وزارة التعليـــم العـــالي و البحـــث العلمـــي

جـــامعة محـــمد خيضـــر – بسكرة –

كـــلية العلـــوم الإنـــسانيـــة والاجتماعية

–قطـــب شتمـــة–

قســـــم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

عنـــوان المذكـــرة

دور الشبكة الاجتماعية "فايسبوك" في تشكيل الوعي السياسي

– دراسة مسحية على عيّنة من طلبة علوم الإعلام والاتصال –جامعة محمد خيضر بسكرة–

مشروع مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال و علاقات عامة

إعـداد الطالـــب:

➢ عبـد الرحمـان عبـد الـلاوي

إشـراف الدكـتور:

➢ داود جفـافلـة

الموسم الجامعي

2015-2014

بسم الله الرحمن الرحيم
١٤٢٠

إهـــــــــــــداء

بسم الله الرحمان الرحيم

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون" صدق الله العظيم

إلهي لايطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله جلاله.

إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار إلى قدوتي الأولى ... إلى الذي ينير دربي... إلى الذي أعطاني ولم يزل يعطيني بلا حدود ... أبي الغالي

إلى التي رآني قلبها قبل عينيها... وحضنتني أحشائها قبل يديها...

إلى شجرتي التي لا تذبل... إلى الظل الذي آوي إليه في كل حين... إلى التي سهرت من أجل راحتي ..أمي الغالية

إلى من كانوا يضيئون لي الطريق ويساندوني ، إلى من يحملون في عيونهم ذكريات طفولتي ... إلى القلوب الطاهرة ،إلى حياتي ....أخواتي

إلى شموع البراءة محمد إقبال.. أسيل.. أحمد رامي.

إلى الذين واكبو سنين العمر بإخلاص .....أصدقائي.

شكر عرفان

الحمد لله حمدا كثيرا يليق بمقامه وعظيم سلطانه وصلى يا رب على سيد الخلق محمد صل الله عليه وسلم خاتم الأنبياء والمرسلين .

- نشكر الله سبحانه وتعالى على فضله وتوفيقه لنا والقائل في محكم تنزيله "لئن شكرتم لأزيدكن" الآية07- سورة ابراهيم .

- - نتقدم بالشكر إلى من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

- كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل أساتذة قسم الإعلام والاتصال، الذين قدموا لنا يد العون والمساعدة فجزاهم الله عنا خير الجزاء

مـــقـــدمـــة:

شهد العالم في الحقبة الماضية فيما يسمى بالثورة المعلوماتية التي أدت إلى التقدم في إنتاج المعلومات في كافة مجالات الحياة البشرية،حيث أصبحت المعلومات سلعة وصناعة خلقت من ورائها ما يعرف بسوق المعلومات الكونية والتي يتم فيها تبادل الخدمات والسلع مع الأفكار الإنسانية في آن واحد.

حيث أصبح قطاع التكنولوجيا الحديثة في الإعلام والاتصال هو القطاع المسيطر في الألفية الثالثة عن طريق الحضور شبه المطلق لتكنولوجيا الاتصال والوسائط المتعددة التي تعد لغة إعلامية حديثة وتقدم نوعا جديدا من الاتصال التفاعلي، هو الاتصال الإلكتروني الذي سخر لهذه المهمة عن طريق ظهور مواقع إلكترونية غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية في المرحلة التقليدية للعمل الإعلامي، حيث بات الفرد منتجا و مرسلا و مستقبلا في ذات الوقت ، فقام بذلك مقام عناصر الاتصال كافة في العملية التقليدية للإعلام ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل تعداه إلى أن يكون هذا النمط الجديد لشبكات التواصل الاجتماعي أقوى في التعامل مع قضايا الرأي العام من خلال خلق جمهور واع يستطيع حل مشكلاته ومعالجة مختلف القضايا الراهنة والمشاركة في الأحداث الجارية، من خلال ما تبثه وتنشره من موضوعات على تغيير نظرة وموقف واتجاه الجمهور إلى العالم على مستوى القضايا أو الأشخاص أو السلوك أو القيم.

ومن أهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي مقدرتها على إثارة الجماهير لتحقيق هدف معين عن طريق تكييف الجماهير معه ا، ومن أبرزها الحراك الشعبي الذي تمثل في الثورات العربية والتي سميت"ثورات الفيسبوك" والذي أثبت قدرة هذا النوع من الإعلام في تعبئة الرأي العام وتشكيل الوعي السياسي ونشر نوع من الثقافة السياسية مما يؤدي إلى تكوين اتجاهات إيجابية نحو مختلف الموضوعات السياسية.

خـــــــــــــطــة الدراســـــــــة

الإهداء

شكر وعرفان

مقدمة

الفصـــــل المنهجي

1 - إشكالية الدراسة

2 - تساؤلات الدراسة

3 - فرضيات الدراسة

4 - أسباب اختيار الموضوع

5 - أهمية الدراسة

6 - أهداف الدراسة

7 - طبيعة الدراسة ومنهجها

8 - عينة الدراسة ومجتمع البحث

9 - أدوات جمع البيانات

10 - النظرية المؤطرة للدراسة

الفصـــــل النظـــــري

الفصل الأول: الشبكات الاجتماعية

مقــدمة

المبحث الأول: ماهية الشبكات الاجتماعية

-المطلب الأول: تعريف الشبكات الاجتماعية

-المطلب الثاني: نشأة الشبكات الاجتماعية

-المطلب الثالث: خصائص الشبكات الاجتماعية

-المطلب الرابع : دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية

-المطلب الخامس: الشبكة الاجتماعية "فايس بوك"

- خاتــمة

الفصل الثاني : الوعي السياسي "المحتوى، الأدوات"

المبحث الأول: الوعي السياسي

-المطلب الأول : مفهوم الوعي السياسي

-المطلب الثاني : علاقة الوعي السياسي بمفهوم التنشئة السياسية

-المطلب الثالث: محتوى الوعي السياسي

-المطلب الرابع: مصادر الوعي السياسي

-المطلب الخامس:علاقة الوعي السياسي بمفهوم الثقافة السياسية

-خاتــمة

الفصل الثالث:الإعلام والوعي السياسي

المبحث الأول:دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي

-المطلب الأول:وسائل الإعلام والوعي السياسي

-المطلب الثاني:دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الرأي العام

-المطلب الثالث:دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي

- **خاتــمة**

الفصـــــل التطبيقـــــي

أولا: التحليل الكيفي والكمي لبيانات الدراسة

- **المحور الأول : دوافع استخدام الشبكة الاجتماعية "فايس بوك"**
- **المحور الثاني: الإشباعات التي تحققها الشبكة الاجتماعية "فايس بوك"**
- **المحور الثالث: دور الشبكة الإجتماعية "فايس بوك" في ترسيخ الوعي السياسي**

ثانيا: نتائج الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

فهرس الجداول

فهرس المحتويات

الملاحق

الفصل المنهجي

1 -إشكالية الدراســـة:

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية قي مجال الاتصال حيث انتشرت شبكة الإنترنت في كافة أنحاء العالم وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتقارب والتعارف وتبادل الأفكار والآراء حيث أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات.

فقد أحدثت وسائل الإعلام الجديدة نقلة نوعية تتمثل في السرعة في نقل المعلومات والأحداث مع الآخرين عبر الرسائل ومقاطع الفيديو وغيرها ووفرت التطبيقات الأخرى سهولة تسجيلها وتحميلها في المواقع الالكترونية لتصل إلي الملايين من المتلقين بسهولة.

فانتقلت هذه الشبكات التي توفر فضاء لحرية الرأي الاجتماعي والفكري والسياسي لتؤثر في أفكار المجتمع وتوجهاته ونقلته من الملتقي السلبي لوسائل الإعلام إلي الملتقي الايجاب ي عبر التعليق وإبداء الرأي وسمحت بتنويع وجهات النظر وتبادل المعلومات مقارنة بأجهزة الإعلام التقليدية مما أدى إلى زيادة الوعي السياسي والمسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد وليكون أداة فعالة للتعبير عن المطالب والحقوق الاجتماعية والسياسية للتنظيمات الشعبية.

وهكذا يمكننا أن نقول أن الشبكة الاجتماعية "فايس بوك" فاعل ومؤثر في الأنشطة السياسية وأصبح جزاء مهما من عملية التواصل السياسي اعتمادا على ما توفره من قدر كبير من المعلومات السياسية التي تساهم في تكوين الوعي السياسي من خلال الحوار البناء مما يساهم في تعزيز وحشد الرأي العام.

ومن هذا ننطلق أن للشبكة الاجتماعية " فايس بوك" دورا في تشكيل الوعي السياسي وهذا على أساس أن هناك عديد الدراسات التي تتناول هذا الموضوع.

1 **دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدي الشباب الفلسطيني:**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط من كلية الآداب والعلوم الإنسانية جامعة الأزهر-غزة- من إعداد "رامي حسين حسني الشرافي"، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي يقوم به الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني.

وأكدت نتائج هذه الدراسة على أن"الفايسبوك" أكثر وسائل الإعلام التفاعلي استخداما لدى المبحوثين.

-أن للإعلام التفاعلي دورا إيجابيا في تشكيل الثقافة السياسية.

2 **-دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام "الثورة التونسية نموذجا":**

إعداد "مبارك زودة" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير،جامعة الحاج لخضر -باتنة- ومن أهم نتائج الدراسة:

1 يعد موقع الفايسبوك الشبكة الأكثر استخداماZ لدى المبحوثين.
2 -أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الاجتماعي أثناء الثورة التونسية.
3 غالبية المبحوثين يؤكدون أن هدفهم إسقاط النظام.

3 -دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي:

دراسة ميدانية على عينة من طلاب بالجامعة اليمنية من إعداد "عبد الحكيم عبد الله عمر المكايم" - جامعة مصر.

وجاءت نتائج الدراسة كما يلي :

1 -جاءت وسائل الإعلام في مقدمة الوسائل والمصادر التي يعتمد عليها شباب الجامعات اليمنية في المشاركة في العمل السياسي.

2 -الاهتمام المتزايد لدى شباب الجامعات اليمنية بمتابعة القضايا السياسية العربية والدولية وما تعرضه وسائل الإعلام من مضامين ووقائع سياسية.

*وهذا ما تسعى إليه دراستنا من خلال معرفة:

- ما هو دور الشبكة الاجتماعية " فايس بوك" في تشكيل الوعي السياسي؟

هذه الإشكالية الرئيسية التي يحاول البحث دراستها والإجابة عنها من خلال دراسة مسحية على عينية من طلبةجامعة محمد خيضر بسكرة ، وبناء على المعطيات السابقة يمكن طرح التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

- ما هي دوافع استخدام الشبكة الاجتماعية " فايس بوك"؟
- ما هي الإشباعات التي تحققها الشبكة الاجتماعية "فايس بوك" ؟
- ما هو دور الشبكةالاجتماعية " فايس بوك" في ترسيخ وتنمية الوعي السياسي؟.

الفرضيات:

- الإطلاع ومتابعة مختلف القضايا والمستجدات وتشكيل مختلف الآراء السياسية .
- الإشباعات التي تحققها الشبكة الاجتماعية تتمثل في معرفة مختلف الآراء السياسية.
- يساعد الفايس بوك في تنمية المعارف السياسية عن طريق تبادل وجهات النظر حول مختلف الأحداث السياسية.

أسباب اختيار الموضوع:

إذا كان لكل دراسة عملية أسباب موضوعية وذاتية تدفع الباحث للنظر في الموضوع وهذا البحث تتوفر فيه مجموعة من الأسباب دفعتنا لإنجاز هذه الدراسة.

أ. أسباب موضوعية:

- المساهمة في إنجاز مذكرة ودراسة تبقى موضوع لإفادة الطلبة مستقبلا.
- يعتبر موضوع الدراسة حيويا وحديثا.
- الميل و الرغبة لهذا النوع من الدراسات الأكاديمية.

ب. أسباب ذاتية:

- التعرف على دوافع التعرض الشبكة الاجتماعية.
- الرغبة في التعرف على دور الشبكة الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي.

أهداف الدراسة:

يسعي الباحث لتحقيق عدة أهداف من دراسته وهي كما يلي :

- معرفة الإشباعات التي تحققها الشبكة الاجتماعية "فايس بوك".
- دوافع التعرض للشبكة الاجتماعية.
- دور "فايس بوك" في تنمية الوعي السياسي.
- أهم القضايا و المواضيع التي تثير الاهتمام عبر "الفايس بوك".

أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من عديد الجوانب التي تطرق إليها الموضوع للوصول إلى نتائج سليمة، حيث تتناول هذه الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة والمعاصرة حيث استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي في خلق الوعي السياسي في ضوء المتغيرات

المتسارعة التي شهدها العالم ومدى تأثيرها على الرأي العام لدى فئات المجتمع وخاصة الطلبة باعتبارهم من الفئات الأكثر تفاعلا مع البيئة السياسية.

طبيعة الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات البحث العلمي حيث على الباحث إتباع طريقة معينة للوصول إلى نتائج دقيقة وأكثرها مصداقية،فلكل دراسة منهج معين،حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية.

تعريف المنهج:

يعرفه الدكتور "مصطفي عمر التير" على أنه الطريق أو السبيل لبحث الذي يستند إلى عدد من المميزات الرئيسية أهمها أن الظواهر ومكوناتها والعلاقات بينها موجودة بشكل مستقل عن الفرد وعن آرائه واتجاهاته وتصوراته.(سلاطنية، الجيلاني، 2004، ص 28).

وكذلك يعرف المنهج : هو مجموعة من الإجراءات والطرق الدقيقة من أجل الوصول إلى نتيجة، وهو عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة.(أنجرس،2006،ص39).

وعلى هذا الأساس استخدمنا في دراستنا هذه منهج المسح الاجتماعي واعتمدنا على منهج المسح بالعينة بحيث يسهل على الباحث جمع المعلومات والبيانات والمعطيات اللازمة حول موضوع الدراسة.

ويعرف منهج المسح الاجتماعي: هو محاولة منظمة لتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة بيئية اجتماعية ويهتم المسح الاجتماعي بدراسة قطاع كبير من الواقع الاجتماعي بهدف الحصول على بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها من أجل الاستفادة منها في التخطيط المستقبلي.(بن مرسلي، 2003، ص 170-171).

وكذلك المسح الاجتماعي تستخدم هذه الطريقة لدراسة الظواهر الاجتماعية في واقع محدد وفي زمان معين . وتساعدنا هذه الطريقة أنها تساعدنا على دراسة كل أبعاد الظاهرة الاجتماعية وتشبعاتها في المرحلة الراهنة، ومن أهم وسائلها في جمع البيانات الملاحظة ، المقابلة والاستمارة. (سلاطنية، الجيلاني، 2004، ص 44).

مجتمع البحث وعينية الدراسة :

إن اعتماد طريقة العينة في البحث له دواعي علمية ، لأن دراسة جميع مفردات المجتمع في حالات معينة يؤدي بالباحث إلى الوقوع في الخطأ، ويعتبر اختبار العينة الممثلة للمجتمع المبحوث من أصعب الأمور التي تواجه الباحثين والدارسين، فقد ذكروا أن أول شروط نجاح العينة واختيارها، هو ضرورة تمثيلها لكل حالات المجتمع المبحوث وتعبيرها بصدق عن الظاهرة محل الدراسة.(سلاطنية، الجيلاني، 2004، ص317).

فقد كان مجتمع دراستنا في طلبة الإعلام والاتصال، حيث يمثل هؤلاء الطلاب أهم شرائح المجتمع تفاعلا مع الشبكات الاجتماعية، والوعي السياسي من جهة أخرى وحسن التعامل مع وسائل الاتصال الجديدة.

فقد أكدنا أن مجتمع البحث الأصلي يعد مجتمعا كبيرا يقدر بـــ 325 طالب وهذا ما وضع أمامنا صعوبة في تحديد حجم العينة، وعلى هذا الأساس تم استخدام أسلوب البحث بالعينة، لأن إجراء مسح شامل يتطلب وقتا وجهدا كبيران.

وعلى هذا الأساس تم اعتماد على العينة القصدية أو الفرضية أو العمدية والنمطية، بهدف جمع المعلومات والبيانات في أقل وقت ممكن وتكوين أكثر دقة.

وبناء على عدد المجتمع الأصلي 325 طالب، وبعد إجراء تعديل بسيط حيث يمكن تقليص النسبة كلما زاد حجم العينة حيث قمنا بالعملية التالية: حيث حددنا النسبة بـــ 20% تقابلها 325 طالبا.

$$\frac{325x20}{100} = \frac{6500}{100} = 65.$$

وهو ما يعطي حجم العينة بـــ 65 طالب من المجتمع الأصلي.

أداوت جمع البيانات :

لقد تم اختيار الاستبيان كأداة لهذه الدراسة لأنه كثير الاستعمال في البحوث الوصفية والتحليلية.

وتعرف الاستمارة :

مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي، أي إجراء بحث ميداني على مجموعة محددة من الناس وهي وسيلة الاتصال الرئيسية بين الباحث والمبحوث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد معلومات عنها.(سلاطنية، الجيلاني، 2004، ص282).

وكذلك تعرف:عبارة عن شكل مطبوع يحتوي مجموعة من الأسئلة موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع معين أو موضوعات ترتبط بموضوع الدراسة.(غريب، 1992، ص77).

وكذلك يعرف الاستبيان :

مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد، أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها ، لكنها غير مدعمة بحقائق.(بوحوش، الذنيبات، 2001، ص66).

وكذلك تعتمد الاستمارة على عدد الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في الاستمارة ويمكن للسؤال فيها أن يكون مغلقا أو مفتوحا أو يجمع الأسلوبين وهذا الشائع. (زيدان، 1980، ص46).

وكذلك يعرف الاستبيان بأنه مجموعة وقائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع لمبحوث من أجل الوصول إلى إجابات تتضمن البيانات والمعلومات المطلوبة.(بن مرسلي، 2005، ص203).

النظرية المؤطرة للدراسة:

نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

التعريف بالنظرية:

تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات من أهم نظريات الاتصال الحديثة التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الاتصال مع وسائل الإعلام، حيث تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال، المحركة للاتصال وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها أو يلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير ونظرا لاهتمام العلماء بدرجة تأثير الحاجة وحركة الدوافع وعلاقتها بالسلوك الإنساني، ظهرت اتجاهات عديدة في علم النفس لتصنيف الحاجات والدوافع، وتعتبر أشهر المساهمات مساهمة "أبراهام ماسلو" في نظريته للدوافع التي صنف بها الحاجات في نظامين أساسيين هما الحاجات الأساسية وما بعد الأساسية.

وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار وقد ركزت هذه النظرية على الأسباب الخاصة باستخدام وسائل الإعلام والتعرض

إليها من مختلف الفئات، في محاولة للربط بين الأسباب والاستخدام مع تصنيف الاستخدام في فئات تشير إلى شدته أو كثافته، حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، كان أهمها إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة، في وقت معين وأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة والاشباعات". (المزاهرة، 2012، ص169،170).

فمن أمثلته الدراسات التي استخدمت مدخل الاستخدامات و الاشباعات في بداياته الأولى دراسة "هيرتا عام 1994م" التي استهدفت الكشف عن اشباعات مستمعي المسلسلات اليومية من خلال اختبار متعمق فتوصلت الدراسة إلى تصنيف الاشباعات إلى اشباعات عاطفية تهتم بتحرير العواطف والأحاسيس بالإضافة إلى أنها تقدم المتعة والنصيحة للقارئ ووجدت هذه الدراسة أن الرضا والإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها. (عبد الحميد،2004،ص 272).

كما قدم " بيرلسون" عام 1949" دراسة أخرى أثناء إضراب موزعي الصحف في نيويورك لمعرفة ما يفتقر إليه قراء الصحف أثناء الإضراب وقد خلص إلى أن الصحف تحقق للفرد قدرا من الأمان في عالم مزعج أي أنها تلبي حاجة الأمان لدى الأفراد وأن الأفراد يقرؤون الصحف لخمسة أسباب وهي المعرفة والمكانة الاجتماعية والاتصال الاجتماعي والهروب من مشاكل الحياة وكوسيلة للحياة اليومية.(القليني، شومان، 2004، ص122).

جوهر النظرية :

نظرية الاستخدامات والاشباعات تعنى في الأساس بجوهر الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما

تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى لتحقيقها ، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، وكلما كان مضمون معين قادر على تلبية احتياجات الأفراد كلما زاد نسبة اختيارهم له.

كما أن أحد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقين أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة لكنه طرف فاعل ونشط في هذه العملية فهو يقوم بدور بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية،وكطرف في هذه العملية يسهم في حركتها واستمرارها، ومن هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور فيما يتعلق بعناصر العملية كلها.والدور النقدي هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية.

فالتعريف اللغوي لنظرية الاستخدامات والإشباعات:

الاستخدام في اللغة: من أستخدم استخداما، أي اتخذ الشخص خادما، ومنه تخدمه خدمة فهو خادم وخدام.

أما الإشباعات: في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع وتدل على امتلاء في أكل وغيره. (المزاهرة، 2012، ص170).

و من هنا نستنتج أن نظرية الاستخدامات و الإشباعات تسعى لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية : هي التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجته و أهدافه.

أما الهدف الثاني توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام و التفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

أما الهدف الثالث فهو التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية.(إسماعيل، 2002، ص255).

*** فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات :**

يعتمد مدخل الاستخدامات و الإشباعات على عدة فروض:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري و يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعتبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي ي درك‌ها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و عوامل التفاعل الاجتماعي، و تتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- التأكيد على أن الجمهور الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم ، و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال الاستخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الوسائل فقط.
- تتنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد، مثل قنوات الاتصال الشخصي كالأندية، السينما أو غيرها فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام من خلال قنوات و وسائل أخرى.(المزاهرة، 2012، ص182).

*** علاقة نظرية الاستخدامات و الإشباعات بالمجال البحثي للدراسة :**

بما أن نظرية الاستخدامات و الإشباعات تقوم على اختيار الجمهور للوسيلة الإعلامية التي يستخدمها و إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية و النفسية للأفراد فمن هذا

المنطلق اعتمدنا على نظرية الاستخدامات و الإشباعات في هذه الدراسة لمعرفة و تحديد الأغراض المحققة من استخدام الطلبة لشبكة التواصل الاجتماعي، لأن الجمهور هو من يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته أي أن الأفراد هم من يتحكمون في تعرضهم لوسائل الإعلام، حيث تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر أخرى التي تسعى لإشباع حاجات الأفراد.

حيث تساهم شبكة التواصل الاجتماعي في تزويد أفراد المجتمع بمختلف المعارف ، وطرح الأفكار الجديدة، خاصة في ظل الأحداث السياسية تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تشكيل الوعي السياسي وهو ما يدل على أن تشكيل الثقافة السياسية لدى المواطن سيكون وفقا لسياسة و أراء وتوجهات وسيلة الإعلام ومع تزايد الاهتمام الشعبي والجدل السياسي على جميع الأصعدة أصبح الجميع يبنون أرائهم وفقا لما يكوّنونه من خلال قراءاتهم و مشاهداتهم الإعلامية.

الفصل النظري

الفصل الأول"الشكبات الاجتماعي

الفصل الثاني:الوعي السياسي:المحتوى ـــــــ الأدوات

الفصل الثالث:الإعلام و الوعي السياسي

1 الفصل الأول: الشبكات الاجتماعية

مقـــدمـــة:

مما لا شك فيه أن الشبكات الاجتماعية ظاهرة عصرية وستبقى وليدة للتطور التقني، حيث أتاحت لمستخدميها فرصا لربطهم مع زملائهم وقد تحولت شبكات التواصل الاجتماعي لمنبر مفتوح للتعبير عن الآراء السياسية والترويج لأفكار وتوجهات أيديولوجي ة متنوعة ونجد من يستخدمها كأداة تسويقية فعالة لترويج السلع والخدمات، حيث باتت قادرة على اختراق الحواجز الزمانية والمكانية والوصول إلى جميع فئات المجتمع في شتى أنحاء العالم مشكلة بذلك مجتمعا افتراضيا له قوانينه وقواعده الخاصة ولهذا أصبحت الشبكات الاجتماعية الأكثر تأثيرا على الأفراد من خلال ما المميزات التي تمنحها لهم ودورها البارز في تنمية الوعي السياسي من خلال مختلف المفاهيم السياسية وأصبحت الحكومات والمنظمات غير الحكومية تستعمل هذه الشبكات لإيصال أفكارها وتحقيق أهدافها.

المبحث الأول: ماهية الشبكات الاجتماعية

المطلب الأول: تعريف الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية مصطلح يتكون من كلمتين: الشبكات والاجتماعية أما الشبكات مفردها شبكة جاءت من الفعل شبك تقول العرب شبك الشيء أي نشب بعضه في بعض وشبكت الأمور أي تداخلت واختلطت.

وجاءت كلمة الاجتماعية من الفعل " أجتمع أو تجمع " يقال تجمع القوم أي أتوا وأنضموا الشيء المتفرق إنضم وتألف". (بشار، 2009، ص34).

ونجد عدة مفاهيم لشبكات التواصل الاجتماعي من الناحية الاصطلاحية ومن بينها:

تعرف الشبكات الاجتماعية :

هي مواقع تشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة وتقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة مثل: التعارف والصداقة والمراسلة، والمحادثة الفورية، إنشاء مجموعات والمشاركة في الأحداث والمناسبات، مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات.(اللبان، 2011، ص86).

ويعرفها "زاهر رفاعي": على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها. (زاهر، 2003، ص23).

وتعرف أيضا : هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم ، ظهرت على شبكة الانترنت منذ سنوات وتمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور و غيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاق ة الاجتماعية بينهم. (الدليمي، 2011، ص183).

وكذلك تعرف الشبكات الاجتماعية " بأنها مشاركة اتصالية عبر الانترنت حيث يتم تداولها عن طريق الصور و الفيديوها ت والمقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.(فراج،2012،ص20).

وكذلك تعرف الشبكات الاجتماعية بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد، مدرسة، جامعة، شركة...) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء تعرفهم في الواقع أو أصدقاء تعرفهم من خلال السياقات الافتراضية.(نومار،2012،ص 45).

ويعرفها « Richter Koch » بأنها التطبيقات والمنابر ووسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات.(فراج، 2012، ص20).

وبناء على هذه التعريفات يمكن أن نستنتج التعريف الإجرائي:

الشبكات الاجتماعية: "عبارة عن تطبيقات تكنولوجية إلكترونية قائمة على نظام الجيل الثاني للويب لتحقيق التواصل والتفاعل بين مختلف الأفراد في مختلف قضايا الرأي العام.

المطلب الثاني: نشأة الشبكات الاجتماعية

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء.

وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية ، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها.

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001 م ومع بداية 2005 م ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع "ماي سبيس" الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "فيس بوك، والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس"" حتى قام "فيس بوك" عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلي زيادة إعداد مستخدمي "فيس بوك" بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حاليا يتجاوز 500 مليون مستخدم على مستوى العالم، تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل: الخصوصية، الهوية، رأس المال المجتمعات. (دهيمي، 2012، ص254).

وفي السنوات اللاحق ة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان بداية عام 2002 م ، حيث ظهر موقع friendester الذي حقق نجاحا دفع "جوجل" إلى محاولة شرائه سنة 2003م لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكايروك" « Skyrook» كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 م وقد أستطاع موقع

«Skyrock» تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 م إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعي وفقا لعدد المشتركين.وقبل ظهور "فيس بوك" أنشئ في العام 2003 م موقع « My space » الأمريكي ونما بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006م وأهم ما يقدمه «My space» تفصيلات الملفات الشخصية مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية وتضمين عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة إضافة إلى المدونات وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة ويب للموسيقيين.

ونشأت في فبراير من عام 2004م شبكة " الفايس بوك" على يد "مارك زكوربيرغ" في جامعة "هافارد" وكانت فكرته اجتماعية بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم إن أرادوا، ثم عمت لتشمل مختلف الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، لكن الدور الكبير الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية جعلها تنمو وتتسع بسرعة لتحقيق شعبية كبيرة خصوصا بين الأجيال وطلاب الجامعات. (الرعود، 2012).

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الشبكات الاجتماعية

تتميز الشبكات الاجتماعية بعدة مميزات جعلت منها مقصد متصفحي الانترنت في جميع أنحاء العالم ومن أهم الخصائص والمميزات:

أ_ سهولة الاستخدام:

طورت الشبكات الاجتماعية بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي تحتاج إلي القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من اجل النشر وتحقيق التواصل عبر الانترنت وكل ما يتطلب لاستخدام شبكات التواصل هو التدريب البسيط على الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

2_ التواصل والتعبير عن الذات:

أتاحت الشبكات الاجتماعية قنوات اتصالية جذابة لا تعتمد على نشر محتوى معين وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.

3_ تشكيل المجتمع بطرق جديدة:

علي الرغم من أن المفاهيم المجتمعية الوهمية وجدت منذ بداية التطبيقات الالكترونية، إلا أن مواقع الشبكات الاجتماعية وفرت سبلا جديدة للاتصال فقد ينضم المستخدمون لمجتمعات قراء الكتب و الاتصال من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون .

4_ تخريج البيانات:

تسمح غالبية الشبكات الاجتماعية لأعضائها باستعراض شبكات أصدقائهم والتمكن من استخراج البيانات المتاحة في شبكات المستخدم من استعراض شبكته الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء وتوفر بعض الشبكات تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين. (الرعود، 2012م)

المطلب الرابع: دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية:

من المتعارف عليه انه عند ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة فإنها تساهم في خلق دوافع جديدة و إشباعات جديدة وسط جماعات والجمهور المتنوعة وبالتالي يتعين علي الباحث تحديد هذه الأبعاد الجديدة لدوافع المستعملين وإشباع حاجاتهم بالرغم من أن دوافع استعمال الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعية بصفة خاصة قد تتنوع وسط أفراد المستعملين والمحركات الإعلامية .

ويمكن حصر أهم الحاجات التي تدفع الشباب لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية كالأتي:

1_اكتشاف الذات:

بمعني البحث عن كيفية رد فعل الآخرين خاصة عند الإناث وكيف يظهرون في عيون الناس، وهذا بفضل السرية التي يتميز بها استعمال الانترنت مما يدفع المستعملين إلي الكشف عن بعض مظاهر ذاتهم.

2_ التعويض الاجتماعي:

أي تجاوز الخجل ونقص الشخصية علي العموم وبصفة خاصة عند الإناث والمنطويين نفسيا.

3_ التعلم وتوسيع المعارف:

هناك من يكون له دوافع من المناقشة الالكترونية وتنمية معارفه وتطويرها في مجال معين من خلال تبادل الخبرات والمعارف بين الأفراد. (عزي، بومعيزة، 2010، ص-ص82-84)

4_ تحقيق الانتماء الاجتماعي:

حيث أن الفرد يحاول دائما أن يجد الجماعة التي لها نفس اهتمامات ولها خصائص تتوافق مع شخصية وبالتالي فان إشباع دوافع الانتماء يؤدي إلي إقامة روابط اجتماعية وتوثيقها مع هؤلاء الأشخاص الذين يتصل بهم ويدردش معهم.

5_ اكتشاف الهوية ولعب الأدوار:

هناك من يعمد إلى تغيير هويته للتعامل مع عدة أشخاص ويستخدم شخصية مستعارة تختلف من فرد إلي آخر لكي يتعرف عن نظرة الناس ورأيه عن ذلك الشخصية التي قدمها لهم.

6_ التحرر العاطفي:

أو كما يسميه البعض التنفيس العاطفي حيث يطلق البعض العنان لانفعالاتهم ويعبرون بحرية عن المشاعر المكبوتة ويبوحون بكل ما كانوا يخفونه ويتسترون عليه.

7_ الحصول علي معلومات:

يستطيع الأفراد أن يتحصلوا على معلومات قيمة وهامة من خلال الاتصال مع الآخرين، خاصة أن المشاركين في المنتديات الالكترونية متواجدون في أماكن متباعدة ومختلفة. (بعزيز، 2008)

المطلب الخامس: الشبكة الاجتماعية "فايسبوك" :

مفهوم "فايس بوك": بالانجليزية Face book: عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة بها فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم وأيضا تحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور التي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم. (دهيمي، 2012، ص255).

مؤسس الموقع:

قام "مارك زوكر بيرج" بتأسيس الفايس بوك بالاشتراك مع كل من "داستين موسكو فيتز وكريس هيوز" الذين تخصصا في دراسة علوم الحاسب، حيث أطلق "مارك زوكربيرج" الموقع في الرابع من فبراير 2004، حين كان طالبا في جامعة "هارفارد" وكان الموقع في البداية

مخصصا للطلبة في جامعة "هارفارد" فقط لكن تم تطويره لاحقا ليسمح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع ثم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية وأي شخص يتعدى عمره 13 سنة. (سنومي، 1999، ص35).

- سمات الموقع:

يتضمن Face book عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات سمة لوحة الحائط، وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح الأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وسمة photos أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، وكذلك سمة status أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، وجدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه من مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا للإعدادية الخصوصية.(دهيمي، 2012، ص258).

- قبول الموقع لدى المستخدمين:

وفقا لما ذكرته شركة "كومسكور"، يعد الفايس بوك" أشهر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك استنادا إلى عدد المستخدمين الجدد الذين يرتادون شهريا حيث تخطى منافسه الرئيسي "مايس سبيس" في أفريل من عام 2008، وقد أشارت كومسكور، إلى أن "فيس بوك" تمكن من اجتذاب 132.1 مليون من المستخدمين الجدد في يوليو من عام 2008 مقارنة بموقع "ماي سبيس" الذي اجتذب 117.6 مليون مستخدم، ووفقا للإحصائيات التي قام بها موقع"اليسكا" يعد "الفيس بوك" أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية في العديد من الدول الناطقة باللغة الانجليزية ومن بينها كندا والولايات المتحدة .

–ونظرا لطبيعة "الفيس بوك" التي تتيح دخول أي فرد إليه، فإن العديد من الدول قامت بحظر الدخول إلى الموقع من بينها سوريا وإيران، وقد ذكرت السلطات السورية أن قرار الحظر جاء استنادا إلى قيام البعض بالتحريض على شن هجومات ضد لسلطا ت من خلال الموقع، إضافة إلى أن الحكومة السورية تخشى التسلل الإسرائيلي للشبكات الاجتماعية في سوريا من خلال "فيس بوك"

–أما في إيران تم حظر استخدام الموقع بسبب مخاوف من أن يتم استغلال الموقع في تنظيم حركات معارضة للحكومة، وأن أي توجيه انتقاد للحكومة الإيرانية يعد جريمة يعاقب عليها القانون(دهيمي، 2012،ص261،263).

خـــــاتـــــمة

شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية حيث تتيح للجميع عملية التواصل في مجتمع افتراضي واسع سيطر على اهتمامات الكثير واستنزف الكثير من أوقاتهم ومن بين أبرز تلك الاهتمامات التواصل الاجتماعي التي توفرت عن طريق شبكات اجتماعية على الانترنت، حيث حققت شبكات التواصل الاجتماعي نجاحا كبيرا وثروة طائلة لمالكيها وتميزها عن المواقع الأخرى فأصبحت خير بديل عن الوسائل الاتصالية المعروفة.

ومن هذه المواقع نجد "فايس بوك" الذي أصبح له تأثير كبير من خلال الخدمات التي يقدمها للجمهور والمواضيع والمستجدات التي يطرحها كل يوم حول ما يجري في العالم.

الفصل الثاني

الفصل الأول"الشكبات الاجتماعي

الفصل الثاني: الوعي السياسي:المحتوى ــ الأدوات

الفصل الثالث:الإعلام و الوعي السياسي

الفصل الثاني: الوعي السياسي "المحتوى – الأدوات"

مقـــدمة

إن دائرة الوعي السياسي يجب أن ترتكز على شريحة الشباب لأنهم أكثر ضرورة في تفعيل السلوك السياسي والديمقراطي في المجتمع لأن الشباب فئة من فئات المجتمع تساعد على اللجوء إلى لغة العقل والقضاء على التطرف ومظاهر العنف واستعمال لغة الموارد أثناء الأزمات فامتلاك الوعي يعني أن الشخص يدرك واقعه ومن ثم فهو ربما يتدخل لتغيير مسارات معينة، وهو ما يؤدي إلى تعزيز الثقة والإيمان بشريحة الشباب الواعدة بنظم العمل السياسي والإداري وتولي مناصب في الدولة.

المبحث الأول: الوعي السياسي

المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي

يعني الوعي هو اكتساب الفرد والجماعة لخلفية معرفية تمكنهم من تحليل القضايا المطروحة على الساحة الدولية والوطنية وإدراك أوضاع المجتمع ومشكلاته ومن ثم الحكم عليها وتحديد مواقفه تجاهها وبشكل آخر هو إدراك الفرد لواقع مجتمعه محيطه ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحيطة به والقوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة. وغياب الوعي السياسي يعطل دور الفرد والجماعة فلابد من معرفة الواقع يعني البيئة المحيطة به بما في ذلك ثقافته التي تحدد طبيعة نشأته. (دليو، 2010، ص160)

وكذلك يعرف الوعي السياسي:

يشير الوعي السياسي إلى درجة انتباه الفرد للشؤون السياسية، ومدى فهمه لها، أي أن الوعي السياسي هو الارتباط العقلي بالسياسة. (زغيب، 2004، ص105).

وكذلك يشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية بأنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعّالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحللها ويحكم عليها ويحـــدد موقفـــه منهـــا ويدفعـــه إلى التحـــرك مـــن أجل تطويرها وتغييرها. (اللقاني، الجمل، 1996، ص204)

ويشير أيضا مفهوم الوعي السياسي إلى رؤية أعضاء الفئات الاجتماعية في المجتمع للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين وأهداف وبرامج سياسية كذلك التنظيمات السياسية بما فيها الأحزاب السياسية والحملات الانتخابية ومواقف الأفراد منها ومدى مشاركتهم في نشاطها.

ومن بين أهم محددات الوعي السياسي نجد:

1 -وعي الشباب بالمعارف السياسية.

2 -وعي الشباب بقضايا المجتمع ومشكلاته.

3 -وعي الشباب بالمشاركة السياسية أي إدراكه للعملية السياسية أي يعني كيفية المشاركة فيها يصبح ذا تأثير في البنية الاجتماعية ومن هنا فإن تنمية الوعي السياسي والثقافة السياسية من شأنهم الرفع من كثافة المشاركة السياسية التي تعد نتاج للتنشئة السياسية بما فيها مصادرها أي مؤسسات التنشئة السياسية التي تعد مصدراً من مصادر اكتساب الوعي السياسي. (باول، 1998، ص55).

ويرى "علي أسعد وطفة" بأن الوعي السياسي هو:"الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة، ويتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في الآن الواحد". (وطفة، 2003، ص80)

التعريف الإجرائي:

الوعي السياسي "هو ما يملكه الفرد من معارف سياسية والمتعلقة بمعرفته لمختلف القضايا والظواهر السياسية على المستويين المحلي والعالمي".

المطلب الثاني: علاقة الوعي السياسي بمفهوم التنشئة الاجتماعية

يشير مفهوم الوعي إلى رؤية أعضاء الفئات الاجتماعية في المجتمع للنظام السياسي القائم والعمليات السياسية والممثلين السياسيين وأهداف وبرامج التنظيمات السياسية ومواقفهم منها ومدى مشاركتهم في نشاطها ووضع توجيه القرارات السياسية في المجتمع.

وتعتبر المعرفة السياسية هي المتنبئ القوي والأفضل لإعداد المعلومات السياسية، وتتضح أهمية الوعي السياسي خاصة في العمليات الانتخابية وقد أكدت عدّة دراسات على ذلك لاسيما التأثيرات المستقبلية للمعلومات الخاصة بالعديد من السلوكيات الانتخابية للأشخاص وهذا ما أكدته رؤية **لازار سفيلد** كذلك إلى أن الوعي السياسي يعتبر مصدر من مصادر التنشئة السياسية التي تعد مصدراً لاكتساب الوعي السياسي وذلك عن طريق ما يسمى بمؤسسات التنشئة السياسية على اعتبار أنّها المصدر الرئيسي والمباشر لخلق الوعي لدى المواطنين وتصورهم عن الحياة السياسية وغير السياسية. (العيدي، 2005، ص159)

وتعتبر أدوات التنشئة السياسية بما فيها وسائل الإعلام المصدر الرئيسي في تشكيل الوعي السياسي وذلك من خلال الدور الذي تلعبه في متابعتها اليومية للأحداث والقيام بتفسيرها وتحليلها وفي غياب هذا النشاط يؤدي مفاده إلى التقوقع والتخلف وهو الذي فسّرته العديد من الدول وخاصة منها المتقدمة على نمط الفكر السياسي السائد لأن الفكر السياسي هو فهم عميق للواقع الذي يترجم في فلسفة سياسية معينة، وهذا ما ينبغي العمل عليه خاصة في الجزائر، وذلك من خلال إشراك المواطن في القضايا السياسية التي يستطيع من خلالها أن يكتسب عدّة توجهات سياسية وثقافة سياسية.

المطلب الثالث: محتوى الوعي السياسي

يعتبر الوعي السياسي المرتكز الأساسي بكل أبعاده ذلك أن الوعي السياسي يرسخ الشعور بالانتماء للوطن وشعور الانتماء للوطن يلتحم معه الإخلاص والحماسة والبذل والعطاء في سبيل رقي الوطن، والوعي السياسي ليس مجرد ترديد لشعارات وإنّما هو إدراك لمعضلة التنمية التي يظل البعد السياسي من أقوى أبعادها، ولَمّا كان هذا البعد يرسخ للانتماء للوطن فإن الوعي السياسي ربّما كان المرتكز الأول الذي تلتحم معه المرتكزات الأخرى بما فيها الوعي الاجتماعي ،الاقتصادي ، الثقافي والوعي الإداري.

فمن خلال التعريفات التي وردت للوعي السياسي نجد أن معظم التعريفات قد أجمعت أن للوعي السياسي (محتوى) إذ أنّه يشمل مجموعة من المفاهيم والأفكار والمعارف التي تسهم في تشكيل الثقافة السياسية للمجتمع والتي يكتسبها الفرد كعضو من أعضاء المجتمع. تلك الثقافة التي تمكن الفرد من فهم الأحداث السياسية الواقعة في مجتمعه المحلي والإقليمي والدولي. (عبد الرحمان، 1987، ص25)

ونذكر فيما يلي أهم مكونات ذلك المحتوى التي تعتبر بمثابة أهم القضايا لقياس مستوى الوعي السياسي:

أولاً. الهويـــة

تعتبر قضية الهوية أحد العوامل الأساسية المكونة للمجتمع السياسي، كما أنّها تعتبر من أبرز القضايا المرتبطة بقياس الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع، حيث أنّها تساعد على فهم الكيفية التي يتكون بها إدراك الأفراد والجماعات لأنفسهم سواءٌ ارتباط هذا الإدراك بجماعة عرقية أو دينية أو قبلية. (العبيدي، 2001، ص141)

وتعرف الهوية بأنّها عملية نامية ومتطورة لا تتوقف عند مرحلة معينة حيث ترتبط بقضايا التغيير في المجتمع، حيث يكتسب مضمون ومفهوم الهوية مضامين وأبعاد مختلفة ومتباينة من جماعة لأخرى. (علم الدين، 1993، ص15)

وتعتبر الهوية السياسية من أهم المعتقدات السياسية التي تساعد الفرد على إدراكه لذاته، فهي تعني الشعور بالاندماج مع الدولة.

مما يضفي شرعية على أنشطتها ويحرك الشعور بالولاء والدعم لها مما يسمح ببقاء النظام واستمرار وتخطي المشكلات المصاحبة للتغيير الاجتماعي. (نصار، 2005، ص112)

والهوية يمكنها أن تأخذ مستويات مختلفة، ففي الغالب يكون للأفراد إدراك بالانتماء إلى دين أو جماعة أو ثقافة أو دولة أو إقليم، والهويات لا تتضاد أو يتناقض بعضها من فترة إلى أخرى، فالأساس إذا هو الكيفية التي تقترب بها تلك العناصر المختلفة لهويتهم أو الوزن الذي يمنحه الأفراد لهذه العناصر. (العبيدي، 2001، ص142)

المواطنـــــة:

المواطنة هي الصلّة والرابطة القانونية بين الفرد والدولة التي يقيم بها بشكل ثابت وتحدد العلاقة عادة حقوق الفرد في الدولة وواجباته تجاهها، وبهذا المعنى هي وضع قانوني للفرد في الدولة تترتب عليه حقوق يتمتع بها الفرد كمواطن . وواجبات يتحمل مسؤولياتها تجاه الدولة، أمّا المواطنة بمفهومها الضيق تتجاوز هذا التحديد الوصفي إلى حدٍ أدنى من الحقوق والواجبات التي يرتبط مفهوم المواطنة الديمقراطية. وبموجب ذلك تكون المواطنة عضوية الفرد التامة والمسؤولية في الدولة ويترتب على ذلك مجموعة من العلاقات المتبادلة بين الطرفين نسميها الحقوق والواجبات.

فالهوية تعني هوية رسمية لكل فرد مرتبط بدولة بعينها، وهي تعبر عن الانتماء إلى أرض تحدها حدود سياسية ويعيش عليها مجتمع سياسي معين، ويترتب على هذه الهوية حقوق وواجبات متساوية لجميع المواطنين وفق ما ينص عليه القانون الذي يشمل كافة الأفراد، وتكون هذه الهوية أساسية إلى درجة أنّها تصبح من مكونات هوية الفرد، وتصبح أكثر أهمية للتعريف بالفرد عندما يخرج من حدود بلده، حيث تصبح المواطنة مرادفة للجنسية كما هو الحال في القوانين والمواثيق الدولية. (الضائي، 2010، ص79)

المشاركة السياسية:

تعد المشاركة عندما تكون متاحة للسكان من العمليات المؤثرة في تشكيل وعيهم وتطوير اتجاهاتهم الفردية والاجتماعية وتنمية إيديولوجياتهم، وفي حالة ضيق مجالات المشاركة فإن التفاعل والحوار بين البشر يكون محدوداً، فيكون وعيهم بالتالي محدود ومنقسم ومشتت.

وتكون مشاركة الأفراد خلال المشاركة في العمل والمشاركة السياسية وهي أوسع أبواب المشاركة والتي تشمل عضوية النقابات والجمعيات والأحزاب والمجالس النيابية، حيث تلعب المنظمات المهنية والأحزاب السياسية دوراً متميزاً في تشكيل الوعي الاجتماعي لأعضائها، من خلال ما تتبناه من فكر وما تكتبه من برامج وما تقيمه من ندوات ومؤتمرات وما تنشره في الصحف والمجلات النقابية الحزبية. (الضائي، 2010، ص80)

والمشاركة السياسية باعتبارها شكل من أشكال المشاركة تشير إلى مشاركة أغلب والمواطنين، على الأقل بوعي وإيجابية في صياغة السياسات والقرارات واختيار الحكام والأعضاء للمؤسسات التمثيلية على الصعيدين المركزي والمحلي. (المنوفي،1985، ص67)

فمن القضايا المتعلقة بالنظام السياسي وتشكيل الرأي العام وهي قضية المشاركة السياسية التي هي تحصيل لجملة من الخبرات والتجارب السياسية طوال مراحل عمر الفرد

ج وهي تعبير عن اهتمام الفرد بالعمل السياسي وهي تعبر بذلك عن الممارسة الديمقراطية أو الديمقراطية في حدّ ذاتها. (مجاهد، 2008، ص187)

وتعرف المشاركة السياسية: بأنّها تكون القرارات والسياسات التي تتبنّاها الدولة محصلةً لرغبات واتجاهات القوى السياسية المختلفة في المجتمع لتعبر في النهاية عن آراء المواطنين المتأثرين بتلك السياسات ويعتبر مبدأ المشاركة أيضاً جوهريا لكونه حاسماً في العمليات الانتخابية التي يترتب عليها تداول السلطة في النظم الديمقراطية.

فعملية المشاركة السياسية عملية اجتماعية سياسية واعية يقوم بها المواطنون وفقاً لإدراكهم لحقوقهم وواجباتهم، فهي إذا وسيلة للمطالبة بمختلف الحقوق فضلاً عن اختيار القادة وهيكلة السياسات المختلفة ومتابعة تنفيذها. (بن قفة، 2012، ص–ص24–25)

وتعتبر المشاركة السياسية مظهر من مظاهر الحداثة السياسية فهي من بين مقوماتها. حيث يشير البعض إلى أن المجتمع التقليدي يفتقر إلى المشاركة، بينما يتمتع بها المجتمع الحديث، حيث يرى الدكتور "جنات السمالوطي" بأن المشاركة السياسية هي جوهر الديمقراطية في أي مجتمع والطريق إلى تحقيق التنمية الشاملة المتواصلة ، فهي إذا تؤثر على الأفراد والسياسة العامة للدولة، حيث تنبه كل من الحاكم والمحكوم لواجباته ومسؤولياته ، وتنهض بمستوى الوعي السياسي، وعلى صعيد السياسة العامة تدفع المشاركة السياسية الحاكم للاستجابة لمطالب المواطنين كما تعمل على توزيع موارد المجتمع بشكل أكثر عدالة.

رابعا: تداول السلطة

لا معنى للتعددية السياسية إلا إذا كانت الآليات المعتمدة في تسيير المجتمع كله، وكذلك مختلف المؤسسات والتنظيمات تتيح للاتجاه السياسي الذي يحظى بتأييد الأغلبية أن يتولى السلطة لينفذ البرنامج الذي كان يدعو إليه، فتداول السلطة بين جماعات مختلفة يجري في كل المجتمعات حتى حالة انفراد حزب واحد بالحكم، كثيراً ما تتصارع داخله جماعات متعددة

تعمل كل منها على الاستحواذ على السلطة. واستمرار سلطة واحدة طول السنين وهو كبير لم يعرفه أي مجتمع، والميزة الكبرى للديمقراطية هي توفير آليات شرعية لتداول السلطة بعيداً عن الانقلابات والتصفيات. (عبد الله، 1984، ص-ص158-159)

فالانتخابات هي الوسيلة لتحقيق تداول السلطة كنظام فرعي من النظم المكونة للديمقراطية، حيث يقوم الحزب أو المرشح السياسي بمجموعة من الأنشطة بهدف إمداد الجمهور والناخبين بالمعلومات عن برنامجه وسياسته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والأساليب والإمكانات المتوفرة، من خلال جميع الاتصال والإقناع وذلك بهدف الحصول على أصوات الناخبين وتحقيق الفوز في الانتخابات. (العالم، 2007، ص-ص88-89)

فاحتكار السلطة ومنع تداولها يدفعان إلى أن تصبح هوية نخبة سياسية معينة أو حزب سياسي هي قاعدة الانتماء للقوى غير المشاركة في السلطة ومن ثم يؤدي احتكار السلطة إلى عدم شرعيتها، وتصبح معارضتها ومقاومتها أو محاولات إسقاطها عملاً طبيعيا في سياق الفهم السياسي العام، الذي يؤكد أن السلطة لا تمثل عموم المجتمع ومصالحه وإنما تمثل فئة اجتماعية أو نخبة سياسية. (والي، 2003، ص267)

التعددية السياسية:

التعددية السياسية تشير إلى وجود تنوع في الأُطُر الاديولوجية والمؤسسية والممارسات الاجتماعية.

فالتعددية الحزبية تشير إلى استبعاد الثنائية الحزبية وأنّها عبارة عن ثلاثة أحزاب فما فوق أو التعددي غير المحدود، حسب ظروف كل دولة وتكوينها التاريخي والسياسي والايديولوجي والعرقي.

وحسب النظام الانتخابي المعتمد يؤكد فقهاء القانون الدستوري أن تعدد الأحزاب يتواجد مع الأخذ بنظام الانتخاب الفردي بالأغلبية المطلقة على دورين، وكذلك عند تطبيق القوائم الحزبية، وكذلك حسب الممارسة السياسية للأحزاب، إذ قد تفرز إما تعددا حزبيا ذا قطب واحد وهي حالة الحزب المسيطر أو تشديد السيطرة. (كشاكش، 1987، ص581)

التعددية الحزبية ارتبطت بظهورها نشأة أحزاب الوسط في أوربا، إذ وقفت موقفاً وسطاً بين الأحزاب اليمينية والأحزاب اليسارية، واستقطبت من مناضليها واستطاعت أن تفرض نفسها، ودليل ذلك الأحزاب الحرّة في بريطانيا أي ن ظهرت لأول مرّة التعددية الحزبية. (عبد الله، 2001، ص361)

وبالمعنى العام التعددية السياسية هي الحرية الحزبية أي أن يعطي أي تجمع ولو بشروط معينة الحق في التعبير عن نفسه، ومخاطبة الرأي العام بصورة مباشرة على ضوء التناقضات التي يحتويها كل مجتمع من المجتمعات السياسية، ليتم الوصول إلى خير الأُطر التي تسمح بسيادة مفهوم التنافس السياسي من أجل الوصول للسلطة.(بسيوني، 1998، ص55).

المطلب الرابع: مصادر الوعي السياسي

يوجد في كل نظام سياسي إطار من القيم السياسية يفرض نوع من الملائمة الاجتماعية على تصرفات الأفراد حكّاماً ومحكومين وتعطي للعملية السياسية شكلاً ومضموناً معين . **(قزادري، 2008، ص40).**

وهذه القيم السياسية تُنتقل من جيل إلى آخر عن طريق ما يعرف بالتنشئة السياسية التي تؤدي إلى نضوج الوعي السياسي، ويبدأ ذلك بالتثقيف السياسي للطفل.

حيث تمثل التنشئة السياسية مضمون وجوهر عملية التعليم ، التي تعّد الفرد ليصبح عضواً في المجتمع السياسي، إذ أن خبرات التنشئة التي يكتسبها الفرد تحدد تصرفاته السياسية في خضم الحياة السياسية.

المشاركة السياسية أو عدم الاهتمام السياسي، ويطلق لفظ التنشئة الاجتماعية على عملية تكوين الاتجاهات السياسية المختلفة، وتدل أيضا على العملية الدائمة والمستمرة التي تبدأ مع مراحل مبكرة للطفولة إلى آخر مراحل حياة الفرد ، سواء كانت عرضية أو مقصودة أو غير مقصودة رسمية أو غير رسمية ، وذلك عبر وكالاتها بما فيها وسائل الإعلام والاتصال ومؤسسات المجتمع المدني والسياسي عن طريق شتى العمليات والآليات فيها . (التعليم السياسي، التربية السياسية، التلقين السياسي) وكذلك نجد التجنيد السياسي... (العيدي، 2005، ص159)

وتجب الإشارة إلى أن كل النُظم السياسية تحاول توظيف عملية التنشئة السياسية لغرس القيم والتوجهات والأفكار السياسية ، التي تتفق مع قيم وتوجهات وأفكار السلطة الحاكمة وذلك عن طريق مصادر التنشئة السياسية (محمد، 1977، ص124)

وهناك العديد من المصادر التي تساهم في تشكيل الوعي السياسي:

أولاً: المؤسسات غير الرسمية

- **<u>الأسرة</u>:**

تلعب الأسرة دوراً مهما في تشكيل الاتجاهات للأبناء وإكسابهم قيماً أساسية وقد كشفت دراسات السلوك الانتخابي عن مدى التأثير الممارس من طرف الأسرة في هذا السلوك، حيث تقوم الأسرة بنقل التوجهات والتقييمات سياسية إلى أبنائهم من خلال النقاش والتعبير عن وجهات النظر والمشاركة أو عدمها في الحياة السياسية كما يساهمان في تنمية الإحساس الإيجابي بالمواطنة والاقتدار السياسي.

وللأسرة تأثير سياسي غير مباشر وذلك من خلال العلاقات الشخصية داخل الأسرة بمعنى تعلم الفرد طريقة التعامل مع الآخرين وشعوره بالقدرة على اتخاذ القرارات حيث أثبتت بعض الدراسات العلمية الحديثة في مجال علم النفس أن الفرد الذي يتعلم عدم الثقة بالآخرين والذي لا يثق في نفسه ، يعكس بذلك في عدم ثقته في القيادات السياسية وذلك من خلال إجراء اختبار لبعض سلوكيات الأفراد وبالتالي تؤثر على عملية المشاركة السياسية للفرد.

حيث يقول "جيمس رافيز"، أن الأسرة توفر الوسائل الأساسية لتحويل الطفل العادي عقلياً إلى شخص ناضج و مكتملا الشخصية و أن معظم خصائصه الشخصية للفرد (ميله واتجاهه للتفكير والفعل السياسي بطرق معينة، تم تحديدها بالبيت .) (قزادري، 2008، ص41).

فالطفل يكتشف في هذه المرحلة طبيعة السلطة (على الأقل شكل السلطة الذي يسود في البيت). (بدر، 1998، ص170)

و لقد وجد "الموندوفيربل" أن الإحساس بالكفاءة والمقدرة المدنية (المواطنة) يرتبط بالأحاسيس العامة الم تعلقة بالكفاءة والمقدرة الذاتية ، وأن المقدرة على المشاركة في صنع القرارات أو الاعتراض أو الاستفسار من السلطة الأبوية في الأسرة خلال سنوات الطفولة يرتبط بإحساس الفرد بالكفاءة والمقدرة المدنية (المواطنة) في سنوات العمر اللاحقة.

و منه يمكن الاستنتاج أن الأسرة هي إحدى القنوات الرئيسية للتنشئة السياسية ، وهي ليست خاضعة للسيطرة المباشرة لنظام الحك م وقادته وبالتالي يصبح عليهم مراقبتها والإشراف على محتوى التنشئة السياسية. (قزادري، 2008، ص40).

- **المؤسسات التعليمية:**

يعد المقرر الدراسي من أهم وسائل التنشئة السياسية، حيث أجريت العديد من الدراسات التي أكدت على دور المدرسة في عملية التنشئة السياسية للطلاب . ففي دراسة علمية موثقة عن أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي والتي أ جراها "صالح حسن"، حيث أكد على دور المؤسسة و أكد أنها مؤسسة هامة من المؤسسات الهامة والمؤثرة في عملية التنشئة السياسية على أساس أنها تقوم وساهم في غرس القيم السياسية، التي تخدم الحرية السياسية (سميع، 1988، ص488).

حيث أن المدرسة تشكل استمرارا الأسرة في غرس مجموعة من القيم والمبادئ والمعايير الأساسية بالإضافة إلى تزويد الطلاب ببعض المعارف الجديدة ، التي توسع ذهنية الطالب هذا إلى جانب اختلاف طبيعة وشكل التنشئة التي تؤديها المدرسة عن تلك التي تقوم بها الأسرة حيث أن الأولى تؤدي دورها وبصورة حيادية مقارنة بدور الأسرة. (جميلي، ص–ص192–194).

- **الجامعة:**

تعد الجامعة انطلاقا من مكانتها و وظيفتها والإمكانيات المادية والبشرية التي تحوزها الأقوى على لعب دور التنشئة السياسية للشباب و إكسابهم السلوك السياسي الرشيد ويمكن للجامعة القيام بهذا الدور إذا ما توفر لها ميل الاستثمار الواعي لإمكانات الحياة الجامعية والمتمثلة في المناهج الدراسية والأنظمة الطلابية والاتصال بين الجامعة والمحيط بها . فالجامعات تضم فئات الشباب الذين لديهم رغبة في المشاركة السياسية إذا ما أثبت لهم مجالات المشاركة الفعالة. (خليفة، 1984، ص2).

ويمكن أن تقوم الجامعة بهذا الدور من خلال عدة آليات أهمها:

أ –تنمية و تعميق الثقافة السياسية وتشجيع ممارسة الأنشطة الطلابية وعليه هناك عاملان أساسيان يتحكمان في نجاح التربية السياسية.

ب – إيمان القيادة السياسية بأهمية و جدوى التربية السياسية و ذلك لإعداد المواطن لخدمة الوطن.

ت – إيمان القيادة التربوية بأهمية تلك العملية لإحراز نوع من الالتزام الاجتماعي لدى المواطن. (رفاعي، 1988، ص–ص 456–457).

- **المؤسسات الدينية:**

يلعب الدين دورا كبيرا في الحياة الناس الخصوصية في دول العالم الثالث فالذين يوظفون الدين يعملون على نقل مجموعة من القيم السياسية من جيل إلى آخر ويعملون على إضفاء الشرعية على النظام السياسي القائم أو تجريده منه.

و قد تتخذ شكل منظمات سياسية مباشرة كالأحزاب أو الجمعيات الخيرية أو تبقى مجرد دور عبادة وتمارس المؤسسات الدينية دورا في عملية التنشئة السياسية من خلال المنشورات والندوات الخاصة، كل هذه الأدوار وبالرغم من محدوديتها على المستوى النسق السياسي تساهم في تشكيل الوعي السياسي لدى الأفراد.

وتختلف المؤسسات الدينية في قيامها بهذه العملية باختلاف العقيدة فمثلا في العالم الإسلامي لا يقتصر دور الدين في عملية التنشئة السياسية على بعض المؤسسات . بل يمارس دوره منذ الطفولة داخل العائلة و داخل المدرسة من خلال ما تبثه وسائل الإعلام أو الخطابات التي تنمي روح المواطنة لدى الفرد و الإحساس بالانتماء أو التجمعات الحزبية بما فيها الحملات الانتخابية (أبراش، 1999، ص–ص221–222)

ثانيا: المؤسسات الرسمية

أولا : الأحزاب السياسية:

لقد تعددت تعريفات الحزب السياسي بتعدد الإيديولوجيات من ناحية و بتعدد الزاوية التي ينظر منها إلى تلك المجموعة النشطة من ناحية أخرى و الأحزاب مثلها مثل باقي الظواهر السياسية، لابد لتعريفها كمحدد رئيسي تتلخص في 3 سمات رئيسية:

- أن الأحزاب هي قنوات للتعبير فهي أداة أو هيئة لتمثل الشعب تقوم بالتعبير عن مطالب اجتماعية محددة.

وبغض النظر عن تعدد تعريفات و صيغ مفهوم الحزب إلا أنها تتفق جميعا على أن هناك مجموعة منظمة من الأفراد تسعى إلى تحقيق هدف مشترك ، وبالتالي يمكن تعريف للأحزاب السياسية بأنها: "تنظيمات شعبية تستقطب الرأي العام وتستهدف تولي السلطة في الدولة.

- وقد اهتم الباحثون اهتماما كبيرا بدراسة مدى الإسهام الذي تقدمه الأحزاب السياسية في المجتمع، لدفع عملية المشاركة السياسية التي تعبر تعبيرا قويا عن درجة الوعي السياسي للمواطن.

حيث للحزب عدة خصائص وهي العضوية والتنظيم والإدارة فبعض الأحزاب تركز على عنصر الأولوية في دعم وترويج مذاهب وأنظمة ذات قيم خاصة، وهناك أحزاب ترتكز سماتها في هرمية وظائفها ، وكذلك يمكن أن تغلب على الحزب صفاته أو سماته الوظيفية، أي بدرجة تأدية لمهامه في الحملات الانتخابية وتعبئة الناخبين . (عادل، 1992، ص181).

حيث تلعب الأحزاب السياسية دورا أساسيا إما في خدمة النظام السياسي أو من خلال مساندته، ودعم مطالبه وتقنين المطالب الشعبية لجعلها مقبولة من طرف النظام السياسي، فالأحزاب السياسية تساهم في صياغة الثقافة السياسية للمجتمع من خلال برامجها ومبادئها وعمليات التوعية السياسية التي تقوم بها.

- وبما أن الثقافة السياسة هي المضمون الذي تنطلق منه عمليات التنشئة السياسية، وتختلف حسب النظام الحزبي السائد وحسب طبيعة النظام السياسي، حيث يعتمد على ايدولوجية، ويدافع عن مطالبه وبرامجه فهو يسعى إلى تكريس وتقوية الثقافة السياسية وتوفير الاستمرارية في الأداء. (أبراش، 1999، ص230).
- و يمكن تلخيص دور الأحزاب السياسية في التنشئة السياسية:
- غرس القيم السياسية التي تتطلبها مرحلة معينة مر بها المجتمع.
- وضع أسس ومعايير السلوك السياسي في المجتمع
- تنمية الوعي السياسي والثقافة السياسية للجماهير.
- حث الجماهير على المشاركة السياسية الفعالة و تعليمهم المسؤولية السياسية

فالأحزاب السياسية يرتكز دورها على التكوين السياسي للأفراد ، ويصبح شأنه شأن الأسرة التي تلعب دورا مهما في تغيير الثقافة السياسية و خلق الوعي السياسي عند الأفراد . (أبراش، 1999، ص231).

ثانياً: وسائل الإعلام

تمنح وسائل الإعلام النخب سياسية في المجتمع إمكانيات هائلة لإثارة المصلحة والتأثير في اتجاهات المواطنين، كما أن الانتشار الحر للمعلومات من خلال وسائل الاتصال تخلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي ، على أساس معرفة واسعة ودقيقة بالأحداث السياسية وتأتي أهم تأثيرات وسائل الإعلام، والتي تنعكس على النظام السياسي ككل هي التأثير على تصور المواطن للسياسة و شرعية النظام السياسي ، والتأثير في اتجاهات الأفراد والذي يمكن أن يغير من التوازن بين القوى والشخصيات السياسية في المجتمعات الديمقراطية . (مجاهد، 2008، ص72).

حيث توظف الأنظمة السياسية وسائل الاتصال للعرض والترويج لسياستها وتكوين صورة إيجابية عن الحكومة لدى أفراد المجتمع، فوسائل الاتصال مهمة للنخبة لتحقيق السيطرة والتحكم في الجمهور في جميع الأوقات.

و قد بدأ الاهتمام بدراسة تأثير وسائل الإعلام في التنشئة السياسية ، منذ أن لوحظ التعرض للتلفزيون يبدأ مبكرا لدى الطفل و يشتغل حيزا كبيرا من الوقت الذي يقضيه في المدرسة، ولابد أن يكون مصدرا مؤثرا في المعرفة السياسية، وقد أكدت الدراسات والأبحاث الحديثة إلى أهمية دور هذه الوسائل في التنشئة السياسية وخاصة أن أغلب المعلومات التي يحصل عليها الفرد والشباب عن عالمهم السياسي ، يأتيهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق وسائل الاتصال، فهي تقدم للشباب حقائق محددة وقيم عامة وترشدهم إلى عناصر ذات القوة والسيطرة في المجتمع، كما أثبتت الدراسات أن معظم التوجهات الجديدة والآراء التي يحصل عليها البالغون خلال حياتهم قد تكون بناءا على معلومات حصلوا عليها من وسائل الاتصال. (بن سعود، 2010، ص63).

ولهذا فإن لوسائل الاتصال السياسي دورا مهما في استمرار التنشئة السياسية للأفراد وكذلك تنشئتهم، وتتخذ وسائل الاتصال موقف فريدا في هذه العملية ، فهي تمارس تأثيرات قوية على صانعي القرار وفي تشكيل الرأي العام ، فالاتصال الجماهيري يعتبر حلقة الوصل بين الرأي العام وصانعي القرارات وعليه يقع عبئ خلق التفاعل الطبيعي بين اهتمامات وقضايا الرأي العام وقرارات السلطة السياسية . الأمر الذي يؤدي إلى الحفاظ على الاستقرار السياسي و الاجتماعي من جهة وإحداث التغييرات المجتمعية بطريقة سلمية من ناحية أخرى. (مجاهد، 2008، ص195).

المطلب الخامس: علاقة الوعي السياسي بمفهوم الثقافة السياسية

على الرغم من أن موضوع الثقافة السياسية يعتبر موضوعا قديما وثابتا ضمن الدراسات الخاصة بالرأي العام، إلا أن تقييم دوره الهام في السلوك السياسي قد لاقى اهتماما وتطورا كبيرا في السنوات الحديثة، وهذا التطور أو هذه النهضة تمثل الانحراف على الجدل طويل الأمد بشأن مفاهيم الضيقة الخاصة بالمعتقدات السياسية، وقد ركزت الأبحاث والعديد من الدراسات على ضرورة وأهمية امتلاك الخبرة السياسية لما لها من إسهام في إصدار الأحكام والمعلومات السياسية (قزادري، 2008، ص34.)

حيث تلجأ حكومات الديمقراطية لعدة وسائل للتأثير في الرأي العام طمعا في الحصول على تأييد الغالبية الشعبية من تلك الوسائل لنشر الثقافة السياسية وزيادة الوعي السياسي وذلك بواسطة عدة مصادر تساهم بدورها في عملية التنشئة السياسية. (مجاهد، 2008، ص182).

فمن المعروف أنه حتى يستطيع الرأي العام المشاركة الإيجابية في العمل السياسي أن يتكون لدى الجماهير درجة عالية من الوعي السياسي والثقافة السياسية خاصة في العصر الحديث الذي تعقدت فيه الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية للمواطنين. (مجاهد، 2008، ص183).

وأن اختلفت الرؤى حول هذه المفاهيم إلا إن إعطاء مفهوم للثقافة السياسية لا بد من أن نحدد مفهوم الثقافة إلا أنه جدير بالذكر أن الثقافة التي اعتبرها "عزي عبد الرحما ن": "هي كل ما يحمله المجتمع الماضي وما ينتجه الحاضر والمستقبل من قيم و رموز معنوية ومادية وذلك في تفاعله مع الزمان (التاريخ) والمكان أي المحيط بما في ذلك النظام الاجتماعي انطلاقا من بعض الأسس التي تشكل ثوابت الأمة وأصولها. (عزي، 1982، ص164).

ومنه فإن الثقافة لها بعد ديناميكي بفضل عملية الاكتساب وفقا لعاملي الزمان والمكان الذين يتم من خلالهما التفاعل والاستمرار بين الفرد والمؤسسات الاجتماعية، وبين الفرد ووسائل

الاتصال الجماهيرية التي تنقل له ثقافة جديدة قادرة على تغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي.

وبالتالي يشير مفهوم الثقافة السياسية التي تعود جذورها نسبيا لأدبيات علم السياسية بصفة عامة حيث كان للعالم السياسي الأمريكي "الموند" الأولوية في استخدامه سنة 1965 في مقالة له، ولم تعرف دراسات الثقافة ازدهارا إلا في أواخر الخمسينات وبداية الستينات حيث تمت استعارة هذين المفهومين من العلوم الاجتماعية مثل علم الأنثربولوجيا وعلم الاجتماع بالإضافة إلى علم النفس. (الكيالي ،1993، ص215).

ومنه وقد ظهرت عدة محاولات لتحديد مفهوم الثقافة السياسية حيث يختلف باختلاف البيئة ونظام الحكم فيها، إذ يقول" ليسلي جو تليب" أن التسوق هو أمر سياسي فثراء منتوج ما يعني التصويت اقتصاديا لمصلحة الشركة المنتجة لكن حسب هذه النظرية فالثقافة السياسية يمكن الاستغناء عن صفة السياسية(المغربي، 1994، ص219).

وعليه يمكن القول أن المعرفة السياسية والوعي السياسي هو نتاجا للثقافة السياسية التي هي بلورت اتجاهات الأفراد ومعتقداتهم وقيمهم السياسية نحو النظام السياسي وقد اتضح أن المعرفة السياسية المسبقة بمجريات الأحداث السياسية وكل ما يخص مدخلات النظام السياسي ومجرياته هي المتنبئ القوي لاستقبال والاحتفاظ بالاتصالات السياسية. (مجاهد، 2008، ص183)

خـــاتـــمة:

الوعي السياسي هو إدراك الفرد لواقعه ومحيطه ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية المحيطة به، ومعرفة مشكلات العصر ومعرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار، فهو يمنح القدرة على فهم الواقع السياسي وكل ما يطرأ على الساحة الدولية.

حيث يتمحور الوعي السياسي لدى المو اطنين بالنظرة الخاصة بكل مو اطن ، وذلك بإعطاء الحكم عند رؤيته الأعمال السياسية التي يقوم بها الفاعلون السياسيون، حيث نجد أن تتبع الأحداث السياسية ، وما يقع فيها من سلبيات وايجابيات سواء كانت من طرف الدولة أو من طرف السياسيين، وتتسع قاعدة الوعي السياسي للفرد من خلال المشاركة السياسية في المجتمع والانخراط في الأحزاب السياسية .

وما ينج ر عن غياب الوعي السياسي آثار سلبية تفقد الرؤية الناضجة والواضحة لنضوج المجتمع سياسيا، مما يؤدي بالمجتمع إلى عدم معرفة واقعه، فلابد للمجتمع أن يعرف ويدرك أهمية الوعي السياسي ويكرس مفهوم الديمقراطية.

الفصل الثالث

الفصل الأول"الشكبات الاجتماعي

الفصل الثاني:الوعي السياسي:المحتوى ـــــــ الأدوات

الفصل الثالث:الإعلام و الوعي السياسي

الفصل الثالث: الإعلام والوعي السياسي

المبحث الأول : دور الشبكة الاجتماعية في تنمية الوعي السياسي

المطلب الأول: وسائل الإعلام في تنمية الوعي السياسي

تعتبر أدوات التنشئة السياسية بما فيها وسائل الإعلام المصدر الرئيسي في تشكيل الوعي السياسي وذلك من خلال الدور الذي تؤديه في متابعتها للأحداث والقيام بتفسيرها وتحليلها وفي غياب هذا النشاط يؤدي مفاده إلى التقوقع والتخلف وهو الذي فسرته العديد من الدول وخاصة منها المتقدمة على نمط الفكر السياسي السائد لأن الفكر السياسي هو فهم عميق للواقع الذي يترجم في فلسفة سياسية معينة،وهذا ما ينبغي العمل عليه خاصة في الجزائر وذلك من خلال إشراك المواطن في القضايا السياسية التي من خلالها أن يكتسب عدة توجهات سياسية التي تبعث بعملية التنشئة السياسية. (دليو، 2008، ص161).

ومن خلال هذا يمكن أن نضع مفهوما للوعي السياسي في دراسة "سمير خطاب" على أنه"يتبلور من خلال معرفة وإدراك الأفراد للواقع السياسي والاجتماعي المحيط بهم والأحداث السياسية التي تجري في الساحة السياسية،وكل هذه الأحداث تساهم في تزويدهم بالمعلومات بصورة تنمي لديهم مشاعر الانتماء والولاء للوطن والمحافظة على التراث والتمسك بالقيم الإيجابية يضاف إلى ذلك ما تنقله وسائل الإعلام على اختلافها عن النظام السياسي والتحليلات السياسية والمعلومات التي يكتسبها من الأسرة إما عن طريق التلقين المباشر من خلال مواقف الحياة أو عن طريق أشكال الاتصال السياسي الأخرى مثل الحملات السياسية، وكل هذه المصادر تساهم في تشكيل الوعي السياسي. (العيدي، 2005، ص77).

فقد قام عديد الدارسين بعديد الدراسات نحو أهمية كل وسيلة إعلامية في خلق الرأي العام فمنهم من أعطى للصحافة المكتوبة ومنهم من قدم للتلفزيون نظرا لخصوصيته التكنولوجية،

فهته الوسائل أصبحت جزءا من الكيان السياسي لأي دولة وهذا ما ينطبق على الصحافة المكتوبة،فهي تتيح للقارئ فرصا لاستيعاب المعنى، فهي الوسيلة الإعلامية المناسبة للملايين ولها مكانتها في التنمية السياسية وتستطيع من خلال العرض والمناقشة والمتابعة أن تكون رأيا عاما حول قضية من القضايا. (عبده، 2004، ص115).

فقد استخدم الباحثون أنواعا مختلفة من المقاييس لتحديد مستوى الوعي السياسي منها:مقياس التعرض لوسائل الإعلام، ومقياس المشاركة السياسية،ومقياس التعليم والتقارير الذاتية حول مستوى الاهتمام بالسياسة، ويفضل زيلر لأسباب نظرية وإمبريقية الاعتماد على مقاييس بسيطة حول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشؤون السياسية،وتتمثل هذه الأسباب في كون مقاييس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان الناس والذي يكون مؤثرا بدوره في تحديد مدى ارتباطهم العقلي بالسياسة، ويؤكد زيلر ضرورة اقتصار مقاييس المعرفة على الأسئلة الواقعية والمحايدة، لأن معظم المعلومات المقدمة في خطاب الصفوة ليست محايدة بصورة كاملة،حيث تتم صياغتها لأغراض حزبية ومن يمكن دحضها من خلال الأفراد ذوي مستويات الوعي السياسي المرتفع.(زغيب، 2004، ص108).

المطلب الثاني:دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الرأي العام

تعتبر وسائل الإعلام المختلفة من العوامل الأساسية في تشكيل الرأي وبنائه،إذ تقوم بدور هام وجوهري على كلا الاتجاهين، فهي تؤثر وتتأثر بكل من الجماهير والرأي العام والنخب السياسية الحاكمة،وتكون وسائل الإعلام أكثر ديمقراطية كلما كانت مرتبطة أكثر بالنخب السياسية.

حيث هناك اتجاهين مختلفين في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام. فالاتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي والتغيرات التي تحدث في

محتوى وسائل الإعلام،وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدد قضية معينة،فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الرأي العام،أما الاتجاه على المستوى الفردي موضحا اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد إلى آخر حيث تعتمد هته التأثيرات على عملية ذات مرحلتين:وهما مرحلة التعرض الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها(مرحلة التلقي) وقبول محتوى الرسائل(مرحلة القبول) وهتان العمليتان بدورهما تتأثران بمستوى الوعي السياسي للفرد.(زغيب، 2012، ص89).

فقد ساهم التطور الهائل لوسائل الإعلام في وجود أعداد كبيرة للمستغلين للإعلام الجماهيري وأصبحوا مهتمين بالقضايا المثارة سواءاً كانت إقليمية أو محلية أو عالمية ومن هنا يبدأ الاهتمام بين الجماهير بمثل هذه القضايا. وظهر ما يسمى بالرأي العام الإلكتروني الذي يمكن تعريفه بأنه عبارة عن آراء جماعة من الناس تجاه قضية أو موضوع معين يهمهم أو تأثروا به يطرح للنقاش والحوار بواسطة التقنية الإلكترونية من خلال مواقع الإنترنت والبريد الإلكتروني وهواتف الجيل الثالث.

حيث يتميز الرأي العام الإلكتروني بعدة مميزات منها سهولة قياس اتجاهاته من خلال برامج تقنية بطرق علمية توفر إحصاءات دقيقة للرأي العام،وكذا يتميز الرأي العام الإلكتروني بأنه يتغير باستمرار فهو لا يتسم بالثبات نظرا لتغيير مجريات الأحداث من حيث الوقت والقضية،حيث أصبحت الشبكات الاجتماعية أداة في التعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة وأتاحت الانترنت من خلال عمليات استطلاع للرأي العام والمشاركة في الانتخابات للعديد من الناس أن يعبروا على آرائهم بشكل منتظم وقد عمل على اتساع دور المواطن في عملية صنع القرار،حيث أصبحت وسائل الإعلام الجديدة والمواقع الإلكترونية وأدوات الاتصال والتفاعل عبر شبكة من الآراء ووجهات النظر،وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى إلى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة وإشباع دائرة التعبير عن الرأي العام،ويترتب على ذلك اختفاء ظاهرة الاعتقاد بهيمنة الرأي

السائد الناتجة عن تبني وسائل الإعلام التقليدية لها واختفاء ظاهرة التزام الصمت والخوف من العزلة.

حتى رأى البعض أن من يملك مفاتيح التحكم بالشبكات الاجتماعية هو من يملك القدرة على التحكم بالرأي العام المنبثق من هذه الشبكات ويستطيع تحقيق القيادة الجمعية وتمرير ما يشاء من الآراء لتصل إلى كل مشترك في هذه المجموعات.(أبو زيد، 2012، ص-ص64-69).

المطلب الثالث: دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي

عد تطور وسائل الاتصال الجماهيرية جزءا من تطور الحياة السياسية بشكل عام،فلا يمكن للمجتمعات السياسية المعاصرة البقاء دون انتشار واسع واتصالات سريعة يوفرهما الإعلام،حيث يجد "آلموند" أن وسائل الإعلام بدأت تؤدي دورا مهما في بث التوجهات والقيم السياسية الحديثة إلى الأمم علاوة على تقديمها معلومات دقيقة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم فهي تنقل القيم الأساسية التي يقرها المجتمع الحديث إذ ينتقل عنه بعض الشعارات بطريقة مثيرة للعاطفة.

حيث أصبحت مشاركة المتلقي العادي في العملية الإعلامية ميسرة بفضل ما يسمى بظاهرة الاندماج التي تشير إلى الاستعمال الشامل للرقمية في الوسائل والتقنيات الاتصالية كافة مما سمح بتشبيك تلك الوسائل التي كانت تعمل بشكل منفصل ومن الناحية التقنية أتاحت عملية التشبيك بين التلفزيون والاتصالات إمكانية ربط أجهزة ووسائل إعلامية كانت تاريخيا مختلفة الوظائف.

كما أتاح التدوين الإلكتروني لفئات وجماعات خارج النخب الحاكمة إيصال صوتها للآخرين عبر مواقع الصحف الافتراضية الجديدة والمواقع الإخبارية والمنتديات والمواقع الشخصية لبعض السياسيين ومكنتهم من أن يكونوا كتابا وصحفيين ومنتجين للمعلومات وليسوا مستهلكين لها.

وتشير الدراسات الحديثة إلى أن استعمالات الإنترنت في الدول التي تصنف بأنها غير ديمقراطية ساعدت في كسر الطوق على عدد من الجماعات السياسية مما دفع قسم منها إلى الاعتقاد بأن التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاتصال ومنها الإنترنت أصبحت عدو النظم السياسية التي تنتهك حقوق الأفراد لأن وسائل الإعلام التقليدية تدعم الحكومات وليست الأفراد،فمدونات الانترنت تمتلك القدرة على نشر أي تفسير سياسي دون الاضطرار للتعامل مع حار البوابة في الإعلام التقليدي،مما جعل التدوين السياسي يؤثر على الحياة السياسية العامة في المجتمعات....كما أضحى عالم التدوين يساعد في بناء أفراد يمتلكون مستويات عالية من الديمقراطية والمشاركة السياسية.(عبد الرزاق، الساموك، 2011، ص–ص 51–57).

وكذا شكل الانتشار الكبير لهته المواقع زيادة عدد المستخدمين باختلاف انتماءاتهم الفكرية وأدوارهم الاجتماعية وأعطى مساحات أوسع لما يمكن أن تتناوله هذه المواقع،كما وفر للمستخدمين فرصا أكبر من أجل طرح قضايا وأفكار تتحول بلحظات إلى رأي عام يكون لها أثر كبير في المجتمعات،وتخلق حالة من النقاش والاصطفاف خلف أو ضد هذه الأفكار والقضايا، وأصبح بمقدور أي مستخدم إنتاج الرسالة الإعلامية وبثها وتوزيعها. كما أصبحت الشبكات الاجتماعية أكثر من مجرد وسيلة لنقل الخبر بل أخذت لها دورا في معالجت ه ومتابعته وإثارة ردود الأفعال حول الخبر مع القدرة الهائلة على الانتشار كما ساهمت المدونات بدفع عملية التفاعل والتعبير عن كافة الاتجاهات وخاصة في صياغة المضمون المعرفي والثقافي وفي تنظيم الصلات لدعم كافة أشكال التعبير المختلفة عن البيئة الاجتماعية والسياسية داخل المجتمع في ظل حوار يكون ركيزته الندية بين الفرد والنخبة،كون المدونات أصبحت أداة للتأثير على احتكار الفاعلين التقليديين للمعلومات.(أبو زيد،2012،ص 39).

خاتمة:

للشبكات الاجتماعية دور كبير في تشكيل الوعي السياسي من خلال متابعتها اليومية وتحليلاتها وتفسيراتها الدورية للأحداث والمعطيات، وذلك من خلال الإمكانيات والميزات التي وفرتها المواقع الاجتماعية وجعلت منها مصدرا أساسيا للمعلومات حيث باتت تقوم بوظائف إحلالية لما كان يقوم به الإعلام التقليدي حيث يختلف الإعلام الجديد عن التقليدي بخاصية التفاعلية المباشرة حيث يمنح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور وتقديم الآراء والتصورات حول قضايا مجتمعية معينة والمشاركة الفعالة في العمل السياسي وطرح موضوعات للنقاش العام.

الفصل التطبيقي

أولا : العمليات الإحصائية:

لقد تم استخدام التكرارات في العمليات الإحصائية في المعادلة التالية:

عدد التكرارات ×100

مجموع التكرارات

ثانيا: تفريغ البيانات والتحليل الكيفي حسب الإستمارة:

I. البيانات الأولية:

الجدول رقم (01): يبين توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	35	% 53,84
أنثى	30	% 46,15
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

من خلال الجدول رقم (01) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث حيث تعبر نسبة الذكور بـ 53,84 % بتكرار قدره: 35، في حين نجد نسبة الإناث: 46,15 % بتكرار قدره: 30 . والملاحظ هنا أن طلبة الإعلام والاتصال فئة الذكور فيهم أكبر من فئة الإناث، ونلاحظ أن الذكور لهم رغبة كبيرة في تحليل وتشكيل الوعي السياسي عبر الفايسبوك وعلى هذا الأساس اعتمدنا اختيار طلبة الإعلام والاتصال لنرى دافع الذكور بصفة خاصة في تشكيل وتنمية الوعي السياسي عن طريق الشبكة الاجتماعية "الفايسبوك".

الجدول رقم (02): يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
علوم الإعلام والاتصال	09	% 13,84
اتصال وعلاقات عامة	32	% 49,23
سمعي بصري	24	% 36,92
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يتضح من خلال الجدول رقم (02) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص بأن الأفراد الذين يعتمدون على الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي هم ذوي تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة 49,23 % بتكرار قدره: 32، أمّا بالنسبة لتخصص سمعي بصري فتقدر النسبة بـ 36,92 % بتكرار 24. أما بالنسبة لتخصص علوم الإعلام والاتصال فكانت النسبة ضعيفة قدرت بـ 13,84 % بتكرار 9، والملاحظ هنا هو أن تخصص اتصال وعلاقات عامة هو أكثر استخداما لمجال السياسة وتشكيل الآراء السياسية عبر الفايسبوك.

الجدول رقم (03): يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي

التخصص	التكرار	النسبة
جيد	23	% 35,38
متوسط	38	% 58,46
ضعيف	04	% 6,15
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يتضح من خلال الجدول رقم (03) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى المعيشي، حيث نلاحظ عينة البحث أفراد ذوي مستوى معيشي متوسط تقدر بـ 58,46 %. ثم ذوي مستوى معيشي جيّد بـ 35,38 %، ثم 6,15 % للمستوى المعيشي الضعيف ومن هنا نلاحظ أن كل فرد بإمكانه استخدام وسيلة الفايسبوك ومواكبة مختلف الأخبار والأحداث السياسية الجارية.

المحور الأول: دوافع استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الجدول رقم (04): يبين استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أحياناً	12	% 18,46
دائماً	46	% 70,76
نادراً	07	% 10,76
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

تكشف معطيات الجدول رقم (04) أن الفايسبوك أداة ووسيلة لتشكيل الوعي السياسي وذلك بنسبة 70,76 %، تليها أحيانا نسبة 18,46 %، ثم من يعارض فكرة استخدام الفايسبوك بنسبة 10,76 %، وهذا ما يفسر استطاعة الطلبة متابعة وتحليل القضايا السياسية دائماً عن طريق الفايسبوك.

الجدول رقم (05): يبين مدة استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
سنة	05	% 7,69
من سنة إلى ثلاث سنوات	31	% 47,69
3 سنوات فأكثر	29	% 44,61
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يتضح من خلال الجدول رقم (05) أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة 47,69 % بتكرار 31، وهذا راجع إلى المميزات التي يتميز بها الفايسبوك أما من ثلاث سنوات فأكثر تقدر نسبة 44,61 % بتكرار 29 وهذا راجع إلى الاشباعات المختلفة عبر هذه الوسيلة أما أقل نسبة تقدر بـ 7,69 % بتكرار 05 وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد في اختيار الوسيلة الاتصالية التي تحقق له رغباته.

الجدول رقم (06): يبين دوافع استخدام الفاسبوك

الاحتمالات	التكرار	النسبة
زيادة المعارف	08	% 12,30
مواكبة مختلف الأخبار والأحداث الجارية	18	% 27,69
التثقيف	04	% 6,15
متابعة والاطلاع على مختلف القضايا السياسية	35	% 53,84
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يكشف الجدول رقم (06) أن دوافع استخدام الفايسبوك تعود إلى متابعة وإطلاع الفرد على مختلف القضايا السياسية بنسبة 53,84 % ثم مواكبة مختلف الأخبار والأحداث الجارية بنسبة 27,69 %، ثم زيادة المعارف بنسبة 12,30 % وفي الأخير التثقيف بنسبة ضئيلة تقدر بـ 6,15 %، وهذا ما يدل على دواعي أفراد العينة لاستخدام الفايسبوك لأغراض متابعة القضايا السياسية ومواكبة مختلف الأحداث الجارية لفتح المجال لهم للتحاور وتشكيل أراء سياسية وزيادة المعرفة بالنسبة للطالب في هذا المجال عن طريق وسيلة الفايسبوك.

الجدول رقم (07): يبين الاشباعات التي تحققها استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الهروب من الواقع	11	% 16,92
التواصل مع الآخرين	10	% 15,38
حب الاطلاع	30	% 46,15
أخرى أذكرها	14	% 21,53
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يكشف الجدول رقم (07) أن أغلبية المبحوثين يرون أن الاشباعات التي تحققها وسيلة الفاسبوك تكمن في حب الاطلاع وذلك بنسبة 46,15 % أما الاحتمالات غير المقترحة من قبل الباحث فكانت تقدر بـ 21,53 %، وهذا راجع إلى التغذيات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك"من إشباعات أخرى تساعد في تشكيل الوعي السياسي.

أما بالنسبة للهروب من الواقع والتواصل مع الآخرين فكانت النسبة تقريباً متساوية. وذلك بنسبة 16,92 % و 15,38 % هذا ما يفسر أن أغلبية أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك للاطلاع على القضايا ومختلف الآراء السياسية الجديدة.

المحور الثاني: الاشباعات التي تحققها استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الجدول رقم (08): يبين علاقة الفرد بالأحداث السياسية عبر استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أحياناً	28	% 43,07
دائماً	26	% 40
نادراً	14	% 16,92
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

تبين المعطيات من الجدول رقم (08) أن علاقة الفرد بالأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك" غالباً ما تكون متقاربة بصفة دائمة وأحياناً، وذلك يبين أن علاقة الفرد بالأحداث السياسية أحياناً قدرت بـ 43,07 % وبصفة دائمة نسبة 40 %. وهذا يفسر وعي أغلبية أفراد العينة بأنهم يستخدمون شبكة الفاسبوك لمختلف الأحداث السياسية.

الجدول رقم (09): يبين كيفية متابعة الأحداث السياسية عبر "فاسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
على أساس فكري إيديولوجي	17	% 26,15
على أساس إنتمائك السياسي	40	% 61,53
للتعرف على ثقافات جديدة	08	% 12,30
بشكل عفوي	00	% 00
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

يبين الجدول رقم (08) كيفية متابعة الأحداث السياسية عبر الفاسبوك على أساس الانتماء السياسي بنسبة 61,53 % بتكرار 40، وهذا راجع لايديولوجية كل فرد وحسب النشاط السياسي والاتجاهات السياسية أما على أساس إيديولوجي بـ 26,15 % بتكرار 17، وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد في تحليل الايديولوجيا حسب كل حدث سياسي.

الجدول رقم (10): يبين تأثير الـ "فاسبوك" على الفرد

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	42	% 64,61
لا	23	% 35,38
المجموع	**65**	**% 100**

التعليق:

نلاحظ في الجدول رقم (10) أن غالبية أفراد العينة كانت إجاباتهم بـ نعم في تأثير الفايسبوك على الفرد وذلك بنسبة 64,61 % وعدم تأثير الفرد بالفاسبوك بنسبة 35,38 % هذا ما يدل تراوح النسب فيما بينهم من حيث التأثير . ويقسم دور الفايسبوك وتأثيره على الفرد من خلال حب الاطلاع على مختلف الأحداث السياسية وتشكيل الآراء من خلال التوصل مع الأصدقاء.

جدول رقم (11): يبين الاشباعات السياسية عبر وسيلة "الفايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائما	35	%53.84
أحيانا	25	%38.46
نادرا	05	%7.69
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال جدول رقم 11 و الذي يبين الا شباعات السياسية عبر وسيلة الفايسبوك أن أغلبته أفراد العتبة تتحقق لهم هذه الاشباعات بنسبة 53.84% تكرار 35. و هذا راجع لكونهم طبقة مثقفة تراعي مثل هذه المجالات و تحاول إشباع نفسها و تتفاعل مع الأحداث السياسية الواقعة في العالم . وأحيانا نجد نسبة أفراد العينة حيث تقدر ب 38.46% بتكرار 25. و هذا راجع إلى معرفة أفراد العينة بالأحداث السطحية للاشباعات السياسية بدون معرفة التفاصيل الكاملة للقضايا السياسية أما أفراد العينة التي لا تحقق الاشباعات لديهم نسبة 7.69% بتكرار 05 و هذا راجع إلى مدة زمنية التي يستخدمها الأفراد في الفاسبوك.

جدول رقم (12) يبين أهم الإشباعات المحققة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
معنوي	**12**	**%18.46**
فكري	**48**	**%73.84**
أخرى أذكرها	**%05**	**%7.69**
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

من خلال جدول رقم (12) الذي يبين توزع أفراد العينة حسب الا شرياعات المحققة حيث نجد أغلبية المبحوثين تتحقق اشباعاتهم في الجانب الفكري بنسبة 73.84% بتكرار قدره 48 وهذا راجع إلى قدرتهم الذهنية في تحليل المواضيع و التفاعل مع الأحداث المنشورة أما الجانب المعنوي تحققت اشباعاتهم بنسبة "18.46% بتكرار قدره 12 وهذا راجع إلى الاشباعات الشخصية من فرد إلى آخر.

جدول رقم (13) يبين المصداقية التي يتحصل عليها الفرد عبر "الفايسبوك"

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	36	%55.38
لا	29	%44.61
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال جدول رقم (13) أن الفايسبوك لديه مصداقيه من خلال المنشورات التي يتحصل عليها الفرد بنسبة 55.38% بتكرار 36 وهذا راجع إلى الظروف التي يعيشها العالم في الواقع يحاول من خلالها الفرد التعبير عنها عبر هذه الوسيلة بجزئية مطلقة أما أفراد العينة الأخرى تعتبر الفاسبوك ليست له مصداقية بنسبة 44.61% بتكرار 29 و هذا راجع إلى عدم تطابق المنشورات و الوقائل كما هي في الواقع .

المحور الثالث: دور الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"" في ترسيخ الوعي السياسي

جدول رقم (14) : يبين مكانة الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات السياسية لدى المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة
دائماً	16	%24.61
أحياناً	28	%43.07
نادراً	21	%32.30
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

تبين من خلال جدول رقم (14) ، أغلبية أفراد العينة أن الفايسبوك له دور في ترسيخ الوعي السياسي بنسبة 43.07 % بتكرار 28 و هذا راجع طبيعة كل فرد في الإيديولوجية السياسية التي تتماشى مع أفكاره أما المبحوثين الذين أجابوا بـدائماً كانت بنسبة بـ 24.61 % و بتكرار 16 هذا راجع إلى تطلعهم للأحداث السياسية و هم اتجاهات سياسية معينة أما العينة الأخرى التي ترى أن الفايسبوك لا يرسخ لهم الوعي السياسي بـ 32.30% بتكرار 21 وهذا راجع إلى عدم تطابق آرائهم السياسية بالمنشورات السياسية التي تنشر على الفايسبوك.

جدول رقم (15): يبين مفهوم الوعي السياسي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الانخراط في الأحزاب السياسية	13	%20
المشاركة في الحياة السياسية	08	%12.30
إدراك الأفراد للواقع السياسي	25	%38.46
الوعي بقضايا المجتمع و مشكلاته	19	%29.23
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتبين من خلال جدول رقم 15 أن مفهوم الوعي السياسي لدى المبحوثين هو إدراك الأفراد للواقع السياسي بنسبة 38.46 % بتكرار 25 و هذا راجع إلى الثقافة السياسية لدى كل فرد أما أفراد العينة ترى الوعي السياسي بالقضايا التي تحدث في المجتمع ومشكلاته بنسبة 29.23 % بتكرار 19 .وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد أما أفراد العينة الأخرى ترى في الوعي السياسي هو الانخراط في الأحزاب السياسية بـ 20 % بتكرار 13 .وهذا راجع إلى الانتماءات السياسية لكل فرد أما المشاركة في الحياة السياسية بنسبة 12.30% بتكرار 08 و هذا راجع إلى القدرة في المشاركة في المجال السياسي.

جدول رقم (16) يبين مساهمة الشبكة الاجتماعية " الفايسبوك" في ترسيخ الوعي السياسي.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	20	%30.76
لا	14	%21.53
نوعاً ما	31	%47.69
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتبين من خلال جدول رقم (16) مساهمة الشبكات الاجتماعية في ترسيخ الوعي السياسي نوعا ما بنسبة 47.69 **%** بتكرار 31 وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد في اتجاهاته وآرائه السياسية في الوسيلة الفا يسبوك أما أفراد العينة الذين أجابوا بنعم تقدر النسبة بـ 30.76**%** بتكرار 20 وهذا راجع إلى مطابقة الآراء و الاتجاهات السياسية التي يتم تفسيرها عبر الفايسبوك. أما المبحوثين الذين أجابوا بلا فتقدر النسبة بـ 21.53 **%** بتكرار 14 وهذا راجع إلى قدرة كل فرد الانتماء السياسي ونسبة الوعي لكل شخص في تحليله للمواضيع السياسية عبر الفاسبوك .

جدول رقم (17): يبين تواصل وسيلة "الفايسبوك" مع الآخرين بكل حرية مع مختلف الآراء السياسية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	49	%75.38
لا	16	%24.61
المجموع	**%65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال جدول رقم 17 أن الفايسبوك هو الوسيلة الاتصالية التي تتمتع بالحرية في التواصل مع الآخرين في مختلف الآراء السياسية بـ 75.38**%** بتكرار 49 وهذا راجع إلى عدم وجود سياسة معينة مقارنة بالوسائل الاتصالية الأخرى، العينة الأخرى نجد نسبة 24.61**%** بتكرار 16 وهذا راجع إلى العوامل الذاتية في التواصل مع الأفراد في المواضيع السياسية .

جدول رقم (18): يبين كيف يساعد "الفاسبوك" في تنمية الوعي السياسي

الاحتمالات	التكرار	النسبة
تبادل مختلف المعارف و المعلومات السياسية	36	% 55.38
تحليل مختلف القضايا المطروحة	11	%16.92
تقديم الآراء و التعليق عليها	07	%10.76
اشتراك المواطن في مختلف القضايا السياسية	11	%16.92
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال الجدول رقم 18 أن الفايسبوك يساعد في تنمية الوعي السياسي من خلال تبادل المعارف و المعلومات السياسية بنسبة 55.38 % وبتكرار 36 وهذا راجع إلى المعارف المكتسبة التي يتحصل عليها الفرد نتيجة إطلاعه وتبادله مختلف المعارف السياسية مع الآخرين، أما أفراد العينة الأخرى فترى أن تحليل مختلف القضايا المطروحة واشتراك المواطن في مختلف القضايا السياسية كانت متوافقتين بنسبة 16.92% وبتكرار 11 وهذا راجع إلى رغبة الأفراد في المشاركة في الحياة السياسية والإطلاع على مختلف القضايا السياسية، أما أفراد العينة الأخرى ترى أن الفايسبوك يساعد في تنمية الوعي السياسي من خلال تقديم الآراء والتعليق عليها بنسبة 10.76 % بتكرار 07 وهذا راجع إلى عدم الاهتمام بمختلف الآراء السياسية وتعليق عليها.

جدول رقم (19) : يبين أهم المواضيع التي تثير اهتمامات المبحوثين بـ" الفاسبوك".

الاحتمالات	التكرار	النسبة
الموضوعات السياسية	28	%43.07
الموضوعات الدينية	16	%24.61
الموضوعات الثقافية	12	%18.46
الموضوعات التعليمية	09	%13.84
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال جدول رقم (19) أن أهم المواضيع التي تشير إلى اهتمامات المبحوثين عبر الفايسبوك نجد الموضوعات السياسية بنسبة 43.07% بتكرار 28 أما المواضيع الدينية بنسبة 24.61 % أما المواضيع الثقافية 18.46% بتكرار 12 أما الموضوعات التعليمية بـ 13.84 % بتكرار 09 وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد في اختيار الموضوع الذي يناسب آراءه وأفكاره و يحقق له اشباعاته عبر هذه الوسيلة.

جدول رقم (20): يبين مساهمة "الفاسبوك" في توعية الطلاب سياسيا

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	52	%80
لا	13	%20
المجموع	**65**	**%100**

التعليق:

يتضح من خلال جدول رقم 20 أن الفا يسبوك ساهم في توعية الطلاب سياسيا بنسبة 80% بتكرار 52 وهذا راجع كون الطلاب فئة مثقفة تراعي لمثل هذه المواضيع ولهم القدرة في تحليل الأحداث السياسية بشكل علمي أما أفراد العينة الأخرى نجد نسبة 20% بتكرار 13 وهذا راجع إلى عدم الانتماء في الحياة السياسية و مشاركة القضايا الراهنة بكل دقة.

الجداول المركبة:

الجدول رقم (21) : يمثل استخدام الشبكات الإجتماعية "الفايسبوك" في تنمية الوعي السياسي وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		أحيانا		دائما		نادرا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	06	%9.23	29	%44.61	00	%00	35	%53.84
	أنثى	06	%9.23	17	%26.15	07	%10.76	30	%46.15
المجموع		12	%18.46	46	%70.76	07	%10.76	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	02	%3.07	07	%10.76	00	%00	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	07	%10.76	23	%35.38	02	%3.07	32	%49.23
	سمعي بصري	03	%4.61	16	%24.61	05	%7.69	24	%36.92
المجموع		12	%18.46	46	%70.76	07	%10.76	65	%100

الجدول 21:

يوضح الجدول رقم "21" استخدام الشبكات الاجتماعية " فايسبوك" في تنمية الوعي السياسي، حيث نجد أن نسبة الذكور التي أكدت أن "الفايسبوك يساهم في تنمية الوعي السياسي، بنسبة 44,61% ، أما الفئة الأخرى من الذكور فأكدت أن" الفايسبوك" يساهم أحيانا في تنمية الوعي السياسي بنسبة 9,23% .

أما بالنسبة للإناث فكانت نسبة مساهمة "فايسبوك" في تنمية الوعي السياسي 26,15% دائما، يليه الفئة التي أجابت بأن الفايس بوك "نادرا" ما يساهم في تنمية الوعي وذلك بنسبة 10,76%

هذا ما يدل على أن فئة الذكور هي التي تستخدم كثيرا موقع "الفايس بوك" للإطلاع ومعرفة كل ما يدور في الواقع والاهتمام بمختلف الموضوعات وتبادل الآراء والمشاركة في الحياة السياسية.

أما بالنسبة لمتغير التخصص حيث نجد النسبة الأكبر التي أكدت أن "فايس بوك" يساهم في تنمية الوعي السياسي هم طلبة الاتصال والعلاقات العامة بنسبة 35,38%، أما أحيانا فكانت نسبتهم 10,76% ، أما نادرا فنسبته 3,7%

أما طلبة السمعي البصري فكانت النسبة التي أكدت أن الفايس بوك دائما ما يساهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة 24,61% تليها من أكدت أنه نادرا ما يساهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة 7,69%، ومن أجابت بأحيانا فنسبتهم قدرت 4,61% ، أما طلبة علوم الإعلام والاتصال فأكدت أن" فايس بوك" دائما ما يساهم في تنمية الوعي السياسي بنسبة 10,76% ومن أكدت أحيانا فكانت نسبتهم 3,7%

وتفسير هذا أن طلبة اتصال وعلاقات عامة دائما يميلون لاستخدام "فايس بوك" لمتابعتهم ومواكبتهم لمختلف التطورات لأغراض سياسية وكذا إنتمائتهم السياسية أحيانا وهذا ما يساهم في تنمية الوعي السياسي.

الجدول رقم(22) يمثل مدة الشبكة الاجتماعية "الفايسبوك"وعلاقته بالمتغيرات المدروسة.

الاحتمالات / المتغيرات		سنة		من سنة إلى 3سنوات		3 سنوات فأكثر		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	08	%9.23	12	% 18.46	17	%26.15	35	%53.84
	أنثى	04	%6.15	16	%24.61	10	%15.38	30	%46.15
المجموع		12	%18.46	46	%70.76	07	%10.76	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	01	%1.53	03	%4.61	05	%7.69	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	02	%3.07	16	%24.61	14	%21.53	32	%49.23
	سمعي بصري	02	%3.07	12	%18.46	10	%15.38	24	%36.92
المجموع		05	%7.69	31	%47.69	29	%44.61	65	%100

الجدول رقم (22):

يتبين من خلال مدة استخدام الشبكة الاجتماعية حسب الجنس حيث أن نسبة الذكور أكثر من 3 سنوات 26.15% تكرار 17 هي الأغلبية، أما أقل من 3 سنوات تقدر بـ 18.46% بتكرار 12، وهذا راجع إلى العوامل الاجتماعية والثقافية، أما الإناث نجد أغلبيتهم يستخدمون الفايسبوك من 3 سنوات بنسبة 24.61 % تكرار 16 وهذا راجع الإشباعات التي يحققها الفايسبوك لديهم.

أما من ناحية التخصص نجد أن أغلبية طلبة اتصال وعلاقات عامة يستخدمون الفايسبوك من سنة إلى 3 سنوات تقدر 18.46% بتكرار 12 أما 3 سنوات فأكثر 21.53% بتكرار 14 وهذا راجع للتواصل مع الطلبة والأساتذة ، أما السمعي البصري كانت أغلب النسبة من 3 سنوات إلى نسبة 18.46% بتكرار 12 أما 3 سنوات فأكثر 15.83% بتكرار 10 وهذا راجع إلى الاهتمام الكبير لطلبة السمعي البصري بالاهتمام الوسائل الاتصالية التي تندرج ضمن التخصص أما طلبة علوم الاتصال كانت النسبة الأكثر في استخدام الفايسبوك 3سنوات فأكثر بـ 7.69% تكرار 05% وهذا راجع إلى محاولة معرفة الطلبة بالخصائص والمميزات التي يتميز بها الغائبون كون التخصص يتطلب ذلك.

الجدول رقم (23) : يمثل دوافع استخدام "الفايسبوك" وعلاقته بالمتغيرات المدروسة

الاحتمالات / المتغيرات		زيادة المعارف		مواكبة مختلف الأخبار والأحداث الجارية		التثقيف		المتابعة والإطلاع على مختلف القضايا السياسية		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	05	%7.69	10	%15.38	03	%4.61	17	%26.15	35	%53.84
	أنثى	03	%4.61	08	%12.30	01	%1.53	18	%27.69	30	%46.15
المجموع		08	12.30 %	18	%27.68	04	%6.14	35	%53.84	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والاتصال	03	%4.61	02	%3.07	00	00	04	%6.15	09	%13.84
	اتصال و علاقات عامة	05	%7.69	09	%13.84	03	%4.61	15	%23.07	32	%49.23
	سمعي بصري	00	%00	07	%10.76	01	%1.53	16	%24.61	24	%36.92
المجموع		08	12.30 %	18	%27.69	04	%6.15	35	%53.84	65	%100

تحليل الجدول رقم (23):

يشير الجدول رقم (23) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين عدد الأعمدة ودافع الأفراد لاستخدام الفايسبوك حيث كانت متابعة الفرد وإطلاعه على مختلف القضايا السياسية من أكثر الدوافع عند الفرد بالنسبة للإناث وذلك بنسبة 27.69% في المقابل تليها (12.30%) لمواكبة مختلف الأخبار والأحداث الجارية ، أما بالنسبة للذكور فقد كان نفس الشئ بالنسبة للإناث 26.15% ، تليها مواكبة مختلف الأخبار بنسبة 15.38% ، وهذا يوضح مدى الاهتمام الذي يوليه المبحوث ذكور و إناث في نفس الوقت لما تمثله من مادة إعلامية عبر الفايسوبك يسعى المبحوثين إليها بشغف لكونها تتمتع بالإثارة والتشويق.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نلاحظ أن مجال الاتصال والعلاقات العامة حقق نسبة كبيرة تقدر بـ (49.23%) وبالأخص في متابعة والإطلاع على مختلف القضايا السياسية نسبة (23.07%) وأما المجال السمعي البصري لم يكن بعيد وذلك بنسبة (36.92%)، ومتابعة والإطلاع على مختلف القضايا السياسية احتلت المرتبة الأولى نفس الشيء بالنسبة لتخصص اتصال وعلاقات عامة وذلك بنسبة (24.61%)، ونفس ذلك بأن مجال اتصال وعلاقات عامة يعمل أساسا على ارتباط أفراد العينة بشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك وذلك ما تؤكده نسبة مجال اتصال وعلاقات عامة عكس مجال السمعي البصري.

كما يلاحظ من الجدول خلو الشبكة الاجتماعية "الفايسبوك " من مجال أو دافع التثقيف وذلك بنسبة 6.15%

الجدول (24): الإشباعات التي يحققها "الفايسبوك " وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة .

الاحتمالات / المتغيرات		الهروب من الواقع		التواصل مع الآخرين		حب الإطلاع		أخرى ذكرها		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	03	%4.61	06	%9.23	17	%26.15	09	%13.84	35	53.84 %
	أنثى	08	%12.30	04	% 6.15	13	%20	05	%7.69	30	46.15 %
المجموع		11	%16.92	10	%15.38	30	%46.15	14	%21.53	65	%100
التخصص	علوم الإعلام و الاتصال	03	%4.61	01	%1.53	02	%3.07	03	%4.61	09	13.84 %
	اتصال و علاقات عامة	06	%9.23	04	%6.15	20	%30.76	02	%3.07	32	49.23 %
	سمعي بصري	02	%3.07	05	%7.69	04	%6.15	13	%20	24	36.92 %
المجموع		11	%16.92	10	%15.38	30	%46.15	14	%21.53	65	%100

تحليل الجدول رقم (24):

يوضح الجدول رقم (24) الإشباع الذي يحققه "الفايسبوك" وذلك بنسبة(46.15%) والتي تنقسم بين متغير الذكور والإناث حيث جاءت فئة الذكور في المقدمة من خلال حب الإطلاع نسبة (26.15%) تليها احتمال الاقتراحات المفتوحة بنسبة (13.84%) أما بالنسبة لفئة الإناث فكانت مجمل الإشباعات التي يحققها الفايسبوك تتمثل في الاقتراحات المفتوحة وذلك بنسبة (21.55%) وهذا ما يفسر لجوء أفراد الفئة إلى وسيلة الفايسبوك لإشباع رغباتهم وهذا يعكس التقارب النسبي بين بعضهما البعض ويفسر نسبة كبيرة من الذكور والإناث يتم إشباع رغباتهم في الإطلاع على الأحداث السياسية والقضايا الجديدة عن طريق الفايسبوك أما فيما

يخص متغير التخصص يسير على نفس خطى متغير الجنس حيث أن الإشباع كان من قبل طلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة (30.76%) أما بالنسبة لطلبة تخصص سمعي بصري كانت الاقتراحات المفتوحة بنسبة (20%) وهذا ما يدل على عالمية وسيلة الفايسبوك بحيث أصبح العالم ككل مسرحا لحدودها بغض النظر عن الحدود الزمانية والمكانية.

الجدول رقم(25): يمثل متابعة كل ما له علاقة بالأحداث السياسية عبر"الفايسبوك"وعلاقة المتغيرات المدروسة.

الإحتمالات / المتغيرات		أحيانا		دائما		نادرا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	15	%23.07	19	%29.23	01	%1.53	35	%53.84
	أنثى	13	%20	05	%7.69	12	%18.46	30	%46.15
المجموع		28	%43.07	24	%36.92	13	%20	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	05	%7.69	03	%4.61	01	%1.53	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	12	%18.46	13	%20	07	%10.76	32	%49.23
	سمعي بصري	11	%16.92	10	%15.38	03	%4.61	24	%36.92
المجموع		28	%43.07	26	%40	11	%16.92	65	%100

تحليل الجدول رقم(25):

يمثل الجدول رقم(25) متابعة المبحوثين الذين لهم علاقة بالأحداث السياسية عبر الفايسبوك حيث نجد حسب متغير الجنس ذك وان أغلبية أفراد المبحوثين الذين أجابو بدائما 29.23% بتكرار 19 أما أحيانا بـ: 23.07% بتكرار 15 وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد في قدراته للتعرف على الأحداث السياسية بكل تفاصيلها عبر "الفايسبوك"، أما الإناث نجد أغلبيتهم أجابوا بأحيانا بنسبة 9.20% بتكرار 13،ونادرا بنسبة 18.46% بتكرار 12 وهذا راجع أن الإناث يهتممن بمجالات أخرى كالفن ومجالات الموضة مما يؤدي إلى عدم معرفة الأحداث السياسية بشكل معمق.

أما بنسبة للتخصص حيث نجد أغلبية طلبة اتصال وعلاقات عامة لديهم علاقة تربطهم بالإحداث السياسية بنسبة 20% بتكرار 13 وهذا راجع للتخصص الذي يتطلب من الطلبة معرفة العلاقة بين الأحداث السياسية ومعرفة أسبابها والتعمق فيها ونفس الشيء ينطبق على طلبة السمعي البصري حيث قدرت بنسبة 15.38% بتكرار 10 وهذا راجع إلى كون السمعي البصري يحتاجون إلى مثل هذه المواضيع في إطار تخصصهم،أما طلبة الإعلام و الاتصال نجد كذلك نسبة متقاربة قدرت بـ: 7.69% بتكرار 5.

الجدول رقم(26): كيف يتم متابعة الأحداث السياسية وعلى أي أساس وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.

الاحتمالات / المتغيرات		على أساس فكري إيديولوجي		على أساس انتمائك السياسي		للتعرف على الثقافات الجديدة		بشكل عفوي		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	10	%15.38	23	%35.38	02	%3.07	00	%00	35	53.84 %
	أنثى	07	%10.76	17	%26.15	06	%9.23	00	%00	30	46.15 %
المجموع		17	%26.15	40	%61.53	08	%12.30	00	%00	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والاتصال	03	%4.61	02	%3.07	04	%6.15	00	%00	09	13.84 %
	اتصال و علاقات عامة	08	%12.30	24	%36.92	00	%00	00	%00	32	49.23 %
	سمعي بصري	06	%9.23	14	%21.53	04	%6.15	00	%00	24	36.92 %
المجموع		17	%26.15	40	%61.53	08	%12.30	00	%00	65	%100

تحليل الجدول رقم(26):

توضح المعطيات التالية أن متابعة الأحداث السياسية بالنسبة لمتغير الذكر في انتماء الفرد سياسيا وذلك بنسبة (35.38%) وتليها على أساس فكري إيديولوجي بنسبة(15.38%) أما بالنسبة لمتغير الإناث فكانت له نفس الاحتمال والتي تتمثل في الانتماء السياسي بنسبة(26.15%)، ثم تليها على أساس فكري إيديولوجي والتعرف على الثقافات الجديدة بنسبة متقاربة(10.76%) (9.23%)، وهذا ما يفسر أن متابعة الأحداث السياسية عبر"الفايسبوك"

تتمثل في الانتماء السياسي وهذا ما يشكل أن غالبية أفراد الفئة وخاصة الذكور لديهم وعي سياسي وانتماء لهذا المجال.

أما بالنسبة لمتغير التخصص يأتي مجال الاتصال والعلاقات العامة في المقدمة وذلك بنسبة(49.23%) من خلال متابعة الأحداث السياسية عبر "الفايسبوك" حيث احتلت المرتبة الأولى على أساس الانتماء السياسي بنسبة(36.92%) ثم يليه على أساس فكري إيديولوجي بنسبة(12.30%)، وتكشف هذه المعطيات نفس الشيء بالنسبة لتخصص سمعي بصري والذي قدر بنسبة(36.92%) .وهذا ما يدعو إلى متابعة أفراد الفئة إلى الأحداث السياسية .ويفسر أن متابعة الأحداث السياسية في طريقها لتصبح أشد تأثيرا عن طريق "الفايسبوك" وأسرع انتشارا وأكثر تنوعا.

الجدول رقم(27):تأثير "الفايسبوك" على الفرد وعلاقته بالمتغيرات المدروسة .

الاحتمالات / المتغيرات		نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	23	%35.38	12	%18.46	35	%53.84
	أنثى	19	%29.23	11	%16.92	30	%46.15
المجموع		42	%64.61	23	%35.38	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	07	%10.76	02	%3.07	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	20	%30.76	12	%18.46	32	%49.23
	سمعي بصري	15	%23.07	09	%13.84	24	%36.92
المجموع		42	%64.61	23	%35.38	65	%100

تحليل الجدول رقم (27):

يوضح جدول رقم 27 في تأثير الفايسبوك على الفرد حيث نجد متغير الجنس له علاقة في التأثير حيث قدرت أغلبية المبحوثين ذكور تأثروا بالفايسبوك بنسبة 53.38% بتكرار 23 أما الذين لم يتأثروا بنسبة 18.66 % بتكرار 12 وهذا راجع إلى الاستخدامات والإشباعات التي يحققها الفايسبوك لدى الفرد، أما الإناث تقدر أغلبيتهم اللواتي تأثرن بالفايسبوك كانت بنسبة 29.23% بتكرار 19، وأما اللاتي لم يتأثرن بنسبة 16.92% بتكرار 11 وهذا راجع إلى كون الفايسبوك يتميز بعدة مميزات من خلال التواصل وتعبير الإناث عن آرائهم وحالاتهم الشخصية.

أما بالنسبة للتخصص فإن طلبة اتصال وعلاقات عامة كانت أغلبيتهم تأثروا بالفايسبوك بنسبة 30.76% بتكرار 20 والذين لم يتأثروا بنسبة 18.46% بتكرار 12، أما السمعي البصري فقد تأثروا بالفايسبوك بنسبة 23.07% بتكرار 15، أما الذين لم يتأثروا كانت نسبتهم 13.84 بتكرار 09، أما طلبة علوم الإعلام والاتصال كانت نسبة تأثيرهم على الفايسبوك بنسبة 10.76% بتكرار 07 هذا راجع إلى طبيعة كل فرد في استخدامه للفايسبوك وحسب الغرض في استعماله فلكل شخص اتجاهات معينة.

الجدول رقم (28): يمثل الإشباعات السياسية "للفايسبوك" وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	15	%23.07	17	%26.15	03	%4.61	35	%53.84
	أنثى	20	%30.76	08	%12.30	02	%3.07	30	%46.15
المجموع		35	%53.84	25	%38.46	05	%7.69	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	03	%4.61	05	%7.69	01	%1.53	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	15	%23.7	13	%20	04	%6.15	32	%49.23
	سمعي بصري	17	%26.15	07	%10.76	00	%00	24	%36.92
المجموع		35	%53.84	25	%38.46	05	%7.69	65	%100

تحليل الجدول رقم (28):

نلاحظ من خلال الجدول أن الفايسبوك يمثل الإشباعات السياسية حيث نجد متغير الجنس كان أغلبية الذكور تتحقق لهم الإشباعات السياسية أحيانا بـ 26.15% بتكرار 17 ودائما بـ 23.07% بتكرار 15، أما الإناث أحيانا بـ 12.30% بتكرار 08 ودائما بـ 30.76% بتكرار 20 وهذا راجع إلى طبيعة كل جنس حيث نجد الإناث والذكور لديهم إشباعات أخرى غير السياسية مثل الفن ، الرياضة وغيرها

أما من جانب التخصص فنلاحظ أغلبية طلبة اتصال وعلاقات عامة تحقق لهم إشباعات سياسية حيث نجد نسبة المبحوثين الذين أجابوا . دائما بنسبة 23. 7% بتكرار 15 أما أحيانا بنسبة 20% بتكرار 13 وهذا راجع إلى حب الطلبة في المشاركة في الحياة السياسية

أما طلبة السمعي البصري فنلاحظ بـ 26.15% بتكرار 17، أما أحيانا بنسبة 10.76% بتكرار 07 وهذا راجع إلى التخصص الذي يتطلب منهم معرفة الجوانب السياسية عبر كل الوسائل الاتصالية مما زادت هذه الإشباعات السياسية في وسيلة الفايسبوك.

أما طلبة علوم الاتصال أغلبية المبحوثين حققت لهم هذه الإشباعات وهذا راجع إلى المعرفة بالقضايا السياسية .

الجدول رقم (29) : يمثل أهم الإشباعات المحققة وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		معنوي		فكري		أخرى أذكرها		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	09	%13.84	22	%33.84	04	%6.15	35	%53.84
	أنثى	03	%4.61	26	%40	01	%1.53	30	%46.15
المجموع		12	%18.45	48	%73.84	05		65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	01	%18.46	08	%12.30	00	%00	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	01	%1.53	27	%41.53	04	%6.15	32	%49.23
	سمعي بصري	10	%15.38	13	%20	01	%1.53	24	%36.92
المجموع		12	%18.46	48	%73.84	05	%7.69	65	%100

تحليل الجدول رقم (29):

يتبن من خلال الجدول رقم 29 إلى وجود فوارق ذات دلالة إحصائية حسب كل متغير من خلال أهم الإشباعات المحققة ، حيث نجد متغير الجنس يختلف من فرد إلى آخر حيث نجد أغلبية المبحوثين ذكور تحقق لهم إشباعاتهم في الجانب المعنوي بنسبة 33.84% بتكرار 22 أما المعنوي تقدر نسبة الذكور بـ 13.84% بتكرار 09 أما الإناث تقدر الإشباعات المحققة في الجانب الفكري بنسبة 40% بتكرار 26 أما الجانب المعنوي 4.61% بتكرار 03 وهذا راجع لاختلاف في النسب إلى طبيعة كل فرد في الهدف من استخدام هذه الوسيلة لتحقيق رغباتهم واشباعاتهم.

أما من متغير التخصص نجد تخصص إتصال وعلاقات عامة تحقق اشباعاتهم من الجانب الفكري بـ 41.13% تكرار 27 أما الجانب المعنوي بـ 1.53% تكرار 01 أما أغلبية المبحوثين يرون هناك إشباعات أخرى مثل الإشباعات النفسية والاجتماعية تقدر بنسبة 44.23% بتكرار 32 وهذا راجع إلى المدة الزمنية التي يستخدمها المبحوثين في الفايسبوك والتي تولد لديهم إشباعات فكرية تدخل ضمن التخصص العلمي.

أما السمعي البصري فقد نجد نسبة في الجانب الفكري بنسبة 20% بتكرار 13 أما الجانب المعنوي نسبة 15.38 تكرار 10 أما الإشباعات الأخرى التي يحققها الفايسبوك بنسبة 36.92%تكرار24 وهذا راجع إلى حسب التخصص ومعرفة المبحوثين بأهم المميزات الفنية والتقنية التي يتميز بها الفايسبوك الذي يجعل من هذا الأخير يحقق إشباعات أخرى لدى مستخدميه.

أما طلبة علوم الإعلام والاتصال كانت النسبة ضئيلة مقارنة بنسبة طلبة اتصال وعلاقات عامة وسمعي البصري وهذا راجع إلى المستوى التعليمي وعدم التكيف مع هذه الوسيلة.

الجدول رقم(30) :تمثل المصداقية التي يتحصل عليها الفرد عبر "الفايسبوك" وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.

الإحتمالات / المتغيرات		نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	22	%33.84	13	%20	35	%53.84
	أنثى	14	%21.53	16	%24.61	30	%46.15
المجموع		36	%55.38	29	%44.61	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	06	%9.23	03	%4.61	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	13	%20	19	%29.23	32	%49.23
	سمعي بصري	17	%26.15	07	%10.76	24	%36.92
المجموع		36	%55.38	29	%44.61	65	%100

تحليل الجدول رقم 30:

سيرة هذا الجدول الذي يتمثل في مصداقية الفايسبوك التي يتحصل عليها الفرد وعلاقاته بالمتغيرات المدروسة من حيث الجنس نجد أن أغلبيته ذكور يمثل لهم مصداقية بنسبة 33.84% بتكرار 22 أما المبحوثين الذين لا تمثل لهم مصداقية ب 20% بتكرار 13 أما الإناث قدرت نسبتهم التي تمثل لهم المصداقية في الفايسبوك بـ 21.53% بتكرار 14 أما الذين لا تمثل هذه المصداقية في الفايسبوك التي يتحصلون عليها بنسبة 24.61% بتكرار 16 وهذا راجع إلى طبيعة كل فرد حسب آرائه وانتمائه وأفكاره وإشباعاته.

أما بالنسبة لتخصص اتصال وعلاقات عامة يرون أن الفايسبوك يمثل مصداقية التي يتحصل عليها الفرد بنسبة تقدر بـ 29.23% بتكرار 19 والعينة الأخرى التي رأت بأن الفايسبوك يمثل المصداقية التي يتحصل عليها الفرد بـ 20% بتكرار 13، أما السمعي البصري يمثلون مصداقية بـ 26.15% بتكرار 17 والعينة الأخرى قدرت بـ 10.76 بتكرار 07، أما علوم الإعلام والاتصال لاحظ أن للفايسبوك له مصداقية بنسبة 9.23% بتكرار 06، أما العينة الأخرى قدرت النسبة بـ 4.61% بتكرار 03 وهذا الاختلاف في النسب بين الطلبة راجع إلى الثقافة السياسية والمشاركة في حياتهم السياسية وانتماءاتهم الفكرية والعلمية.

الجدول (31) : يمثل مكانة الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات السياسية وعلاقته بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	10	%15.38	18	%27.69	07	%10.76	35	%53.84
	أنثى	06	%9.23	10	%15.38	14	%21.53	30	%46.15
المجموع		16	%24.61	28	%43.07	21	%32.30	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	01	%34.61	05	%7.69	03	%4.61	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	11	%1.53	17	%26.15	04	%6.15	32	%49.23
	سمعي بصري	04	%16.92	06	%9.23	14	%21.53	24	%36.92
المجموع		16	%24.61	28	%43.07	21	%32.30	65	%100

تحليل الجدول رقم(31) :

من معطيات الجدول رقم (31) يتضح أن نسبة كبيرة من الذكور يعتبرون أحيانا أن الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات وذلك بنسبة(27.69%) تليها الإجابة بدائما قدرت بـ (15.38%) ثم عدم اعتباره كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات (10.76%)

أما بالنسبة للإناث فكان عكس متغير الذكور حيث كانت الإجابة بنادرا بنسبة (21.53%) وهذا ما يفسر باهتمام الذكور بشبكة التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" وأنه المصدر الأساسي في الحصول على المعلومات السياسية.

ونجد ذلك عند طلبة اتصال وعلاقات عامة حيث اعتبروه الوسيلة الوحيدة للوصول إلى المعلومات السياسية بنسبة (43.07%) لما يقدمه من مميزات وتقنيات عالمية تجعل من الطالب يبحث في القضايا السياسية ومحاولة التحاور ونقاش مع الأصدقاء عن مختلف الأحداث السياسية الجديدة.

الجدول رقم (32): يمثل مفهوم الوعي السياسي وعلاقته بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		الإنخراط في الأحزاب السياسية		المشاركة في الحياة السياسية		إدراك الأفراد للواقع السياسي		الوعي بقضايا المجتمع ومشكلاته		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	05	%7.69	01	%1.53	12	%18.46	17	%26.15	35	%53.84
	أنثى	08	%12.30	07	%10.76	13	%20	02	%3.07	30	%46.15
المجموع		13	%20	08	%12.30	25	%38.46	19	%29.23	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	03	%4.61	04	%6.15	02	%3.07	00	%00	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	06	%9.23	04	%6.15	10	%15.38	12	%18.46	32	%49.23
	سمعي بصري	04	%6.15	00	%00	13	%20	07	%10.76	24	%36.92
المجموع		13	%20	08	%12.30	25	%38.46	17	%29.23	65	%100

تحليل الجدول (32):

تكشف قراءة معطيات الجدول (32) عن مفهوم الوعي السياسي بالنسبة لمتغير الجنس والتي قدرت بـ(38.46%) بين الذكور والإناث تكمل في إدراك الأفراد للواقع السياسي في مقابل نسبة الوعي بقضايا المجتمع ومشكلاته بالنسبة للذكور (26.15%) والإناث (3.07%) وهذا راجع بالأساس لأفراد العينة الذين أصبحت لديهم فكرة عن السياسة من خلال التحاور وتبادل الآراء والسياسية والنقاشات عن طريق الفايسبوك

كما نجد أن تخصص سمعي بصري جاء في المقدمة من خلال إدراك الأفراد للواقع السياسي وذلك بنسبة (20%) وطلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة تشير في خطى متغير الجنس وذلك بنسبة (18.46%) كانت إجاباتهم عن الوعي بقضايا المجتمع ومشكلاته تليها الإدراك بالواقع السياسي بنسبة (15.38%) هذا ما يعتبر مدى التغير القائم بين التخصصين لدى أفراد العينة من خلال المفهوم الصحيح للوعي السياسي

الجدول رقم (33) : يمثل مساهمة الشبكة الإجتماعية" الفايسبوك" وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		نعم		لا		نوعا ما		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	18	%27.69	11	%16.92	06	%9.23	35	%53.84
	أنثى	02	%3.7	03	%4.61	25	%38.46	30	%46.15
المجموع		20	%30.76	14	%21.53	31	%47.69	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	04	%6.15	03	%4.61	02	%3.7	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	11	%16.92	09	%13.84	12	%18.46	32	%49.23
	سمعي بصري	05	%7.69	02	%3.7	17	%26.15	24	%36.92
المجموع		20	%30.76	14	%21.53	31	%47.69	65	%100

تحليل جدول (33):

يمثل هذا الجدول مساهمة الشبكة الإجتماعية "الفايسبوك" في ترسخ الوعي السياسي حيث نلاحظ حسب متغير الجنس أن الذكور يساهم الفايسبوك في ترسيخ الوعي السياسي بنسبة 27.69% بتكرار 18 أما المبحوثين من الذكور يرون أن الفايسبوك يساهم في ترسيخ الوعي السياسي 16.92% بتكرار 11 وهذا راجع إلى إهتمام الذكور بالمجال السياسي ومتباعة أهم الأحداث السياسية أما الإناث أجابن بأن الفايسبوك تساهم في ترسيخ الوعي السياسي بنسبة 38.46% بتكرار 25 وهذا راجع إلى عدم إهتمامهن بكل القضايا والأحداث التي تهمهن في العالم.

أما بالنسبة للتخصص نجد أغلبية طلبة إتصال وعلاقات عامة قد ساهم الفايسبوك نوعا ما في ترسيخ الوعي السياسي بـ 18.46% بتكرار 12 أما السمعي البصري قد ساهم الفايسبوك نوعا ما في الترسيخ السياسي بنسبة 26.15% بتكرار 17 ، أما علوم الإعلام والإتصال قد ساهم كذلك نوعا ما بـ 3.07% بتكرار 02 وهذا راجع إلى الثقافة السياسية ومستواهم العلمي في التفاعل مع الأحداث السياسية عبر وسيلة الفايسبوك.

الجدول رقم (34) : يمثل تواصل الفرد عبر "الفايسبوك" مع الآخرين بكل حرية وعلاقته المتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	29	%44.61	06	%9.23	35	%53.84
	أنثى	20	%30.76	10	%15.38	30	%46.15
المجموع		49	%75.38	16	%24.61	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	07	%10.76	02	%3.07	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	25	%38.46	07	%10.76	32	%49.23
	سمعي بصري	17	%26.15	07	%10.76	24	%36.92
المجموع		49	%75.38	16	%24.61	65	%100

تحليل جدول رقم (34) :

نلاخظ من خلال الجدول والذي يمثل تواصل الفرد عبر الفايسبوك مع الآخرين بكل حرية من خلال متغير الجنس فقد نجد أغلبية الذكور يتواصلون بكل حرية بنسبة 44.61% بتكرار 29 أما الذين لا يتواصلون بنسبة بنسبة 9.23% بتكرار 06 أما الإناث يتواصلون بـ 30.76% بتكرار 20 ، والعينة الأخرى بالنسبة للبنات نسبة 15.38% بتكرار 10 وهذا راجع إلى الحرية المطلقة وعدم خضوعهم للقيود التي تعرقلهم على التواصل .

أما بالنسبة للتخصص نجد أغلبية طلبة إتصال وعلاقات عامة 38.46% يتواصلون بحرية في الفايسبوك أما العينة التي تتواصل مع الآخرين قدرت النسبة بـ 10.76% بتكرار 07 وأما السمعي البصري كانت نسبة التواصل مع الآخرين بحرية بنسبة 26.15% بتكرار 17 والعينة الأخرى قدرت بنسبة 10.76% بتكرار 07، أما في علوم الإعلام و الإتصال قدرت نسبة التواصل في الفايسبوك مع الآخرين بكل حرية بنسبة 10.76% بتكرار 07 والعينة التي لا تتواصل مع الآخرين بنسبة 3.07% بتكرار 02 وهذا راجع إلى معرفة الطلبة بأصدقائهم (كأصدقاء الجامعة) مما يسهل عليهم التواصل في الفايسبوك بحرية ولهم توجهات مشتركة مع النخبة المثقفة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم وميولاتهم عبر وسيلة الفايسبوك.

الجدول رقم (35) : كيف يساعد "الفايسبوك" في تنمية الوعي السياسي وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية		تحليل مختلف القضايا المطروحة		تقديم الآراء والتعليق عليها		إشتراك المواطن في مختلف القضايا السياسية		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	20	%30.76	08	%12.30	06	%9.23	01	%1.53	35	%53.84
	أنثى	16	%24.61	03	%4.61	01	%1.53	10	%15.38	30	%46.15
المجموع		36	%55.38	11	%16.92	07	10.76 %	11	%16.92	65	%100
التخصص	علوم الإعلام و الإتصال	01	%1.53	03	%4.61	01	%1.53	04	%6.15	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	17	%26.15	06	%9.23	04	%6.15	05	%7.69	32	%49.23
	سمعي بصري	18	%27.69	02	%3.07	02	%3.7	02	%3.7	24	%36.92
المجموع		36	%55.38	11	%16.92	07	10.76 %	11	%16.92	65	%100

تحليل الجدول رقم (35) : يشير الجدول إلى وجود فروق ذات دلالات إحصائية ،حيث أن الفايسبوك يساعد في تنمية الوعي السياسي من خلال تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية بالنسبة للذكور وذلك بنسبة 30.76% تليها 12.30% بالنسبة لتحليل مختلف القضايا المطروحة.

أما بالنسبة للإناث فيساعد "الفايسبوك" في تنمية الوعي السياسي من خلال تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية بنسبة 24.61% تليها إشتراك الطلبة في مختلف القضايا الشياسية بنسبة 15.38%، ويرجع ذلك إلى مدى الإهتمام الذي يوليه المبحوث وخاصة الذكور لتبادل المعارف والمعلومات السياسية ، أما الإناث كذلك لما تمثله هته المعارف والمعلومات السياسية من مادة إعلامية عبر الفايسبوك يسعى من خلالها المبحوثين بشغف لإثراء رصيدهم المعرفي حول مختلف المعارف السياسية.

أما بالنسبة لمتغير التخصص نلاحظ ان مجال السمعي البصري حقق نسبة 36.92% وبالأخص تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية بنسبة 27.69% ، أما مجال الإتصال والعلاقات العامة فحقق نسبة تقدر بـ 49.23% وبالأخص في تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية بنسبة 26.15% .

ونفسر ذلك بأن مجال السمعي البصري يعمل أساسا على ارتباط أفراد العينة بالفايسبوك وتنمية الوعي السياسي من خلال تبادل المعارف والمعلومات السياسية وهذا ما تؤكده نسبة مجال السمعي البصري عكس مجال العلاقات العامة.

الجدول رقم(36):المواضيع التي تثير اهتمام الفرد عبر "الفيسبوك"وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة

الإحتمالات / المتغيرات		الموضوعات السياسية		الموضوعات الدينية		الموضوعات الثقافية		الموضوعات التعليمية		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	18	%27.69	10	%15.38	06	%9.23	01	%1.53	35	%53.84
	أنثى	10	%15.38	06	%9.23	06	%9.23	08	12.30 %	30	%46.15
المجموع		28	%43.07	16	%24.61	12	18.46 %	09	13.84 %	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	06	%9.23	02	%3.07	00	%00	01	%1.53	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	15	%23.07	06	%9.23	09	13.84 %	02	%3.07	32	%49.23
	سمعي بصري	07	%10.76	08	%12.30	03	%4.61	06	%9.23	24	%36.92
المجموع		28	%43.07	16	%24.61	12	18.46 %	09	13.84 %	65	%100

تحليل الجدول رقم(36):

من معطيات الجدول رقم 36 يتضح أن نسبة كبيرة من الذكور تتابع الموضوعات السياسية بنسبة 27.69% تليها الموضوعات الدينية بنسبة قدرت بـ 15.38% .

– أما بالنسبة للإناث فكانت متابعتهن للموضوعات السياسية بـ 15.38% أما المواضيع التعليمية فكانت هي ثاني إهتماماتهن بنسبة قدرت بـ 12.30% أما المواضيع الدينية والثقافية فكانتا متوافقتين في ضمن اهتماماتهن ب،9.23%.

– ويرجع سبب اهتمام الذكور بالموضوعات السياسية عبر "الفايسبوك"إلى التنشئة والثقافة السياسية للفرد وكذا الإنتماءات السياسية لبعض الأفراد ،أما الإناث لها اهتمام بالمواضيع السياسية يليه الإهتمام بالمواضيع التعليمية – أما للتخصص فيتضح أن طلبة الإتصال والعلاقات العامة تأتي في المرتبة الأول ى في الموضوعات السياسية وذلك بنسبة 23.07% تليها الموضوعات الثقافية بنسبة 13.84%.

– أما بالنسبة لتخصص السمعي البصري فكانت الموضوعات الدينية ضمن إهتماماتهم بنسبة 12.30% أما المواضيع السياسية فكانت نسبة الإهتمام بها 10.76% أما طلبة علوم الإعلام والإتصال فكانت أولى اهتماماتهم الموضوعات السياسية بنسبة قدرت بـ 9.23% تليها الموضوعات الدينية بـ 3.07%، وهذا راجع إلى أن الموضوعات السياسية هي ضمن إهتمامات الطلبة خاصة في وقتنا الحاضر بسبب الإطلاع ومواكبة مختلف الأحداث والتطورات الحاصلة عبر شبكة "فايسبوك" التي تمنحهنا كل ما هو جديد ومهم.

الجدول رقم(37):يمثل مساهمة الشبكة الإجتماعية "فايسبوك" في توعية الطلاب سياسيا وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.

الإحتمالات / المتغيرات		نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
الجنس	ذكر	33	%50.76	02	%3.07	35	%53.84
	أنثى	19	%29.23	11	%16.92	30	%46.15
المجموع		52	%80	13	%20	65	%100
التخصص	علوم الإعلام والإتصال	08	%12.30	01	%1.53	09	%13.84
	إتصال وعلاقات عامة	28	%43.07	04	%6.15	32	%49.23
	سمعي بصري	16	%24.61	08	%12.30	24	%36.92
المجموع		52	%80	13	%20	65	%100

تحليل الجدول رقم(37):

يتبين من خلال هذا الجدول حيث أراد المبحوثون حول مساهمة الشبكة الإجتماعية"الفايسبوك" في توعية الطلاب سياسيا حيث جعلت الفايسبوك بديلا للوسائل الإتصالية الأخرى حيث كانت نسبة المبحوثين بنعم بـ 80% وقدرت نسبة الذكور بـ 50.76% والإناث بـ 29.23% أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ:لا قدرت بـ: 20% فكانت نسبة الإناث في المرتبة الأولى وذلك بنسبة 16.92% .

أما الذكور نسبة 3.07% أجابوا بـ:لا وهذا راجع إلى ما توفره الصفحة في مجال توعية الطلاب سياسيا وهذا ما لا تتميز به الوسائل الأخرى مثل التلفزيون من خلال التعليقات والحوار.

أما بالنسبة للذين يرون أنه لا يساهم في توعية الطلاب سياسيا هذا يعود إلى طبيعة كل فرد في إختيار الوسيلة الاتصالية التي تساعده.

ونلاحظ بالنسبة لمتغير التخصص أن الأغلبية العظمى التي تعتمد على الفايسبوك في توعية الطلاب سياسيا هم ذوي تخصص إتصال وعلاقات عامة وذلك بنسبة (43.07%)،وتليها الإجابة بـ :لا بنسبة(6.15%).

أما بالنسبة لتخصص سمعي بصري فكانت النسبة قليلة والتي قدرت بـ(24.61%) ،وهذا ما يعتبر أن تخصص إتصال وعلاقات عامة أكثر نشاطا في "الفايسبوك"وذلك عن طريق إستخدام شبكة الفايسبوك لتحليل وتشكيل الوعي السياسي.

السؤال المفتوح : ما رأيك في إستخدام الطلبة للشبكة الإجتماعية " فايس بوك" ودوره في تنمية الوعي السياسي؟

– كانت معظم إجابات المبحوثين بأن "الفايسبوك " له مكانة في المجتمع فنجد معظم فئات المجتمع يستخدمون الشبكات الإجتماعية لعدة أغراض .

– حيث تعتبر الشبكة الإجتماعية "فايس بوك" المصدر الرئيسي في تشكيل الوعي السياسي من خلال الدور الذي تلعبه في متابعتها للأحداث اليومية والقيام بتفسيرها وتحليلها ، فالوعي السياسي للمواطنين يعتمد على درجة الثقافة والتعليم التي وصل إليها أفراد الشعب فالثقافة والتعليم تؤهلان الشعب للمشاركة الإيجابية في العمل السياسي عن طريق التعبير عن آرائهم بكافة طرق التعبير المختلفة عبر موقع "فايس بوك" لكل الأحداث والمعطيات .

– ومن الملاحظ أن تنمية الوعي السياسي تتكون فيه مجموعة من العوامل أهمها تأثير الأحداث والآراء الجارية وكذا تأثير وسائل الإعلام الجديدة بالإضافة إلى عامل الأسرة حيث تعتبر من بين المؤسسات المساهمة في تكوين الوعي السياسي ، إلى جانب هذا يفيدنا "فايس بوك" في تزويد الجمهور بالمعلومات السياسية من خلال ما تتركه من تأثير معرفي على الفرد والجدير بالذكر أن الأحداث والأزمات السياسية تساهم في خلق مناخ سياسي ومؤثر على سلوك الأفراد مما يدفعهم للمشاركة السياسية الأوسع ويتفاعلون إيجابيا مع الأحداث والأزمات نتيجة للجو السائد الذي يشجعهم على متابعة الأخبار والأحداث والإنضمام إلى مجموعات إفتراضية مما ينعكس على الفكر السائد للشباب وتوجههم.

نتائج الدراسة :

البيانات الشخصية :

الجنس الغالب لإستخدام الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي من خلال أفراد العينة هو ذكور لأن الأغلبية طلاب الإعلام والإتصال لهم ثقافة سياسية وإهتمامهم بالأحداث السياسية معظم أفراد العينة تخصص إتصال وعلاقات عامة .

المحور الأول :

– نجد أن معظم المبحوثين يستخدمون "الفايسبوك" بصفة دائمة وهذا راجع لمتابعتهم وتحليلهم لمختلف القضايا السياسية الحديثة.

– أغلبية أفراد العينة يستخدمون "الفايسبوك من سنة إلى ثلاث سنوات وهذا يعود إلى طبيعة كل فرد في إختيار الوسيلة الإتصالية التي تحقق له رغباته.

– الغرض من إستخدام الفايسبوك حسب آراء المبحوثين تتمثل في المتابعة والإطلاع على مختلف القضايا السياسية وذلك للتحاور وتشكيل آراء سياسية.

– أغلبية أفراد العينة يرون أن الإشباعات التي تحققها الشبكات الإجتماعية الفايسبوك" تتمثل في حب الإطلاع ومعرفة مختلف الآراء السياسية الحديثة.

المحور الثاني :

– معظم أفراد العينة يتابعون كل ما له علاقة بالأحداث السياسية والتعمق فيها.

– تتم متابعة الأحداث السياسية عبر "الفايسبوك" على أساس إنتماء الفرد السياسي.

– نجد أن غالبية أفراد العينة يتأثرون عبر الفايسبوك وهذا راجع لدوره و الآراء التي تتشكل من خلال التواصل مع الأصدقاء.

– يحقق الفايسبوك إشباع كبير بالنسبة لأفراد العينة وهذا راجع إلى المدة الزمنية التي يستخدمها الفرد في الفايسبوك.

– غالبية أفراد العينة يشبعون رغباتهم فكريا عن طريق التفاعل مع الأحداث المنشورة.

– نجد أن الفايسبوك يحقق مصداقية بالنسبة لأفراد العينة

المحور الثالث :

–أغلبية أفراد العينة يعتبرون أحيانا الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات السياسية وهذا راجع إلى الطبيعة الإيديولوجية السياسية التي تتماشى مع الفرد.

–كانت آراء المبحوثين حول مفهوم الوعي السياسي يتمثل في إدراك الأفراد للواقع السياسي.

–يساهم الفايسبوك في ترسيخ الوعي السياسي عن طريق مطابقة الآراء والاتجاهات السياسية التي يتم نشرهاعبر الفايسبوك

–غالبية أفراد العينة يعتبرون الفايسبوك هو الوسيلة الاتصالية التي يتمتع بحرية التواصل مع الآخرين في مختلف القضايا والآراء السياسية

–يساعد الفايسبوك في تنمية الوعي السياسي عن طريق تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية.

–أهم المواضيع التي تثير إهتمام المبحوثين عبر الفايسبوك هي الموضوعات السياسية.

–غالبية أفراد العينة يرون ان الفايسبوك تساهم في توعية الطلاب سياسيا بإعتبارهم فئة مثقفة تراعي مثل هذه المواضيع السياسية.

الـــــخاتـمـــة:

وفي خضم كل هاته المعطيات السابقة حول أهم ما جاءت به الدراسة نجد أن الشبكة الاجتماعية "فايسبوك" له دور في تشكيل الوعي السياسي للطلبة عن طريق تزويدهم بمختلف المعلومات والقضايا السياسية ،كما تساهم في تشكيل الثقافة السياسية للفرد وتشجيع الطلبة على إبداء آرائهم بكل حرية حيث يساهم موقع "فايسبوك" في ترسيخ الوعي السياسي بناءا على الإشباعات المحققة للمستخدمين في المجال السياسي وتحفيزهم على المشاركة في الحياة السياسية وتحليل مختلف القضايا والآراء، وهذا ما يؤدي بالفرد إلى إدراك العالم المحيط به والمشاركة الفعالة في القضايا التي تخص المجتمع، مما يؤدي بالطلبة لإدراك أهمية الوعي السياسي ،بحيث تتيح الشبكة الإجتماعية للأفراد إمكانية الإطلاع على مختلف الأمور من خلال التواصل والإحتكاك مع مختلف الشعوب والثقافات وتقريب وجهات النظر.

وأهم ما جاءت به دراستنا:

-أن الفايسبوك هو الوسيلة الإتصالية التي تتيح للطلاب التواصل مع بعضهم البعض في مختلف الآراء و المواضيع.

-تصدرت القضايا السياسية مجال إهتمام الطلبة

*أثبتت الدراسة أن مفهوم الوعي السياسي يتمثل في إدراك الأفراد للواقع السياسي.

*أن معظم من أجريت عليهم الدراسة يستخدمون الفايسبوك بصفة دائمة .

قائمة المراجع:

1. أبراش إبراهيم، **علم الاجتماع السياسي**، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999 .
2. أبو شنب جمال، **الصفوة العسكرية والتنمية السياسية في دول العالم الثالث**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1996.
3. ألموند جبريل ، الإبن باول ، **السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر** ، ترجمة "هشام نصار"، دار الأهلية، مصر، 1998.
4. مجاهد جمال ، **الرأي العام وقياسه ، الأسس النظرية والمنهجية** ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، مصر، 2008.
5. قزادري حياة ، **الصحافة والسياسة والثقافة السياسية والممارسة الإعلامية**، دار طكميج كوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
6. بن سعود سعد بن محمد بن عبد العزيز آل سعود، **الإتصال والإعلام السياسي**، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث للنش والتوزيع، 2010.
7. ذو الفقار زغيب شيماء ، **نظريات في التشكيل إتجاهات الرأي العام**، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر،1998.
8. درويش شريف اللبان، **مدخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الانترنت**، الطبعة الأولى، دار العالم العربي، 2011.
9. العالم صفوت ، **الإتصال السياسي والدعاية الإنتخابية**، دار النهضة العربية، القاهرة،2007.
10. عزي عبد الرحمان، السعيد بومعيزة، **الإعلام والمجتمع**، الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

11. محمد عبد الله عبد الرحمان ، **علم الإجتماع السياسي**، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، 2001.
12. خليفة إبراهيم ، **مفاهيم في علم الإجتماع** ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1984.
13. محمد الدليمي عبد الرزاق ، **الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2001.
14. سنومي عبد الله، **عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة**، الدار الجامعية، بيروت، 1999.
15. بوحوش عمار ، الذنيبات محمد محمود ، **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**، الطبعة الثالثة ، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2001.
16. القليني فاطمة ، شومان محمد ، **الإتصال الجماهيري، إتج هات نظرية ومنهجية**، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
17. دليو فضيل، **الاتصال السياسي في الجزائر**، مخبر علم الاجتماع والاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.
18. عبد الحميد محمد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، الطبعة الثالثة، عالم الكتب القاهرة، 2004.
19. علي محمد محمد، **دراسات في علم الإجتماع السياسي**، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، 1977.
20. غريب عبد الكريم محمد، **البحث العلمي، التصميم والمناهج والإجراءات**، الإسكندرية، 1992.
21. حسن إسماعيل محمود ، **مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير**، الطبعة الأولى، الدار العلمية للنشر والتوزيع، 2003.

22. زيدان محمود، **الاستقراء والمنهج العلمي**، الطبعة الرابعة، مؤسسة شباب الجامعة للطباعة والنشر، القاهرة، 1980.
23. بدر أحمد ، **الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة**، دار غريب للطباعة، القاهرة،1998.
24. فطافطة محمود ، **علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين** ،المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية،2011.
25. المزاهرة هلال منال ، **نظريات الاتصال**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان،2012.
26. أنجرس موريس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة، 2006.
27. كشاكش يوسف كريم أحمد، **الحريات العامة في الأنظمة السياسية المعاصرة** ، جامعة القاهرة، 1987.
28. عبده عزيزة، **الإعلام السياسي والرأي العام** ،الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
29. المغربي محمد زاهي بشير، **قراءات في السياسة المقارنة** ، منشورات جامعة قاريونوس، بنغازي، 1994.
30. عبد الرزاق إبراهيم إنتصار، الساموك صفد حسام، **الإعلام الجديد،تطور الآداء والوسيلة الوظيفية**، الطبعة الإلكترونية، الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، بغداد، 2012.
31. عزي عبد الرحمان، **ثقافة الطلبة والوعي الحضاري ووسائل الاتصال** ، حالة الجزائر والمستقبل العربي، 1992.
32. بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.

33. بن مرسلي أحمد، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، الطبعة الثانية الديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
34. اللقاني أحمد حسين، علي أحمد الجمل، **معجم المصطلحات التربوية**، المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، 1996.
35. عادل أحمد، **الأحزاب السياسية والنظم الانتخابية**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1992.
36. عباس بشار ، **العرب والإنترنت والجوانب الاجتماعية**، 2009.
37. سلاطنية بلقاسم، الجيلاني حسان، **منهجية العلوم الاجتماعية**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2004.

الرسائل الجامعية:

38. أبو زيد طاهر حسن، **دور المواقع الاجتماعية التفاعلية في توجيه الرأي العام الفلسطيني وأثرها على المشاركة السياسية**، رسالة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الأزهر غزة، 2012.
39. بعزيز إبراهيم، منتديات المحادثة والدردشة الإلكترونية، **دوافع في الاستخدام والانعكاس على الفرد والمجتمع**، مذكرة ماجستير.
40. بن قفة سعاد، المشاركة السياسية في الجزائر، **آليات التقنين الأسري نموذجا (1962-2005)** أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع 2012.
41. حربي شرين، الضائي جميل، **دور التنظيمات السياسية الفلسطينية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة** ، مذكرة تكميلية لنيل درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط،2010.
42. رزاق لحسن، **الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية** ، دراسة في تحليل مضمون "الخبر والشروق اليومي"، جامعة قسنطينة، 2009.

43. الرعود عبد الله ممدوح مبارك، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تونس**، مصر من وجهة صحفيين أردنيين، مذكرة ماجستير،جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
44. سميع صالح حسين، **أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي** ، الزهراء للإعلام العربي، القاهرة، 1988، دراسة علمية موثقة.
45. عبد السميع محمد محمد فراج، **دراسة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق**، مصر كمقصد سياحي دولي،كلية السياحة والفنادق،جامعة الفيوم،2012.
46. العيدي صونيا، **المشاركة السياسية والتحول الديمقراطي في الجزائر والانتخابات الرئاسية**، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الدكتورا ه في علم الاجتماع "جامعة محمد خيضر" بسكرة، 2005.
47. المنصور محمد، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين** ، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.
48. نومار مريم نريمان، **استخدام واقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية**، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2012.
49. والي خميس حزام، **إشكالية الشرعية في الأنظمة السياسية العربية مع إشارة إلى تجربة الجزائر**، الطبعة الأولى،مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة أطروحات الدكتورا، بيروت، لبنان، فيفري 2003.

المجلات:

50. عبد الله إسماعيل صبري ، **الديمقراطية داخل الأحزاب الوطنية وفيما بينها**، مجلة المستقبل العربي، السنة الرابعة، العدد 64، بيروت، لبنان، جوان1984.
51. العبيدي آمال سليمان ، **الهوية في ليبيا**، (دراسة ميدانية) مجلة المستقبل العربي، العدد267، بيروت، لبنان، ماي2001.

52. دهيمي زينب ، **موقع التواصل الاجتماعي"الفايسبوك"مجلة العلوم الإنسانية،** العدد26، جامعة محمد خيضر بسكرة،2012.
53. نصار سامي محمد ، الرويشد فهد عبد الرحمان ، **الوعي السياسي والانتماء الوطني لدى طلاب كلية التربية الإنسانية بدولة الكويت،** مجلة البحث التربوي (مجلة علمية محكمة نصف سنوية)، المركز القومي للبحوث التربوية والتنموية، السنة الرابعة، العدد الأول، القاهرة،2005.
54. بسيوني عبد الغني ، **بحث حول ماهية الأحزاب السياسية،** مجلة الدراسات القانونية، كلية الحقوق، المجلد الأول،العدد الأول، جامعة بيروت،1998.
55. وطفة علي أسعد ، **التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي،** ببحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، مجلة عالم الفكر، العدد 3، المجلد31، الكويت، جانفي، مارس، 2003.
56. رفاعي فيصل الزاوي ، **دور الأحزاب في التربية السياسية للمعلمين وشباب الجامعات،** المجلة التربوية، كلية التربية بسوهاج، مارس،1988.
57. المنوفي كمال ، **الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي،** مجلة المستقبل العربي (مجلة شهرية تصدر عن مركز دراسات الوحدة العربية) ، السنة الثامنة، العدد80، بيروت، لبنان، أكتوبر 1985.

فهرس الجداول:

الرقم	عنــوان الجــدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب النوع	56
02	توزيع أفراد العينة حسب التخصص	57
03	توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	57
04	استخدام الشبكة الاجتماعية	58
05	يبين مدة استخدام الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"	59
06	دوافع استخدام الفاسبوك	59
07	الاشباعات التي تحققها الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"	60
08	علاقة الفرد بالأحداث السياسية عبر الشبكة الاجتماعية"فايسبوك"	61
09	يبين كيفية متابعة الأحداث السياسية عبر "فاسبوك"	61
10	تأثير الــ "فاسبوك" على الفرد	62
11	يبين الاشباعات السياسية عبر وسيلة "الفايسبوك"	63
12	أهم الإشباعات المحققة	63
13	يبين المصداقية التي يتحصل عليها الفرد عبر "الفايسبوك"	64
14	مكانة الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات السياسية لدى المبحوثين	65
15	يبين مفهوم الوعي السياسي	66
16	مساهمة الشبكة الاجتماعية"فايسبوك" في ترسيخ الوعي السياسي	67
17	تواصل وسيلة "الفايسبوك" مع الآخرين بكل حرية مع مختلف الآراء السياسية	67
18	يبين كيف يساعد "الفاسبوك" في تنمية الوعي السياسي	68
19	أهم المواضيع التي تثير اهتمامات المبحوثين بــ" الفاسبوك".	69

20	يبين مساهمة "الفاسبوك" في توعية الطلاب سياسيا	69
21	استخدام الشبكة الاجتماعيةّفايسبوك"في تنمية الوعي السياسي وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة	70
22	مدة الشبكة الاجتماعيةّفايسبوك" "الفايسبوك"وعلاقته بالمتغيرات المدروسة.	72
23	دوافع استخدام "الفايسبوك" وعلاقته بالمتغيرات المدروسة	74
24	الإشباعات التي يحققها "الفايسبوك " وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة	76
25	متابعة كل ما له علاقة بالأحداث السياسية عبر"الفايسبوك"وعلاقة المتغيرات المدروسة.	77
26	كيف يتم متابعة الأحداث السياسية وعلى أي أساس وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.	79
27	تأثير "الفايسبوك" على الفرد وعلاقته بالمتغيرات المدروسة.	80
28	الإشباعات السياسية "للفايسبوك" وعلاقتها بالمتغيرات المدروس	82
29	أهم الإشباعات المحققة وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة	83
30	المصداقية التي يتحصل عليها الفرد عبر "الفايسبوك" وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.	85
31	مكانة الفايسبوك كمصدر أساسي في الحصول على المعلومات السياسية وعلاقته بالمتغيرات المدروسة	87
32	يمثل مفهوم الوعي السياسي وعلاقته بالمتغيرات المدروسة	89
33	مساهمة الشبكة الاجتماعيةّفايسبوك"وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة	91
34	تواصل الفرد عبر "الفايسبوك" مع الآخرين بكل حرية وعلاقته المتغيرات المدروسة	93
35	كيف يساعد "الفايسبوك" في تنمية الوعي السياسي وعلاقتها بالمتغيرات	95
36	المواضيع التي تثير اهتمام الفرد عبر "الفيسبوك"وعلاقتها بالمتغيرات	97
37	مساهمة الشبكة الاجتماعيةّفايسبوك"في توعية الطلاب سياسيا وعلاقتها بالمتغيرات المدروسة.	99

فهرس المحتويات:

المحتـــويـــات **الصفحة**

إهـــداء

شكر وعرفان

مقدمة -أ-

الفصـــــل المنهجـــي

إشكالية الدراسة 3

تساؤلات الدراسة 5

فرضيات 5

أسباب اختيار الموضوع 6

أهداف الدراسة 6

أهمية الدراسة 6

طبيعة الدراسة ومنهجها 7

منهج الدراسة 7

مجتمع البحث وعينة الدراسة 8

أدوات جمع البيانات 9

الفصـــــل النظـــري

الفصل الأول: الشبكات الاجتماعية 17

المبحث الأول: ماهية الشبكات الاجتماعية 18

المطلب الأول: تعريف الشبكات الاجتماعية 18

المطلب الثاني: نشأة الشبكات الاجتماعية 20

المطلب الثالث: خصائص ومميزات الشبكات الاجتماعية 21

المطلب الرابع: دوافع استخدام الشبكات الاجتماعية 22

المطلب الخامس: الشبكة الاجتماعية فايس بوك 24
الفصل الثاني: الوعي السياسي"المحتوى –الأدوات" 29
المبحث الأول: الوعي السياسي 29
المطلب الأول: مفهوم الوعي السياسي 29
المطلب الثاني: علاقة الوعي السياسي بمفهوم التنشئة الاجتماعية 31
المطلب الثالث: محتوى الوعي السياسي 32
المطلب الرابع: مصادر الوعي السياسي 37
المطلب الخامس: علاقة الوعي السياسي بمفهوم الثقافة السياسية 44
الفصل الثالث:الإعلام والوعي السياسي 49
المبحث الأول: دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي 49
المطلب الأول: وسائل الإعلام والوعي السياسي 49
المطلب الثاني: دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الرأي العام 50
المطلب الثالث: دور الشبكة الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي **52**
الفصل التطبيقـــي
أولا: التحليل الكيفي والكمي لبيانات الدراسة 56
المحور الأول: دوافع استخدام الشبكة الاجتماعية فايسبوك 58
المحور الثاني: الإشباعات التي تحققها الشبكات الاجتماعية: فايسبوك" 61
المحور الثالث: دور الشبكات الاجتماعية 65
ثانيا:نتائج الدراسة 102
خاتمة 104
قائمة المراجع 105
فهرس 111
الجداول .....
فهرس المحتويات 113
ملاحق: 115

الملاحق

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

التخصص:اتصال وعلاقات عامة

في إطار التحضير لإنجاز مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة بعنوان:

دور الشبكات الاجتماعية"فايسبوك" في تشكيل الوعي السياسي

دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال

جامعة محمد خيضر بسكرة

مشروع مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالب: إشراف الدكتور:

-عبد الرحمان عبد اللاوي -داود جفافلة

-نقدم لكم هذه الاستمارة بهدف التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك"في تشكيل الوعي السياسي.

-ملاحظة:بيانات هته الاستمارة الغرض منها علمي بحت

-ضع علامة(×) أمام الجواب الذي تراه مناسبا

السنة الجامعية:2014-2015

*البيانات الأولية:

1.الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2.التخصص:

إتصال وعلاقات عامة ☐ سمعي بصري . ☐ علوم الإعلام و الإتصال ☐

3.المستوى المعيشي:

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

*المحور الأول:دوافع إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي .

4.هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

أحيانا ☐ دائما ☐ نادرا ☐

5.منذ متى وأنت تستخدمها؟

سنة ☐ من من سنة إلى 3 سنوات ☐ منذ 3 سنوات فأكثر ☐

6.ما هي دوافع إستخدامك للفايسبوك؟

.زيادة المعارف ☐ مواكبة مختلف الأخبار والأحداث الجارية ☐

.التثقيف ☐ متابعة والإطلاع على مختلف القضايا السياسية ☐

7.ما هي أكثر الإشباعات التي تحققها لك شبكة التواصل الاجتماعي "فايسبوك"؟

الهروب من الواقع ☐ التواصل مع الآخرين ☐ حب الإطلاع ☐

.أشياء أخرى

أذكرها.....

.....

*المحور الثاني:الإشباعات التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي "فايسبوك".

8.هل تتابع كل ما له علاقة بالأحداث السياسية؟

أحيانا ☐ دائما ☐ نادرا ☐

9.على أي أساس تتابع هاته الأحداث؟

على أساس فكري أيديولوجي ☐ على أساس انتمائك السياسي ☐

للتعرف على ثقافات جديدة ☐ بشكل عفوي ☐

10.هل للفايسبوك تأثير عليك؟

نعم ☐ لا ☐

11.فيما يتمثل هذا التأثير؟

.....

.....

12.هل يحقق لك الفايسبوك إشباع سياسي؟.

دائما ☐ أحيانا ☐ نادر ☐

13.إذا حقق لك إشباع فيما يتمثل هذا الإشباع؟

☐ معنوي ☐ فكري ☐

.أشياء أخرى

أذكرها.....

.....

14.تتمتع الأخبار التي تتحصل عليها من الفايسبوك بالمصداقية؟

نعم ☐ لا ☐

*المحور الثالث:دور شبكات التواصل الإجتماعي "فايسبوك'في ترسيخ الوعي السياسي.

15.هل يعتبر الفايسبوك هو المصدر الأول للحصول على المعلومات السياسية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

16.ما هو مفهومك للوعي السياسي؟

الإنخراط في الأحزاب السياسية ☐ المشاركة في الحياة السياسية ☐

.إدراك الأفراد للواقع السياسي ☐ الوعي بقضايا المجتمع ومشكلاته ☐

17.هل تساهم شبكات التواصل في ترسيخ الوعي السياسي؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

18.إذا كانت الإجابة ب نعم كيف ذلك؟.....

.....

19.هل يمكنك الفايسبوك من التواصل مع الآخرين بكل حرية مع مختلف الآراء السياسية؟

نعم ☐ لا ☐

20.يساعدك الفايسبوك في تنمية الوعي السياسي من خلال:

.تبادل مختلف المعارف والمعلومات السياسية ☐ تحليل مختلف القضايا المطروحة ☐

تقديم الآراء والتعليق عليها ☐ إشراك المواطن في مختلف القضايا السياسية ☐

21.ما هي أهم المواضيع التي تثير إهتمامك وتحظى بالإهتمام؟

الموضوعات السياسية ☐ الموضوعات الدينية ☐

الموضوعات الثقافية ☐ الموضوعات التعليمية ☐

22.هل في رأيك تساهم شبكات التواصل الإجتماعي في توعية الطلاب سياسيا؟

نعم ☐ لا ☐

23.ما رأيك في إستخدام الطلبة لشبكات التواصل الإجتماعي*فايسبوك* ودورها في تنمية الوعي السياسي؟

.....

.....

ملحـــق (2)

قائمة الأســـاتذة المحكمين لحساب صدق المضمون

الرقم	اسم ولقب الأستاذ	التخصص
01	أمال رحماني	إعلام واتصال
02	نهلة حفيظي	إعلام واتصال
03	سامية بومعراف	علم الاجتماع