

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي
-موقع التويتر نموذجاً-

دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال

إشراف الأستاذة:

د. سعيدة حيمر

إعداد الطالبة:

بوزيدي ضياء الدين

مكي سعد

شريف رمضان

السنة الجامعية: 2019-2020

الشكر والتقدير

أحمد الله عز وجل بداية على منه وكرمه وأشكره على
توفيقه لإتمام هذا

العمل

وإنجازه على هذا الوجه

وأتقدم بخالص الشكر والإمتنان لأستاذة الفاضلة حيمر
سعيدة، على توجيهاتها

ونصائحها الثمينة وعلى وسعة أفقها .

والشكر لكل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة وأخص
بالذكر

كل من ساعدني لإتمام هذا العمل المتواضع بكلمة، بفكرة،
بمرجع .

الإهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية،

أتقدم بإهداء عملي

المتواضع إلى:

من أحسن إلي أبي العزيز .

وإلى من أنارت في قلبي حب العلم أمي العزيزة .

وإلى أخوتي وإلى كل الأصدقاء كبيرهم وصغيرهم .

وإلى كل من قدم إلي المساعدة سواء من قريب أو من بعيد

.

مقدمة

يعد الوعي السياسي أحد الموضوعات التي لاقت اهتماما من قبل الأكاديميين والباحثين في حقول العلوم الإنسانية والاجتماعية المختلفة، وكذلك من قبل السياسيين والمفكرين وصناع القرار في الدولة، باعتبار الوعي السياسي يلعب دورا هاما في إعداد المواطنين وتأهيلهم لفهم الخطط والأهداف والنظم والسياسات العامة للنظام السياسي والمشاركة في تنميتها، وتنمية الثقافة السياسية للمواطن وتدعيم الانتماء السياسي له، والمحافظة على الاستقرار السياسي في المجتمع، ومناقشة قضايا الديمقراطية والعدالة والتنمية، والتشجيع على المشاركة السياسية حيث تعتمد جميع المجتمعات الإنسانية في استقرارها وتماسكها، وتقدمها وتطورها على ما يتوفر لديها من وعي سياسي وفهم مشترك للقيم والفكر والسلوك، والعادات والتقاليد السائدة في المجتمع.

وتبدو أهمية الوعي السياسي في تهيئة الجماهير لتقبل السياسة العامة والقرارات السياسية للنظام السياسي في ضوء الإطار العام لخدمة المجتمع، كما وأظهرت الكثير من الدراسات وجود علاقة طردية بين نمو الوعي السياسي لدى الأفراد وبين تقبل الأفكار الجديدة في المجتمع، وإن الأفراد الأكثر وعيا سياسيا يتعرضون لمصادر معلومات متعددة ومتنوعة تمكنهم من تحليل المعلومات وفهمها وتطويرها بشكل أكبر لصالح مجتمعاتهم.

ومع التطور السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات، حيث شهد هذا العصر ثورة إعلامية معلوماتية يقدرها البعض بأنها تعادل حجم التقدم الذي شهده الإنسان منذ عاش على الأرض حتى بداية القرن الحادي والعشرين، إذ أصبح العالم سوقا مفتوحا أمام الجميع للحصول على المعلومات وتبادلها ونقلها، وأصبحت الحدود السياسية ووسائل الرقابة التقليدية أدوات بدائية قليلة الفاعلية في حماية الفرد والمجتمع من استقبال محتويات الرسائل الإعلامية والثقافية الوافدة.

لقد أصبح الإعلام الإلكتروني يشكل عصب الحياة في واقعنا المعاصر، وخصوصا بعد انتشاره الواسع في المجتمعات الحديثة، ولا سيما مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت من الظواهر المميزة للدولة العصرية، ويقاس تقدم الدولة بنصيب الفرد فيها من هذه المواقع، شأنها في ذلك شأن معدل الدخل الفردي ومستوى الصحة والتعليم والإنفاق على البحث العلمي، فمواقع التواصل الاجتماعي تعكس آراء الأفراد وتنقل خبراتهم وتساهم في تشكيل اتجاهاتهم وربما تعمل على حل مشاكلهم.

مقدمة

لذلك انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا كثيفا بين أوساط الشباب في مختلف أنحاء العالم، وأصبحت تقوم بدور جوهري في المجتمع، حيث أن هذه المواقع تقدم العديد من الأفكار والموضوعات والمعلومات التي تساعد على التوعية والتثقيف وتكوين صورة للعالم الذي نعيش فيه ، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من عوامل الإدراك المعرفي للشباب لأنها تقوم بتقديم المعلومات وتوجيهها بالطريقة التي ترغب فيها، كما انها تلعب دور بارز في تشكيل الوعي السياسي ورفع منسوبه لدى الناس.

وتعد فئة الشباب أكثر فئات المجتمع تأثرا بمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن للشباب حكمتهم ورؤيتهم وثقافتهم واهتماماتهم، وعادة ينظر للشباب كطليعة في المجتمع الذي يعيش فيه، وتتميز فئة الشباب بالمعرفة وتقبل التغيير، ينظر إليها باعتبارها أقوى عوامل التغيير الثقافي، ومحرك التنمية والتحديث في المجتمع والدولة، فهم شباب اليوم وقادة الغد.

لقد باتت مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات ورسم الصور وتشكيل الاتجاهات ذات التوجه السياسي، وهذا ما تم توثيقه في ما يسمى بثورات الربيع العربي، حيث كان لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في اندلاع الاحتجاجات الشعبية في معظم البلدان العربية وغيرها، وأصبحت طرفاً أساسياً في اللعبة السياسية، وكان أثرها واضحا في أثناء تغطيتها التطورات والأحداث التي مرّ ولا يزال يمرّ بها العالم العربي .

ومن ثم، فإن موضوع الوعي السياسي هو موضوع في غاية الأهمية، وذلك من خلال ما يشارك فيه الشباب الآخرين من مواد وملفات وأفكار ومعلومات عن الأحداث الجارية والشؤون العامة، ولقد برز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي في الآونة الأخيرة باعتبارها فضاءات مفتوحة وأدوات توفر المعلومات وترسم الصورة وتشكلها من خلال ما تبثه من أحداث إخبارية ومضامين مختلفة، وتبدو العلاقة وثيقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي، إذ تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منابر للناس للحوار وطرح الأفكار وإثارة حماس الناس للمشاركة في إدارة شؤون البلاد ومناقشة قرارات الحكام ودفعهم للتفكير في الحلول السلمية لمشاكلهم العامة.

وبناء على ما تقدم جاءت فكرة هذه الدراسة التي تحاول رصد اتجاهات قطاع مهم في المجتمع الجزائري، وهو قطاع الشباب لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لهذه الفئة الهامة

مقدمة

من المجتمع، نظراً لأهمية الوعي السياسي، حيث ان انخفاض مستوى الوعي السياسي يساعد على انتشار القيم السلبية مثل الاغتراب السياسي (واللامبالاة) السياسية وضعف المشاركة وفتور الانتماء.

آملين أن نقدم دراسة علمية تساعد المعنيين في أداء دورهم في تنمية الوعي السياسي لدى فئة الشباب، كما ستسهم هذه الدراسة في المزيد من الحوار والنقاش الهادف والبناء حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع والشباب بشكل خاص، حيث إن هذه المواقع تضطلع بدور كبير في التحولات المستقبلية في العالم بشكل عام، وفي العالم العربي على وجه الخصوص، آملين أن يستفيد من نتائج هذه الدراسة كل الباحثين والمسؤولين والمهتمين.

مما سبق تحاول الدراسة تسليط الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة موقع التويتر، وتحديد دورها في تشكيل الوعي السياسي، من خلال معرفة عادات وأنماط التعرض للحملات السياسية في موقع التويتر، ومعرفة جوانب انجذاب لشباب نحو المواضيع السياسية، وكذلك معرفة الإشباعات المحققة لهم من هذه المواضيع في موقع التويتر حول موضوع تشكيل الوعي السياسي. وقد تم تقسيم الدراسة إلى إطار منهجي، إطار نظري وجانب ميداني، نلخص محتواها في الآتي:

***الإطار المنهجي :** قمنا بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأسباب اختيار الموضوع عرض الدراسات السابقة التي لها علاقة بالدراسة، وتحديد المفاهيم، كما قمنا بتحديد النظرية المناسبة للدراسة والمتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباعات، كما قمنا في هذا الفصل بعرض الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث مجالات الدراسة، ومجتمع البحث والعينة المختارة، ثم تعرضنا إلى المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات

*** الإطار النظري :** ضم ثلاثة عناصر أساسية هي:

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي.

ثانياً: موقع التويتر

ثالثاً: الوعي السياسي

- الإطار الميداني : وعرضنا فيه النتائج الأولية للدراسة إذ جاء فيه "التحليل الكيفي الكمي والكيفي

للبيانات، لنصل في الأخير إلى النتائج النهائية

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1-1. تحديد الإشكالية :

إن الثورة الرابعة للاتصال (الرقمية) بتقنياتها ومعلوماتها، وفرت للشباب من المعلومات والأفكار والمعارف ما لم يتوفر في أي زمن مضى من التاريخ الإنساني، ويسرت لهم سبل التواصل مع العالم الخارجي، وكسرت كافة الحواجز السيادية والتقليدية التي كانت تقف حائلاً بينهم وهذا الكون الفسيح من المعلومات والمعارف.

وتأتي مواقع التواصل الاجتماعي على رأس منجزات هذه الثورة الرقمية، حيث اختلفت هذه المواقع عن مواقع الإعلام والاتصال التقليدية، فهي أكثر ذكاء بتوفرها على أجهزة حاسوب صغيرة مدمجة فيها، مما يوفر للمستعمل فرصة تخزين المعلومات وتشفيرها ونقلها، كما أن مواقع التواصل تسمح للمتصفح بالتفاعل مع ما هو معروض من خلال التعليقات، وتتوفر بتكاليف معقولة، وفوق كل ذلك فهي خارج رقابة الدولة، وبالتالي فهي توفر فضاء عاماً مفتوحاً يتم فيه الحوار وتبادل الأفكار بسهولة وسرعة، وفي هذا الإطار، يذهب أحد الباحثين إلى القول : "أنه عندما يتعلق الأمر بشبكات غير مركزية وموزعة، يكون من الصعب على أية نخبة مراقبة الأنشطة على الإنترنت، فهي تسمح لعملية الاتصال بأن تتم من الفرد إلى الفرد، ومنه إلى المجموعات وحتى من المجموعات إلى المجموعات، فطبيعة التكنولوجيا والمظاهر الاقتصادية تمكن من القيام بعملية النشر بتكلفة منخفضة نسبياً ومن دون وساطة دار النشر" (محمد بنهلال، 2012، ص 396)

لقد بات من المؤكد أكثر فأكثر مدى التأثير الذي تحدثه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، وفي التحكم في دينامية الجماعات وتوجيه سلوك أفرادها، الأمر الذي يوفر لمن يملك هذه المواقع، أو يتحكم في برامجها ومضمونها القوة على التأثير في سير أحداث كبرى شهدتها كثيراً من المجتمعات بما فيها ما بات يطلق عليه ثورات الربيع العربي.

ومع الإقرار بالدور المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوسع استخدامها من قبل النشطاء، فالسؤال الذي يفرض نفسه يتعلق بتقييم أثر التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للأفراد. وهكذا، يمكن تلخيص مشكلة هذه الدراسة في السعي إلى معرفة دور مواقع

التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لفئة الشباب، من خلال الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب في تشكيل وعيه السياسي، ومن ثم يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

التساؤل العام:

ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لفئة الشباب؟
ولإثراء الإشكالية المطروحة قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية، كالتالي:

التساؤلات الفرعية:

1- ما عادات وأنماط تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، وما دوافع هذا الاستخدام وإشبعاته؟.

2- وما هي الاتجاهات نحو التأثير المعرفي لمواقع التواصل الاجتماعي على الشباب؟ .

3- كيف ينظر الشباب إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي (التويتر) في تشكيل الوعي السياسي؟

4- ما أبرز معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (التويتر) من وجهة نظر الشباب؟

1-2. أسباب اختيار الموضوع :

1-2-1- الأسباب الذاتية :

-الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية .

-دخول الموضوع في مجال تخصصنا .

-الرغبة في التعرف على عملية تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب.

-الاهتمام بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي عامة والتويتر بصفة خاصة.

1-2-2- الأسباب الموضوعية :

-الموضوع حيوي وحديث إلى جانب قلة الدراسات العربية عموما والجزائرية خصوصا التي تدرس

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.

- بروز مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة منافسة للوسائل التقليدية في مجال تنفيذ تشكيل الوعي السياسي.

- إثراء البحث العلمي بدراستنا والمساهمة في إنجاز دراسة علمية لإفادة الطلبة مستقبلا .
- الوصول إلى استنتاجات علمية موضوعية واقعية يمكن أن تستخدم كحلول مرجعية لمعالجة ظاهرة تشكيل الوعي السياسي في الجزائر.

- التعمق أكثر في موضوع تشكيل الوعي السياسي ومدى فاعليتها في توعية و تثقيف الشباب خاصة باعتبارهم نخبة المجتمع وركيزته الأساسية لذلك ينبغي الاهتمام بهذه الفئة والعناية بها بشكل مستمر ودراسة كل ما يؤثر في مستقبلهم .

1-3- أهمية الدراسة ومبرراتها :

تأتي أهمية دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب في الجزائر من عدة جوانب:

1- أن الفئة المستهدفة في الدراسة هم فئة الشباب، وهي الفئة التي تمثل القوى الحية في المجتمع، تعيش في الواقع وتسعى إلى بناء الحاضر والاستعداد للمستقبل، وعادة ما يتميز الشباب بالمعرفة والحماس والاستعداد للتضحية والتغيير الإيجابي.

2- تنامي الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار واتجاهات ثقافة وسلوكيات الشباب في مختلف أنحاء العالم والشباب الجزائري ليس استثناءا.

3- عدم وجود دراسات في حدود ما اطلع عليه فريق البحث التي تناولت دراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، فبالرغم من تقدم الجزائر على عدد كبير من الدول العربية في مجالات اجتماعية وتنموية واقتصادية، إلا أنها تعيش حالة من الركود السياسي، اذ لا بد من تطوير الوضع السياسي بحيث تشارك الأغلبية في إدارة الشأن العام، كما أن هذه الدراسة تأتي في ظروف مهمة تتمثل في تنامي موجة المطالبة بالحقوق والحريات في

العالم العربي بشكل عام، وربما تشكل الإطار المرجعي لأية دراسات لاحقة وتسد النقص الحاصل في المكتبة في هذه السياق.

4- إن قياس دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى فئة الشباب يساعد على رسم خريطة نفسية واجتماعية وسياسية لفئة الشباب، بكل أفكارهم وآمالهم وتطلعاتهم وبالتالي إمكانية التنبؤ بمستقبل سلوكهم لأنهم يعكسون آرائهم وأفكارهم وقيمهم، وبالتالي تقديم رؤية فكرية حول فئة من المجتمع لا تزال شبه مجهولة لدى العديد من المتخصصين في حقول السياسة والإعلام والاجتماع.

5- كما تأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وتشكيل قيم واتجاهات الشباب مما يساعد القائمين على وضع السياسات الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

6- يعد الوعي السياسي وسيلة وغاية في آن واحد، حيث أن للوعي السياسي تأثير كبير على المشاركة السياسية للأفراد وعلى السياسة العامة للدولة، كما أن نوع ودرجة الوعي السياسي السائد تعكس مدى ديمقراطية النظام السياسي، وأخيرا فإن الأفراد يستطيعون من خلال وعيهم السياسي تحديد اتجاهاتهم في الحياة السياسية، وأسلوبهم في المشاركة فيها.

1-4. أهداف الدراسة :

"وهي الدوافع التي تكمن وراء الإعداد بشيء من التحديد، فلكل بحث هدف، ودوافعه، وأغراضه التي أعد من أجل تحقيقها، فضلا عن الهدف العام لكل البحوث وهو الهدف العلمي". (غازي، دس، ص42)

تحاول هذه الدراسة تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- معرفة عادات وأنماط تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (التوتير).
- 2- التعرف على دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (التوتير).
- 3- معرفة الايجابيات والسلبيات التي يراها الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي (التوتير).

- 4- التعرف على أوجه استفادة الشباب من مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي.
- 5- معرفة وجهة نظر الشباب في دور مواقع التواصل الاجتماعي (التوتير).
- 6- الكشف عن أهم المعوقات التي تحول دون أن تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا فاعلا في تشكيل الوعي السياسي للشباب، بما يسهم في وضع التوصيات والمقترحات التي تسهم في تفعيل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز وتشكيل الوعي السياسي للشباب.

1-5- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

يفيد تحديد المفاهيم في أداء وظائف هامة، منها ما ذكره "روبرت ميرتون"، حيث يرى بأن المفاهيم تساعد على تحديد المعطيات التي تندرج تحت المفهوم، ومن ثم يساعد ذلك على التقليل من تدخل المعطيات الغريبة الخارجية عنه، والتي لا ينبغي أن تندرج تحته. (ليلة، 1983، ص 39) وأيضا تحتاج كل خطوة إلى توضيح المصطلحات الجديدة وتعريفها اصطلاحيا ثم إجرائيا، ويلجأ الباحث إلى تعريف بعض المصطلحات التي يمكن الإساءة في فهمها، أو فهمها على نحو مغاير لما أراده الباحث . (محمد نور العطار، 2012، ص 193)

وترتكز دراستنا على خمسة مفاهيم أساسية هي: الدور، مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي السياسي.

1-5-1- مواقع التواصل الاجتماعي:

يشير مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي إلى منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الهوايات أو الاهتمامات نفسها أو جمعه مع أصدقاء المدرسة أو الجامعة (راضي زاهر، 2003، ص 23).

ويقدم اندرياس كابلان (Andreas Kaplan) تعريفا لمواقع التواصل الاجتماعي بأنها: مجموعة من تطبيقات الانترنت التي تبني على أسس أيديولوجية وتكنولوجية من الويب وتسمح

بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشائه بواسطة الأفراد (وسائل تواصل اجتماعي: <https://ar.wikipedia.org/wiki>).

ويمكن تقديم تعريف اجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنت تتيح للمشاركة فيها إنشاء موقع خاص به. ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين من مختلف أرجاء العالم، وتوفر له فرصة التعبير عن آراءه وأفكاره.

1-5-2- الوعي السياسي:

هو الفهم العام للمناخ السياسي وما يحركه من تجاذبات ومخططات من الفاعلين السياسيين داخل الدولة أو خارجها نظرا للترابط العالمي للأحداث، كما يتعلق بالأفراد والمنظمات والمجتمعات على حد سواء (وعي سياسي <https://ar.wikipedia.org/wiki>).

ويقدم أحمد زكي بدوي تعريفاً آخرًا للوعي السياسي فيعرفه بأنه : معرفة المواطن لحقوقه السياسية واجباته، وما يجري حوله من أحداث ووقائع وقدرته على التصور الكلي للواقع المحيط به ليعايش خبرات ومشكلات المجتمع السياسي الكلي (احمد زكي بدوي، 1982، ص 80).

ولغايات هذه الدراسة فانه يمكن تقديم التعريف الاجرائي التالي لمفهوم الوعي السياسي: هو مدى إدراك الأفراد للشؤون والأحداث السياسية، ومدى قدرتهم على فهمه وتحليلها، وكذلك تنمية معارفهم وخبراتهم وتشكيل اتجاهاتهم السياسية.

1-5-3- الدور:

- لغة: يشير الدور إلى الاضطلاع بمهمة. (دون مؤلف، 1987، ص451)

- اصطلاحا :

يعرف الدور أنه : " ما يتوقعه المجتمع من فرد يشغل مركزا معيناً في مجموعة ما، وفي حال إتباع الفرد لسلوكيات متوافقة مع المتوقع منه وفقاً لمركزه، فإنه يكون للمركز دوره في تشكيل سلوك الفرد." (رضوان، 1996، ص 134)

ويعرف بأنه: "ممارسات سلوكية تعكس مستلزمات وشروط خاصة به، مصاغة ومفروضة عليه من قبل المجتمع" (معني، 1991، ص 226)

-إجرائيا :

وهو المهمة التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي (التوتير) في تشكيل الوعي السياسي لدى فئة الشباب .

1-6- حدود البحث:

لقد احتوت عينة الدراسة على 30 مفردة، نظرا لضيق الوقت لإنجاز المذكرة في الوقت المحدد، وأيضا للظروف التي مرت بها البلاد المتمثلة في انتشار وباء كورونا (كوفيد 19)، وما ترتب عنه وجوب تقليص حجم العينة إلى 30 مفردة فقط.

1-6- الدراسات السابقة :

وهي مجموعة الدراسات والبحوث التي تناولت جانب من جوانب إشكالية الدراسة الحالية، والتي تساهم في تحديد الإشكالية تحديدا دقيقا، وأيضا صياغة الفروض وإثراء الإطار النظري لها.

وهناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع الشباب إلا أنها في مجملها كانت تدور حول اتجاهات الشباب نحو قضايا معينة مثل: مشكلات الشباب والاعتزاز والمشاركة السياسية، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على أفكار وسلوكيات مستخدميها ولا سيما في الانتخابات وأوقات الأزمات، ونلاحظ ندرة الدراسات التي عالجت موضوع العلاقة والأثر بين الوعي السياسي ومواقع التواصل الاجتماعي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، إلا أن هناك عدد من الدراسات التي حاولت الاقتراب من مضمون وأهداف هذه الدراسة، ومن هذه الدراسات نذكر ما يلي :

1-6-1-دراسة فهد علي (2014) بعنوان: "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجاً) دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود":

وهي دراسة مسحية استخدم الباحث فيها المنهج الوصفي التحليلي، وهدفت إلى بيان أثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة ومحاولة الكشف عن الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدام طلاب الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل تمثلت في: التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، إهمال أداء الشعائر الدينية، وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في: الاطلاع على أخبار البلد، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، وكان من أهم توصيات الدراسة ما يلي: تكثيف الندوات العلمية والبرامج التعليمية الهادفة التي تبين لطلاب الجامعة التأثير السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية، والاهتمام بصورة مستمرة خاصة في الوقت الراهن بدراسة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد خاصة الشباب؛ نتيجة لما تؤثر به على سلوك الشباب وعلى القيم والمفاهيم والثقافة والهوية المحلية، وكذلك الهوية الدينية وما يرتبط بها من قيم وعادات وسلوكيات.

2-دراسة (2011): Robin Effing, Jos van Hillegersberg and Theo Huibers بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: هل يضيف الفيسبوك والتويتر واليوتيوب الصبغة الديمقراطية أنظمتنا السياسية؟":

عرضت الدراسة نتائج مراجعة الأدبيات فيما يتعلق بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الانتخابات وبينت النتائج الميدانية للدراسة عن انتخابات (2010-2011م) في هولندا أن هناك تحديات عديدة عندما يتعلق الأمر بإشراك الناس في السياسة الحزبية، وإن الجهود السابقة

لتشكيل المشاركة العامة باستخدام أدوات الانترنت التقليدية لم تحقق التطلعات المأمولة، ولكن باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي فان المعطيات قد تغيرت، لان المشاركة بدت وكأنها المفهوم المحوري الذي يفسر الفرق بين الانترنت القديم ومواقع التواصل الاجتماعي في هولندا، لم يكن لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير واضح على السلوك الانتخابي خلال الانتخابات المحلية (2011/2010م) ولكن الوضع كان مختلفا خلال الانتخابات القومية (2011/2010م) فالسياسيين الذين كان لديهم تفاعل أكثر مع مواقع التواصل الاجتماعي حصلوا على أصوات أكثر في معظم الأحزاب السياسية، وفي النهاية قدمت الدراسة جدول أعمال للبحوث المستقبلية لدراسة كيف يمكن أن تستفيد الأحزاب السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي لتحسين الطريقة التي تتعامل فيها الأحزاب السياسية مع أعضائها والمناصرين لها

3-دراسة عبد الكريم الديبسي وزهير الطاهات (2013م) بعنوان: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية"

هدفت الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها للأخبار والمعلومات، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبانة لمسح آراء الطلبة وجمع الحقائق والمعلومات ثم تحليلها. وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وان تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي من شأنها التأثير في تشكل الرأي العام، ومنافسة لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الالكترونية في ذلك، وكان بعض معلوماتها ايجابيا مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبياً مثل محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية، والتحريض

على التظاهر أو الاعتصام أو الإضراب، واستخدام العامل الديني لإثارة سلوك افراد المجتمع، او الدعوى لمقاطعة الانشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

4-دراسة احمد السعيد الهجرسي (2013م) بعنوان: "الإعلام الاجتماعي والحراك السياسي

للمصريين بالخارج : دراسة على عينة من أعضاء هيئة التدريس المصريين بجامعة بيشة"

حيث سعت الدراسة إلى رصد الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في الحراك السياسي لدى المصريين في الخارج، وأدوات التعبير عنه خاصة لدى فئة نوعية تتميز بالوعي الاجتماعي والسياسي ممثلة في أعضاء هيئة التدريس في جامعة بيشة في المملكة العربية السعودية، والتعرف على أنماط المشاركة وخصائص هذه المشاركة ودوافعها. وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن (83.3%) من عينة الدراسة يمتلكون حساب في احد مواقع التواصل الاجتماعي، وكان الفيسبوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من قبل عينة الدراسة، وأوضحت الدراسة أن أكثر من نصف العينة (58%) يشاركون بصورة منتظمة في مناقشة الموضوعات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وأخيراً أوضحت نتائج الدراسة أن أهم الأسباب التي تشجع عينة الدراسة على المشاركة في الحوار السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كون هذه المواقع تحقق التفاعل مع ما تنشر من موضوعات عن الحراك السياسي وهذا ما يميزها عن مواقع الإعلام التقليدية.

5- دراسة: Jane Kinninmont (2013) بعنوان: " إلى أي مدى يحدث توتير

تحولات في المجتمعات الخليجية"

حيث بينت الدراسة أن قطاع الشباب في دول الخليج العربي من أكثر المستخدمين شغفا بمواقع التواصل الاجتماعي في العالم وان الاستخدام المتزايد للانترنت والهاتف المحمول سيؤثر بشكل كبير على مجتمعات الخليج ولا سيما في ضوء صعوبة التحكم التقليدي للدول في مواقع الإعلام، وهو الأمر الذي سبق وحدث من خلال المحطات الفضائية مثل الجزيرة والعربية وغيرها، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم للحكومات الفرص للتواصل الاجتماعي مع المواطنين.

6-دراسة مصعب حسام الدين قتلوني (2012م) بعنوان: "دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً"

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي لعبته هذه المواقع في إطلاق شرارة الثورات العربية بشكل عام ومصر بشكل خاص، وناقشت أبرز مظاهر تحول هذه المواقع وبالأخص "الفيسبوك" من الطابع الاجتماعي البحت إلى الطابع السياسي المؤثر، ورصدت كيف تحول نشطاء الإنترنت ممن اعتادوا على قضاء معظم أوقاتهم خلف شاشات الكمبيوتر وفي غرف الشات والدرشة والفيسبوك، إلى موج بشري هادر في الشوارع والطرقات والميادين يهتفون بأعلى صوتهم "الشعب يريد إسقاط النظام". وتناولت الدراسة مفهوم التغيير السياسي وأبرز مراحل ووسائله، وثورة تكنولوجيا المعلومات والانترنت وظهور أدوات جديدة كالصحافة الإلكترونية والإعلام الجديد الذي تندرج تحته مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك دور الفيسبوك في تهيئة الأجواء قبل اندلاع الثورة من خلال نجاح نشطاء الانترنت بتسليط الضوء على قضايا مهمة مثل الفساد والتعذيب في السجون والمعتقلات، وأخيراً الدور المباشر الذي لعبه الفيسبوك وخاصة "صفحة كلنا خالد سعيد" في إطلاق الشرارة الأولى. وخلصت الدراسة إلى أن طفرة التكنولوجيا والتطور السريع لشبكات الانترنت وتقنية المعلومات فرضت نفسها بقوة، وأصبحت للمرة الأولى النواة التي تنطلق منها شرارة الثورة والتغيير.

7-دراسة زهير عابد (2012) بعنوان: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي :"

هدفت الدراسة إلى معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، حيث قام الباحث باختيار عينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها(500) مبحوث، وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع شبكات الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة (88.08%)، ويليه في

المرتبة الثانية الفيس بوك، ونسبة (79.8%)، وتتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة إلى اقل من (3) ساعات، ونسبة (40.4%)، وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة (66.8%) وأنهم يثقون بها وبالرد الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها (58%).

2- المدخل النظري للدراسة :

2-1- نظرية الاستخدامات والإشباع:

أولاً: الخلفية التاريخية لنظرية الاستخدامات والإشباع:

ارتبطت البدايات الأولى لهذه البحوث بالدراسات الإمبريقية لتأثير وسائل الإعلام، ومن أبرز روادها "إرنهايم"، الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت، و"بيرلسون" الذي استعمل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يتفقدون صحيفتهم اليومية المعتادة. (علاق، 2010، ص 80)

انتشر هذا المدخل في السبعينيات من القرن الماضي، حيث كثف الباحثون جهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور. (مشاقبة، 2011، ص 186)

وتهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك تأثير عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك سلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام. (حجاب، 2010، ص 297)

حيث تعد نظرية الاستخدام والإشباع بمثابة نقلة نوعية فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال والنموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ويتميز الجمهور في إطار مدخل الاستخدامات والإشباع بالنشاط والإيجابية والقدرة على الاختيار الواعي والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة ماذا يفعل الجمهور بالوسيلة. (عبد الواحد، 2008، ص 65)

ثانياً: مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعرف بأنها "دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة. (العادلي، 2004، ص 9)

ويعني ذلك تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة كامنة استجابة لدوافع وحاجات فردية .

ثالثا: فروض النظرية :

وضع كاتز وزملاؤه من علماء الاتصال (بلومر) و(جوفيش) خمسة فروض رئيسية ، تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباع التي يسعون لتحقيقها من وراء هذا الاستخدام وهي :

1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.

2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية .

3- أن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

4- أن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات.

5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتواها فقط. (عبد الحميد، 2011، ص 229).

رابعا: أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع :

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة والتفاعل الذي يحدث نتيجة التعرض .
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- الكشف عن الإشباع المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها، من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباع المحققة من هذا الاستخدام والتعرض.

- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباع الناتجة عن ذلك. (عبد الحميد، 2011، ص229)

خامسا: عناصر نظرية الاستخدامات والإشباع :

1-الجمهور النشط : ويتحدد مفهوم الجمهور النشط بما يلي :

-الانتقائية في الاختيار : حيث يقوم الجمهور باختيار وسيلة اتصالية معينة ويختار التعرض لمضمون معين فيها .

-الانتفاع: حيث أن جمهور وسائل الاتصال يختار الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.

-الاختيار المعتمد: يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة إعلامية معينة لإشباع حاجة ما، ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة الإعلامية .

-الاستغراق: ويحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، حيث أن استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون، يعتمد على مدى توحد الجمهور مع شخصيات التلفزيون (علوان، 2008، ص14).

2- الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:

يعني هذا أن جمهور وسائل الإعلام يتميز بوجوده وتفاعله مع بيئته الاجتماعية، ومن خلال هذا التفاعل تتولد لدى الفرد العديد من الحاجات التي تسهم وسائل الإعلام في إشباع جزء، بينما تسهم المصادر الأخرى في إشباع الجزء الباقي. والملاحظ أن هذه الطبيعة الاجتماعية التي يتميز بها جمهور وسائل الإعلام لا تؤثر فقط على سلوكه الاتصالي في استخدامه لهذه الوسائل، بل يؤثر أيضا على تفسيره بمعاني الرسائل التي يتعرض لها . (عبد الواحد ، 2008 ، ص75)

3- حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام : وتنقسم إلى قسمين :

- دوافع نفعية : وصف جون مبريل العوامل الدافعية للتعرض الانتقائي في ثلاث فئات رئيسية هي الحاجة إلى الانتماء، ثم الاستطلاع وكذلك إل تقدير الذات . (عبد الحميد ، دس ، ص209).

- دوافع طقوسية : وهي تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، الصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة. (شنتلة وكامل، 2015، ص 11)

4- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال : تخلق حالة الفرد الداخلية وميولاته النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض إلى وسائل الاتصال، وتعد التوقعات خطوة مهمة في عملية التعرض لوسائل الاتصال، وهو مفهوم جوهرى يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث أنه إذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية، وغير اتصالية أخرى، طبقا لاحتياجاتهم، فلا أن يكونوا على درجة كافية من الوعي، ببدايل تكون أكثر إشباعا لاحتياجاتهم، حيث أن السلوك الإصتالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون هذا السلوك مساهمة في إشباع احتياجاتهم. (المزاهرة، 2012، ص 198).

5- إشباع وسائل الإعلام : تقسم الكثير من الدراسات إلى نوعين هما :

أ- **الإشباع المطلوبة :** المقصود بها التي يسعى أفراد الجمهور إل البحث عنها بهدف الحصول عليها، وتحقيقها من خلال استخدامهم المتواصل لوسائل الاتصال الجماهيري وتعرضهم لمحتوى رسائلها، وليس كل ما يسعى إليه الأفراد من إشباع بالضرورة يتحقق، لاسيما وأن نتائج العديد من الدراسات لاتزال تؤكد أن مستوى الإشباع المكتسب أو المتحقق بصورة عامة تقل نسبته عن مستوى الإشباع المطلوب.

ب- **الإشباع المتحققة أو المطلوبة :** هي تلك الإشباع التي يكتسبها الفرد ويحصلون عليها، وتتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري وتعرضهم لمحتوى رسائلها، والمتثلة في تلك القيمة أو المنفعة التي تحملها الرسالة الإعلامية في طياتها، أو الفائدة التي ينطوي عليها المحتوى، وتحقق إشباعا حقيقيا لحاجات الأفراد ودوافعهم. وتسعى دراسة الاستخدام إلى تأييد هذا التصنيف من خلال التركيز على جانبين :

- ما يحتاج الجمهور من وسائل الإعلام.

- ما يريد الجمهور من وسائل الإعلام. (المزاهرة، 2012، ص ص 201-202)

6- الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات :

وجهت انتقادات والتي أوردها ماك كوايل والتي يمكن إجمالها في النقاط التالية:

- تعتبر مقارنة نفسية جديدة مبالغ فيها ففي تلقي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى .
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمتعاقل وبين تطوعية التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلوك اتجاه يعتمد على الاعتبار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستعمال في المواجهة له .
- توجد فلسفة الاستخدامات والإشباعات باستمرار ومسألة قوة تأثير مضمون وسائل الاتصال (حبوب، 2015/2014، ص32)

3-الإجراءات المنهجية للدراسة :

3-1-مجالات الدراسة :

وتعتبر خطوة تحديد مجال الدراسة خطوة أساسية لأي دراسة علمية، فهي تساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، فنجد ثلاث مجالات رئيسية وهي:

3-1-1-المجال الجغرافي :

أجريت الدراسة بجامعة محمد بوضياف بولاية المسيلة .

3-1-2- المجال الزمني :

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقها البحث، البداية كانت من شهر جانفي، قمنا فيها بفرز كل البيانات فيما يخص الفصول الثلاثة الأولى والبحث عن المراجع والكتب في المكتبة والبحث عن الدراسات السابقة وتحميل عناوين لمواقع إلكترونية، إلى غاية شهر مارس، وخصصنا شهر سبتمبر للجانب التطبيقي لدراستنا. والمتمثل في إعداد الاستمارة وتوزيعها، ثم تفريغ البيانات وتحليلها، وأخيرا خرجنا بالنتائج النهائية.

3-1-3- المجال البشري :

يشمل مستخدم موقع التويتر من فئة الشباب بولاية المسيلة، من الجنسين ذكور وإناث، وأيضا بمختلف أطوارهم التعليمية، وجميع التخصصات، حيث تسمح بالحصول على إجابات تخدم وتجيّب على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

3-2-نوع الدراسة ومنهجها :

تندرج هذه الدراسة تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية إلى تستهدف بحث الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة الظاهرة بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، وذلك من خلال رصد الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي في الأردن، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات، في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً. (الطائي، 2007، ص95)

فهي تسعى لمعرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي (التويتر) في تشكيل الوعي السياسي لدى فئة الشباب.

ويعد المنهج أساس أي دراسة علمية لأنه كفيل بقيادة الباحث في مختلف مراحل البحث، ويقصد بالمنهج: "الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة القواعد العقلية حتى تصل إلى نتيجة معلومة." (أبو شنب، 2002، ص149)

والمنهج المناسب في هذه الدراسة هو منهج المسح بالعينة، لتجنب وقوع في مشكلة المسح الشامل الذي يتطلب وقت طويل وجهد كبير .

ويعد منهج المسح نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات من المفردات البشرية وهو ما استقر في المجالات العلمية والمعرفية، وهو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم...، وهو بهذا المفهوم يعد المنهج الرئيسي لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي أو التحليلي. (عبد الحميد، 2004، ص151)

3-3- مجتمع وعينة الدراسة :

إن مجتمع البحث يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة. (عليان، غنيم، 2009، ص137)

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في فئة الشباب بمدينة المسيلة والذين تم حصرهم فيما بعد في عينة ممثلة للمجتمع الأصلي.

بما أن مجتمع البحث في هاته الدراسة هو فئة الشباب وهو مجتمع كبير الحجم، لا يمكن إجراء مسح شامل عليه، لهذا اخترنا في دراستنا أسلوب المسح بالعينة، وتعرف العينة بأنها: "طريقة جمع البيانات والمعلومات من عناصر وحالات محددة يتم إختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر المفردات ومجتمع الدراسة بأساليب مختلفة . (عليان، غنيم، 2009، ص138)

وقد إعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة متمثلة في الشباب، حيث تم إختيار مفرداتها بطريقة عشوائية، وقد تكونت عينة الدراسة من 30 مفردة من شباب مدينة المسيلة.

3-4- أدوات جمع البيانات :

إن نجاح أي بحث علمي مرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي إستخدمها الباحث في جمع بياناته، كما أن تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية وموضوعية يؤدي إلى التوصل لنتائج علمية تحيط بجميع جوانب الظاهرة المدروسة، ويتم عادة تحديد الأداة أو الأدوات اللازمة لجمع البيانات في مرحلة إعداد تصميم البحث في ضوء الأهداف والبيانات المتاحة، ومدى ملائمة هذه الأدوات لدراسة المشكلة موضوع الدراسة، (عطوي، 2007، ص 79)

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات.

-الاستبيان : تعرف بأنها "هي إحدى وسائل الحصول على المعلومات والتي تستعمل على نطاق واسع، فهي أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث. (عطوي، 2007، ص 99)

وتعرف أيضا "هي وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد، ويسمى الشخص الذي يقوم بملء الاستمارة بالمستجيب. (كاظم وآخرون، 2008، ص 97)

إنطلاقا مما سبق يمكننا القول أننا اعتمدنا في دراستنا هذه على استمارة الاستبيان لجمع البيانات لعدة اعتبارات أهمها:

- ملائمة الاستبيان لنوع الدراسة ومنهجها، والأهداف العامة التي ترمي إليها الدراسة .
- مساعدة الاستبيان على جمع أكبر قدر من الحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة في جانبها الميداني.
- طبيعة الأداة التي تمكن الباحث من الوصول إلى أكبر قدر ممكن من أفراد مجتمع البحث، كما أنها توفر الجهد والوقت إذا ما تمت المقارنة بينها وبين الأدوات الأخرى.

وبعد الاتفاق مع الأستاذة المشرفة على الاستمارة في شكلها الأولي، تم التأكد من صدق الأداة والوقوف على مدى كفاءتها في الحصول على المعلومات المطلوبة بعرضها على عدد من الأساتذة المحكمين، من أساتذة قسم العلوم الإنسانية تخصص الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف

المسئلة ، والذين أبدوا جملة من الملاحظات والتي أخذت بعين الاعتبار، وقد تم توظيف مختلفها في إطار إعادة صياغة الأسئلة وترتيبها واستبعاد الأسئلة التي لم تحصل على نسبة إطفاق، لتصبح استمارة الاستبيان بعد ذلك في صورتها النهائية صالحة للتطبيق الميداني.

وقد احتوت استمارة الاستبيان في شكلها المعتمد في هذه الدراسة على 25 سؤال موزعة على

المحاور التالية :

أولاً: البيانات الشخصية

المحور الأول: خاص بعادات وأنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

المحور الثاني: دور مواقع التواصل الاجتماعي (التويتر) في تشكيل الوعي السياسي.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

I- مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد استقطبت شبكات التواصل الاجتماعي ملايين المستخدمين من شتى بقاع الأرض، ومن كافة الشرائح الاجتماعية والفئات العمرية بما فيهم الشباب خاصة، محدثة تحولات جوهرية في أنماط التفاعل وأساليب التواصل الاجتماعي، وقد نجم عن ذلك تداعيات ساهمت بشكل فاعل في صياغة ملامح كثير من المجتمعات فكريا واجتماعيا، وانتشرت بكثرة هذه الشبكات في الفترة الأخيرة ومن ضمنها تويتر، الفيس بوك، اليوتيوب والعديد من المواقع الأخرى ولكن ليس جميعها مثل بعضها البعض، وستناول في هذا الفصل مجموعة من العناوين التي ساعدت في إبراز أهمية مواقع التواصل: كنشأة مواقع التواصل الاجتماعي، مفهومها، أنواع شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي، شبكات التواصل الاجتماعي صعوبات وتحديات.

1-نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يعد التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة بواسطة وسائل الاتصال الرقمي التفاعلي يتم خلالها إرسال واستقبال المعلومات بين طرفين أو عدة أطراف، ويعرف مرسلي مشري الشبكة الاجتماعية بأنها: مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة، كما تطلق على الشبكات الاجتماعية عدة تسميات منها: الويب، الشبكات الرقمية الاجتماعية، مواقع الشبكات الاجتماعية، فالشبكة الاجتماعية هي بيئة اجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهي مرتبطة بعضها ببعض بتفاعلات اجتماعية، عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب، والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للانترنت غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية.

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد شهدت مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة، تعددت و تنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الاشباع، ويأتي في مقدمتها موقع twitter ،. linkedin ،myspayce ،face book ، وغيرها.

وتعددت تعريفات مواقع الشبكات الاجتماعية وتختلف من باحث إلى آخر حيث يعرفها balas على أنها " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت أين يمكن للإفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة ، وبالمثل يعرفها maloney krichmar و prêche على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج.

نلاحظ أن تعريفات الشبكات الاجتماعية تتعدد و تختلف من باحث إلى آخر غير أن التعريفات التي أوردناها سابقا تتفق في عدد من النقاط و تختلف في أخرى سنحاول من خلال تحديدها أن نقدم تعريفا لمواقع الشبكات الاجتماعية. ونجد أن أغلبية التعريفات التي تناول مواقع الشبكات الاجتماعية تركز في مجملها على تشكيل هذه الشبكات لما يعرف بالمجتمع الافتراضي وكذا للعلاقات التي تجمع أفرادها و التفاعل بينهم هذا إلى جانب التركيز على قضية الهوية التي تحدد من خلالها قوائم الأصدقاء الذين يكون التفاعل معهم عبر الشبكة.

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، وفي كل يوم يظهر المزيد منها ، ولكن لتسهيل عملية الاستيعاب سوف نقوم بتصنيفها:

أ-النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد و تبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

- المدونات **blogs**: هذا الموقع مثال لمدونة شخصية، كما يوجد العديد من أنواع المدونات، بعضها. يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، أما الأخر فيختص بأمر شخصية ويومية.

- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي: لعل من أشهر هذه المواقع هو موقع فيس بوك وليكييد ان وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن اصدقاء الدراسة.

- مواقع الفعاليات **events** : هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية LBS لتحديد موقع التجمع .

ب- النوع الثاني: من مواقع التواصل الاجتماعي و التي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل الويكي هي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية من افضل الامثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية.

ج- النوع الثالث من مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الوسائط المتعددة: مواقع التصوير والفن يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الأخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر ابداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الانتاج الفني.

II- موقع التويتير:

1- نشأة التويتير:

ظهر تويتير بداية عام 2006 على يد ثلاثة من المبرمجيين الطموحين jack dordey و biz stone و evan willaims كمشروع تجريبي للتواصل الداخلي بين موظفي شركة في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية، ومع ظهور الفائدة من خدمات هذا المشروع قامت الشركة في وقت لاحق من ذلك العام باطلاق تويتير بشكل رسمي للاستخدام كموقع للتواصل الاجتماعي باسم twitter.com اي المغرد او المسقسق، ورغم تعرض الموقع للعديد من الصعوبات التقنية حتى وقت قريب بسبب تزايد عدد المستخدمين له، الا انه لاقى نجاحا واضحا على شتى الاصعدة، وبعد انفصال تويتير عن الشركة الام وتحوله في العام 2007 الى شركة قائمة بذاتها باسم twitter.inc و الاستمرار في تطويره و الارتقاء بخدماته توسع انتشاره بوتيرة عالية في مختلف انحاء العالم ليحظى بأكثر من 200 مليون مستخدم في عام 2011 . (بشير الحلاق، 2012، ص07)

2- مفهوم تويتير .

تويتير هو اداة شعبية للشبكات الاجتماعية تسمح للمستخدمين ارسال رسالة قصيرة معظمها يعتمد على النصوص ، ويصل طولها إلى 140 حرف تعرف باسم " تغريدة " . ويتم نشر هذه التغريدات بعد ذلك عبر الانترنت ويمكن أن يراها العامة، و يمكن لمستخدمي تويتير ارسال تغريداتهم، أو اتباع تغريدات مستخدمين آخري ناو المشاركة في مناقشة أوسع عن موضوع او حدث معين، كما يشار الى تويتير بشكل عام انه أداة " المدونات الصغيرة " وهو مصطلح شير إلى أن تويتير هو سجل ويب قصير او (مدونة) قصيرة . (مركز التكنولوجيا المساعدة مدي ، دت، ص 2)

تويتير اداة عصرية يمكن أن نقول انها معلومات و رسائل تصلك حسب الطلب و بالمذاق المناسب . (الدكتور ابراهيم بن محمد الحجى ، د ت، ص 3)

تويتر (بالانجليزية : twitter) هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصر و التي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طرق موقع تويتر أو عن طريق ارسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك (محمد بن فتح محمد ، د ت، ص 5)، و تقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل قصيرة تسمى تويت " تتكون من 140 حرف كحد أقصى، و يتيح الموقع لمستخدميه ارسال رسائل عبر الهاتف النقال، ورسائل فورية او رسائل على الموقع، و تأتي هذه الرسائل ردا على سؤال مباشر هو " ماذا تفعل " و يتيح كذلك تبادل حالاتهم المزاجية بسهولة و يسر بين مجموعة كبيرة من الأصدقاء .

ويعد تويتر من الرابع في الاستخدام من بين شبكات التواصل الاجتماعي، حيث وفر التعامل بعدة لغات منها الانجليزية و اليابانية لكثرة عدد المستخدمين والمطورين اليابانيين، ويتميز بعدم وجود خدمة الاعلانات على الموقع باللغة الانجليزية، و تجاوز عدد مستخدمي تويتر في العالم 200 مليون مستخدم في نهاية شهر أذار من العام 2011، ففي الوطن العربي وحده بلغ عدد مستخدمي تويتر مليون و 150 الف في نفس العام ، و أصبح سكان الخليج هم الأكثر استخداما لتويتر في الشرق الأوسط.

3- استخدامات تويتر:

- الحديث عن الحياة الخاصة : كونه انطلق لتحقيق هذه الغاية، و نسبة كبيرة مما ينشر عبره سرية .
- التواصل مع الاخرين : باستخدامه لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت انظار الجميع و دون سرية
- ارسال رسائل قصيرة sms مجانية : وهذه الخدمة غير متاحة الا لبعض الدول ، حيث يلجأ كثير من المستخدمين لإرسال الرسائل الى اصدقائهم مجانا بتشغيل خدمة الأخطار الالي عبر

الرسائل القصيرة، وبمجرد وصول الرسالة الى الموقع يحوّلها إلى الهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة.

- المتابعة المباشرة للملتيقات و الأحداث المختلفة : يقوم البعض بتغطية الملتيقات والمعارض عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار و المعلومات التي لا تحتاج الى كثير من التفاصيل.

- استخدامه كملحق للمدونات: يستخدم كإضافة على المدونات الشخصية (في حالة استخدام تطبيقات مضافة لكتابة مواضيع سريعة و أخبار عاجلة و حصرية).

- استخدامه لنشر الروابط : كان يضع المستخدمون عنوانا لما يتحدث عنه الرابط ، يتم تقليص طوله ليتسع لحجم التحديث.

- استحواب شبكة الاصدقاء ومناقشتهم: يستخدم هنا كأداة لطرح الأسئلة والحصول على الاجابات والمناقشات بطريقة أنية.(عبد الله ممدوح مبارك، 2011-2012، ص 47).

4- الخدمات التي يقدمها تويتر:

يقدم تويتر خدمة التدوين بحيث أن تحتوي الرسالة الواحدة كحد اقصى 140 حرف بحيث تسمح لمستخدميها بإرسال اخر التحديثات عن حالتهم عن طريق موقع تويتر مما يؤدي إلى ظهور التحديثات الأخيرة على صفحة المستخدم وكذلك يسمح للأصدقاء من قراءة آخر التحديثات مباشرة من خلال صفحتهم الرئيسية او زيارة ملف المستخدم الشخصي، ويمكن تويتر من استقبال الردود و التحديثات عن طريق البريد الالكتروني، وملخص الأحداث RSS وعن طريق الرسائل النصية القصيرة SMS وذلك باستخدام اربعة ارقام خدمية المتواجدة في الولايات المتحدة و كندا و الهند بالإضافة الى الرقم الدولي و الذي يسمح للمستخدمين حول العالم الارسال له في المملكة المتحدة، و هناك العديد من التطبيقات التي يمكن من خلالها ارسال رسالة نصية قصيرة أو برامج المحادثة الفورية مثل سكايب او المواقع الاجتماعية الأخرى مثل الفيس بوك، حيث دعم موقع تويتر اللغة الانجليزية و الى جانبها اللغة اليابانية في ابريل 2008 و كان سبب اطلاق نسخته من اللغة البيانية بسبب ازدياد عدد المستخدمين على الموقع من اليابان مما ادى الى زيادة عدد

المستخدمين في اليابان وزيادة شهرته مما أدى الى تفوقه عن النسخة الانجليزية بحيث تمتاز النسخة اليابانية من وضع اعلانات عليها على عكس النسخة الانجليزية التي لا تدعم نظام الاعلانات حتى الآن، ولقد لقي تويتر الاقبال من العديد من الناس ومن الشركات العاملة في مجال الاعلام والانترنت على الرغم من ظهور العديد من المواقع المنافسة الموقع تويتر الا ان المستخدمين مازالوا يداومون على استخدامه.

5- احصائيات مستخدمي تويتر في الجزائر:

أظهرت دراسة حديثة حول إنتشار مواقع التواصل الإجتماعي من بينها تويتر في العالم العربي أشرفت عليها كلية دبي للإدارة الحكومية مؤخرا أن الجزائر تصنف في ذيل قائمة الدول العربية المستخدمة لتويتر خلافا لدول مجاورة بشكل يطرح تساؤلات حول سبب عزوف الجزائريين سواء المسؤولين أو عامة الناس عن هذه الشبكة الاجتماعية ، وكانت الدراسة قدرت عدد الجزائريين المستخدمين لشبكة تويتر إلى غاية مارس 2012 ب 400 ألف مستخدم بمعنى أن الرقم قارب حاليا نصف مليون عضو في الشبكة، و ضعف استخدام شبكة تويتر من طرف الجزائريين راجع إلى أنه لا يحمل عددا كبيرا من الكلمات حيث لا تتعدى 140 كلمة بالإضافة إلى أنه باللغة الإنجليزية وهو جديد بالمقارنة مع الفيس بوك "واعتبر ضعف استخدامه "غير مقتصر على الجزائر فثقافة التواصل الإلكتروني لم تصل إلى المجتمع الجزائري بشكل كبير إلا بعد أحداث الربيع العربي"، ولا نستغرب أن عدم اهتمام المسؤولين والسياسيين بهذه الشبكة واهتمام الأقلية منهم بالفيس بوك الذي يحمل العدد الكبير من الكلمات عبر الرسائل النصية"، راجع عدم اهتمام المسؤولين بالشبكة إلى "ضعف ثقافة التواصل الإلكتروني مع المواطنين إضافة الى ذلك أن استعمال هذه المواقع منحصر على الحملات الانتخابية. " ولم ترتبط ظاهرة عدم انتشار استعمال تويتر عند الجزائريين بالظاهرة الأمنية للمعلومات حيث أكد أنها جانب ثانوي في المعادلة.

ومن جهة أخرى أكد مدير عام مؤسسة فوراكس تكنولوجي والخبير في المعلوماتية مبارك بوكعبة أن ظاهرة عزوف الجزائريين عن تويتر مرتبطة بنمط اجتماعي " مضييفا بان الجزائري على

العموم ليس له قابلية لاستعمال وسائل التواصل الاجتماعي أحادية اللغة الإنجليزية - مشيرا في الوقت ذاته إلى أن ضعف الحماية والأمن المعلوماتي سيب كفيل بعزوف الكثيرين عن مواقع التواصل الاجتماعي من بينها المسؤولين الذين يهابون استعمال هذه المواقع نظر لأن صاحبها معرض للقرصنة خاصة أن الكثيرين ممن يستخدمون هذه المواقع لهم هويات مزيفة.

الجدير بالذكر أن الجزائر عرفت زيادة ب 601 مستخدم من الفترة الممتدة بين سبتمبر 2011 و مارس 2012 بعد أن كانت 496 ألف مستخدم، حيث تتموقع في المراتب الأخيرة من حيث عدد المستخدمين لتويتر قبل 3 دول عربية فقط هي ليبيا 341 ألف مستخدم، والسودان 310 ألف مستخدم والصومال ب 303 ألف مستخدم فقط، في حين تفوقت على الجزائر في سلم الترتيب دول فلسطين واليمن والعراق .

وقد شهدت المنطقة العربية الى غاية الربع الأخير من السنة الجارية تزايدا ملحوظا في عدد المستخدمين على موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" حيث بلغ عدد المستخدمين ازيد من 172 مليون مستخدم اغلبها بدولة قطر و المملكة العربية السعودية ، الامارات العربية المتحدة و الكويت بالإضافة الى البحرين و مصر و البلدان التي عرفت أحداث الربيع العربي.

وختاما فلقد لعب تويتر دورا محورا مهما في حشد الجماهير وتمكينهم من ابداء رأيهم، فمن خلال وسائل الاعلام الاجتماعي اصبح للفرد التمتع بالخصوصية والأمان وهذه الميزة التي استطاع تويتر توفيرها للنشطين فيه، فلقد لقت بنسبة انتشاره شهرة كبيرة في العالم الغربي والعربي واقترنت بدول الخليج التي تتنوع استخداماته لتويتر، وان كان معظمهم يستخدمه بغرض تبادل المعلومات مع الاصدقاء و اغراض ترفيهية اخرى فكانت للجزائر جزء من المساهمة فيه وأن كانت تصنف في ذيل الدول العربية وقد وقفنا على مجموعة من الاسباب التي بينها الدراسة والتي تعيق استخدامه في الجزائر و خصوصا الطلبة و من بينها عدم التفاعلية وصعوبة استخدام الموقع بالإضافة الى انه محدود التقنيات و هذا ما جعله منبوذ من طرف الشباب باعتبارهم شريحة حيوية و تفاعلية .

III- ماهية الوعي السياسي:

1- تعريف الوعي السياسي:

لا زال وضع التعريفات وتحديد المفاهيم والمصطلحات في العلوم الإنسانية والاجتماعية بشكل عام، احد التحديات التي تواجه الباحثين في هذا السياق، إذ يندر وجود اتفاق حول تعريف مفهوم من مفاهيم العلوم الإنسانية والاجتماعية، ومفهوم الوعي السياسي ليس استثناءً، وهكذا تعدد تعريفات الوعي السياسي، ويشوب بعضها الغموض، وذلك بحكم تشابك وتداخل المفهوم مع بعض المفاهيم الأخرى مثل الثقافة السياسية والمشاركة السياسية والتنشئة السياسية والتنمية السياسية وغيرها، ولغايات هذه الدراسة يمكن الإشارة إلى بعض التعريفات التي تناولت الوعي السياسي، فعلى سبيل المثال يرى جلال معوض أن الوعي السياسي: هو مدى معرفة الأفراد لحقوقهم وحاجاتهم السياسية، وقدراتهم على التصور الكلي للواقع المحيط بهم، وفهمهم لما يجري حولهم من أحداث ووقائع (جلال معوض، 1983، ص 73).

أما كمال المنوفي فيرى: أن الوعي السياسي هو: معرفة المواطن لحقوقه وواجباته السياسية، وما يجري حوله من أحداث ووقائع وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، وقدرته على تجاوز خبرات الجماعة الصغيرة التي ينتمي إليها إلى خبرات ومشاكل المجتمع السياسي ككل (كمال المنوفي، 1985، ص 37)

كما يعرف الوعي السياسي بأنه: مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من اجل تغييرها وتطويرها. (أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل ، 1996، ص 204)

وبناء على التعريفات السابقة يمكن القول أن الوعي السياسي يتكون من العناصر أو المحددات الأساسية الآتية :

- المعرفة والإدراك: رؤية الفرد للموقف السياسي بكافة أبعاده ومعطياته .

- الشعور بالمسؤولية: أي اهتمام الفرد بالشأن العام واتخاذ موقف بشأنه.

- الممارسة: تحديد الدور الذي يمكن للفرد ممارسته من اجل أحداث التغيير المنشود.

2- أهمية الوعي السياسي :

تتبع أهمية الوعي السياسي من أهمية وخطورة السياسة والقرارات السياسية على حياة الشعوب والمجتمعات، فالوعي السياسي عنصر أساسي في بناء النظام السياسي الديمقراطي، حيث يعتبر الوعي السياسي المرحلة الأولى من مراحل المشاركة السياسية التي تنتج من الاهتمام السياسي إلى المعرفة السياسية و ثم التصويت السياسي وأخيرا المطالب السياسية (أسعد وطفة، 2003، ص135).

ويمكن إيجاز أهمية الوعي السياسي على النحو الآتي:

- للوعي السياسي دور هام في عملية التقدم الحضاري والنهضة الفكرية وتجاوز مرحلة الجمود الفكري والتخلف الحضاري والانهيار السياسي.

- يحدد الوعي السياسي دور الدولة ومؤسساتها واجهزتها في كيفية التعامل مع القضايا الحيوية للمواطنين ولا سيما المتعلقة بالحقوق والحريات.

- يساعد الوعي السياسي على تحليل الأحداث وفهمها وفهم الواقع بشكل موضوعي بعيدا عن العواطف والانفعالات.

- يساعد الوعي السياسي في التخلص من الاستبداد وبالتالي يسهم في التحول الديمقراطي والاستقرار السياسي والاجتماعي.

وبشكل عام يمكن القول أن الوعي السياسي تقوم بدور كبير في التأثير على الأحداث السياسية ويعتبر ضرورة حياتية في المجتمعات العربية التي تعيش حالة من الانغلاق السياسي والجمود الفكري، وفي المقابل فان غياب الوعي السياسي يعني اضطراب وتعثر شؤون المجتمع وانعدام الرؤيا وانتشار الاستبداد والفساد، والعجز عن أحداث التغيير الايجابي وما يترتب على ذلك من مشكلات وتحديات تعصف بالأنظمة السياسية وشعوبها على حد سواء.

3-أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي:

3-1- طبيعة النظام السياسي: إن من أهم ميزات الأنظمة الشمولية تحديد قدرة الأفراد على التفكير السياسي وجعل هذا التفكير يدور ضمن خطط محددة تخدم هذه الأنظمة ويصب في استمراريتها مما يؤدي إلى ابتعاد الأفراد بشكل عام عن التعمق بالثقافة السياسية كالدستور والحقوق والواجبات وصلاحيات السلطة وغيرها، لأن هذه كلها تعتبر من المحرمات في مثل هذه الأنظمة مما يسهم في ضعف الوعي السياسي للأفراد وتعميق حالة الاستغفال والتخلف.

عند التغيير لم تحل مشكلة الوعي السياسي لدى الجماهير إذ بدأت القوة السياسية ومن أجل مصالح ضيقة تلعب على ضعف الوعي السياسي الذي كان سائدا في المرحلة السابقة وعملت على تعميق الاختلاف المذهبي والقومي والعشائري خدمة لأهدافها المرحلة.

3-2-التخلاف الاجتماعي: إن أهم سمات هذا التخلف الأمية، التعصب، الاتكالية، الانغلاق، المزاجية، الانبهار غير الواعي وتهميش دور المرأة، وهذا بالتأكيد لم يكن وليد هذه المرحلة إنما هو تخلف تراكم عبر عقود من السيطرة الأجنبية وعدم الاستقرار والدكتاتورية.

3-3- ضعف العدالة الاقتصادية: وهذا الأمر أيضا يعود إلى المراحل التي عاشها المجتمع والتي عانى خلالها من الاستغلال الأجنبي والمحلي وعدم جدية الحكومات المتعاقبة على حل المشاكل الاقتصادية لا سيما البطالة وتوزيع الثروة والتصنيع وغيرها فضلا عن انعكاس الظروف السياسية على الواقع الاقتصادي، مما انعكس بالتالي على حالة المجتمع الثقافية بشكل عام والوعي السياسي بشكل خاص إذ أن من أبرز عوامل تراجع الوعي هو الفقر والبحث عن لقمة العيش التي لا تسمح للإنسان بأن يطالب بحقوقه السياسية التي تتيح له المشاركة في النشاطات السياسية بمختلف أوجهها، ونرى أن سياسة التجويع هي إحدى وسائل الأنظمة لإضعاف الوعي وإحباط المجتمع ومنعه من محاسبتها، الأمر الذي قد يدفع إلى ما يطلق عليه بالثورة الشعبية وهي في الواقع اندفاع غير واعي للجماهير المقهورة طلبا للخلاص مما ينتج عنه انهيارا شاملا لمرتكزات المجتمع وبروز حالة جديدة لا تعرف نتائجها.

4-العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي:

في البدء يجب أن نؤكد على ضرورة التوازن بين الواقع الذي عليه المجتمع وبين ما نصبوا إليه بعيدا عن الوهمية والطوباوية، إذ أن التحول السياسي الذي ينقل المجتمع منت حالة النظام الشمولي المنغلق إلى حالة النظام الديمقراطي المفتوح دون المرور بحالة الاستعداد النفسي والفكري قد يحدث حالة من فقدان التوازن الاجتماعي وهذا ما لاحظناه مع بداية التغيير، الأمر الذي يجعل الحاجة ماسة إلى إعادة التوازن للمجتمع قبل كل شيء من إشاعة الأمن والانضباط من ثم البدء بعملية تعميق الوعي السياسي وذلك من خلال:

-انبثاق الأطر السياسية الفاعلية التي تشكل النظام السياسي بكافة مستوياتها انطلاقا من أطر فكرية وإيديولوجية وطنية، تهدف بشكل حقيقي بالفعل والقول لبناء نظام ديمقراطي سليم بعيدا عن المصالح الضيقة والأهداف الآنية، الأمر الذي يعزز ثقة المواطن بتلك القوى وبالتالي تسهل عملية التأثير الإيجابي بينها وبين المواطن.

- التدرج في توعية المجتمع وتعريفهم بحقوقهم وواجباتهم وترسيخ مفهوم المواطنة بشكل الحقيقي بعيدا عن التعصب المذهبي أو القبلي أو القومي وبعيدا عن ربط المواطنة بأشخاص أو أحزاب وجعلها وفق المفهوم الحقيقي بالالتصاق بالوطن تاريخا وأرضا وشعبا وقيما.

- تنظيم علاقة المواطن بالدولة من خلال إيجاد قوانين عادلة تحقق المصلحة المشتركة للدولة والفرد.

- إشاعة الثقافة والذوق العام وإبراز مفهوم الجمال بكل جوانبه الروحية والأخلاقية والمظهرية في المجتمع، ويكون ذلك بواسطة ويكون ذلك بواسطة المؤسسات الرسمية لا سيما المؤسسات التعليمية منها بدء من المراحل الدراسية الأولى صعودا، وذلك من أجل بناء جيل يمتلك الثقافة والوعي ليسهم في تعميق التجربة الديمقراطية حتى تصبح مع مرور الزمن تجربة ناضجة احاكي التجارب الديمقراطية العريقة.

- تعميق مبدأ الحوار في حل الخلافات السياسية بعيداً عن التطرف، كون أن التطرف هو من سمات المجتمع البدائي وهذا من صلب واجب القوى السياسية المتواجدة على الساحة، والتي يجب أن تعطي نموذجاً صالحاً للأفراد.

- إشاعة مفهوم الأغلبية والأقلية بشكله السليم، إذ أن ما روج له بعد التغيير أن الأغلبية والأقلية إنما هي إما مذهبية أو قومية وبالتالي تصبح أغلبية دائمية وأقلية دائمية، وهذا خطأ جسيم في تطبيق مفهوم الديمقراطية. (موسى محمد آل طويرش، 2017، ص 05)

5- أدوات تكوين الوعي السياسي:

تعددت الأدوات التي يتم بها تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد، والتي يمكن للفرد أن يكتسب من خلالها معلوماته وحقائقه وقيمه ومثله السياسية، ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والإيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارساته اليومية، ويتكون عندما يشعر الفرد أنه مواطن في بلده وله حقوق وعليه واجبات ومن هذه الأدوات نجد:

1- الأسرة: تعتبر الأسرة النواة الأساسية لبناء المجتمعات، وهي أول مؤسسة ينشأ فيها الطفل ويتم تلقيه المبادئ التي تمكنه من التكيف مع مجتمعه، فبداخل الأسرة يبدأ الفرد باكتساب اتجاهات وأفكار جديدة، فهي المصدر الأول للمعلومات والقيم والمعتقدات السياسية، حيث يتجلى دور الأسرة في نقل معاني وطنية وما يدخل في نطاق ذلك من مفاهيم الوطن والهوية والأرض.

2- الأصدقاء: هم بناء اجتماعي غير رسمي يضم عدد من الأفراد، ولهم دور أساسي في تكوين وعي الفرد وتوجهاته السياسية وآرائه وقيمه.

3- المؤسسات التعليمية: تعتبر المؤسسات التعليمية بكل عناصرها إحدى أدوات تكوين الوعي السياسي لدى الأفراد، فهي تقوم بأهم دور من خلال التعليم وغرس القيم والفضائل في نفوس الأفراد مثل حب الوطن والانتماء وكذلك تنمية مهارات المشاركة السياسية.

4- الأحزاب السياسية: تقوم الأحزاب السياسية بدور فعال في تكوين الوعي السياسي، حيث تعمل على تبسيط العملية السياسية وتكوين الإحساس السياسي للمواطنين، وتقوم بتزويد

أعضائها بالمعارف السياسية وإعداد الكوادر السياسية، وتعسى الأحزاب السياسية إلى التأثير على الأفراد من غير أعضائها بهدف الارتقاء ببرامجها وانضمام أفراد جدد لها، فهي بحاجة إلى جماهير تؤيدها.

5- وسائل الإعلام: تعتبر وسائل الإعلام أحد العوامل المؤثرة في تنمية الوعي السياسي، فهي تلعب دورا مهما في ترسيخ القيم السياسية من خلال المعلومات التي تقدمها للأفراد، والتي تسهم في تكوين قيم واتجاهات سياسية، ولها دور في عملية التنشئة السياسية وحث الأفراد على المشاركة السياسية. (شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، د س، ص 35-36)

6- العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي:

شكلت مواقع التواصل الاجتماعي "التويتز" سماء مفتوحا يطلعنا على العالم الكبير لحظة بلحظة داخل البيئة الإعلامية الجديدة البديلة، حيث ساعد التويتز على إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب وأظهر مدى الضعف الذي أصاب المؤسسات الإعلامية التقليدية فيما يتعلق بدورها الوسيط بين الشعوب والحكومات وبناء الانتماءات ودفع الحركات السياسية، كما وفر الموقع عالم افتراضي تفاعلي أتاح الفرصة أمام الأفراد المشتركين لإبداء آرائهم والتعبير عنها والمشاركة بنقاشات حول كل ما يثار من قضايا، وأبح بإمكان أي مشترك أن يطلع على كل ما ينشره زملاؤه في التويتز.

كما أصبح التويتز أداة اتصال مباشرة بين الحاكم والمحكومين حيث تحول إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف المجالات خاصة السياسي منها وذلك من خلال قدرته على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصوت والصورة وزيادة مستوى الوعي والمعرفة حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام وخاصة فئة الشباب منهم، بالإضافة إلى طرح آراء متعددة في هذا المجال. (أشرف عصام فريد صالح، 2016، ص 42)

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

الخاتمة

تمهيد

بعد القيام بإجراء توزيع الاستبيان على عينات البحث من طلبة جامعة المسيلة ثم القيام بجدولة البيانات، ثم القيام بجدولة البيانات وتصنيفها، حاولت الدراسة تحليلها وتفسير مضمون هذه الجداول وما شملته من نتائج

أولاً: الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة :

جاءت نتائج الخصائص العامة لأفراد العينة، كما يبينها الجدول رقم (2) على النحو التالي:

جدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	12	%40
	انثى	18	%60
العمر	18 – 21	22	%74.5
	22 – 25	06	%19.5
	26 – 30	02	%6.1
مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة	فيس بوك	11	%38
	تويتر	16	%53
	انستجرام	2	%5.3
	واتساب	1	%3.7
المجموع		30	%100

1- متغير الجنس: بلغت نسبة الإناث (60%) ونسبة الذكور (40%)، وهي نسبة تعكس واقع التركيبة النوعية لمدينة المسيلة، حيث تشير السجلات الرسمية الخاصة بأعداد الإناث أعلى من أعداد الذكور.

2- متغير العمر: أظهرت النتائج بان الفئة العمرية من (18-21) سنة احتلت المرتبة الأولى إذ بلغ عددها (22) وشكلوا نسبة (74.5%)، وجاءت الفئة العمرية من (22-25) سنة

الخاتمة

بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عددها (06) وشكلوا نسبة (19.5%) بينما احتلت الفئة العمرية من (26-30) سنة المرتبة الثالثة إذ بلغ عددهم (02) ونسبة (6.1%).

3- متغير مواقع التواصل الاجتماعي: يظهر من الجدول أن أعلى نسبة مئوية من أفراد العينة كان تشترك في موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي، وبنسبة 38%، من حجم العينة، يليها موقع واتساب وبنسبة 53%، ثم موقع انستجرام 5.3%، ثم موقع تويتر 3.7%، وتبين النسب السابقة أن معظم الشباب لديهم أكثر من موقع على مواقع التواصل الاجتماعي وتغلب نسبة الذين يستخدمون تويتر وهذا بسبب اختيار تويتر كنموذج للدراسة أي تركيزها أكثر على الذين يمتلكون حساب تويتر.

ثانياً: عرض نتائج تساؤلات الدراسة ومناقشتها:

جاءت نتائج تساؤلات الدراسة على النحو التالي:

السؤال الأول: ما عادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟ وقد تفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما هو عدد الساعات التي تقضيها يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 2- ما هي الفترة الزمنية لعضويتك في مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 3- هل تقدم معلومات صحيحة عن شخصيتك للآخرين عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 4- ما هي اللغة التي تستخدمها على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 5- ما هي طبيعة التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي؟
 - 6- ما هي الموضوعات التي تناقشها على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- للإجابة عن السؤال الرئيسي والأسئلة المتفرعة عنه ثم استخراج التكرارات والنسب المئوية لعادات وأنماط تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه توضح ذلك:

جدول (3)

الخاتمة

التكرارات والنسب المئوية حسب متغير الساعات التي يقضيها الطلبة يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة
اقل من ساعة	05	16.8
من ساعة إلى ساعتين	07	24.1
من ساعتين إلى 3 ساعات	06	19.7
أكثر من 3 ساعات	12	39.4
المجموع	30	100

يبين الجدول (3) أن الفترة الزمنية التي يقضيها الطلبة على شبكات التواصل الاجتماعي لمدة أكثر من 3 ساعات جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة 39.4% من عدد أفراد العينة . ثم جاءت نسبة من يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لفترة من ساعة إلى ساعتين في المرتبة الثانية وبمتوسط 24.1%، تلاها من يستخدم شبكات التواصل لمدة تتراوح بين ساعتين إلى 3 ساعات وبمتوسط 19.7%.

وتدل تلك النسب على وجود فترات زمنية طويلة لا يتم استغلالها بشكل ايجابي مثل الدراسة، أو انخراط الشباب بأعمال مفيدة سواء لأهاليهم أو المجتمع بشكل عام. وهذه النتائج تتوافق مع دراسة زهير عابد التي كشفت أن المتوسط اليومي لساعات استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي هو ما بين الساعة إلى 3 ساعات.

الخاتمة

جدول (4): التكرارات والنسب المئوية حسب متغير طول الفترة الزمنية للعضوية على مواقع التواصل الاجتماعي

الفئات	التكرار	النسبة
مشترك في هذه المواقع منذ اقل من عام	06	18.7
مشترك في هذه المواقع منذ أكثر من 3 سنوات	11	35.7
مشترك في هذه المواقع منذ أكثر من 5 سنوات	13	45.6
المجموع	30	100

كما أظهرت نتائج الدراسة أن 54,6% من أفراد العينة مشترك في هذه المواقع منذ أكثر من (5) سنوات كما يبين الجدول رقم (4)، وهذا يعني أن هؤلاء الشباب لديهم اشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة طويلة، يليها الفئة المشتركة في مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من 3 سنوات 35.5%، وأخيراً الفئة المشتركة حديثاً أي منذ اقل من عام 18.7%. وتعكس تلك النسب مدى انتشار هذه المواقع بين فئة الشباب. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الديبسي والظاهات والتي خلصت إلى الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب.

جدول (5): والنسب المئوية حسب صحة المعلومات التي يقدمها الشباب للآخرين

الفئات	التكرار	النسبة
دائماً	17	56.1
أحياناً	11	36.5
نادراً	02	7.3
المجموع	30	100%

ويبين الجدول رقم (5) أن 56.1% من أفراد العينة يقدمون دائماً معلومات صحيحة عن شخصيتهم للآخرين، وهذه نسبة مرتفعة وتعكس درجة عالية من الثقة بمواقع التواصل الاجتماعي، أما الذين يقدمون أحياناً معلومات صحيحة عن شخصيتهم للآخرين فقد بلغت

الخاتمة

نسبتهم 36.5% من أفراد العينة ، فيما جاءت نسبة اللذين نادرا ما يقدموا معلومات صحيحة في شخصيتهم للآخرين في المرتبة الأخيرة وبنسبة 7.3%. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة الديبسي والطاهات والتي خلصت إلى ارتفاع درجة الوثوق الشباب بشبكات التواصل الاجتماعي.

جدول (6): التكرارات والنسب المئوية حسب متغير اللغة التي يستخدمها الطلبة

النسبة	التكرار	الفئات
83.6	25	العربية
16.4	05	الانجليزية
%100	30	المجموع

ويبين الجدول رقم (6) أن اللغة العربية هي اللغة الشائعة الاستعمال على مواقع التواصل الاجتماعي وبنسبة 83.6% من أفراد العينة، مقابل 16.4% يستخدمون اللغة الانجليزية، ويعزى ذلك بشكل مباشر إلى ضعف الشباب الجزائري في اللغة الانجليزية وسهولة التواصل باللغة الأم.

جدول (7): التكرارات والنسب المئوية حسب متغير طبيعة تفاعل الطلبة مع مواقع التواصل

النسبة	التكرار	الفئات
45.0	13	أنشأت صفحة خاصة في على الموقع.
63.3	19	قمت بالتعليق على بعض الأنشطة.
60.4	18	قمت بنشر صور وروابط وفيديوهات.
37.9	11	طرحت أسئلة واستفسارات حول قضايا تهمني.
50.9	15	كونت شبكة من المعارف والأصدقاء.
70.6	21	قرأت تعليقات وأخبار الأصدقاء.
64.9	19	أجريت دردشة ومحادثات.
59.6	18	زرت المواقع الإخبارية.

الختامة

وكشفت النتائج في الجدول رقم (7) أن نسبة 70.6% من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لقراءة تعليقات وأخبار الأصدقاء، في حين أن نسبة 64.9% من أفراد العينة اجروا دردشات ومحادثات على مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 63.3% قاموا بالتعليق على بعض الأنشطة، بينما زار المواقع الإخبارية 59.6% من أفراد العينة، وان 37.9% طرحوا أسئلة واستفسارات حول القضايا التي تهمهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (8): التكرارات والنسب المئوية حسب متغير الموضوعات التي يناقشها الطلبة على مواقع التواصل

النسبة	التكرار	الفئات
41.2	12	الموسيقى والأفلام
66.6	20	القضايا الاجتماعية
33.6	10	الرياضة
30.9	09	السياسة
47.8	14	الدين
19.9	06	الاقتصاد

ويبين الجدول (8) أن القضايا الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى في الموضوعات التي يناقشها الشباب على مواقع التواصل ونسبة 66.6% وهذا ينسجم مع طبيعة هذه المواقع باعتبارها مواقع ذات طابع اجتماعي بالدرجة الأولى ووسيلة من وسائل التواصل مع الأهل الأصدقاء، وجاءت القضايا الدينية في المرتبة الثانية في الموضوعات التي يناقشها الشباب على مواقع التواصل ونسبة 47.8% وهذه النسبة المرتفعة تظهر الدور المركزي للدين في حياة الشباب والمجتمع الجزائري بشكل عام. وجاء الاستماع إلى الموسيقى ومشاهدة الأفلام في المرتبة الثالثة في اهتمامات الشباب، ونسبة 41.2% تلتها الموضوعات الرياضية ونسبة 33.6% ثم الموضوعات السياسية ونسبة 30.9% وأخيراً الموضوعات الاقتصادية ونسبة 19.9%. إن تلك النسب

الخاتمة

تبين أن الموضوعات السياسية والاقتصادية لا تحتل أهمية تذكر في مناقشات الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون لتعقيدها التحليلية سبباً مباشراً في ذلك.

السؤال الثاني: ما دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (9): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب

المتوسطات الحسابية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفعة	.721	4.29	41.0	08	50.3	16	6.5	03	1.4	02	0.8	01	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل وجهات النظر .	1	1
مرتفعة	.836	4.21	41.8	12	41.7	10	12.6	05	3.0	02	0.9	01	تمكنني مواقع التواصل الاجتماعي من مواكبة الأحداث السياسية والمستجدات	5	2
مرتفعة	.847	4.10	35.0	06	44.7	13	16.0	07	3.4	03	0.9	01	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامل مهم في التغيير في المجتمع .	2	3
مرتفعة	.863	4.08	33.9	09	46.7	14	14.8	04	3.0	02	1.6	01	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على القيام بمبادرات وأنشطة اجتماعية وسياسية.	6	4
مرتفعة	.974	3.95	33.7	09	37.5	11	20.5	06	6.7	03	1.5	01	تسمح مواقع التواصل الاجتماعي في التعبير عن الآراء بحرية تامة.	3	5
مرتفعة	.941	3.91	29.5	08	41.8	12	20.6	06	6.7	03	1.3	01	تقدم مواقع التواصل الاجتماعي معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.	4	6
مرتفعة	.516	4.09											دوافع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي ككل		

الخاتمة

يبين تحليل الجدول رقم (9) أن كل الفقرات جاءت بمتوسطات مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (4.09) وهو ما يعكس أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة. وجاءت الفقرة رقم (1) والتي تنص على "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على تبادل وجهات النظر" جاءت في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.29) وبدرجة مرتفعة، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (5) ونصها "تمكني مواقع التواصل الاجتماعي من مواكبة الأحداث السياسية والمستجدات" وبمتوسط حسابي بلغ (4.21). تلاها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (2) ونصها "تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي عامل مهم في التغيير في المجتمع" بمتوسط حسابي بلغ (4.10)، بينما جاءت الفقرة رقم (4) ونصها "تقدم مواقع التواصل الاجتماعي معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية." بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.91).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة حراب (2014) ودراسة Tufekci &

Wilson (2012).

الخاتمة

السؤال الثالث: ما ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور

ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفعة	.807	4.32	49.1	13	37.7	12	10.4	04	2.0	02	0.9	01	تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وأسهل استخدام من وسائل الاتصال التقليدية.	12	1
مرتفعة	.783	4.21	39.5	10	46.2	13	10.9	04	3.1	02	0.3	01	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب مهارات ومعلومات ومعارف جديدة.	9	2
مرتفعة	.836	4.12	35.0	10	48.0	13	12.6	04	3.2	02	1.2	01	تسهل مواقع التواصل الاجتماعي المباشر مع الأعضاء في الموقع.	8	3
مرتفعة	1.061	3.81	29.6	08	37.2	11	21.7	07	7.7	03	3.8	01	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية وتعزيز الذات .	7	4
مرتفعة	.959	3.74	22.3	06	40.6	13	27.7	07	7.2	03	2.2	01	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في دعم جهود ومؤسسات الدولة في أداء مهامها.	10	5
متوسطة	1.168	3.08	13.7	04	22.0	06	33.0	12	21.7	05	9.6	03	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات كاملة دون حذف أو تشويه.	11	6
مرتفعة	.571	3.88											ايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي		

الخاتمة

يبين تحليل الجدول رقم (10) أن جميع الفقرات باستثناء الفقرة رقم (11) جاءت بمتوسطات مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.88). وجاءت الفقرة رقم (12) والتي تنص على "تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر جاذبية وأسهل استخدام من وسائل الاتصال التقليدية" في المرتبة الأولى وبتوسط حسابي بلغ (4.32) وبدرجة مرتفعة ، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (9) ونصها "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب مهارات ومعلومات ومعارف جديدة" وبتوسط حسابي بلغ (4.21) وبدرجة مرتفعة. تلاها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (8) ونصها "تسهل مواقع التواصل الاجتماعي التواصل المباشر مع الأعضاء في الموقع" بمتوسط حسابي بلغ (4.12) وبدرجة مرتفعة ، بينما جاءت الفقرة رقم (11) ونصها "تعرض مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات كاملة دون حذف أو تشويه" بالمرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (3.08) وبدرجة متوسطة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة فهد علي (2014م) التي توصلت إلى نفس النتائج حول الآثار الإيجابية لمواقع التواصل رغم الاختلاف في طبيعة المجتمع والنظام السياسي.

الخاتمة

السؤال الرابع: ما سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لسليبيات مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور

سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفعة	.879	4.15	40.9	12	38.0	10	16.8	05	3.4	02	0.9	01	توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر أفكارهم	15	1
مرتفعة	.957	4.00	34.9	10	39.0	12	19.4	05	4.6	02	2.1	01	تؤدي إساءة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي إلى زعزعة الأمن والاستقرار.	13	2
مرتفعة	.907	3.92	28.0	07	43.5	14	22.0	06	5.2	02	1.3	01	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ذات آثار سلبية.	14	3
مرتفعة	.971	3.84	28.9	08	35.3	12	28.0	07	6.1	02	1.8	01	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي .	17	4
متوسطة	1.079	3.56	22.4	06	30.2	09	31.8	10	11.7	04	3.9	01	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في فقدان الخصوصية الشخصية.	18	5
متوسطة	1.111	3.53	24.8	08	24.2	07	34.0	11	13.3	03	3.7	01	تسيء مواقع التواصل الاجتماعي للقيم والعادات والتقاليد.	16	6
مرتفعة	.640	3.83											سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي		

الخاتمة

يبين تحليل الجدول رقم (11) أن جميع الفقرات باستثناء الفقرات رقم (6,5) جاءت بمتوسطات مرتفعة، وبلغ المتوسط الحسابي للمحور وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.88). وجاءت الفقرة رقم (15) والتي تنص على "توفر مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر أفكارهم" في المرتبة الأولى وبتوسط حسابي بلغ (4.15) وبدرجة مرتفعة، اتلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (13) ونصها "تؤدي إساءة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي إلى زعزعة الأمن والاستقرار" وبتوسط حسابي بلغ (4.00) وبدرجة مرتفعة. تلاها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (14) ونصها "تعرض مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ذات آثار سلبية" بمتوسط حسابي بلغ (3.92) وبدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (16) ونصها "تسيء مواقع التواصل الاجتماعي للقيم والعادات والتقاليد" بالمرتبة الأخيرة وبتوسط حسابي بلغ (3.53) وبدرجة متوسطة. وبلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل (3.83) وبدرجة مرتفعة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الديبسي والطاهات (2013) التي أشارت إلى بعض سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي مثل التشكيك في مصداقية الإعلام الرسمي، ومقاطعة الفعاليات والأنشطة التي تدعوا إليها الحكومة.

السؤال الخامس: ما أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

الخاتمة

جدول (12) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات الحسابية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن		
مرتفعة	.855	4.06	32.3	480	47.4	703	15.7	233	3.2	47	1.4	21	19	1
مرتفعة	.826	4.05	29.6	439	51.6	766	14.0	208	3.6	54	1.1	17	20	2
مرتفعة	.923	3.96	29.6	440	45.8	679	16.6	246	6.6	98	1.4	21	28	3
مرتفعة	.890	3.94	26.9	399	48.4	718	18.7	277	4.1	61	2.0	29	30	4
مرتفعة	.888	3.79	22.0	326	42.9	637	29.1	432	4.4	65	1.6	24	21	5
مرتفعة	1.000	3.74	23.7	352	40.1	595	26.3	391	6.4	95	3.4	51	24	6
مرتفعة	.874	3.73	16.8	249	49.9	741	24.7	367	7.0	104	1.5	23	26	7
مرتفعة	.848	3.71	15.0	223	50.1	744	27.8	413	5.2	77	1.8	27	27	8
مرتفعة	.934	3.69	19.7	293	40.6	602	31.0	460	6.5	96	2.2	33	23	9

الخاتمة

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرات	الرقم	الرتبة
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن					
											%	ن			
متوسطة	.982	3.66	19.8	06	41.0	12	27.5	08	8.9	03	2.8	01	تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي في اتجاهات صناع القرار.	22	10
متوسطة	1.016	3.66	20.4	06	40.8	11	26.8	08	8.0	04	4.0	02	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في تعميق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.	29	11
متوسطة	1.018	3.58	19.3	05	36.9	11	29.9	08	10.8	04	3.2	02	تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في حل قضايا المجتمع.	25	12
مرتفعة	.544	3.80											أوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ككل		

يبين الجدول (12) أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة ما بين (3.58-4.06)، وجميعها مرتفعة. وجاءت الفقرة رقم (19) والتي تنص على "تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأوضاع الداخلية والشؤون العامة" في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (4.06) وبدرجة مرتفعة، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (20) ونصها "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في التعرف على الأحداث والتطورات الإقليمية والدولية" وبمتوسط حسابي بلغ (4.05) وبدرجة مرتفعة. تلاها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (28) ونصها "أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الجميع لطرح أي قضية أمام الرأي العام" بمتوسط حسابي بلغ (3.96) وبدرجة مرتفعة، بينما جاءت الفقرة رقم (25) ونصها "تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في حل قضايا المجتمع" بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.58) وبدرجة متوسطة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسات (Robin 2011) و (Vitak 2009) و (Andrea 2012) والتي بينت أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في التأثير على السلوك الانتخابي للمواطنين.

الخاتمة

السؤال السادس: ما معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، والجدول أدناه يوضح ذلك.

جدول (14) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب المتوسطات

الحسابية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الفقرات	الرقم	الترتيب
			%	ن	%	ن	%	ن	%	ن	%	ن			
مرتفعة	1.014	3.85	29.4	08	38.5	13	23	06	5.7	02	3.3	01	يعد فقدان الخصوصية وعدم المحافظة على المعلومات من معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	41	1
مرتفعة	.966	3.85	26.9	09	41.5	12	24.5	06	4.0	02	3.1	01	تطرح مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ذات أهداف شخصية.	42	2
مرتفعة	1.055	3.79	30.1	10	33.5	11	25.4	06	7.9	02	3.2	01	تعيق الرقابة المفرطة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.	37	3
مرتفعة	.992	3.74	26.0	09	33.6	11	30.7	07	7.9	02	1.9	01	تعرض مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ومضامين تسيء للقيم والأخلاق العربية.	39	4
متوسطة	.895	3.64	16.3	05	41.4	13	33.7	09	6.9	02	1.8	01	يقلل الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي من دور الخبرة الشخصية في تشكيل الاتجاهات السياسية.	38	5
متوسطة	.993	3.54	17.5	05	35.6	11	33.8	10	9.9	03	3.2	01	تقوم الحكومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام.	40	6
مرتفعة	.622	3.74											معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي		

الخاتمة

تراوحت المتوسطات الحسابية في إجابات أفراد عينة الدراسة ما بين (3.54-3.85) وكلها متوسطات مرتفعة كما يبينها الجدول رقم (14) .

وجاءت الفقرة رقم (41) والتي تنص على " يعد فقدان الخصوصية وعدم المحافظة على المعلومات من معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.85) وبدرجة مرتفعة، تلاها في المرتبة الثانية الفقرة رقم (42) ونصها "تطرح مواقع التواصل الاجتماعي موضوعات ذات أهداف شخصية" وبمتوسط حسابي بلغ (3.85). تلاها في المرتبة الثالثة الفقرة رقم (37) ونصها "تعيق الرقابة المفرطة من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " بمتوسط حسابي بلغ (3.79) ، بينما جاءت الفقرة رقم (40) ونصها "تقوم الحكومة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتأثير على الرأي العام " بالمرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.54) وبدرجة متوسطة .

ثالثاً: نتائج الدراسة

بحثت هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للشباب من حيث عادات وأنماط تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع الاستخدام، وإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، وأوجه الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، ومعوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

وقد كشفت المعلومات الميدانية عن مجموعة من الحقائق وبعضها كان متوقعا ومتفقا مع نتائج دراسات سابقة، ولن نعيد هنا تكرار ما ورد ذكره في الصفحات السابقة، ولكن نود هنا أن نبلور بعض القضايا المهمة على النحو التالي :

أولاً: بينت نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة أن كافة الشباب يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وقد احتل الفيس بوك المرتبة الأولى بنسبة (90.4%) يليه واتساب بنسبة (84.3%) وانستجرام بالمرتبة الثالثة بنسبة (54.6%) وهذا ما يؤكد انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب وارتفاع نسبة المشتركين فيها.

ثانياً: بينت نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة أن هناك دوافع متعددة سياسية واجتماعية وثقافية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي. لكن الدوافع الاجتماعية تأتي في المرتبة الأولى في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي. وأن نسبة كبيرة من الشباب يقضون أكثر من ثلاث ساعات يوميا على هذا المواقع، وتنال ثقتهم بنسبة عالية، فغالباً ما يقدموا معلومات صحيحة عن شخصيتهم للآخرين.

ثالثاً: بينت نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة إن استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي له عدة ايجابيات وسلبيات، ومن ابرز الايجابيات الجاذبية وسهولة الاستخدام والتواصل المباشر مع الأعضاء وفي المقابل، فان من ابرز السلبيات توفير مواقع التواصل الفرصة لتشر الأفكار المتطرفة، وزعزعة الأمن والاستقرار، والإساءة للعادات والتقاليد.

الخاتمة

رابعاً: بنيت نتائج هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم إلى حد كبير في تشكيل الوعي السياسي للشباب من خلال مساهمتها في التعرف على الأوضاع الداخلية والتطورات والأحداث الإقليمية والدولية وأنها تساهم في تعزيز المشاركة السياسية وإبراز شخصيات سياسية جديدة.

خامساً: جاءت نتائج هذه الدراسة متفقة تماماً مع نتائج الكثير من الدراسات السابقة بخصوص دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كانت ولم تزال وسيلة للتغيير والتعبير في العالم ، وتعد الفاعل الأساسي في الحراك المجتمعي في العالم.

رضوان شفيق، (1996)، علم النفس الاجتماعي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت

خليل عمر معني، (1991)، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، دراسة تحليلية ونقدية، دار الافاق الجديدة، بيروت

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

- 1) جلال معوض (1983)، أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي، المستقبل العربي، عدد55، أيلول، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 2) كمال المنوفي (1985)، الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد (80)، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان.
- 3) أحمد حسين اللقاني وعلي الجمل (1996)، معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- 4) أسعد وطفة (2003)، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي: بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت/ عالم الفكر، عدد (5)، مجلد(31)، الكويت.
- 5) أشرف عصام فريد صالح، 2016، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، مذكرة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 6) مركز التكنولوجيا المساعدة مدي ، النزعة الاجتماعية : وسائل الاعلام الاجتماعي للأشخاص ذوي الاعاقة ، دليل تويتر ، قطر
- 7) ابراهيم بن محمد الحجي ، ازهار الياسمين في أخبار المغردين ، " افكار تويتر
- 8) محمد بن فتح محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي و اثارها الاجتماعية و القيمة ، قسم الدعوة والثقافة الإسلامية.
- 9) عبد الله ممدوح مبارك الرب عود ، شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، 2011 2012 .
- 10) تاريخ الزيارة: 09 جانفي 2019، ساعة 17:50 (http:// ar.m.wikipedia.org)
- 11) نور العطار محمد، (2012)، المدخل إلى البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، السعودية.

قائمة المراجع

- 12) مشاقبة بسام، (2011)، نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 13) ليلة علي، (1983)، النظرية الاجتماعية المعاصرة، دار المعارف، ط2، القاهرة.
- 14) علوان حسن، (2008)، موضوعات الإرهاب في الفضائيات العربية، أطروحة في الاعلام والاتصال، مقدمة إلى مجلس كلية الآداب والتربية الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانمارك.
- 15) حبجوب حليلة، (2014-2015)، دور الحملات الاعلامية في التوعية الصحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي.
- 16) عبد الحميد محمد، (2004)، البحث العلمي في الدراسات العلمية، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، مصرعلوا
- 17) عناية غازي، (د س)، إعداد البحث العلمي، دار الجبل للنشر والتوزيع، بيروت
- 18) عبد الواحد رضا، (2008)، النظريات العلمية في مجال الاعلام الالكتروني، منتدى سور الأزيكية، مصر
- 19) حجاب محمد منير، (2010)، نظريات الاتصال، دار الفجر، القاهرة
- 20) العادلي مرزوق عبد الحكيم، (2004)، الاعلانات الصحفية (دراسات في الاستخدامات والاشباع) ط1، دار الفجر، مصر.
- 21) المزهرة منال هلال، (2012)، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- 22) رضوان شفيق، (1996)، علم النفس الاجتماعي، المؤسسة الجامعية للدراسات النشر والتوزيع، بيروت
- 23) علاق بشير، (2010)، نظريات الاتصال مدخل متكامل، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن
- 24) أبو شنب جمال محمد، (2002)، أصول الفكر والبحث العلمي (نماذج تطبيقية للتصميم والتنفيذ التجريبي)، دار المعرفة الجامعية.

قائمة المراجع

- 25) حميد الطائي مصطفى، (2007)، منهاج البحث العلمي وتطبيقاته في الاعلام والعلوم الساسية، دار الوفاء، الاسكندرية
- 26) عليان ربحي مصطفى، عثمان محمد غنيم، (2009)، منهاج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان
- 27) عزت عطوي جودت، (2007)، أساليب البحث العلمي (مفاهيمه، أدواته، طرقه الاحصائية)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان
- 28) كاظم خضير وآخرون، (2008)، منهجية البحث العلمي، ط1، أثراء للنشر والتوزيع، الأردن.

الملاحق

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة، وبعد:

نضع بين يديك استبانة بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب " ، نأمل تعاونكم بقراءة متأنية لهذه الاستبانة، ونرجو التكرم بمراعاة الأمور التالية:

- 1) قراءة كل عبارة من العبارات واختيار الإجابة المناسبة برأيك.
 - 2) الإجابة عن جميع الفقرات دون ترك أية فقرة من غير إجابة.
- وفريق الباحثين إذ يتقدم لك بالشكر المسبق على حسن التعاون، يؤكد ان جميع المعلومات الواردة سوف تعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي.

مع خالص الشكر والتقدير

فريق الباحثين

القسم الأول: البيانات العامة

- (1) الجنس: ذكر أنثى
- (2) العمر: 18 - 21 22 - 30 -
- (3) هل لديك حساب على احد مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم لا
- (4) إذا كانت الاجابة نعم، فعلى أي موقع لديك حساب من المواقع التالية :
فيس بوك تويتر انستجرام واتساب. (يكن اختيار اكثر من اجابة)
- (5) هل تعرضت لضغوط أو مضايقات بسبب مادة نشرتها على احد مواقع التواصل الاجتماعي؟ نعم لا لا ادري

القسم الثاني : عادات وأنماط التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي:

- (1) ما هو عدد الساعات التي تقضيها يوميا على مواقع التواصل الاجتماعي؟
اقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين
- من ساعتين إلى 3 ساعات أكثر من ساعات
- (2) ماهي الفترة الزمنية لعضويتك على مواقع التواصل الاجتماعي؟
مشارك في هذه المواقع منذ اقل من عام
مشارك في هذه المواقع منذ أكثر من 3 سنوات
مشارك في هذه المواقع منذ أكثر من 5 سنوات
- (3) عند استخدام موقع التواصل الاجتماعي هل تقدم معلومات صحيحة عن شخصيتك للآخرين؟
دائما أحيانا
- (4) اللغة التي تستخدمها على مواقع التواصل الاجتماعي هي:
العربية الانجليزية
- (5) ما هي طبيعة تفاعلك مع مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
أنشأت صفحة خاصة في الموقع.

قمت بالتعليق على بعض الأنشطة.

قمت بنشر صور وروابط وفيديوهات.

طرحت أسئلة واستفسارات حول قضايا تهمني.

كونت شبكة من المعارف والأصدقاء.

قرأت تعليقات وأخبار الأصدقاء.

أجريت دردشة ومحادثات.

زرت المواقع الإخبارية.

غير ذلك حدد.....

6) ما هي الموضوعات التي تفضل مناقشتها على مواقع التواصل الاجتماعي؟ (يمكن اختيار أكثر من اجابة).

القضايا
نماعية

الموسيقى والأفلام

السياسة

الرياضة

اقتصاد

الدين

غير ذلك حدد.....

القسم الثالث: دور التويتر في تشكيل الوعي السياسي

يتضمن هذا القسم (42) فقرة، يرجى قراءة كل فقرة ووضع إشارة في المربع الذي يعبر عن درجة موافقتك / عدم موافقتك، لمضمون تلك

الفقرة .

م	الفقرة	درجة الموافقة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
المجال الأول : دوافع الاستخدام لموقع التويتر					
1	تساعد موقع التويتر على تبادل وجهات النظر .				
2	تعتبر موقع التويتر عامل مهم في التغيير في المجتمع .				
3	تسهم موقع التويتر في التعبير عن الآراء بحرية تامة.				
4	موقع التويتر تقدم معلومات غير متوفرة في وسائل الإعلام التقليدية.				
5	بواسطة موقع التويتر يمكن مواكبة الأحداث السياسية والمستجدات.				
6	تساعد موقع التويتر على القيام بمبادرات وأنشطة اجتماعية وسياسية.				
المجال الثاني ايجابيات موقع التويتر					
7	تساعد موقع التويتر في تنمية الشخصية وتعزيز الذات .				
8	من مزايا موقع التويتر سهولة التواصل المباشر مع الأعضاء في الموقع.				
9	تساهم موقع التويتر في اكتساب مهارات ومعلومات ومعارف جديدة.				
10	موقع التويتر تساعد في دعم جهود ومؤسسات الدولة في أداء مهامها.				
11	موقع التويتر تعرض الموضوعات كاملة دون حذف أو تشويه.				
12	موقع التويتر أكثر جاذبية وأسهل استخدام من وسائل الاتصال التقليدية.				
المجال الثالث: سلبيات موقع التويتر .					
13	إساءة استعمال موقع التويتر يؤدي إلى زعزعة الأمن والاستقرار.				
14	موقع التويتر تعرض موضوعات ذات اثار سلبية.				
15	موقع التويتر توفر الفرصة لأصحاب الفكر المتطرف لنشر أفكارهم .				
16	من سلبيات موقع التويتر الإساءة للقيم والعادات والتقاليد.				
17	لا يمكن الثقة بالمعلومات المعروضة على موقع التويتر.				
18	موقع التويتر تساهم في فقدان الخصوصية الشخصية.				
المجال الرابع : أوجه الاستفادة من موقع التويتر في تشكيل الوعي السياسي.					
19	تساهم موقع التويتر في التعرف على الأوضاع الداخلية والشؤون العامة.				
20	موقع التويتر تساعد في التعرف على الأحداث والتطورات الإقليمية والدولية.				
21	موقع التويتر تساهم في تعزيز المشاركة السياسية.				
22	تؤثر موقع التويتر في اتجاهات صناع القرار.				
23	موقع التويتر تساعد على التعبئة والحشد والتنظيم.				
24	تساعد موقع التويتر في إبراز شخصيات سياسية جديدة.				
25	يمكن لموقع التويتر المساعدة في حل قضايا المجتمع.				
26	توفر موقع التويتر الفرصة لممارسة النقد السياسي.				
27	موقع التويتر تساهم في تشكيل الثقافة السياسية.				
28	أتاحت مواقع التواصل الاجتماعي الفرصة أمام الجميع لطرح أي قضية أمام الرأي العام.				
29	تساهم موقع التويتر في تعميق الشعور بالمسؤولية الاجتماعية.				
30	تساهم موقع التويتر في عرض آراء متعددة ومتباينة حيال القضايا المطروحة.				
المجال السادس: معوقات استخدام موقع التويتر					
37	من معوقات استخدام موقع التويتر الرقابة المفرطة عليها.				
38	الاعتماد على موقع التويتر يقلل من دور الخبرة الشخصية في تشكيل الاتجاهات السياسية.				
39	موقع التويتر تعرض موضوعات ومضامين تسيء للقيم والأخلاق العربية .				
40	يمكن للحكومة استخدام موقع التويتر للتأثير على الرأي العام .				

درجة الموافقة					الفقرة	م
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة		
					من معوقات استخدام موقع التويتر فقدان الخصوصية وعدم المحافظة على المعلومات.	41
					موقع التويتر تطرح موضوعات ذات أهداف شخصية.	42

فهرس المحتويات

الشكر والتقدير

الإهداء

ملخص الدراسة باللغة العربية

ملخص الدراسة باللغة الفرنسية

مقدمة

أ

الإطار المنهجي: إشكالية الدراسة ومدخلها النظرية والمنهجية

1- إشكالية الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية

1-2- أسباب إختيار الموضوع

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- تحديد المفاهيم والمصطلحات

1-6- حدود البحث

1-7- الدراسات السابقة

2- المدخل النظري للدراسة

2-1- نظرية الاستخدامات والإشباع

3- الإجراءات المنهجية للدراسة

3-1- مجالات الدراسة

3-2- نوع الدراسة ومنهجها

3-3- مجتمع وعينة الدراسة

3-4- أدوات جمع البيانات

الإطار النظري:

I- مواقع التواصل الاجتماعي:

1- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

2- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

3- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

II- موقع التويتر:

1- نشأة التويتر:

2- مفهوم تويتر .

3- استخدامات تويتر:

- 4- الخدمات التي يقدمها تويتر:
- 5- احصائيات مستخدمي تويتر في الجزائر:
- III- ماهية الوعي السياسي:
 - 1- تعريف الوعي السياسي:
 - 2- أهمية الوعي السياسي :
 - 3- أسباب وملامح ضعف الوعي السياسي:
 - 4- العوامل المساعدة على تعميق الوعي السياسي:
 - 5- أدوات تكوين الوعي السياسي:
 - 6- العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والوعي السياسي:

الإطار التطبيقي

-تمهيد

1-7. تفرغ البيانات وتحليلها

2-7. النتائج النهائية للدراسة

-نتائج الدراسة

-قائمة المراجع

- قائمة الملاحق

-فهرس المحتويات

-