين الاهتمام الظاهري والمشاركة الحقيقية.

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثالث: طبيعة ونوعية المضامين المتعلقة بالمشاركة المجتمعية على الفيسبوك

السؤال رقم: (01)

1. نص السؤال رقم (01) على " : أكثر القضايا التي أتابعها عبر موقع الفيسبوك "،

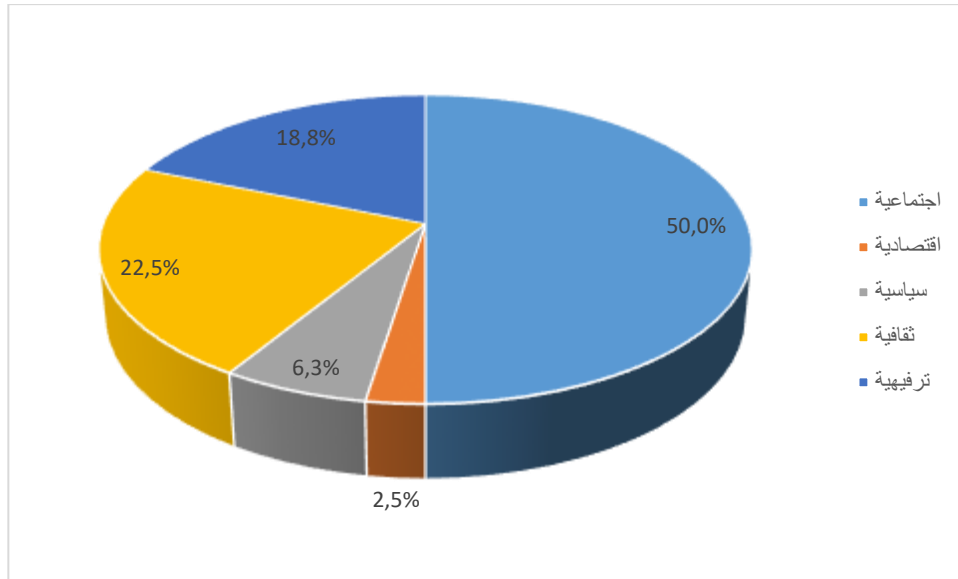
وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

| البدائل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| اجتماعية | 40        | 50.0%          |
| اقتصادية | 2         | 2.5%           |
| سياسية   | 5         | 6.3%           |
| ثقافية   | 18        | 22.5%          |
| ترفيهية  | 15        | 18.8%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "اجتماعية" وقد بلغ عددهم (40) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "اقتصادية" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "سياسية" والبالغ عددهم (5) أفراد بنسبة مئوية بلغت 6.3%، والمجموعة الرابعة تمثلت في الأفراد الذين كانت إجاباتهم بالبديل "ثقافية" والبالغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 22.5%، وأخيراً تمثلت المجموعة الخامسة في الأفراد الذين اختاروا البديل "ترفيهية" والبالغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (15): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

تصدرت القضايا الاجتماعية (50%)، ما يدل على اهتمام المبحوثين بالمشكلات المجتمعية اليومية أكثر من السياسية أو الاقتصادية.

وهو ما يدل على أن المستخدمين يمنحون الأولوية للقضايا التي تمس الحياة اليومية للعلاقات والمجتمع، ويمكن تفسير هذا التوجه بكون القضايا الاجتماعية أكثر قرباً من التجربة الشخصية للفرد، وبالتالي فهي أكثر قدرة على إثارة الاهتمام والتفاعل، كما أن القضايا الثقافية والترفيهية جاءت في مراتب لاحقة، في حين تراجعت القضايا السياسية والاقتصادية بشكل واضح، مما يدل على أن الفيسبوك لا يُستخدم فقط كمنصة للترفيه، بل أيضاً يستخدم كفضاء لمتابعة القضايا الاجتماعية التي يشعر الأفراد أنها تمسهم مباشرة. وعليه يؤكد هذا الترتيب أن القضايا الاجتماعية تظل أكثر حضوراً من القضايا السياسية أو الاقتصادي داخل العينة، كما أن النتائج تكشف أن التفاعل مع المحتوى يرتبط بدرجة القرب الوجداني والمعيشي من القضية.

السؤال رقم: (02)

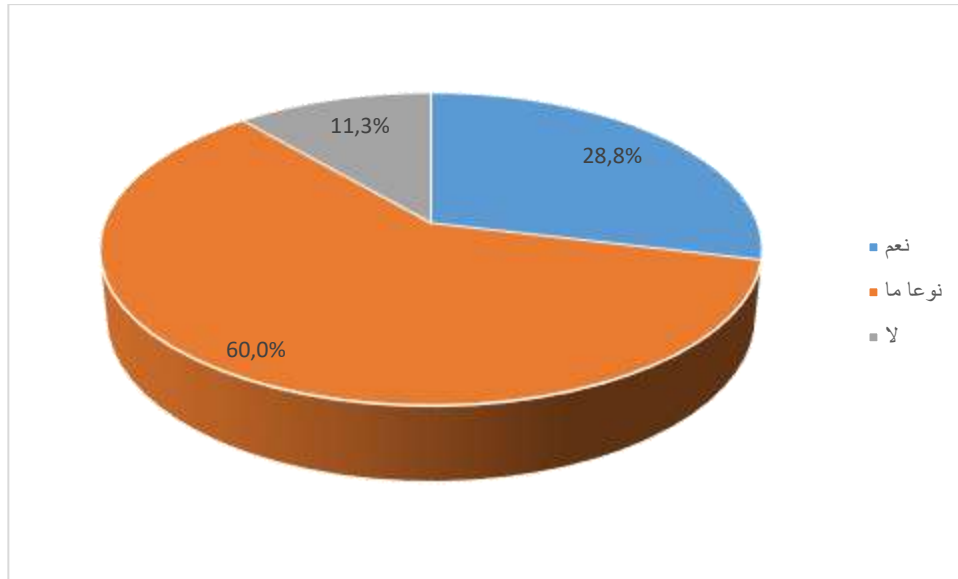
1. نص السؤال رقم (02) على " : هل تحظى القضايا الاجتماعية باهتمامك الأكبر؟"،

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

| البدائل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| نعم      | 23        | 28.8%          |
| نوعاً ما | 48        | 60.0%          |
| لا       | 9         | 11.3%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 28.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعاً ما" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـ 60.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا" والبالغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.3%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (16): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

بينت النتائج أن أغلب الإجابات (60%) كانت "نوعاً ما"، ما يعكس اهتماماً متوسطاً بالقضايا الاجتماعية، وليس اهتماماً قوياً أو ضعيفاً.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المستخدمين يتابعون هذه القضايا من باب الاطلاع العام، لكنهم لا يضعونها في صدارة أولوياتهم دائماً، كما قد يدل ذلك على أن الاهتمام الاجتماعي موجود من حيث المبدأ، لكنه لا يرتبط بالضرورة بسلوك مشارك أو تفاعلي دائم، ويلاحظ أن نسبة من أجابوا بـ "نعم" لم تتجاوز (28.8%)، مما يعني أن الاهتمام القوي ما يزال محدوداً نسبياً، أما نسبة المجيبين بـ "لا" فتدل على وجود فئة غير مهتمة أصلاً بهذه القضايا، فإن هذه المعطيات توضح أن الفيسبوك يخلق درجة من الانتباه للقضايا الاجتماعية، لكنه لا يضمن بالضرورة تعميق هذا الاهتمام، وبالتالي فإن المنصة تؤدي دوراً تمهيدياً أكثر من كونها محركاً كاملاً للمشاركة المجتمعية.

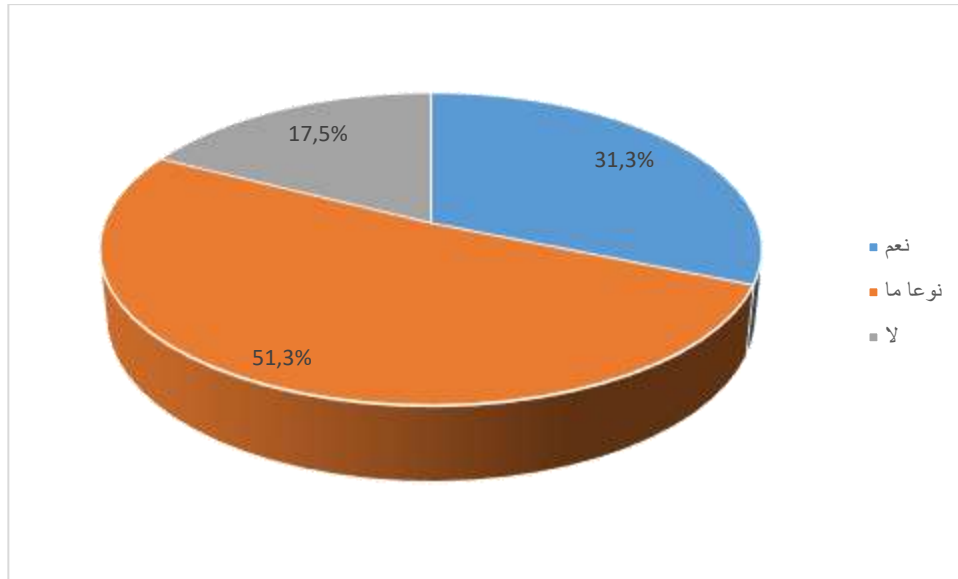
السؤال رقم: (03)

نص السؤال رقم (03) على " : هل تحظى القضايا السياسية في الجزائر بتفاعل واسع عبر موقع الفيسبوك ؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

| البدائل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| نعم      | 25        | 31.3%          |
| نوعا ما  | 41        | 51.3%          |
| لا       | 14        | 17.5%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (25) فرداً بنسبة مئوية بلغت 31.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "نوعا ما" والبالغ عددهم (41) بنسبة مئوية قدرت بـ 51.3%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا" والبالغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 17.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (17): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

يرى معظم الأفراد (51.3%) أن التفاعل مع القضايا السياسية موجود "إلى حد ما"، ما يدل على وجود تفاعل لكن بدرجة حذرة، ويمكن تفسير ذلك بالحساسية التي تميز القضايا السياسية، مما يجعل بعض الأفراد يتابعونها بحذر دون تدخل مباشر، كما أن نسبة من أجابوا بـ"نعم" (31.3%) تُظهر أن هناك جمهوراً مهتماً فعلاً بالشأن السياسي، وبالتالي فإن وجود فئة لا ترى هذا التفاعل حاضراً بنسبة (17.5%) يدل على أن القضايا السياسية ليست المجال الأكثر جذباً للشباب الجامعي.

ومنه نستنتج أن هذا التوزيع يوضح أن الفيسبوك منصة مهمة لمتابعة السياسة، لكنه لا يخلق إجماعاً واسعاً حولها، كما أن التفاعل السياسي يبقى مرتبطاً بدرجة الثقة في المعلومة وبمدى الرغبة في النقاش العام.

### السؤال رقم: (04)

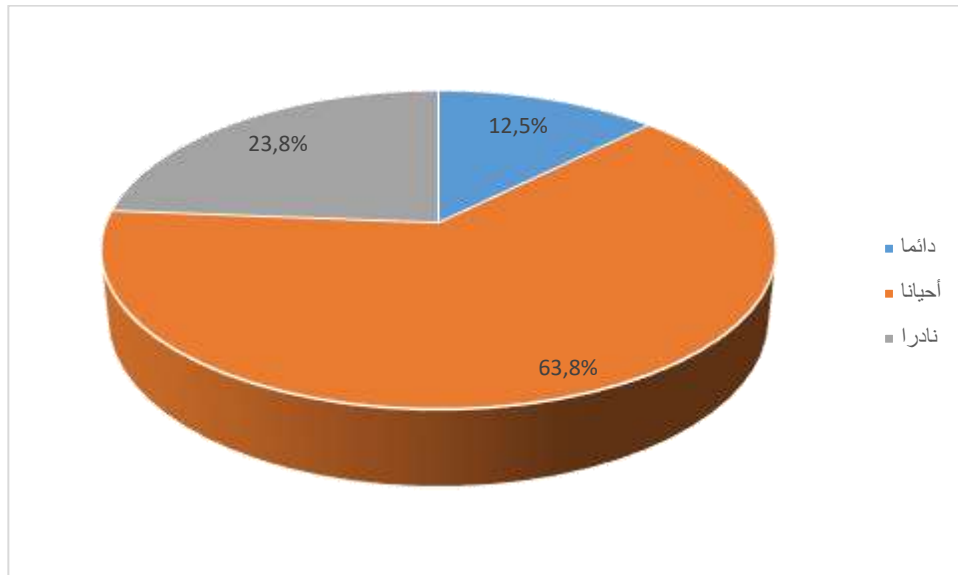
نص السؤال رقم (04) على " : هل تتابع القضايا المجتمعية التي تمس فئة الشباب بشكل خاص؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

| البدايل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| دائماً   | 10        | 12.5%          |
| أحياناً  | 51        | 63.8%          |
| نادراً   | 19        | 23.8%          |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "دائماً" وقد بلغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 12.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" والبالغ عددهم (51) بنسبة مئوية قدرت بـ 63.8%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "نادراً" والبالغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 23.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (18): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أظهرت النتائج أن أغلب المبحوثين (63.8%) يتابعون قضايا الشباب أحياناً، وهو ما يدل على أن هذا النوع من القضايا يحظى باهتمام متقطع وليس دائماً.

ويمكن تفسير ذلك بأن قضايا الشباب تُتابع غالباً عندما ترتبط بأحداث أو نقاشات راهنة، بينما يقل الاهتمام بها في الفترات العادية، كما أن الذين يتابعونها دائماً يأتون في المرتبة الثانية بنسبة أقل (12.5%)، وهو ما يعني أن التفاعل العميق مع هذه القضايا لا يزال محدوداً، وبالتالي تعكس هذه النتائج أن الشباب أنفسهم لا يشكلون كتلة متجانسة في مستوى المتابعة أو التفاعل، مما يعني أن الفيسبوك يتيح مساحة أكبر لهذه القضايا، لكنه لا يضمن استمرارية الاهتمام بها.

### السؤال رقم: (05)

نص السؤال رقم (05) على: "ما الشكل الأكثر جذباً لك في المضامين المجتمعية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

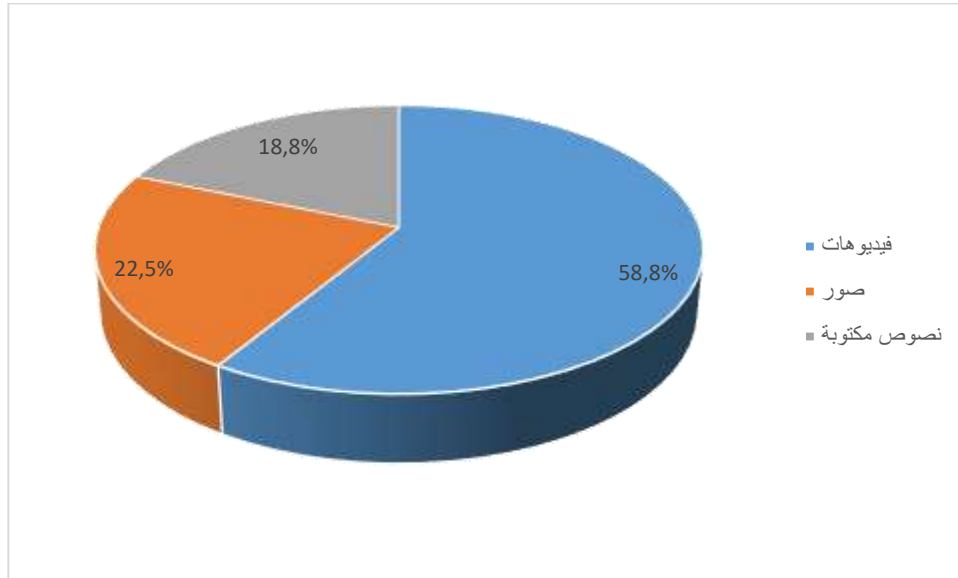
### الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

| البدائل     | التكرارات | النسبة المئوية |
|-------------|-----------|----------------|
| فيديوهات    | 47        | 58.8%          |
| صور         | 18        | 22.5%          |
| نصوص مكتوبة | 15        | 18.8%          |
| الإجمالي    | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبدل "فيديوهات" وقد بلغ عددهم (47) فرداً بنسبة مئوية بلغت 58.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

هذا السؤال بالبدل "صور" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البدل "نصوص مكتوبة" والبالغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (19): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

من خلال النتائج الفيديوهات هي الأكثر جذباً (58.8%)، وهو ما يدل على أن المحتوى المرئي يظل الأكثر قدرة على استقطاب الانتباه.

ويمكن إرجاع ذلك إلى سهولة استهلاك الفيديوهات وقدرتها على تبسيط الفكرة ونقلها بسرعة وإثارة الانفعال في الوقت نفسه، كما أن الصور جاءت في المرتبة الثانية، ما يؤكد حضور الجانب البصري في تشكيل التفاعل مع القضايا المجتمعية، أما النصوص المكتوبة فجاءت في مرتبة أقل، وهو أمر طبيعي في ظل التحول الرقمي السريع وتفضيل المستخدمين للمحتوى المختصر والواضح. وعليه يمكن القول أن النتيجة تكشف أن فعالية الخطاب المجتمعي على الفايسبوك ترتبط بشكل كبير بطريقة العرض وليس فقط بمحتوى القضية، كما أن اعتماد الفيديوهات قد يسهم في زيادة الوصول، لكنه لا يضمن بالضرورة الفهم العميق للمحتوى.

السؤال رقم: (06)

نص السؤال رقم (06) على " : كيف تصف مضمون القضايا المجتمعية على الفايبيوك ؟"، وبعد

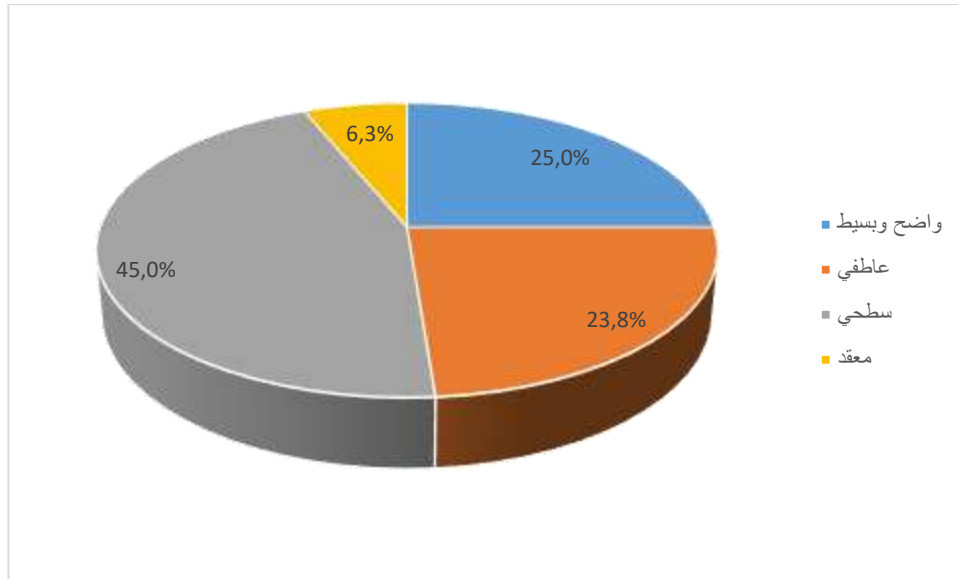
المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

| البدايل    | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------|-----------|----------------|
| واضح وبسيط | 20        | 25.0%          |
| عاطفي      | 19        | 23.8%          |
| سطحي       | 36        | 45.0%          |
| معقد       | 5         | 6.3%           |
| الإجمالي   | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "واضح وبسيط" وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 25.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "عاطفي" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.8%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البدل "سطحي" والبالغ عددهم (36) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45.0%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين اختاروا البدل "معقد" والبالغ عددهم (5) أفراد بنسبة مئوية بلغت 6.3%، كما هو موضح في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (20): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

من خلال النتائج تبين أن ما نسبته (45%) يرون أن المحتوى سطحي، وهو ما يعكس تصورًا نقديًا لدى جزء مهم من العينة تجاه جودة المحتوى المنشور.

ويمكن تفسير ذلك بأن كثيرًا من المنشورات الرقمية تعتمد على الاختصار والمبالغة أحيانًا، مما يحد من عمق الطرح، كما أن نسبة من يرون بأنه واضح وبسيط (25%) تشير إلى أن البعض يرى في هذا السطحية نوعًا من التيسير وليس بالضرورة ضعفًا، أما الذين يصفونه بالعاطفي (23.8%) فيعني أن جزءًا من المحتوى يركز على الانفعال أكثر من التحليل.

السؤال رقم: (07)

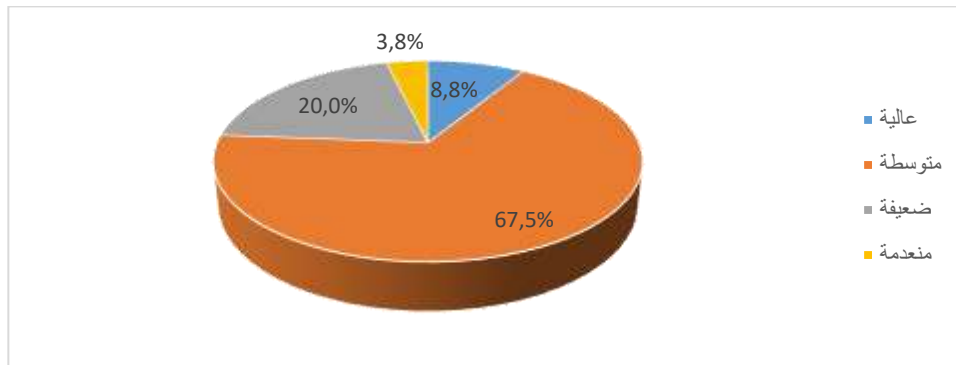
نص السؤال رقم (07) على: "ما مدى مصداقية هذه المضامين من وجهة نظرك؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (21) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07):

| البدايل  | التكرارات | النسبة المئوية |
|----------|-----------|----------------|
| عالية    | 7         | 8.8%           |
| متوسطة   | 54        | 67.5%          |
| ضعيفة    | 16        | 20.0%          |
| منعدمة   | 3         | 3.8%           |
| الإجمالي | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "عالية" وقد بلغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية بلغت 8.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسطة" والبالغ عددهم (54) بنسبة مئوية قدرت بـ 67.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "ضعيفة" والبالغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20.0%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين اختاروا البديل "منعدمة" والبالغ عددهم (3) أفراد بنسبة مئوية بلغت 3.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (21): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (07)

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

بينت النتائج أغلب المبحوثين (67.5%) يرون أن المصادقية متوسطة، وهو ما يشير إلى وجود درجة من الشك والتحفّظ تجاه ما ينشر على المنصة.

ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى تزايد الوعي بانتشار المعلومات غير الدقيقة أو المكررة أو المنقوصة، وهو ما أكدته نسبة من يرونها ضعيفة (20%) ، في حين أن من يتقنون بها بدرجة عالية لا يتجاوزون (8.8%)، وعليه فإن هذه النتيجة تكشف أن المصادقية أصبحت قضية مركزية في تقييم المحتوى الرقمي، كما تدل على أن المستخدم لا يتعامل مع كل ما يراه بوصفه حقيقة نهائية، بل أصبح أكثر انتقاءً وحذراً، إذ أن الفايسبوك يوفر الوصول السريع للمعلومة، لكنه لا يضمن تلقائياً موثوقيتها.

### السؤال رقم: (08)

نص السؤال رقم (08) على " : هل تساعدك هذه المضامين على فهم القضايا المجتمعية ؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

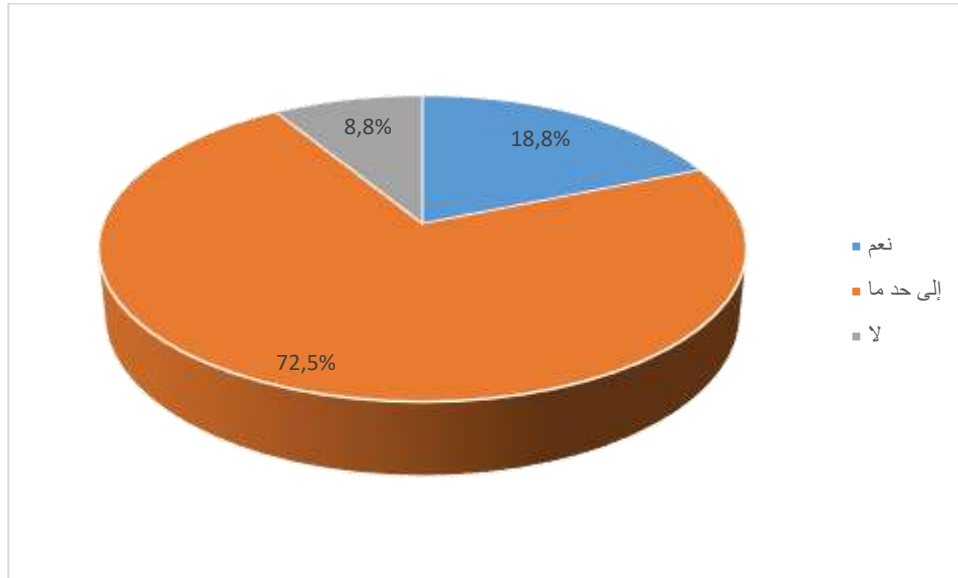
الجدول رقم (22) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (08)

| البدائل   | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------|-----------|----------------|
| نعم       | 15        | 18.8%          |
| إلى حد ما | 58        | 72.5%          |
| لا        | 7         | 8.8%           |
| الإجمالي  | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.8%، أما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

السؤال بالبدل "إلى حد ما" والبالغ عددهم (58) بنسبة مئوية قدرت بـ 72.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البدل "لا" والبالغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية بلغت 8.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (22): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (08)

تشير النتائج إلى أن غالبية المبحوثين (72.5%) يرون أن المضامين المجتمعية تساعد على فهم القضايا "إلى حد ما"، وهو ما يدل على فائدة معرفية جزئية للفيسبوك. ويمكن تفسير ذلك بأن المنصة تسهل التعرض الأولي للمعلومة، لكنها لا تكفي وحدها لتكوين فهم عميق أو شامل، كما أن نسبة من أجابوا بـ "نعم" (18.8%) تُظهر وجود شريحة تستفيد فعليًا من هذه المضامين، وبالتالي فإن قلة الذين قالوا "لا" (8.8%) تؤكد أن المنصة ليست بلا أثر معرفي، وعليه فإن هذه النتيجة تعكس أن الفيسبوك يعمل كمدخل إلى المعرفة أكثر من كونه مصدرًا نهائيًا لها، كما أنه يثير الانتباه إلى أهمية التحقق والتكامل مع مصادر أخرى من أجل الفهم الكامل.

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الرابع: استراتيجيات الفيسبوك في تحفيز الطلبة على التفاعل مع قضايا المشاركة المجتمعية

السؤال رقم: (01)

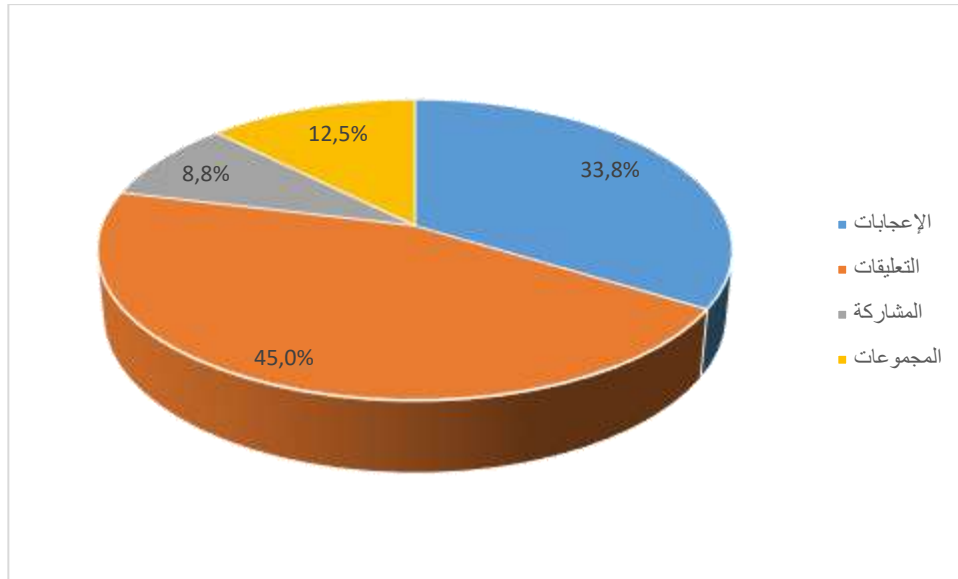
نص السؤال رقم (01) على " : ما أكثر خاصية في الفيسبوك تشجعك على التفاعل؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (23) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

| البدائل   | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------|-----------|----------------|
| الإعجابات | 27        | 33.8%          |
| التعليقات | 36        | 45.0%          |
| المشاركة  | 7         | 8.8%           |
| المجموعات | 10        | 12.5%          |
| الإجمالي  | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبدل "الإعجابات" وقد بلغ عددهم (27) فرداً بنسبة مئوية بلغت 33.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل "التعليقات" والبالغ عددهم (36) بنسبة مئوية قدرت بـ 45.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البدل "المشاركة" والبالغ عددهم (7) أفراد بنسبة مئوية بلغت 8.8%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين اختاروا البدل "المجموعات" والبالغ عددهم (10) أفراد بنسبة مئوية بلغت 12.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة



الشكل رقم (23): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (01)

أظهرت النتائج أن التعليقات هي الأكثر تحفيزاً (45%)، ما يدل على أن المستخدمين ينجذبون إلى الفضاء الذي يسمح لهم بإبداء الرأي وتلقي ردود فعل مباشرة.

ويمكن تفسير ذلك بأن التعليق يمنح الفرد شعوراً بالحضور والمشاركة أكثر من الإعجاب أو المشاركة البسيطة، كما أن ارتفاع نسبة الإعجابات (33.8%) يشير إلى أن بعض المستخدمين يفضلون التفاعل السريع الأقل كلفة، أما ضعف المشاركة (8.8%) فيعكس أن التفاعل العميق لا يزال محدوداً نسبياً، وعليه فإن هذه النتيجة تؤكد أن الحوار المباشر هو ما يمنح المحتوى قيمة تفاعلية أكبر، كما أن نجاح المنشور المجتمعي يرتبط بقدرته على إثارة النقاش وليس فقط على عدد مشاهداته.

السؤال رقم: (02)

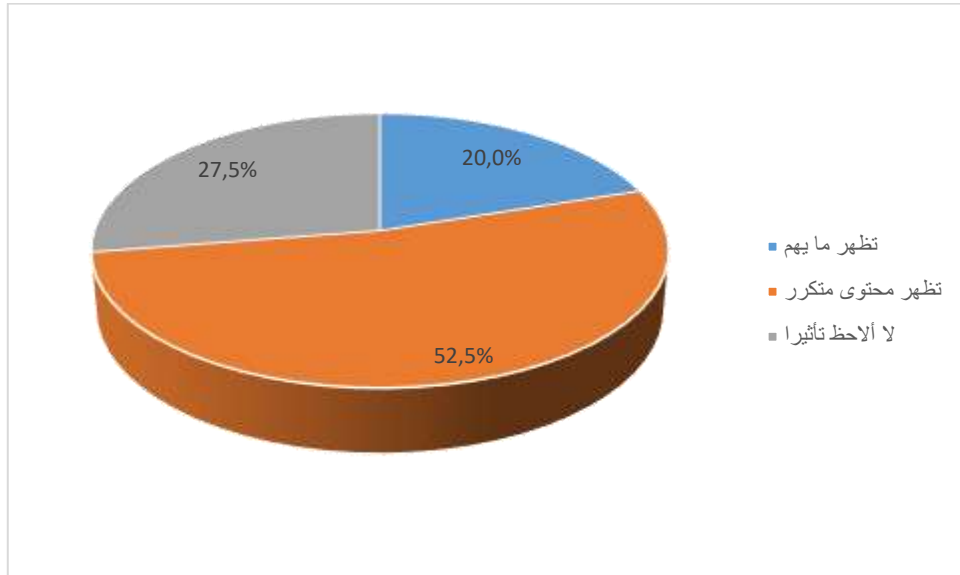
نص السؤال رقم (02) على: "كيف ترى دور خوارزميات الفيسبوك في عرض القضايا المجتمعية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (24) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

| البدايل          | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------------|-----------|----------------|
| تظهر ما يهم      | 16        | 20.0%          |
| تظهر محتوى متكرر | 42        | 52.5%          |
| لا ألاحظ تأثيراً | 22        | 27.5%          |
| الإجمالي         | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل "تظهر ما يهم" وقد بلغ عددهم (16) فرداً بنسبة مئوية بلغت 20.0%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "تظهر محتوى متكرر" والبالغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 52.5%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا ألاحظ تأثيراً" والبالغ عددهم (22) فرداً بنسبة مئوية بلغت 27.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (24): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (02)

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

أسفرت النتائج أن (52.5%) من الخوارزميات تعرض محتوى متكرر، وهو ما يكشف إدراكًا واضحًا لدى المستخدمين لطبيعة التصفية الرقمية التي تحكم ما يظهر لهم.

ويمكن تفسير ذلك بأن المنصة تميل إلى إعادة عرض المحتوى الذي يتوافق مع اهتمامات المستخدم السابقة، مما يخلق نوعًا من التكرار، كما أن نسبة من لا يلاحظون تأثيرًا (27.5%) قد لا ينتبهون لطبيعة التوجيه الخوارزمي للمحتوى. ومنه فإن هذه النتيجة توضح أن التفاعل المجتمعي لا يتحدد فقط باهتمام المستخدم، بل أيضًا بما تسمح به الخوارزمية من ظهور، كما أن تكرار المحتوى قد يحدّ من التنوع ويؤثر في اتساع النقاش العام، وبالتالي فإن الخوارزميات تلعب دورًا غير مباشر في تشكيل وعي المستخدم وتفضيلاته.

### السؤال رقم: (03)

نص السؤال رقم (03) على: "أي من هذه الأدوات يعزز تفاعلك أكثر؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

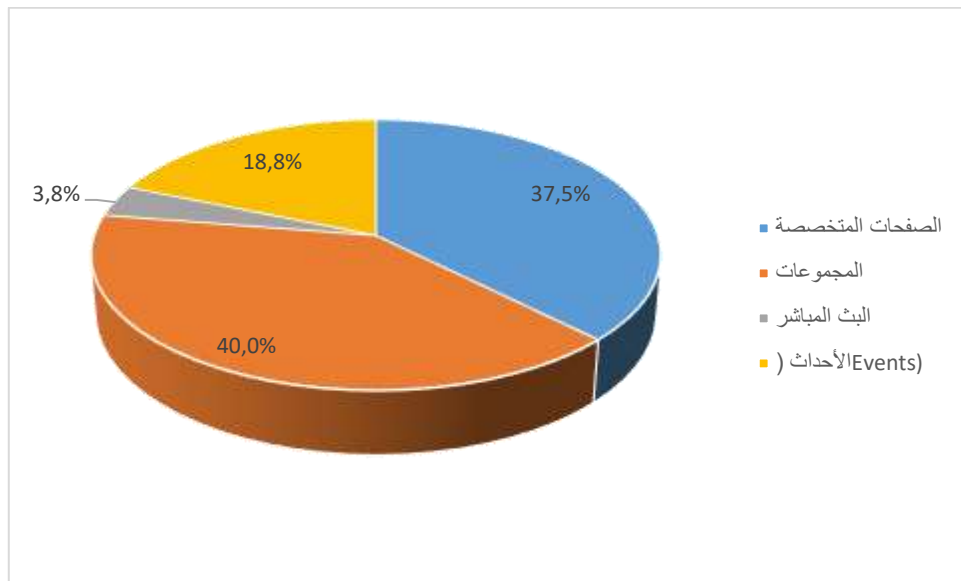
### الجدول رقم (25) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

| البدائل          | التكرارات | النسبة المئوية |
|------------------|-----------|----------------|
| الصفحات المتخصصة | 30        | 37.5%          |
| المجموعات        | 32        | 40.0%          |
| البث المباشر     | 3         | 3.8%           |
| الأحداث (Events) | 15        | 18.8%          |
| الإجمالي         | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل "الصفحات المتخصصة" وقد بلغ عددهم

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

(30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 37.5%، أما المجموعة الثانية فتتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "المجموعات" والبالغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "البث المباشر" والبالغ عددهم (3) أفراد بنسبة مئوية بلغت 3.8%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين اختاروا البديل "الأحداث (Events)" والبالغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 18.8%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (25): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (03)

نلاحظ من خلال النتائج تصدر المجموعات (40%)، تفيد النتائج بأن المجموعات هي الأداة الأكثر تعزيزاً للتفاعل بنسبة (40%)، تليها الصفحات المتخصصة بنسبة (37.5%). وهذا يعني أن البيئة التفاعلية الجماعية أكثر قدرة على خلق النقاش من المحتوى الفردي أو الأحادي، ويمكن تفسير ذلك بأن المجموعات تسمح بتبادل مباشر بين الأعضاء، ومشاركة الخبرات والآراء بشكل متواصل، كما أن الصفحات المتخصصة تظل مهمة لأنها تقدم محتوى موجّهًا حول موضوعات محددة، أما ضعف تأثير البث المباشر (3.8%) فيشير إلى أن هذا الشكل من التفاعل لا يزال أقل جاذبية مقارنة بالأدوات الأخرى، وعليه

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

فإن هذه النتيجة تؤكد أن التفاعل المجتمعي يتقوى كلما ازدادت فرصة الحوار الجماعي، كما تبين أن الفيسبوك لا يعمل بنفس القوة في جميع أدواته، بل تختلف فعاليته باختلاف نوع الأداة.

### السؤال رقم: (04)

نص السؤال رقم (04) على " : هل تساهم خاصية المشاركة في نشر الوعي المجتمعي؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

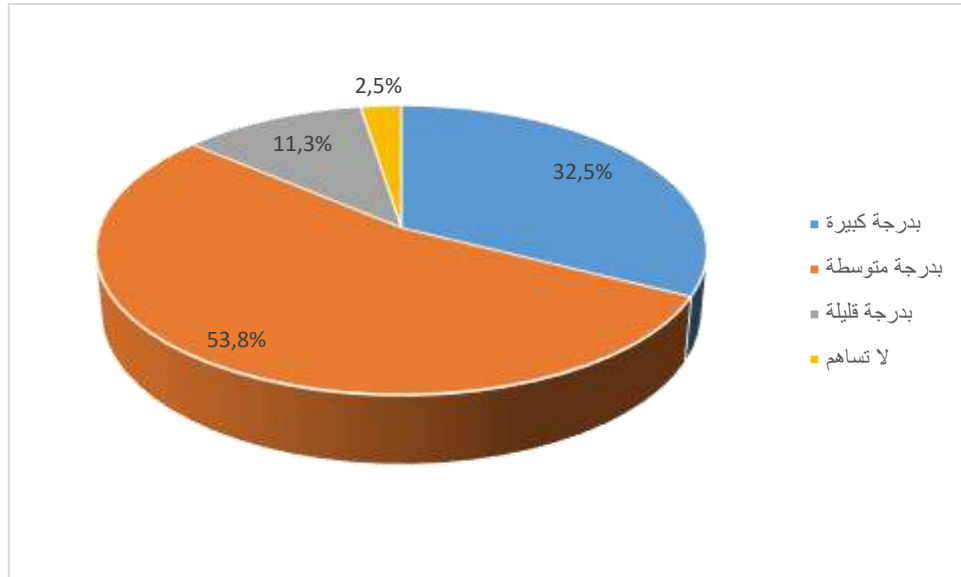
### الجدول رقم (26) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

| البدائل      | التكرارات | النسبة المئوية |
|--------------|-----------|----------------|
| بدرجة كبيرة  | 26        | 32.5%          |
| بدرجة متوسطة | 43        | 53.8%          |
| بدرجة قليلة  | 9         | 11.3%          |
| لا يساهم     | 2         | 2.5%           |
| الإجمالي     | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه رقم ( ) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "بدرجة كبيرة" وقد بلغ عددهم (26) فرداً بنسبة مئوية بلغت 32.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بدرجة متوسطة" والبالغ عددهم (43) بنسبة مئوية قدرت بـ 53.8%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "بدرجة قليلة" والبالغ عددهم (9) أفراد بنسبة مئوية بلغت 11.3%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الأفراد الذين اختاروا البديل "لا يساهم" والبالغ عددهم (2) من الأفراد بنسبة مئوية بلغت 2.5%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (26): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (04)

بينت النتائج أن الأغلبية (53.8%) أن المشاركة تساهم بدرجة متوسطة في نشر الوعي، وهو ما يشير إلى وجود أثر إيجابي لكنه غير كافٍ وحده. ويمكن تفسير ذلك بأن المشاركة تساعد في توسيع انتشار المحتوى، لكنها لا تضمن بالضرورة تعميق الفهم أو تغيير السلوك، كما أن نسبة معتبرة ترى أن التأثير كبير (32.5%)، وهو ما يعكس إدراكًا لأهمية الانتشار الرقمي في دعم القضايا، أما من يرون أنها لا تساهم إطلاقًا (2.5%) فهم قلة محدودة. وعليه فإن هذه النتيجة تؤكد أن خاصية المشاركة أداة فعالة في نشر الوعي، لكن فعاليتها ترتبط بجودة المضمون ذاته، كما تدل على أن المشاركة هي مرحلة أولى في التأثير وليست النهاية.

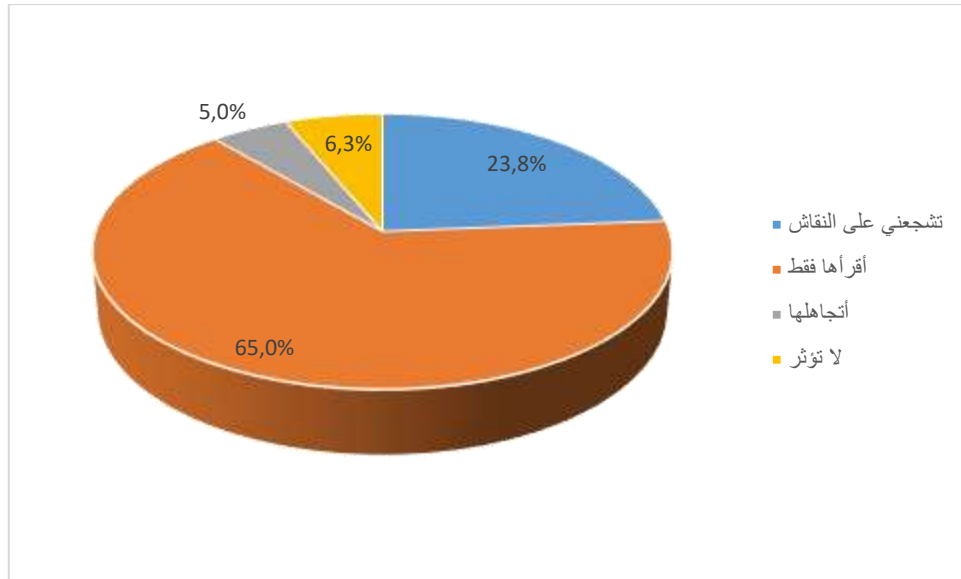
السؤال رقم: (05)

نص السؤال رقم (05) على: " ما دور التعليقات في تحفيزك على التفاعل؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

| البدائل            | التكرارات | النسبة المئوية |
|--------------------|-----------|----------------|
| تشجعتني على النقاش | 19        | 23.8%          |
| أقرأها فقط         | 52        | 65.0%          |
| أتجاهلها           | 4         | 5.0%           |
| لا تؤثر            | 5         | 6.3%           |
| الإجمالي           | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "تشجعتني على النقاش" وقد بلغ عددهم (19) فرداً بنسبة مئوية بلغت 23.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أقرأها فقط" والبالغ عددهم (52) بنسبة مئوية قدرت بـ 65.0%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "أتجاهلها" والبالغ عددهم (4) أفراد بنسبة مئوية بلغت 5.0%، وأخيراً تمثلت المجموعة الرابعة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا تؤثر" والبالغ عددهم (5) أفراد بنسبة مئوية بلغت 6.3%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (27): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (05)

نلاحظ أن أغلب الأفراد (65%) يقرأون التعليقات فقط، وهو ما يعكس استمرار سلوك التلقي السلبي لدى جزء كبير من المستخدمين.

ويمكن تفسير ذلك بأن التعليق يتيح لهم متابعة آراء الآخرين دون الدخول في نقاش مباشر قد لا يرغبون فيه، كما أن نسبة من يرون أن التعليقات تشجعهم على النقاش (23.8%) تظل أقل من المتوقع، ما يدل على أن التفاعل الحواري ما يزال محدودًا، وبالتالي فإن هذه النتيجة تكشف أن التعليقات لا تتحول دائمًا إلى مساحات حوار فعلي، بل تبقى في أحيان كثيرة مجرد مادة للقراءة، كما تشير إلى أن القابلية للمشاركة اللفظية لا تزال أضعف من السلوك الاستهلاكي للمحتوى، وعليه، فإن الفايسبوك يفتح باب الحوار، لكن كثيرين يفضلون البقاء كمتابعين فقط.

### السؤال رقم: (06)

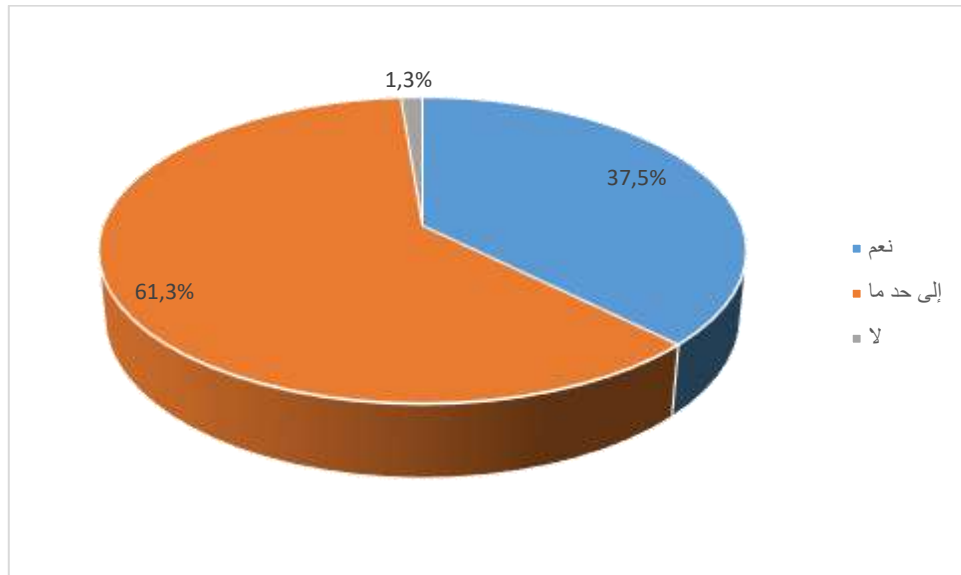
نص السؤال رقم (06) على: "هل ترى أن الفايسبوك يسهل تنظيم الحملات المجتمعية؟"، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم (28) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

| البدايل   | التكرارات | النسبة المئوية |
|-----------|-----------|----------------|
| نعم       | 30        | 37.5%          |
| إلى حد ما | 49        | 61.3%          |
| لا        | 1         | 1.3%           |
| الإجمالي  | 80        | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (80) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (30) فرداً بنسبة مئوية بلغت 37.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "إلى حد ما" والبالغ عددهم (49) بنسبة مئوية قدرت بـ 61.3%، في حين تمثلت المجموعة الثالثة في الأفراد الذين اختاروا البديل "لا" والبالغ عددهم (1) فرد واحد بنسبة مئوية بلغت 1.3%، كما هو موضح في الشكل التالي:



الشكل رقم (28): يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم: (06)

أشارت النتائج أن الأغلبية (61.3%) أن الفايسبوك يسهل تنظيم الحملات "إلى حد ما"، يليها المجيبين بنعم والذين يؤكدون ذلك بنسبة بنسبة مئوية بلغت 37.5%.

وهذا يعني أن المنصة تُستخدم كأداة مساعدة مهمة لكنها لا تقوم بالدور التنظيمي الكامل وحدها، ويمكن تفسير ذلك بأن الفايسبوك يختصر الوقت ويوسع دائرة الوصول، لكنه لا يعوض عن التنظيم الواقعي والمتابعة الميدانية، كما أن النسبة الضئيلة التي ترى أنه لا يسهل التنظيم (1.3%) تؤكد الاعتراف العام بدوره الإيجابي، وعليه فإن هذه النتيجة تثبت أن الفايسبوك يوفر البنية الاتصالية للحملات، لكنه يحتاج إلى تكامل مع العمل الواقعي حتى يحقق أثرًا فعليًا، كما يبرز أن المنصة أصبحت أداة تعبئة أكثر منها أداة تنفيذ.

### ثالثا/ تفسير ومناقشة نتائج الفرضيات

#### 1- الفرضية الأولى

نصت الفرضية الأولى على: "تتنوع عادات وأنماط استخدام الفايسبوك في المشاركة المجتمعية ودوافعها".

تظهر نتائج الاستبيان أن أنماط الاستخدام ليست موحدة، بل تتراوح بين التفاعل النشط والاكتفاء بالمشاهدة أو الإعجاب فقط، وهو ما يؤكد تنوع العادات الرقمية لدى أفراد العينة، كما أن دوافع التفاعل تباينت بين التعبير عن الرأي، وتوسيع دائرة المعارف، وتقوية العلاقات، والتسلية، مما يدل على أن استخدام الفايسبوك تحكمه دوافع مختلفة، ويُفهم من ذلك أن المنصة تؤدي وظائف متعددة لدى الطلبة، فهي أداة للتعبير أحيانًا، وأداة للمتابعة أحيانًا أخرى، وأداة للتواصل أو الترفيه في حالات مختلفة، كما أن ارتفاع نسب "الإعجاب فقط" و"أقرأها فقط" و"متابعة دون تفاعل" يعكس وجود نمط من الاستخدام السلبي إلى جانب الاستخدام التفاعلي.

وعليه نخلص إلى أن هذه النتيجة تدعم الفرضية إلى حد ما وبشكل قوي، لأن الفيسبوك لا يُستعمل بالطريقة نفسها من الجميع، بل بحسب الحاجات والاهتمامات والدرجة التي يوليها الفرد للمشاركة المجتمعية، وهذا ينسجم مع ما أشارت إليه بعض الدراسات من أن الطلبة يتابعون الفيسبوك بصفة مستمرة لكن بدرجات متفاوتة من التفاعل.

### الفرضية الثانية

نصت هذه الفرضية على: "القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر فيسبوك في مجال المشاركة المجتمعية كثيرة ومتنوعة، مثل قضايا البيئة والشباب والقضايا الخيرية".

تكشف النتائج أن القضايا التي تحظى بأكبر تفاعل لدى المبحوثين هي القضايا المجتمعية والخيرية، تليها بدرجة أقل القضايا البيئية والسياسية، كما أظهرت النتائج أن القضايا الاجتماعية عموماً تتصدر قائمة الاهتمامات، وأن القضايا الثقافية والترفيهية حاضرة بنسب متفاوتة، وهذا يعني أن التفاعل لا يقتصر على نوع واحد من القضايا، بل يشمل مجالات مختلفة ومتعددة، حتى وإن كانت بعض القضايا أكثر جاذبية من غيرها، ويمكن تفسير ذلك بأن الطلبة يتفاعلون أكثر مع القضايا التي تمس واقعهم المباشر أو تحمل بعداً إنسانياً واضحاً، مثل: الشباب والخير والتضامن الاجتماعي.

وبالتالي يمكن القول بأن نتائج الاستبيان أثبتت وجود تنوع في القضايا المتابعة، وإن كان هذا التنوع غير متوازن من حيث قوة التفاعل، كما أن هذا النمط يتوافق مع ما أظهرته الدراسات السابقة من ميل الطلبة إلى متابعة القضايا الاجتماعية والتفاعل معها عبر الفيسبوك.

### الفرضية الثالثة

نصت الفرضية الثالثة على: "المضامين المقدمة عبر فايسبوك والمتعلقة بقضايا المشاركة المجتمعية من وجهة نظر الطلبة متنوعة".

توضح النتائج أن المضامين المتداولة عبر فايسبوك في نظر الطلبة تشمل موضوعات اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية ، لكن الغلبة كانت للمضامين الاجتماعية، كما بينت النتائج أن الفيديوهات هي الشكل الأكثر جذبًا، وأن المحتوى يُنظر إليه غالبًا بوصفه سطحيًا أو متوسط المصادقية، مع الاعتراف بأنه يساعد "إلى حد ما" في فهم القضايا المجتمعية، وهذا إن دل على شيء فأنما يدل على أن التنوع موجود فعلاً على مستوى الشكل والموضوع، غير أن جودة المعالجة وعمقها تبقى محل تحفظ.

ويمكن تفسير ذلك بأن موقع فايسبوك يتيح مساحة واسعة لنشر أنواع مختلفة من المضامين، غير أن طريقة عرضها تتأثر بعوامل كثيرة مثل الخوارزميات، وأسلوب الإنتاج، ورغبة الجمهور في المحتوى السريع والمختصر، لكن هذا التنوع لا يعني بالضرورة عمقًا أو توازنًا في المعالجة، فقد أبرزت النتائج أن المحتوى الاجتماعي هو الأبرز، بينما تبقى بعض المضامين الأخرى أقل حضورًا أو أقل جذبًا.

### الفرضية الرابعة

نصت هذه الفرضية على: "هناك استراتيجيات كثيرة يعتمد عليها فايسبوك لتحفيز الشباب الجامعي على التفاعل مع القضايا ذات المشاركة المجتمعية".

أظهرت النتائج أن فايسبوك يعتمد بالفعل على عدة آليات تفاعلية تحفز المشاركة، مثل التعليقات، والمجموعات، والصفحات المتخصصة، وخاصية المشاركة، والبت المباشر بدرجة أقل، كما تبين أن التعليقات تعدّ أكثر خاصية تحفز التفاعل، وأن المجموعات أكثر الأدوات قدرة على تعزيز التفاعل المجتمعي، في حين ترى أغلبية العينة أن خاصية المشاركة

تسهم في نشر الوعي بدرجة متوسطة، وهذا يشير إلى أن المنصة لا تعتمد على أداة واحدة، بل على مجموعة من الأدوات والاستراتيجيات التي تخلق بيئة تفاعلية متدرجة، ويمكن تفسير ذلك بأن الفايسبوك صُمم أصلاً ليشجع على التفاعل الاجتماعي عبر آليات سهلة وسريعة، لكنه لا يضمن دائماً تحول هذا التفاعل إلى مشاركة فعلية قوية.

إذن فالنتائج أثبتت وجود أدوات واستراتيجيات متعددة للتحفيز، لكنها أيضاً أظهرت أن أثرها يبقى محدوداً أو متوسطاً في كثير من الأحيان، وهو ما يجعل التحفيز موجوداً لكنه غير كافٍ وحده لإنتاج مشاركة مجتمعية عميقة.

### نتائج الدراسة:

- تتنوع عادات وأنماط استخدام الفايسبوك (Facebook) في المشاركة المجتمعية ودوافعها
- أظهرت النتائج أن القضايا الاجتماعية تصدرت قائمة الإهتمامات إذ حظيت بتفاعل أكبر لدى الشباب الجامعي من القضايا السياسية و الاقتصادية، أما فيما يخص القضايا البيئية و الثقافية فكانت حاضرة بنسب متفاوتة.
- إن المضامين المتداولة عبر الفايسبوك (Facebook) في نظر الطلبة تشمل موضوعات اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية، لكن الغلبة كانت للمضامين الاجتماعية.
- تكشف الدراسة أن الفايسبوك (Facebook) اظهر تفاعلات المشاركة مثل التعليقات، والمجموعات، والصفحات المتخصصة، وخاصة المشاركة، والبرث المباشر بدرجة أقل، كما تبين أن التعليقات تعدّ أكثر خاصية تحفز التفاعل وأن المجموعات أكثر الأدوات قدرة على تعزيز التفاعل المجتمعي.

# الختامة

### الخاتمة :

في ختام هذه الدراسة والتي توصلت إلى أن موقع فايسبوك أصبح فضاءً رقمياً مؤثراً في حياة الشباب الجامعي، ليس فقط من حيث التواصل وتبادل المعلومات، بل أيضاً من حيث المشاركة في القضايا الاجتماعية والتفاعل معها، وقد بيّنت النتائج أن استخدام الفايسبوك لا يخضع لنمط واحد، بل يتوزع بين المتابعة، والإعجاب، والتعليق، والمشاركة، وهو ما يعكس تنوع أنماط التفاعل لدى أفراد العينة، كما أظهرت الدراسة أن الطلبة يتفاعلون بدرجة أكبر مع القضايا الاجتماعية والشبابية والخيرية، في حين تأتي القضايا السياسية والاقتصادية بدرجات أقل، مما يدل على أن اهتماماتهم تتجه أساساً نحو القضايا القريبة من واقعهم اليومي.

وأوضحت النتائج أيضاً أن الفايسبوك لا يُستعمل فقط كوسيلة للترفيه أو التواصل، بل يُنظر إليه باعتباره أداة يمكن أن تسهم في نشر الوعي المجتمعي وتوسيع دائرة النقاش حول القضايا العامة، وإن كان هذا الأثر يظل غالباً في حدود المتابعة الجزئية أو التفاعل الرمزي، كما أن أغلب المبحوثين يرون أن المضامين المنشورة على الفايسبوك ذات طابع سطحي أو متوسط المصداقية، وهو ما يكشف وعياً نقدياً لدى الشباب الجامعي تجاه المحتوى الرقمي، وعليه فإن الدراسة تؤكد أن الفايسبوك يمثل أداة ذات تأثير مزدوج؛ فهو من جهة يتيح فرصاً للتعبير والمشاركة، ومن جهة أخرى قد يعزز التلقي السلبي والاكتفاء بالتفاعل الشكلي بدل المشاركة الفعلية.

وختاماً يمكن القول أن الفايسبوك يساهم في تحفيز الشباب الجامعي على الاهتمام بالقضايا المجتمعية، لكنه لا يضمن بالضرورة انتقال هذا الاهتمام إلى مشاركة عملية عميقة ومستدامة، ويظل أثره مرتبطاً بطبيعة المحتوى، ودرجة مصداقيته، ونوعية أدوات التفاعل المتاحة فيه، إضافة إلى الخصائص الشخصية والاجتماعية للمستخدمين أنفسهم.

### اقتراحات وتوصيات الدراسة

بناءً على النتائج المتوصل إليها، يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات الآتية:

- ضرورة توجيه الشباب الجامعي نحو الاستخدام الواعي والمسؤول لموقع فايسبوك، بما يساعدهم على الانتقال من التفاعل السطحي إلى المشاركة الفعلية في القضايا المجتمعية.

## الخاتمة

- العمل على رفع مستوى مصداقية المحتوى المنشور عبر الفايسبوك، خاصة ما يتعلق بالقضايا الاجتماعية والشبابية، حتى يكون أكثر فاعلية في تشكيل الوعي العام.
- تشجيع الصفحات والمجموعات الجامعية على إنتاج مضامين هادفة وعميقة تلامس اهتمامات الطلبة وتدفعهم إلى النقاش والمبادرة، بدل الاكتفاء بالمحتوى الإخباري أو الترفيهي.
- تفعيل دور المؤسسات الجامعية في استثمار الفايسبوك كوسيلة للتواصل مع الطلبة، ونشر الوعي بقضايا المجتمع، وتنظيم حملات توعوية وتشاركية عبر المنصة.
- العمل على تعزيز التربية الإعلامية والرقمية لدى الطلبة، حتى يتمكنوا من التمييز بين المضامين الدقيقة والمضللة، والتعامل النقدي مع ما يُنشر عبر الشبكات الاجتماعية.
- تشجيع الدراسات المستقبلية على تناول علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بمستويات أخرى من المشاركة المجتمعية، مثل التطوع، والعمل الجماعي، والسلوك المدني.



# قائمة المصادر و المراجع

### قائمة المصادر والمراجع

#### أولاً/ المصادر:

- ابن منظور ،- لسان العرب. بيروت، دراسات العربي، د.ت.

#### ثانياً/ الكتب:

- أحمد حسن القواسمة، عايد بن علي البلوي، منظومة القيم الجامعية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2015.
- أنجرس مورييس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، د ط، الجزائر، دار القصبة، 2006
- الإنسان والمدينة للأبحاث، مدخل إلى المشاركة المجتمعية مفهوم المشاركة المجتمعية ومسارات تعزيزها في مصر، صادر عن الإنسان والمدينة للأبحاث الإنسانية والاجتماعية، 2023.
- بن خلدون عبد الرحمان، ديوان العبر او الخبر في تاريخ العرب والبربر ومن عاصرهم من ذوي الشأن الاكبر، (لبنان : دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 2003).
- بن مرسل، أحمد، و مناهج البحث العملي في علوم الإعلام الإتصال، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- تل سعيد ، مناهج البحث العلمي، تصميم البحث والتحليل الاحصائي، دار المسيرة، ط1، الأردن، 2007.
- الجاردي، عدنان حسين، وآخرون، الأسس المنهجية والإستخدامات الإحصائية في بحوث التربية الإنسانية، ط1، إثراء للنشر والتوزيع، عمان.

## المصادر والمراجع

- جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ( القاهرة: دار الفكر العربي للطباعة والنشر، ط1، 1987).
- حجازي مصطفى، الشباب الخليجي والمستقبل، دراسة تحليلية نفسية اجتماعية، ط1، المغرب، المركز الثقافي العربي، 2008.
- حسن عماد مكاوي وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2002).
- رجاء عمار، الفيسبوك من فضاء للتواصل إلى مجال للتغيير الاجتماعي - نازدواجية التأثير-، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية واقتصادية، ألمانيا.
- رضا أمين ، النظريات العلمية في الإعلام الالكتروني ( القاهرة: جامعة الأزهر، كلية الإعلام، 2007).
- سعيد أحمد أبو حليقة، تطور الفكر الاجتماعي في علم الاجتماع، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية، القاهرة، 1999.
- الصيرفي، محمد عبد الفتاح، 2002، البحث العلمي والدليل التطبيقي والباحثين، ط1، وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد المطالب عبد الحميد، التمويل المحلي و التنمية المحلية، الدار الجامعية(مصر: 2001).
- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، القاهرة، 2002.
- محمد حجاب، المعجم الإعلامي،(القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004).
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ( القاهرة: عالم الكتب، ط3، 2010).

- محمد، شفيق، البحث العلمي، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2001.
- منال المزاهرة، نظريات الاتصال، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط.1، 2012).

### ثالثا/ المجلات:

- بلال الحديثي، الطالب الجامعي إلى القمة، دار البداية للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- بلقاسمي أمينة، مزيان محمد، العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، 2012.
- حمراوي محمد ، التفاعل والتخاطب في اللسانيات الحديثة، مجلة اللسانيات، مج (25)، العدد(01)، 2018.
- حنان محمد حسن سالم، انعكاسات تزييف الوعي الديني على الواقع الاجتماعي للشباب-دراسة سوسيولوجية لعينة من الشباب الجامعي-، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، مج5، ع2، 2018.
- سهام نصار، استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية والإشباع المتحققة منها ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد.3، العدد الأول، (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2002).
- عبد العزيز سعيد عامر الشهري، العوامل المرتبطة بمشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي (دراسة مطبقة على طلاب الكلية الجامعية بالليث)، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات، مج6، ع63، 2025.

- فريد صبح القيق، "دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة، الخطط التنموية الاستراتيجية للمدن الفلسطينية كحالة دراسية"، العدد الثامن، يناير، (2015) الجزء الأول.
- فضلون الزهراء، بكيري نجيبة، العوامل المحدد لمدى تمسك الشباب الجامعي الجزائري بهويته الثقافية - دراسة ميدانية بجامعة العربي بن مهيدي بأم البواقي -، مجلة العلوم الإنسانية والتربوية، مج6، ع2، 2018.
- فيصل محمد عبد الباري توتو، المشاركة المجتمعية ودورها في تحقيق التنمية المحلية المستدامة في السودان - منطقة كقيا تميز و بجمال النوبة أنموذجا -، مجلة الأناسة وعلوم المجتمع، مج 06، ع01، جامعة المسيلة، 2022.
- قياطني عاشور، "دور المشاركة الشعبية في التنمية المحلية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية"، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العدد (11 أكتوبر، 2017)،
- كريمة مصطفى عبد الفتاح، "دور المشاركة المجتمعية في دعم العملية التعليمية بمحافظة الفيوم". بحث مستخلص من رسالة ماجستير، مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، الجزء 3، العدد 11، ب ت.
- مزرارة نعيمة، واقع الطالب الجامعي، من الأمس إلى اليوم ماذا تحقق؟ (قراءة تحليلية لوضعه الراهن) فعاليات الملتقى الوطني حول تشخيص واقع الطالب الجامعي، مخبر الوقاية والأرغونوميا، العدد 6، جامعة الجزائر 2، 2016.
- نواصر سامية وعيسات العمري، الشباب الجامعي الجزائري والثقافة السياسية - الواقع والطموح -، مجلة مدارات سياسية، مج5، ع 02، 2021.

### رابعاً/ الرسائل والمذكرات:

- أمجد ناهض سكيك، دور المشاركة المجتمعية في التنمية الحضرية المستدامة في مدينة غزة، حالة دراسية، تجربة لجان أحياء بلدية غزة، رسالة ماجستير في الهندسة المعمارية (كلية الهندسة ، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2012).
- بومعزة دليلة، مواقع التواصل الاجتماعي واللغة المتداولة فيها من قبل الطلبة، مذكرة لنيل شهادة الماستر (جامعة وهران، 2015- 2016).
- خشمون محمد، مشاركة المجالس البلدية في التنمية المحلية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، (كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011).
- رياض زروقي، الاستخدامات الترفيهية في شبكات التواصل الاجتماعي"، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك - طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة أنموذجاً -، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال (جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2021).
- سامي عبد الرؤوف صالح عكيلا، أطر تقديم صورة الشباب في الصحافة الفلسطينية \_ دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية ، غزة، 2014.
- السيد على شتا ، التفاعل الاجتماعي والمنظور الظاهري، مرجع سبق ذكره، ص28.
- علاء الدحود ، تصور مقترح لتوظيف الشبكة الاجتماعية فايسبوك في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، 2012.
- قراندي أمينة، الجامعة وعلاقتها بالتحصيل العلمي للطالب الجامعي دراسة ميدانية بجامعة محمد الصديق بن يحيى\_ بتاسوست، مذكرة ماستر في علم اجتماع التربية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، المدينة، 2018.

- محمد ابراهيم محمد ابو عليان، العمل الخيري ودوره في التنمية الاقتصادية من منظور اسلامي، رسالة ماجستير في اقتصاديات التنمية، (كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، 2014).
- محمود سالم إشقيان القرارة، بناء مقياس المشاركة الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير في القياس التقويمي، قسم علم النفس، كلية الدراسات العليا، (جامعة المؤتة، 2015).

### خامسا/ ملتقيات:

- دليو، فضيل، التحليل الإحصائي للبيانات في العلوم الإجتماعية، يوم دراسي حول مذكرات التخرج قسم علم الإجتماع، جامعة منتوري، 2000.

الملاحق

ملحق رقم (01)

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان

تحية طيبة وبعد:

استكمالا لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، وفي إطار اعداد مذكرة

بعنوان:

" تفاعل الشباب الجامعي مع قضايا المشاركة المجتمعية على موقع فيسبوك

يسرنا ان نضع بين ايديكم هذا الاستبيان لتكونوا جزءا مساهما في تكريس البحث العلمي والذي  
نأمل في الإجابة عليه بكل موضوعية وامانة، كما نطمئنكم بان الآراء التي نحصل عليها خاصة بأغراض  
البحث والدراسة فقط وستحاط بالسرية التامة شاكرين ومقدرين لكم حسن التعاون والاهتمام.

ملاحظة: وضع العلامة X في الخانة المناسبة

-الرجاء الإجابة على كل البيانات

أولاً: البيانات العامة

الجنس: ذكر أنثى

السن: .....

المستوى الجامعي: .....

التخصص: .....

## الملاحق

**المحور الأول:** عادات وأنماط استخدام الفيسبوك في المشاركة المجتمعية ودوافعها

1. منذ متى وانت تملك الفيسبوك: المرحلة الابتدائية ☐ المرحلة المتوسطة ☐ المرحلة الثانوية ☐

2. هل تعتبر الفيسبوك: غير ضروري ☐ ضروري ☐ ضروري جدا ☐

3. ما الدافع الأساسي الذي يجعلك تتفاعل مع قضايا المشاركة المجتمعية على الفيسبوك؟

التعبير عن الرأي ☐ الشعور بالانتماء للمجتمع ☐ تكوين علاقات اجتماعية ☐  
التسلية وتمضية الوقت ☐

4. ما الإشباع النفسي الذي تحققه من هذا التفاعل؟

الشعور بالأهمية ☐ تعزيز الثقة بالنفس ☐ تخفيف الضغوط النفسية ☐  
لا يحقق لي أي شيء ☐

5. يحفزك موقع الفيسبوك لمتابعة قضايا المشاركة المجتمعية من خلال:

توسيع دائرة المعارف ☐ تقوية العلاقات الاجتماعية ☐ التواصل الافتراضي فقط ☐

6. هل ترى أن الفيسبوك يعوض نقص المشاركة المجتمعية الواقعية؟

نعم بشكل كبير ☐ نعم إلى حد ما ☐ لا يعوض ☐

**المحور الثاني:** نوع القضايا التي يتفاعل معها الطلبة عبر الفيسبوك في مجال المشاركة المجتمعية

2. أي نوع من القضايا المجتمعية تتفاعل معه أكثر؟

قضايا الشباب ☐ القضايا الخيرية ☐ القضايا البيئية ☐ القضايا الحقوقية ☐

## الملاحق

3. ما مستوى اهتمامك بالقضايا التطوعية عبر الفيسبوك؟

☐ عالية ☐ متوسطة ☐ منخفضة

4. ما طبيعة القضايا التي تدفعك للمشاركة بالتعليق؟

☐ قضايا تمس حياتي اليومية ☐ قضايا إنسانية عامة ☐ قضايا مثيرة للجدل ☐ لا أعلق عادة

5. كيف تتفاعل مع القضايا المجتمعية؟

☐ إعجاب فقط ☐ تعليق ☐ مشاركة ☐ متابعة دون تفاعل

المحور الثالث: طبيعة ونوعية المضامين المتعلقة بالمشاركة المجتمعية على الفيسبوك

2. أكثر القضايا التي أتابعها عبر موقع الفيسبوك:

☐ اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ سياسية ☐ ثقافية ☐ ترفيهية

3. هل تحظى القضايا الاجتماعية باهتمامك الأكبر؟

☐ نعم ☐ نوعاً ما ☐ لا

4. هل تحظى القضايا السياسية في الجزائر بتفاعل واسع عبر موقع الفيسبوك؟

☐ نعم ☐ نوعاً ما ☐ لا

5. هل تتابع القضايا المجتمعية التي تمس فئة الشباب بشكل خاص؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

6. ما الشكل الأكثر جذباً لك في المضامين المجتمعية؟

☐ فيديوهات ☐ صور ☐ نصوص مكتوبة ☐ روابط خارجية

7. كيف تصف مضمون القضايا المجتمعية على الفيسبوك؟

☐ واضح وبسيط ☐ عاطفي ☐ سطحي ☐ معقد

## الملاحق

8. ما مدى مصداقية هذه المضامين من وجهة نظرك؟

☐ عالية ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐ منعدمة

9. هل تساعدك هذه المضامين على فهم القضايا المجتمعية؟

☐ نعم ☐ إلى حد ما ☐ لا

المحور الرابع: استراتيجيات الفيسبوك في تحفيز الطلبة على التفاعل مع قضايا المشاركة المجتمعية

1. ما أكثر خاصية في الفيسبوك تشجعك على التفاعل؟

☐ الإعجابات ☐ التعليقات ☐ المشاركة ☐ المجموعات

2. كيف ترى دور خوارزميات الفيسبوك في عرض القضايا المجتمعية؟

☐ تظهر ما يهم ☐ تظهر محتوى متكرر ☐ لا ألاحظ تأثيراً

3. أي من هذه الأدوات يعزز تفاعلك أكثر؟

☐ الصفحات المتخصصة ☐ المجموعات ☐ البث المباشر ☐ الأحداث (Events)

4. هل تساهم خاصية المشاركة في نشر الوعي المجتمعي؟

☐ بدرجة كبيرة ☐ بدرجة متوسطة ☐ بدرجة قليلة ☐ لا تساهم

5. ما دور التعليقات في تحفيزك على التفاعل؟

☐ تشجعني على النقاش ☐ أقرأها فقط ☐ أتجاهلها ☐ لا تؤثر

6. هل ترى أن الفيسبوك يسهل تنظيم الحملات المجتمعية؟

## الملاحق

---

☐ لا

☐ إلى حد ما

☐ نعم