الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة
كلية أصول الدين
قسم الدعوة والإعلام والاتصال

الرقم التسلسلي : .....
رقم التسجيل : .....

شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري
دراسة ميدانية

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم في الدعوة الإعلام والاتصال

إعداد
رمضان بن بخمة

إشراف الأستاذ
الدكتور أحمد عبدلي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة	الجامعة الأصلية
نورالدين سكحال	**أستاذ**	**رئيسا**	**جامعة الأمير عبد القادر – قسنطينة**
أحمد عبدلي	**أستاذ**	**مشرفا ومقررا**	**جامعة الأمير عبد القادر – قسنطينة**
عيسى بوعافية	**أستاذ محاضر أ**	**عضوا**	**جامعة الأمير عبد القادر – قسنطينة**
صونية عبديش	**أستاذ محاضر أ**	**عضوا**	جامعة إبراهيم سلطان شبوط- الجزائر 3
رشيد خضير	**أستاذ محاضر أ**	**عضوا**	جامعة حمة لخضر الوادي
ياسين قؤناني	**أستاذ محاضر أ**	**عضوا**	جامعة محمد لمين دباغين – سطيف2

السنة الجامعية : 2019 – 2020 م

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

(رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحاً تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ)

الأحقاف الآية 15

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

" إني رأيت أنه ما كتب أحد كتابا في يومه كتابا إلا قال في غده:

- ✓ لو غير هذا لكان أحسن.
- ✓ ولو زيد ذاك لكان يستحسن.
- ✓ ولو قدم هذا لكان أفضل.
- ✓ ولو ترك ذاك لكان أجمل.
- ✓ وهذا من أعظم العبر.
- ✓ وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر"

"القاضي عبد الرحيم البيساني"

شكر وتقدير

الحمد لله يؤتي الفضل من يشاء، والشكر له يسبغ نعمته على من يشاء، والصلاة والسلام على النبي الخاتم، عليه الصلاة والسلام، القائل: " لا يشكر الله من لا يشكر الناس "

أتقدم بالشكر والامتنان والتقدير للمشرف الأستاذ الدكتور أحمد عبدلي ، على ما تفضل به من متابعة وتوجيه، وعلى ما تقدم به من ملاحظات قيمة، كما أتقدم بالشكر والامتنان والتقدير إلى الدكتور محمد البشير بن طبة، والدكتور عيسى بوعافية على الدعم المعنوي الذي ما فتئا يحفانني به،

إلى أساتذتي الأفاضل مع حفظ الألقاب والرتب .

إلى كل من أضاء بعلمه عقل غيره، وأهدى بالجواب الصحيح حيرة سائليه، فأظهر بسماحته تواضع أهل العلم، وبرحابته سماحة العارفين .

أهدي هذا الجهد.

الإهداء

- إلى الوالدين الكريمين برا وخفض جناح.
- إلى يدي اليمنى ولباسي الطاهر .
- إلى فلذات كبدي (آلاء، أنس، بلسم، إسماعيل، أمنية).
- إلى جميع الإخوة والأخوات ، وكل من قدم لي يد العون من قريب أو بعيد .

رمضان

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الملخص بالعربية:

هدفت هذه الدراسة للكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، وقد انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيس:

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح، الذي يعد أحد المناهج الرئيسة المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا، ،كما اعتمد في جمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة على تقنية استمارة الاستبيان الإلكترونية Online Questionnaire ، أي أن توزيع استمارة الدراسة كان من خلال الفضاء الافتراضي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمها شبكة الفيس بوك.

وتمثل المجال البشري للدراسة في الشباب الجزائري، الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 سنة، ممن يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تم تحديد حجم العينة بـ 448 مفردة.

وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها :

- أكثر من نصف العينة المدروسة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد المصادر الرئيسة، وشبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجزائري عينة الدراسة تصفحها في المجال السياسي يأتي موقع فيس بوك في المقام الأول بنسبة 80.4 %.
- يميل الذكور إلى التحري عن مصداقية الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أحيانا في المقام الأول، وبدرجة غالبا في المقام الثاني، أما الإناث فهن أقل تحريا.
- الموضوعات السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي جاءت قضايا الفساد السياسي في الصدارة، ثم حقوق الإنسان، ثم النشاط الحكومي، ثم النشاط الرئاسي.

- الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي جاء موضوع الفساد السياسي ونظام الحكم، ثم الأنشطة الحكومية والوزارية في البلد، ثم قضايا التنمية المحلية وفساد المسؤولين المحليين، الصراع القائم بين أجنحة السلطة.
- أكد أغلب أفراد العينة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في فهمهم للحراك السياسي الدائر في بلادهم، وأن اهتمامهم بمختلف القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد زاد، و أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين .
- عبر نصف أفراد العينة المبحوثة أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعمل على تغير قناعاتهم السياسية .

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الآراء السياسية، الشباب.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

Abstract in English:

The aim of this study is to reveal the role of social media in forming the political opinions of Algerian youth. And the main question of this study is:

What is the role of social networks in forming the political opinion of Algerian youth -sample of the study -?

This main question is subdivided into the following sub-questions:

In this study, the researcher relied on the survey method, which is one of the main methods used in media studies and the most common. He has also relied on the collection of data concerned the subject of the study on the electronic Online Questionnaire, that is, the distribution of the questionnaire was through the virtual space, through social networks, especially the Facebook network. The human field of study was among Algerian youth, aged 15 to 35 years, who use social networks. The sample size was set at 448 individuals. The study concluded a number of results, the most important of which are: -More than half of the sample surveyed rely on social networks as one of the main sources, and social networks that the Algerian youth -sample of the study -prefer in the political sphere comes Facebook in the first place by 80.4%. - Males tend to investigate the credibility of political news in traditional media, which has "sometimes" degree in the first place, and "often" degree in the second place, while females are less investigative. - The political issues that the individuals of the sample

want to follow through social media networks: political corruption in the first place, then human rights, then government activity, and presidential activity. - Political issues that the individuals of the sample prefer to share with others through social networking sites: came the subject of political corruption and the government system in the first place , then the gouvernement and ministerial activities in the country, then the issues of local development and corruption of local officials, the conflict between the wings of power. - Most of the individuals of the sample said that social networks contributed significantly to their understanding of the political movement in their country, and that their interest in various political issues through social networks has increased, and that social networks contributed to expose the wrong political practices of officials. - Half of the individuals of the sample confirmed that social media networks did not change their political convictions.

Keywords: social media, political opinions, youth.

Le résumé en Français :

Le but de cette étude est une révélation sur le rôle de ces réseaux sociaux dans la constitution des idées politiques pour les jeunes Algériens , l'étude démarre:

- Quel est le rôle des réseaux sociaux pour la constitution des idées politiques pour les jeunes Algériens?

Le chercheur à basé dans cette étude sur le plan général qu'on considère comme programmes principaux dans s'est appuyé sur la méthode d'enquête, qui est l'une des principales méthodes utilisées dans l'étude de presse le plus universel qui est basé sur le questionnaire en distribuant les formulaires sur les sur réseaux sociaux plus particulièrement le Facebook.

L' étude est faite sur la génération entre 15 et 35 ans qui utilisent les réseaux sociaux, qui et dont la taille de l'échantillon était limitée à 448 personnes, la fin de résultats c'est :

L'étude a abouti à un certain nombre de résultats, dont les plus importants sont:

- La Plus part utilisent le les réseaux sociaux en considérant que ce dernier comme une principale source à suivre les informations politiques d'un taux de 80,4%.

- Pour les gent masculine aux premier range, et la gent féminine pour le deuxième range.

- les sujets politiques que le groupe veulent à travers travers les réseaux sociaux sont: les affaires politiques, puis les droits de l'homme, les activités du gouvernement et l'activité présidentille.

- Les affaires politiques que préfèrent suivre à travers les réseaux sociaux ce groupe sont: la mal honnêteté des politiciens est le régime du pays.

- tout le monde confirme que les réseaux sociaux ont beaucoup aide pour comprendre la conception du HIRAK politique en découvrant les défauts de responsables et leurs scandales.

- La moitié des jeunes confirme que cela ne les ont pas convaincu .

Mots clés: les réseaux sociaux, les opinions politiques, les jeunes

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	الصفحة
شكر وتقدير	/
الإهداء	/
الملخص العربية	/
الملخص بالإنجليزية	/
الملخص بالفرنسية	/
فهرس المحتويات	/
مقدمة	أ – ج
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة	7 – 84
أولا : الإطار المفاهيمي للدراسة.	7
1–إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	7
2–أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع	13
أ– أهمية الدراسة	13
ب– أسباب اختيار الموضوع	15
3–أهداف الدراسة	16
4–مفاهيم الدراسة	17
5– الدراسات السابقة والمشابهة.	40
أ– الدراسات الجزائرية	41
ب– الدراسات العربية	47
ج– الدراسات الأجنبية	68
ثانيا : الإطار المنهجي.	73
1–نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات.	73
أ– نوع الدراسة	73

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

ب- منهج الدراسة	74
ج-أدوات جمع البيانات	75
2-مجالات الدراسة	80
3- مجتمع البحث وعينة الدراسة	81
4- طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة	84
الفصل الثاني: المقترب النظري للدراسة:	117-85
أولا : التفاعلية الرمزية	87
1- أهمية الرموز والمعاني في التفاعلية الرمزية	88
2- فرضيات نظرية التفاعلية الرمزية	90
3- إيجابيات نظرية التفاعلية الرمزية	93
4- الانتقادات الموجهة لنظرية التفاعلية الرمزية	94
ثانيا : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	96
1- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	98
2- افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	100
3- تأثيرات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	102
4- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	106
5- الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	106
ثالثا : مدخل الاستخدامات والإشباعات:	109
1- أسس ومرتكزات مدخل الاستخدامات والإشباعات	110
2- التطور التاريخي لمدخل الاستخدامات والإشباعات	111
3- فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات	113
4- الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات	115
الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي : مقاربة نظرية	161-118
أولا: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي	119

ثانيا: الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي	134
ثالثا: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	137
رابعا: النظريات المفسرة لشبكات التواصل الاجتماعي	145
1- النظرية البنائية	145
2- نظرية الحلقة الاجتماعية	146
3- نظرية الشبكة الاجتماعية	147
4- نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي	147
خامسا: أنواع (تصنيف) شبكات التواصل الاجتماعي	148
سادسا: التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي	153
1- التأثيرات الإيجابية	152
2- التأثيرات السلبية	158
الفصل الرابع: الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية:	198-163
أولا: الوعي السياسي: مقاربة في المفهوم	163
1- مفهوم الوعي	163
2- مفهوم الوعي السياسي	166
ثانيا: أهمية الوعي السياسي	171
ثالثا: خصائص الوعي السياسي	174
رابعا: العوامل المؤثرة في تشكيل الآراء السياسية	175
خامسا: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء السياسية	188
الفصل الخامس: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية عادات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:	257-199
المحور الأول: محور عرض وتحليل نتائج البينات الشخصية	201
المحور الثاني: محور عادات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي	213

الفصل السادس: عرض وتحليل بيانات تشكيل الآراء السياسية	334-258
المحور الثالث: دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي	259
المحور الرابع: تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي	296
المحور الخامس: الموضوعات الأساسية التي تحظى باهتمام الشباب	303
المحور السادس: شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية	319
المحور السابع: محور سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية	330
النتائج العامة الدراسة	335
خاتمة	343
قائمة المصادر والمراجع	345
الملاحق	370

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقـــــــدمة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة :

لقد أحدثت شبكة الإنترنت ثورة في عالم الاتصال والمعلومات فاق كل ما كان متوقعا، ووفرت لأول مرة سرعة النفاذ إلى المعلومة، وسرعة انتشارها وتوظيفها، وتحولت إلى عملاق إلكتروني يوحد العالم، ويقدم كما هائلا من المعلومات والخدمات والتسهيلات، ويمكن التواصل بسرعة الزمن الحقيقي، فضلا عن ميزاتها كونها وسيلة إعلام تفاعلية تمكن المستخدم من حرية التصفح وإبداء الرأي، وانتقاء ما يريد أن يتعرض له، كما أنها وسيلة اتصال تتيح له خدمات كثيرة، مثل البريد الإلكتروني، والاتصال الهاتفي عن طريق الشبكة، ومشاهدة الأفلام، والمسرحيات، كما أن لها سمات عديدة تتميز بها عن بقية النظم الإعلامية، منها: التفاعلية، واللاتزامنية، واللاجماهيرية، وقابلية التحويل، أو الحركية، وقابلية التحويل، وقابلية التوصيل والوسائط المتعددة، والمرونة، والشيوع، والانتشار، والتدويل، والكونية، وتحديد المستفيد.

وقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب، وألغى الحدود، وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، حيث تعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، فأقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم ممن يرتادون شبكات التواصل الاجتماعي دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات.

وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابهة سواء كانوا زملاء دارسة أو عمل أو أصدقاء جدد، ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات لمستخدميها مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

لقد ازداد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي[1] منذ أن أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزءا من الحياة اليومية للملايين من البشر، ولم يعد المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على المستوى والتحليلات العلمية فحسب، بل أصبح مفهوما متداولا عند العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت.

وقد ازداد الاهتمام بالثقافة السياسية، في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة التي حدثت مؤخرا في مجال الاتصال وتبادل المعلومات بشكل مباشر وآني، بعد أن كان وصول الأخبار السياسية وحيثيات النشاطات السياسية للدولة في داخل الدولة وخارجها مرتبطاً بتوجهات القنوات الحكومية.

لقد كانت هناك صعوبات فنية وتقنية كبيرة تحول دون مشاركة المواطنين في العملية السياسية، وتقلل من تأثيرهم في عملية صناعة القرار السياسي للدولة، غير أن الثورة التكنولوجية ممثلة في الإنترنت وتطبيقاتها خاصة شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى تمكين المواطنين العاديين عموما، و الشباب منهم خصوصا

[1] يرجع المفهوم إلي هاوارد رينجولد Rhngold(1993) الذي كتب الكتاب الأول والرائد في هذا السياق بعنوان المجتمع الافتراضي virtual community والذي عرف المجتمع الافتراضي علي أنه تجمعات اجتماعية تشكلت من أماكن متفرقة في أنحاء العالم يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني يتبادلون المعارف فيما بينهم ويكونون صداقات يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات ولكن ليس عن قرب, وتتم هذه التفاعلات عن طريق آلية اتصالية هي الإنترنت الذي بدوره ساهم في حركات التشكل الافتراضية.
هناك نسخة إلكترونية من هذا الكتاب على شبكة الإنترنت –يمكن الحصول على هذه النسخة من موقع Haward Rhingold ولقد ظهر هذا الكتاب عام 1993 ، ويحتوي على مقدمة وتسعة فصول.
Haward Rhingold ,Virtual Community,1993, موجود على الرابط http//:www .com .user/h(R)Vcboal

من متابعة التغييرات الحاصلة، ليس فقط في دولهم بل وفي دول العالم الآخر، وباتت شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الويب ومواقع التدوين بمثابة قنوات للمعلومات السياسية، وساحة رئيسة يتم من خلالها التعبير عن الأفكار والآراء السياسية وتبادلها، ومنبرا للتعبئة والتصويت والاحتجاج، وتسهيل السياسة التشاركية والتفاعلية، وغدا الأفراد يسعون من خلالها إلى التأثير في القضايا ذات الاهتمام العام، وولوج المنافسة السياسية، ومحاولة تنظيم الحياة السياسية، وتشكيل الوعي السياسي أو إعادة بنائه لدى الأفراد والجماعات، وتفاعل المستخدمين مع بعضهم بعضاً؛ فأصبحت وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي السياسي، ونشر الثقافة السياسية للجمهور، وتشكيل آرائهم السياسية، وخاصة فئة الشباب التي تعتبر من أكثر روادها ومتصفحيها، وهذا التأثير أدى إلى الضغط على الأنظمة السياسية، كما دفع هذا التطور أيضا باتجاه إطلاع الشعوب على ثقافات الحكم المختلفة المتبعة في العالم، الأمر الذي حفز الشعوب – خاصة في الدول التي تعيش تحت حكم الأنظمة الشمولية المستبدة– للتحرك نحو التحرر والانعتاق منها، والاتجاه نحو أنظمة أكثر ديموقراطية، تمنح الفرد حرية أكبر للمشاركة السياسية الفاعلة، وتنمي الوعي السياسي.

إن الوعي السياسي والثقافة السياسية لا ينفصلان عن الثقافة بمعناها العام، التي يعيش في ظلها الإنسان، وتتولى غرسها في نفوس الناس العديد من العوامل، ولهذا أصبح مفهوم الثقافة السياسية أحد أهم المفاهيم الرئيسية في علم الاجتماع السياسي.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتكشف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة ومقاربة الموضوع نظريا ومنهجيا قسمت دراستي إلى خمسة فصول بين نظرية وميدانية ومقدمة وخاتمة.

تناول الفصل الأول **الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة** ثلاثة مباحث: خصصت المبحث الأول منه للإطار المفاهيمي للدراسة وتضمن: إشكالية البحث وتساؤلاته، أهمية الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، المفاهيم الأساسية المعتمدة في الدراسة، ، وخصصت المبحث الثاني للدراسات السابقة المحلية والعربية والأجنبية، ليتناول المبحث الثالث الإطار المنهجي للدراسة منهج الدراسة وأدواتها، ومجالاتها الزمانية والمكانية والبشرية، مع استعراض مجتمع الدراسة والعينة المعتمدة وطرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة.

أما الفصل الثاني فخصصته للحديث عن والمقتربات النظرية للدراسة لمقاربة الموضوع علميا، حيث تضمن هذا الفصل ثلاثة مباحث، تناولت في كل مبحث مقتربا من المقتربات المعتمدة في الدراسة، وهي مقترب التفاعلية الرمزية، ومقترب الاعتماد على وسائل الإعلام، ومدخل الاستخدامات والإشباعات.

أما الفصل الثالث فقد خصص للحديث عن مقاربة نظرية لشبكات التواصل الاجتماعي ، تناول مبحثه الأول نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي، والمسار التاريخي الذي مرت به هذا التطور، مع الوقوع على أبرز هذه الشبكات من حيث النشأة، ثم تناولت في مبحثه الثاني الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، والمبحث الثالث تناول أبرز خصائص ومقومات هذه الشبكات، ليتناول المبحث الرابع أهم النظريات المفسرة لشبكات التواصل الاجتماعي، وهي النظرية البنائية، نظرية الحلقة الاجتماعية، نظرية الشبكة الاجتماعية، ثم نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي، أما المبحث الخامس فتناول أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وبعض النماذج، ليخصص المبحث السادس للوقوف على أهم التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها سلاحا ذا حدين.

أما الفصل الرابع فتم الحديث فيه عن الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية، تحدثنا في مبحثه الأول عن مفهوم الوعي السياسي، وفي المبحث الثاني عن أهمية الوعي السياسي، وتناول المبحث الثالث منه طرق اكتساب الوعي السياسي، والمبحث الرابع تناول العوامل المؤثرة في تشكيل الآراء السياسية، وتناول مبحثه الثالث دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي والآراء السياسية.

وخصصت الفصلين المتبقيين لعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، حيث تناول الفصل الخامس عرض وتحليل محور البيانات الشخصية ومحور عادات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي لدى عينة الدراسة، فيما تناول الفصل السادس عرض وتحليل نتائج بيانات تشكيل الآراء السياسية، حيث تناول: محور محور دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي، محور عادات وأنماط الاستخدام السياسي التواصل الاجتماعي، محور الموضوعات السياسية التي تحظى بالاهتمام، محور شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية، ومحور سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراء السياسية.

ثم عرضت النتائج النهائية للبحث والتي حاولت من خلالها الإجابة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي.

1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

2-أهمية الدراسة واسباب اختيار الموضوع.

3-اهداف الدراسة.

4-مفاهيم الدراسة.

5-الدراسات السابقة والمشابهة.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

1-نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات.

2-مجالات الدراسة.

3-مجتمع البحث وعينته.

4-طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يسعى الفصل الأول من الدراسة إلى تحديد موضوع البحث ومفاهيمه وإطاره النظري، وكذا الإطار العام ، وذلك انطلاقا من تحديد وضبط إشكاليته ابتداء، والتي تتمحور حول شبكات التواصل الاجتماعي والدور الذي يمكن أن تلعبه في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، إذ قمنا في المبحث الأول بصياغة إشكالية الدراسة، وتحديد تساؤلاتها التي تضبط الدراسة، تناولنا أهمية الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، ثم أهداف الدراسة، ومفاهيمها، بعده قمنا بعرض الدراسات السابقة، التي لها صلة وطيدة بموضوعنا، والمبحث الثاني خصصناه للحديث عن الإطار المنهجي للدراسة، من خلال تحديد منهج الدراسة والأدوات المستند إليها في جمع البيانات، مجالات الدراسة، مجتمع البحث وعينته، ثم الطرق التي تم اعتمادها في تحليل البيانات ومعالجتها.

أولا : الإطار المفاهيمي للدراسة.

1-إشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

تعد الإنترنت من أكثر الوسائل التكنولوجية المستعملة في العصر الحالين لما لها من فوائد مختلفة، وعلى كافة المجالات والأصعدة، حيث استطاعت هذه التقنية أن توحد العالم، وأن تجعله متصلا مع بعضه البعض ليل نهار، وسهلت انتقال المعلومات والأخبار من مختلف أماكن العالم على امتداد الكرة الأرضية بكافة تفاصيلها، فمنذ اختراع شبكة الإنترنت وجد الإنسان نفسه أمام عالم كبير، لا يعرف من أين يبدأ، أو إلى أين سيصل، حيث ساهمت الانترنت في ممارسة النشاطات اليومية البسيطة، مثل السفر والتخطيط، حيث بات من الممكن القيام بذلك عبر الإنترنت بطريقة أو بأخرى، ويمكن استخدام الإنترنت حالياً للاستفسار عن مواعيد الرحلات والتأخير، الأمر الذي يسهل على الفرد معرفة وقت الانطلاق و المغادرة، بل والأكثر من ذلك أن هناك الكثير

من الأعمال تتم فقط من خلال الإنترنت، وإذا توقفت –الإنترنت– سيترتب عليه أن تتبخر مجالات كثيرة من الأعمال الموجودة في حياتنا في تلك الفترة، ويمكننا من خلال الإنترنت أن يبني صداقات، وأن نتواصل مع أصدقائنا، وليس شرطاً أن يكونوا من نفس البلد الذي يعيش بها، بل يمكننا أن نرى أصدقاءنا الذين يعيشون في الخارج صوتاً وصورة، فنشعر وكأنهم موجودون معنا وقريبون منا، و نستطيع أن نتعلم اللغات والثقافات المختلفة، وأن نرى الرأي والرأي الأخر، ونشاهد كل الأخبار التي تحدث حول العالم يومياً، من خلال قراءة الأخبار على صفحات الإنترنت.

واليوم، بدلاً من شراء الصحف للاطلاع على آخر الأخبار، بات الناس يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على الأخبار الإلكترونية الموجودة ليس فقط في الصحف، بل أيضاً في مختلف القنوات الإخبارية في جميع أنحاء العالم، حتى أصبح من الممكن متابعة الأخبار المرئية التي تبثها القنوات الإخبارية عبر شبكة الانترنت، التي باتت تسيطر على وسائل الإعلام الأخرى بما فيها التلفاز، وإن التطورات الحديثة عن طريق الإنترنت أيضاً اتسعت لتؤمن فرصاً لتطوير الأعمال التجارية والمهنية، وأن الحاجة للإعلان عن منتجات الشركات التجارية لم يعد يشكل مشكلة كبيرة، حيث يمكن للشركات تطوير موقع الويب الخاص بها وإضافة معلومات عن المنتجات لإقناع الزبائن بمدى أهمية المنتجات، وثمة أيضاً العديد من الفرص المتاحة لجمع الأموال عن طريق الإنترنت، وأكثرها شيوعاً تكمن في مهنة تطوير المواقع على شبكة الإنترنت مع الطلب المتزايد على الشبكة العالمية من قبل الأفراد لتطوير المواقع الالكترونية للترويج لأعمالهم وشركاتهم، هذا هو الجوهر الّذي ارتكزت عليه الشبكة العنكبوتيّة في عمليّة انتشارها الواسع التي جالت كافة أماكن العالم، ولاقت كل هذا الاعتماد الواسع والاستخدام الكبير من قبل كافة أصناف البشر أجمعين.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الاتصال الحديثة، التي ظهرت في العقد الأخير من القرن العشرين، والتي أضحت تغزو مختلف مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للاتصال وتبادل الأفكار والمعلومات السياسية من خلال رفع وتيرة مشاركة الفرد في الحياة السياسية وتغيير قناعاته وسلوكياته تجاه بعض القضايا والمشكلات السياسية.

وفي ظل تزايد الاهتمام العربي بمواقع التواصل الاجتماعي والإقبال الكبير للشباب العربي على استخدام هذه المواقع؛ نظرا لتأثيراتها المختلفة على البناء الاجتماعي لا يزال الجدل قائما حول مدى مساهمتها في تشكيل الوعي السياسي والاجتماعي باعتباره مؤشر قوي على تطوّر المجتمعات والنظم السياسية، كما يساهم في تنبيه الأفراد إلى حقوقهم وواجباتهم وتوجيههم توجيها صحيحا نحو تبني سلوكيات تساهم في تنمية مجتمعاتهم،

يبدو أنه من الواضح بعد مجمل التداعيات التي أفرزتها شبكات التواصل الاجتماعي، على الواقع الإنساني المعاصر في مجمل الأبعاد السياسية، والثقافية والاجتماعية، أن الأمر بحاجة ماسة للمزيد من الدراسات والبحوث للكشف عن جوانب مهمة من استخدامات الجمهور لتلك الشبكات وعلاقتها بقضايا وموضوعات الرأي العام .

لقد قيل الكثير عن دور الوسائط الإعلامية في إسقاط الأنظمة؛ وظهرت الكثير من الكتابات التي اعتبرت أن مواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها هي التي أسقطت الحكومات وهو قول مبالغ فيه كثيراً بطريقة غير معقولة —على الرغم من أن وسائط الإعلام الجديد عززت من قيم الحرية والديمقراطية في جميع أنحاء العالم –فالشبكات الاجتماعية على قوتها وعدد المتابعين لها لا تسقط الحكومات وحدها ولكن الناس هم الذين يفعلون.

كما أن هناك مبالغة كبيرة في الادعاء بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت سببا رئيسيا للثورات الشعبية في بعض البلدان العربية ، خاصة إذا ما تذكرنا أن الحكومات في معظم البلدان التي حدثت فيها الثورات قطعت خدمة الانترنت، وشبكات الهاتف، وشوشت وحجبت بعض المواقع، ناهيك عن ضعف الخدمة في كثير من الدول التي حدثت فيها الثورات، ولكن الفضائيات لعبت دورًا كبيرًا من خلال المتابعة، وحشد ورفع المعنويات والتحليل والاستضافة.

إن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً تاريخياً "نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود .وأبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي.

استخدم الشباب في بداية الأمر شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن، وتخطت تلك الأفكار الرافضة للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الوطن العربي، واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقة والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي .

وتلعب الشبكات الاجتماعية دوراً هاماً ومتزايداً يعزز منه اهتزاز ثقة المواطن العربي في مختلف الأنظمة الإعلامية التي تخضع لضغوط سياسية واجتماعية متعددة وبالتالي جاءت الإنترنت عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة لتشكل طفرة تحررية نوعية تضاف للتحول الذي أحدثته الفضائيات في العشرين سنة الأخيرة، فقد بدأ مفهوم المقاومة والنضال الالكتروني يتشكل، ويمتد ليأخذ مؤخرا مفهوما عمليا جديدا، تحولت بفضله المجتمعات إلي كيانات معلوماتية، وتحول الأفراد إلى متلقين إيجابيين يختارون ويتصفحون ويشاركون وينتقدون ويقومون ليس فقط بالتأثير في وسائل الإعلام، ولكن بصنع وسائلهم الخاصة عبر المواقع والمنتديات والمدونات، وانطلقت القدرات الفردية بمبادرات بدأت شخصية ثم سرعان ما تحولت إلي جماعية ومجتمعية، مكتسبة دعما جماهيريا وشعبيا اعتمادا علي الثقافة الشفهية من ناحية ، وسرعة التنظيم والمرونة العالية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة من ناحية أخرى، فبفضل الانترنت وشبكات الإعلام المجتمعي الحديث تحولت المعلومة إلى عنصر فعال ومؤثر، ونجحت شركات البرمجيات في خلق مجتمع مترابط تكنولوجيا، وأصبح متصفح الانترنت بمجرد فحص بريده الالكتروني —من الكمبيوتر أو هاتفه المحمول أو البلاك بيري– مرتبطا بشبكة اجتماعية أو أكثر سواء الفيس بوك أو تويتر أو يوتيوب أو غيرها من الشبكات الأخرى، ووجد الفرد نفسه عضوا وسط جماعة متجانسة اختارها بنفسه، وأصبح عليه أن يشاركها آرائها وأحلامها وتطلعاتها ومعارفها واتجاهاتها وأصبح السري سابقا علنيا حاليا، والمجهول معلوما، والاحتمالي مؤكدا وموثقا بسرعة ودقة وأدرك الأفراد قيمة التواجد الالكتروني.

ويعد الرأي العام مؤشرا هاما لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة من جهة، بالإضافة إلى دوره في تشكيل وتحديد توجهات المواقف الشعبية المختلفة نحو القضايا الداخلية والخارجية على

حد سواء من جهة أخرى، ومن ثم أصبحت عملية معرفة توجهات الرأي العام ومدى قبوله أو رفضه لسياسة معينة تشغل صانعي القرار في مختلف دول العالم، لما له من دور في تحقيق الشرعية والرضا عن النظام السياسي القائم، ويقلل من حدة العنف تجاهه.

ولقد شهد الرأي العام وقياسه تطورا هائلا بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحته من فرض التعبير عن الرأي بحرية، ويكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الإنترنت، فقد أصبحت أداة فعالة في التعبئة والتجنيد والتنظيم والتصويت والمعارضة، كما أتاحت الإنترنت من خلال عملية استطلاعات الرأي والمشاركة في الانتخابات للعديد من الناس أن يعبروا عن آرائهم بشكل منتظم [1].

وتعرف المشكلة العلمية لأي بحث بأنها" :عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها، ونتائجها الحالية، وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي الصحيح[2]".

وعليه اختار الباحث كمشكلة علمية بحثية، موضوع العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري ، منطلقا من التساؤل الرئيس الآتي :

ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما عادات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة؟

2- ما دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجزائري.

[1] عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام ... تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مؤسسة الأهرام، ص9.

[2] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة،2000 ، ص.20

3- ما تمثلات Représentation الشباب المبحوث لشبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي؟

4- ما الموضوعات السياسية التي تحضي باهتمام الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

5- ما مدى اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن آرائهم السياسية؟

6- ما هي سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية ؟

2-أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع :

أ – أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية الدراسة على المستوى النظري والتطبيقي، فأما على المستوى النظري فتكمن أهميتها في ازدياد الاهتمام الأكاديمي بقضايا الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي منذ أن أصبح الإنترنت بتفاعلاته جزءا من الحياة اليومية للملايين من البشر، ولم يعد المجتمع الافتراضي من المفاهيم التي تستوقف الانتباه عند سماعه، إذ أصبح ذا عمومية وانتشار، ليس على المستوى والتحليلات العلمية، ولكن أصبح مفهوما متداولا عند العديد من المستخدمين لشبكة الإنترنت.

كما تكمن أهميتها أيضا في ازدياد الاهتمام بالثقافة السياسية، في ظل التطورات التكنولوجية الكبيرة التي حدثت مؤخرا في مجال الاتصال وتبادل المعلومات بشكل مباشر وآني، بعد أن كان وصول الأخبار السياسية وحيثيات النشاطات السياسية للدولة في داخل الدولة وخارجها مرتبطاً بتوجهات القنوات الحكومية.

فقد كانت هناك صعوبات فنية وتقنية كبيرة تحول دون مشاركة المواطنين في العملية السياسية، وتقلل من تأثيرهم في عملية صناعة القرار السياسي للدولة . إلا أن الثورة التكنولوجية وفي مقدمتها شبكات التواصل

الاجتماعي التي انتشرت بين عامة الناس عملت على تمكين المواطنين العاديين من متابعة التغييرات الحاصلة، ليس فقط في دولهم بل وفي دول العالم الأخرى.

ومن ثم غدت شبكات التواصل (الفيس بوك والتويتر واليوتيوب والمدونات...) وسيلة لتفاعل الجمهور مع بعضه بعضاً؛ فأصبحت وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي السياسي، ونشر الثقافة السياسية للجمهور، وخاصة فئة الشباب ، التي تعتبر من أكثر روادها ومتصفحيها، وهذا التأثير أدى إلى الضغط على الأنظمة السياسية، كما دفع هذا التطور أيضا باتجاه إطلاع الشعوب على ثقافات الحكم المختلفة المتبعة في العالم ، الأمر الذي حفز الشعوب – خاصة في الدول التي تعيش تحت حكم الأنظمة الشمولية المستبدة– للتحرك نحو التحرر والانعتاق منها، والاتجاه نحو أنظمة أكثر ديموقراطية، تمنح الفرد حرية أكبر للمشاركة السياسية الفاعلة، وتنمي الوعي السياسي.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتكشف عن الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية وتشكيل الآراء السياسية.

أما على المستوى التطبيقي فيمكن تحديد أهمية هذه الدراسة في ضوء النقاط التالية :

- تكمن أهمية هذا البحث في كونه من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتنامي دور الشباب في رسم خريطة التغيير السياسي في الوطن العربي.
- يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة فئة الشباب داخل المجتمع ودورها، فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، وتحتاج للعناية والاهتمام والمحافظة عليها لتأمين مستقبلها، ومستقبل المجتمع.

- أنها تعنى بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية، ومن ثمة الوقوف على بعض الجوانب والنقاط المهمة والمؤثرة في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالحياة السياسية، إذ تعد مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للتواصل بين الحكام وصناع القرار والجمهور، إذ يؤدي غياب الحوار إلى اختلال العلاقة بينهما.
- اهتمام قادة الحكومات بإنشاء حسابات لهم على الشبكات الاجتماعية للتواصل مع الأفراد.
- سهولة الاشتراك في الشبكات الاجتماعية، سواء في المجموعات القائمة ، أو إنشاء مجموعات جديدة دونما قيد أو شرط، مما يؤدي إلى تشكيل مجموعات رأي متجانسة في قضايا وموضوعات محددة.
- سهولة الوصول إلى شبكات التواصل الاجتماعي من خلال أي جهاز كمبيوتر أو هاتف محمول حديث.
- أنها تبحث في الآثار المترتبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجزائر.
- أنها يمكن أن تنبه الجهات الرسمية في جعل فئة الشباب عنصرا أساسيا وداعما ومساندا لعملية البناء والتنمية السياسية في الجزائر.
- تمهد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تناولت الموضوعات المماثلة لموضوعنا بصورة علمية وشاملة، والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة، بما يسهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي.

ب- أسباب اختيار الموضوع :

إن اختيار أي موضوع بحث لدراسته ليس بالأمر الهين، وخاصة في الدراسات الأكاديمية طويلة الأمد، حيث يتطلب ذلك اختيار موضوع مناسب للزمان والمكان من كل النواحي، مع امكانية تطبيقه ودراسته

والبحث فيه، وإن وجدت بعض الصعوبات تكون قابلة للحل والتجاوز، وترجع أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى:

-**أسباب موضوعية**: ويمكن إجمالها في النقاط الآتية:

- كثرة الإشكاليات والتساؤلات عن موضوع الشبكات الاجتماعية، التي أصبحت محور انشغال العديد من الباحثين في الإعلام والاتصال وأصبحوا يولون اهتماما لها نتيجة التغيرات التي أحدثتها هذه الشبكات الرقمية في المجتمعات العالمية والعربية خاصة.
- التغيرات التي أحدثتها هذه الشبكات على بيئة الاتصال والإعلام عموما.
- وجود عدة دراسات عالجت إشكالية تأثير الشبكات الاجتماعية على الرأي العام العربي، وبالخصوص البلدان التي شهدت ما يعرف بالربيع العربي، غير أن العديد من هذه الدراسات لم تتطرق إلى البلدان التي لم تعرف الربيع العربي.

- **أسباب ذاتية:**

- الاهتمام الشخصي بموضوع شبكات التواصل الاجتماعي، والرغبة في تعميق دراسته.
- الرغبة في التعرف على تأثير هذه الشبكات في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب.
- الرغبة في توسيع معارفي ودراساتي حول موضوع الشبكات الاجتماعية والتخصص فيها مستقبلا.

3-أهداف الدراسة :

تكمن أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

- التعرف على مدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بين الشباب الجزائري، ومعرفة معدلات استخدامها.
- التعرف على مدى الحرية المتاحة للشباب الجزائري في استخدام هذه الشبكات كأدوات للتعبير عن الآراء السياسية.
- الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري.
- الكشف طبيعة التمثلات التي يحملها المبحوثون عن الشبكات الاجتماعية من حيث الثقة فيها.
- الكشف عن مدى ثقة الشباب الجزائري بما تنشره أو تبثه شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية من أخبار ومعلومات وصور وفيديوهات.
- الكشف عن الموضوعات ذات الطابع السياسي التي يتابعها الطلبة الجامعيون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

4- مفاهيم الدراسة:

تُعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور والمسار البحثيين، حيث يكون الدارس على بيّنة من أمره وهو يحاول الإجابة على إشكالية بحثه، فالمفاهيم هي الخلفية التي يرتكز عليها البحث العلمي، وتحديدها يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك طبعا لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية بل وفق منطلق علمي ووحدة منهجية ملائمة.

وعمليا تتضمن هذه الدراسة مجموعة من المفاهيم الأساسية يتعين تحديدها بادئ الأمر، وتتمثل في :

أ- شبكات التواصل الاجتماعي :

يذهب الدكتور الصادق الحمامي إلى أن استخدام مصطلح الشبكات الاجتماعية والتي يمثل الفيس بوك مظهرها الأكثر انتشارا غير مناسب لسببين:

أولا لأن الفيس بوك ليس شبكة اجتماعية بل موقعا يتيح عددا من الخدمات تتمحور حول عملية بناء العلاقات الاجتماعية.

وثانيا لأن مصطلح الشبكات الاجتماعية يتعلق بمفهوم سوسيولوجي يحيل على مجموعة من العلاقات الاجتماعية بين فاعلين اجتماعيين في إطار مؤسسي أو غير منظم.

ولهذا فالتعريف الذي اقترحه الباحثان **أليسون** و **بويد** Boyd , Ellson هو أكثر التعريفات شيوعا لدى الباحثين، وحسب هذين الباحثين فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم (public profile) أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد ، كما تتيح هذه المواقع شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء) .

وفي هذا الإطار يؤكد الباحثان على أنهما يفضلان من بين التسميات المتداولة لهذه المواقع تسمية "مواقع الشبكات الاجتماعية" social Networks sites بديلا عن مواقع التشبيك الاجتماعي social Networking sites، وذلك لأن التسمية الأولى تعبر بشكل وفي عن الممارسات التي تحتضنها هذه المواقع، وهي لا تتمثل في بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء (بناء علاقات جديدة) بقدر ما تكمن خصوصياتها في أنها تتيح للناس إمكانية إدارة علاقاتهم الاجتماعية وإبرازها، كما تبين ذلك خلاصات

الدراسات التي تبين أن الأشخاص يتواصلون في هذه المواقع مع الذين يعرفونهم أكثر مما ينخرطون في عملية بناء علاقات جديدة[1].

وقد تعددت تعريفات شبكات التواصل الاجتماعي واختلفت من باحث إلى آخر، فقد عرفها بالاس Balas بأنها: " برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعديد من الأسباب المتنوعة[2] " ، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم ضمن علاقات محددة، مثل صداقات، أعمال مشتركة، أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم[3].

ويعرفها حمزة عثمان عمر بقوله: " 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، وإنشاء مجموعات اهتمام وصفحات للأفراد والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو والبرمجيات[4]".

أما مازن الدراب فيعرفها بقوله: "والشبكات الاجتماعية مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرب باسم ويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد في

[1] الصادق الحمامي، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية؟ إحدى عشرة مسألة أساسية ، تاريخ الولوج 23 جويلية 2015 ، موجود على الرابط، http://cybervues.blogspot.com/2012/07/blog-post.html

[2] Wasine Kittiwongvivat,Pimonpha Rakkanngan. Facebook your dream,Master Thesis, 2010,p20.

[3] Amy Y. Chou, David C: Information System Charcteristics and sosial network Software, 2009, p336. (On line) تاريخ الولوج 26 جويلية 2013 www.swdsi.org/swdsi2009/9k02.pdf

[4] حمزة عثمان عمر، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، الخرطوم، السودان، العدد 2، مارس 2012، ص12.

بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة، ... إلخ). كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض[1]".

كما تعرفها هبه مُحَمَّد خليفة بأن: "مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الإنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، ويمكن أن تشمل هذه (المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات).. وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية التي تعمل على الصعيد العالمي, وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة, التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع, في حين هناك شبكات تخدم وحده جغرافية للمجتمع, وهناك بعض الشبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة. بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية[2]".

إن الشبكة الاجتماعية الرقمية هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية ، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة، وهي كيانات اجتماعية تتكون من أشخاص أو مؤسسات اجتماعية ترتبط فيما بينها بروابط ناجمة عن تفاعلاتهم المتبادلة، ويستعمل لفظ الشبكة الاجتماعية للدلالة على مواقع

[1] مازن الدراب :مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي 2015. موجود على الرابط:
http://knol.google.com/mazen-aldarrab

[2] هبه مُحَمَّد خليفة: مواقع الشبكات الإجتماعية.. ما هي؟ تاريخ الولوج: 22 أوت2013. موجود على الرابط:
http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

إنترنت تسمح لمستخدمها بالتسجيل وخلق هوية افتراضية، تدعى بروفايل profil ، ويُطلق على هذه المواقع صفة اجتماعية لأنها تسمح بتبادل الرسائل العامة أو الخاصة، الروابط التفاعلية، الفيديوهات، الصور، الألعاب، بين المشتركين، ويبقى قوام الشبكات الاجتماعية هو إمكانية توسيع دائرة الأصدقاء والعلاقات، كما تتأسس الشبكات الاجتماعية على مبدأين هما:

- أصدقاء أصدقائي هم أصدقائي أيضا.
- الأشخاص الذين يتبادلون ويشتركون في الاهتمامات نفسها التي اهتم بها هم أيضا أصدقائي[1].

سميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم بناء مجتمعات، وبهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في شبكة الإنترنت، والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهمه، ومشاركة صوره ومذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل[2]، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم، وآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين، مثل شبكات المحترفين، وشبكات المصورين، ومصممي الجرافكس[3].

ويتبين من خلال التعاريف السابقة أن الشبكات الاجتماعية تتميز عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة ميزات، من أبرزها:

---

[1] Laurent collée, **sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux**, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourgm, 2009,p12

[2] وائل خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، السودان، ط1 ، 2011، ص7.

[3] حمزة عثمان عمر: المرجع السابق، ص13.

1- إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على مواقع واحدة، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية.

2- إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة، أو حب للاستطلاع والاكتشاف.

3- إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع (administration) في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي[1].

فالإعلام الجديد ومن خلاله الشبكات الاجتماعية لم تكسر فحسب وصاية الإعلام التقليدي، إنما أعادت هيكلة مفهوم الاتصال بتقريبه من معناه الاجتماعي أكثر منه من معناه المؤسساتي، حيث لم تعرف البشرية قبل الانترنت وسيلة إعلامية قادرة أن تعفيها من كل اتصال مباشر كما حدث مع تقنية الانترنت، التي لم تنوع أساليب الاتصال فحسب، بل وعززت النزعة الإنسانية، في عالم مجتمع المعلومة الذي صارت فيه الانترنت كنيسة حقيقية لأولئك الذين يقدسون المعلومة، حيث الشبكات والحواسيب وكل آلات الاتصال أماكن خاصة، بل وحصرية أين تمارس عبادة جديدة هي عبادة الانترنت[2].

[1] سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، تاريخ الولوج 27 جويلية 2015، رابط الموضوع:
https://www.alukah.net/publications_competitions/0/40402/

[2] Philippe Breton, **le culte de l'internet une menace pour le lien social**, casbah édition, Alger, 2004 , p9

فالشبكات الاجتماعية تعني فيما تعنيه سقوط سلطة التراتبية في الإعلام، والمسار الخطي الذي طبع الوسائل التقليدية التي حصرت الإعلام في التلقي دون التفاعل، وقصرته على مؤسسات وهياكل لها سلطة الإعلام ونفوذ المعلومة.

ب- مفهوم الآراء السياسية:

تعريف الرأي السياسي:

الرأي في اللغة مصدر رأَى، وجمعه آراء، ومعناه:

- **الرأْيُ** :الاعتقادُ ، العقلُ، التدبيرُ، النظرُ والتأمل .
- والرأْي (عند الأصوليون) : استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة[1] .
- رأيته **رَأْيَ** العين : حيث يقع عليه البصر .
- أخْذُ **الرَّأي** على أمر : إجراءُ تصويتٍ عليه ،
- أصحاب **الرَّأي** والقِياس / أهل **الرَّأي** والقِياس : الفقهاء الذين يستخرجون أحكامَ الفتوى باستعمالهم رأيهم الشّخصيّ والقياس الشرعيّ فيما لا يجدون فيه حديثًا أو أثرًا.
- استطلاع **رأي** : طريقة فنِّيَّة لجمع المعلومات التي تُستخدم في معرفة **رأي** مجموعة من الناس في مكان مُعيَّن ووقت مُعيَّن عن موضوع مُعيَّن ،
- **الرَّأي** العامّ : **رأي** أكثريَّة النَّاس في وقت مُعيَّن إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات ،

[1] المعجم الوسيط-مجمع اللغة العربية بالقاهرة، صدر: 1379هـ/1960م

- ذو **الرَّأي** : الحكيم العاقل ، ذو البصيرة والحذق بالأمور ،
- **رأي** الإجماع : **الرَّأي** الذي تتَّحد فيه كل **الآراء** الفرديّة والجماعيَّة ، وتظهر فيه عقيدة عامَّة يقف الجميع خلفها .
- **رأي** الأغلبيّة : هو الذي يُمثِّل ما يزيد على نصف عدد أفراد الجماعة ، وهو في الواقع عبارة عن عدَّة **آراء** أقليَّات مختلفة اجتمعت حول هدف مُعيَّن ،
- **رأي** الأقلِّيَّة : **رأي** ما يقلّ عن نصف عدد أفراد الجماعة ويُعبِّر عن **آراء** طائفة من هؤلاء الأفراد ،
- رأيته **رأي** العين : وقع عليه بصري .
- سجين **الرَّأي** :من يُسجن بسبب اختلافه في **الرَّأي** مع النظام الحاكم ،
- صاحب **رأي** /أصحاب **رأي** : شخص أو مجموعة أشخاص يجسِّدون خصائص ذهنيّة معيّنة ،
- فلانٌ صُلْب **الرَّأي** /فلان عند رأيه : متمسك برأيه لا يتزحزح عنه ،
- قويم **الرَّأي** : ذو **آراء** ووجهات نظر مبنيّة على ما هو صحيح أو المقصود بأن يكون صحيحًا
- صحافة **الرأي** :صحافة تختار من مادة **الرأي** العام ما يلائم دعوتها السياسيّة ويؤيِّد فكرتها الحزبيّة
- هَذَا رَأْيِي : هَذِهِ وِجْهَةُ نَظَرِي ، مَا أَعْتَقِدُهُ لَمْ يَكُنْ رَأْيُهُ مُلائِماً لِرَأْيِ الجَمَاعَةِ
- اِخْتَلَفَتْ آرَاؤُهُمْ : اِخْتَلَفَت اِقْتِنَاعَاتُهُمْ وَاعْتِقَادَاتُهُمْ .
- اِسْتَقَرَّ **الرَّأْيُ** عَلَى : اِسْتَقَرَّ الاتِّفَاقُ فِي الأفْكَارِ جَاءوا لِتَبَادُلِ **الآرَاءِ**

- **الرَّأْيُ** الأَخِيرُ لِلْقَائِدِ : الْمَوْقِفُ الفَصْلُ[1].

أما الرأي في الاصطلاح فيعني: "ما يتصوره الإنسان في عقله حول أمر ما، والرأي يشمل ما يراه الناظر في الأدلة الشرعية ممن هو أهل للنظر فيها ، وإبداء وجهة نظره في مسألة شرعية ، أو قد يكون رأيا يتعلق بمصالح دنيوية ، عامة بالمسلمين أو خاصة ، وقد يكون الرأي تقييما لأشخاص أو مؤسسات أو دول أو أعمال ومشاريع ونحو ذلك[2]" .

كما يعرف بأنه: التعبير الذي يدل به الفرد على استجابته لسؤال عام مطروح عليه في موقف معين...أي أن الرأي يتضمن الإعلان عن وجهة نظر قد تتغير تبعا لمواقف المختلفة...كما يمكن تعريف الرأي على أنه التعبير عف الاتجاه في كلمات ....

كما يعرف بأنه: **الفكرة أو العقيدة أو المذهب الذي لُم يبرهن على صحته في الوقت الحاضر ولم تُثبت فرضياته وحججه ، لذا فهو يحتاج إلى براهين وأدلّة وتجارب تؤيد صحته وتعّزز مبادئه، وتثبت فرضياته لكي يتحول إلى حقيقة قائمة بحّد ذاتها، لا تشوبها الّشكوك والتساؤلات، ولا تتأثر بالقيم الذاتية والنزوات**

[1] تعريف و معنى رأي في معجم المعاني الجامع – معجم عربي عربي ، تاريخ الزيارة 14 جوان 2018، انظر الرابط:
https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B1%D8%A3%D9%8A/

[2] مُحَّد بن عبدالله بن سليمان الدخيل، حق التعبير عن الرأي: دراسة شرعية تأصيلية، تاريخ الزيارة 17 جوان 2018، على الرابط:
http://safahet.blogspot.com/2011/09/blog-post_944.html

النفسية، التي تطغي على عقول الأفراد ومداركهم، فتجعلهم يتسمون بخصائص التحيز والتعصب واللاموضوعية[1] .

والفيلسوف الألماني " كنت " في كتابه " Critique de la raison pure " يعتبر الرأي اعتقاداً يملك وعياً ناقصاً سواء من الناحية الذاتية أو من الناحية الموضوعية ، وهكذا فالرأي عند " كنت " إذن يملك في ذاته أسباب قصوره ، إنه يولد معاقاً منذ النشأة الأولى ، لذا يجب الحذر منه وعدم الثقة فيه ثقة مطلقة ، والبحث دوماً على سبل تصحيحه[2].

وقد قدم الإبستمولوجي الفرنسي غاستون باشلار " G. Bachlard " تعريفاً طريفاً للرأي ، حيث يعتبره « **ترجمة الحاجات إلى فكر** »، ويعتبره دائماً خطأ ، كما يعتبر العلم معارضاً للرأي ، إذ الرأي عنده يفكر تفكيراً سيئاً ، أو أنه لا يفكر ، وإنما يترجم الحاجات إلى معارف ، وهو عندما ينظر إلى الأشياء من خلال منفعتها فإنه يحول بينه وبين معرفتها ، وهكذا فالرأي عند باشلار لا يمكن أن نقيم عليه أي بناء ، وإنما ينبغي أن نهدمه في البداية ، لأنه العائق الذي ينبغي تجاوزه من أجل الوصول إلى المعرفة العلمية[3]، ومن خصائص هذا الرأي أنه أول ما يقفز إلى ذهن الإنسان في موقف ما ، أو بعبارة أخرى إنها الأفكار الأولى التي تلبسها عواطفنا وانفعالاتنا ، فتنهض بنا إلى قول أو فعل أو سلوك تكون نسبة الخطأ فيه مرتفعة.

وهذه القطيعة مع الرأي درجة كبرى من درجات الحكمة لا يستطيعها إلا صنفان من الناس :

---

[1] إحسان محمد الحسن، علم الاجتماع السياسي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 120.

[2] إبراهيم عبدالله، حول مفهوم الرأي، مجلة الرائد، مجلة شهرية تصدر عن الدار الإسلامية للإعلام، العدد 188، ألمانيا، أفريل 1997، تاريخ التصفح 17 جوان 2018، انظر الرابط: www.alraid.net/Word/a188ai84n07.doc

[3] إبراهيم عبدالله، حول مفهوم الرأي، المرجع السابق، الرابط السابق.

صنف أثقلته جراحات الماضي ونأت به آمال المستقبل، فخبر الحياة وخبرته، وهؤلاء وهبهم الله تعالى تلك الفراسة التي ينفذون بها إلى الآراء ، ويميزون بها بين الرأي الحسن وبين الرأي الذي هو مطية هوى النفس، وهم أعز وجوداً في هذا الزمان. وصنف آخر من الناس رزقوا مصاحبة رفقة من أهل المشورة ، يساعدونهم على التمييز بين الرأي الحسن والرأي الذي لم يبلغ درجة الحسن، فليس هناك رأي في الساحة الفكرية لا يمكن أن يكون محل نزاع علمي وفكري ؛ لارتباطه أولاً بهموم خاصة تزعم أنها عامة ، أو تريد بصدق أن تصبح كذلك ،وثانياً لأن كل رأي يظل في نهاية المطاف اجتهاداً في إطار اجتهادات أخرى تحتاج إلى مراجعة وتقويم ، ورحم الله أبا بكر عندما اجتهد في تفسير قوله تعالى عن الكلالة قال: « قول فيها برأيي ، فإن يكن صواباً فمن الله وإن يكن خطأ فمني ومن الشيطان ، الكلالة ما عدا الوالد والولد » [1] ، ورحم الله عمر بن الخطاب عندما قال : « الرأي إنما كان من رسول الله مصيباً فإن الله كان يريه ، وإنما هو منا بالظن والتكلف ».

وتبقى نقطة مهمة في مجالات العلاقات الإنسانية الكبرى ، تنظر إلى الرأي باعتباره عملية فكرية قادرة على إسعاف نفسها ، بالمعنى الطبي لهذه الكلمة ، فإنه من الأسباب التي تجعل الرأي وزيراً للعقل بعبارة ابن عبد البر هو : إدخال عامل التربية في هذه المعادلة الصعبة ، هذه التربية التي تعمل على رفع حاجات المرء وتعلي من شأنها ، فلا تظل حاجاته ومطالبه حاجات ومطالب سوقية آنية مرتبطة بأنانية الذات ومطالبها الضيقة، فالتربية تجعل حاجات الفرد حاجات تتجاوز ذاته ما أمكن ، ويمكنها أن تخلق أفراداً يعبرون عن آرائهم دون عجب، يتحرون في ذلك ما أمكن التحري مصلحة أعلى ومقصداً أسمى ، منتظرين أن يُدفع رأيهم ويقوم برأي أقوى ، بمعنى رأي يعبر عن حاجات أسمى من حاجات الرأي الأضعف المفترض، وأدعى إلى أن يرتفع هذا الرأي عن

[1] جامع بيان العلم ص: 100.

سفاسفه الذاتية التي يخلق بها ، وهو أمر يؤدي ولا ريب إلى تقوية التغذية الراجعة " feed-back " من أجل تحري الصواب وتصحيح الأفكار ، ومراجعة الذات باستمرار[1].

وعليه يعد **الرأي** اعتقادًا ذاتيًا ويكون نتيجة لمشاعر أو تفسيرا للحقائق، ويمكن تأييد الرأي عن طريق الحجاج، على الرغم من أنه يمكن عرض آراء معارضة يدعمها مجموعة الحقائق نفسها، ونادرًا ما تتغير الآراء دون تقديم حُجج جديدة؛ حيث إن تأييد أحد الآراء عن طريق الحقائق أفضل من تأييد رأي آخر عن طريق تحليل المناقشات المؤيدة له، وفي حالة الاستخدام العرضي، يمكن أن ينشأ مصطلح الرأي نتيجة لمنظور الفرد وفهمه ومشاعره الخاصة، واعتقاداته ورغباته، و قد يشير الرأي إلى معلومات لا تستند إلى دليل، على العكس من المعرفة والواقع القائم على الاعتقادات[2].

أما مفهوم السياسة ورغم كثرة تداوله بين الناس العاديين ورجال السياسة فإن التعريف العلمي لهذا المصطلح لا يقف عند هذا التعميم لاستعمال مصطلح السياسة، فالبناء الاجتماعي المعقد، وتداخل ما هو سياسي مع ما هو اقتصادي أو ديني أو إيديولوجي يجعل عملية التمييز بين هذه الأنساق أو الأجزاء أمرا صعبا، فالمجتمع بطبيعته سياسي، والإنسان والمجتمع والسياسة ظواهر متلازمة[3]،

[1] إبراهيم عبدالله، المرجع السابق، الموقع السابق.

[2] موسوعة ويكيبيديا https://ar.wikipedia.org/wiki/

[3] باديس بوشحمة، علم الاجتماع السياسي الجذور التاريخية والفلسفية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت ، سكيكدة، الجزائر، العدد08، 2014، ص ص 113 - 114 .

أما **الرأي السياسي:** فهو وجهة النظر والأفكار السياسية والسلوكيات والتوقعات، وما يدور في ذهن الفرد بالنسبة لمواقفه السياسية واختياراته وميوله الأيديولوجية والفكرية، وهذه المواقف نابعة من قناعاته الشخصية، أو يدفع لها من جهة تهمه وتتوافق مع شخصيته[1].

والرأي السياسي في معناه الشامل والدقيق **مجموعة الأفكار والمعتقدات حول موضوع سياسي أو حادثة معينة لم تثبت أو تؤيد صحتها وشرعيتها وقانونيتها لكونها تتعلق بالجوانب الذاتية للأفراد ولم يتيسر الوقت الكافي لها ببرهان طروحاتها ومبادئها وفلسفتها**[2].

ولكي يكون الرّأي الّسياسي ناضجا ومتبلورا وثابتا وقادرا في نفس الوقت على تحريك الجماهير باتجاه معين يجب أن يمر بالمراحل التالية:

1- يجب أن يدور الرأي حول قضية أو مشكلة أو أزمة تجذب الاهتمام وتجعل الفرد مستعدا لاتخاذ موقف سياسي إزائها.

2-الاستفسار تجاه القضية أو المشكلة، وفي هذه الحالة من تكوين الرأي السياسي تُثار عدت تساؤلات أهمها: درجة خطورة المشكلة المطلوب تكوين الرأي تجاهها ، هل أن الوقت قد حان لاتخاذ القرار المناسب إزائها؟ هل المشكلة قابلة للحل؟ و ما هي الحلول المناسبة ؟ واذا لم تحل ما هي النتائج المترتبة على ذلك؟

[1] مُحَّد سلطان الفضلي، دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي، رسالة قدمت لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، عمان، الأردن، أفريل 2010، ص 26.

[2] إحسان مُحَّد الحسن، علم الاجتماع السياسي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 205، ص 120- 121.

وهنا يمكن الاتصال بخبير للحصول على المعلومات حولها، كما يمكن إجراء مقابلة للتزّود بالمعلومة المطلوبة عن القضية لكي يستطيع تشكيل الآراء السياسية حولها، ويمكن كذلك المشاركة في الندوات والمؤتمرات، دون إغفال استعانته بما تقدمه وسائل الاعلام المختلفة لكي يحصل على المزيد من المعلومات.

3- وبعد أن يتزّود الفرد بالمعلومات والحقائق والتفصيلات عن القضية التي تهّمه يبدأ باتخاذ المواقف الايجابية أو السلبية تجاهها ويبدأ ميوله واتجاهه يتبلور ويقوى.

4- بعد الاتصالات، المناقشات، المجادلات، المقابلات، حضور الندوات والمؤتمرات يخرج برأيه النهائي وهذا الرأي هو الذي يحّدد موقفه اتجاه القضية المعنّية[1].

أما من الناحية الإجرائية فالرأي السياسي: **هو مجموعة الأفكار والاعتقادات ووجهات النظر السياسية حول مختلف القضايا والمواقف السياسية، ويكون نابعا من قناعات الشباب الشخصية قد تحتفظ به في نفسها وقد تشارك به الأعضاء الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.**

ج-مفهوم الشباب :

هناك اهتمام معاصر بين مختلف فروع الدراسات الإنسانية والعلوم الاجتماعية بدراسة أوضاع الشباب واتجاهاتهم وقيمهم ودورهم في عملية التغيير الاجتماعي والسياسي والتحديث[2]، ويكاد هذا الاهتمام أن يكون

[1] إحسان محمّد الحسن ، المرجع السابق، ص ص 120، 121.

[2] سليمان فرج بن عزون، الوضع الديمغرافي والسكاني للشباب في الجمهورية اليمنية، دراسة عن معارف واتجاهات الشباب، وزارة الشباب والرياضة، اليمن، تاريخ التصفح 15 أوت 2018، متاح على الرابط:

https://www.yemen-nic.info/files/sport/studies/sliman.pdf

عالميا إذ أصبح مفهوم الشباب يحظى بالعناية والتحليل في المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، رغم اختلاف الإطار الذي تُعالج منه قضايا الشباب، وتتباين الأدوار، وتتنوع المشكلات بتنوع السياق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، الذي تُدرس منه الظواهر المتصلة بالشباب، ولعل السبب الرئيسي لمثل هذا الاهتمام بقضايا الشباب راجع أساسا إلى ما يمثله الشباب من قوة للمجتمع ككل.

فحينما ننظر إلى الشباب سنلحظ أنها أكثر الفئات العمرية حيوية وقدرة على العمل والنشاط، فضلا عما تتسم به هذه الفئة من مرونة في عمليات التكيف مع المواقف التي تواجههم من جهة ودعامة يعتمد عليها المجتمع في رسم سياسات استثمار جهود الشباب من أجل التنمية والبناء من جهة أخرى.

ولذلك فإن تحديد مفهوم الشباب وخصائصه واحتياجاته ومشكلاته يعطي صورة واضحة عن هذه الفئة، وهو ما سنحاول توضيحه.

- **الشباب لغة:**

الشَّباب الفتاء والحداثة، شبَّ يشبُّ شبابا و شبيبة، يقول الأصمعي في شرحه لهذا المفهوم: " شب الغلام يشب شبابا وشبيبا"، والاسم هنا هو: الشبيبة، وهو خلاف الشيب، . والشباب جمع شاب وكذلك الشبَّان، ويقال : فعل ذلك في شبيبته، ولقيت فلانا في شباب النهار أي في أوله[1]".

- **الشباب اصطلاحا:**

قد يبدو لنا للوهلة الأولى سهولة تعريف الشباب، فدلالات كلمة شباب تبدو بديهية وبسيطة إلا أن مفهوم الشباب يعد من المفاهيم الخلافية كما هو شأن الكثير من المفاهيم في العلوم الاجتماعية

[1] ابن منظور، معجم لسان العرب، دار نوبليس، ط1، 2006، ص ص 181 – 182.

حيث اختلف الباحثون والمختصون حول تحديد هذا المفهوم باختلاف المنحى الذي اتخذه كل تخصص، وكل محاولات التحديد هي إجرائية ولغايات منهجية، وهذا نتيجة لتبني اتجاهات مختلفة في تحديد مفهوم الشباب ، وهذه الاتجاهات هي:

-الاتجاه الديموغرافي (العمري):

يحاول هذا الاتجاه تحديد مفهوم الشباب وفقا لمعيار السن فهم يعتبرون الشباب مرحلة عمرية أو طور من أطوار نمو الإنسان والتي يكتمل فيها النمو الجسمي والعضوي وكذلك نضجه العقلي والنفسي على نحو يجعل المرء قادرا على أداء وظائفه المختلفة ولكنهم يختلفون فيما بينهم في تحديد بداية ونهاية هذه السن فهناك من يرى أن الشباب هم الشريحة العمرية تحت سن العشرين ويرى آخرون أنها الشريحة ما بين خمسة عشر عاما وخمسة وعشرين عاما ويمتد بها آخرون حتى سن الثلاثين.

وقد اعتمدت الأمم المتحدة عام 1980معيار العمر كمحدد لفترة الشباب بأنها الشريحة التي تمتد بين 15-30 سنة[1].

والمعيار العمري مع بساطته ووضوحه ومع تميزه بالواقعية يصعب الاتفاق عليه بين سائر المجتمعات، ففي المجتمعات البدائية قد ترتبط بداية هذه المرحلة بمراسم طقوسية معينة قد لا ترتبط غالبا بالسن، وبالتالي لا تتضح معالم بدايتها أو نهايتها. أما في المجتمعات النامية والمتقدمة فتبرز معالم هذه المرحلة بل وتشغل وضعا متميزا في بنية المجتمع، وباتساق مع النظم الاجتماعية به كالتعليم والأسرة والتشريع والعمل والترويح وغيرها. وتتسع

[1] محمد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر2007..ص86.

مساحة الفترة الزمنية لهذه المرحلة العمرية بقصد تمكينها من اكتساب المعرفة والخبرات المناسبة التي تجعل الفرد قادرا على مقابلة متطلبات النمو الاجتماعي والاقتصادي وممارسة مسؤولياته المجتمعية.

ورغم هذه الاختلافات فإن معظم الآراء اتفقت على تحديد مرحلة الشباب مرحلة عمرية مداها عشر10سنوات تقع بين خمس عشر15سنة وخمس وعشرين25 سنة، وفي حدود عامين حول نقطة البدء والانتهاء. ويبقى الاختلاف من جنس إلى آخر، ومن ثقافة إلى أخرى[1].

فقد بينت الدراسات التي أعدت من قبل الأمانة العامة لليونيسكو، وذلك من اجل التحضير للمؤتمر الإقليمي الخاص بإعداد نظام المؤشرات الشبابية في كولومبو عام 1983، أنه لا يوجد حد أدنى من التوافق الدولي حول مفهوم الشبيبة، وتعود المشكلة بالدرجة الأولى إلى مسألة تحديد الفئة العمرية، التي تتغاير من بلد لآخر في العالم، ففي آسيا على سبيل المثال ينتسب إلى الشباب الأفراد الذين يقعون في الفئة العمرية من 15 إلى 25 سنة في الفلبين، ومن 15 إلى 30 سنة في بنغلاديش، ومن 15 إلى 35 سنة في الهند، ومن 10 إلى 24 سنة في باكستان[2].

-الاتجاه البيولوجي(الفسيولوجي) :

وهو اتجاه يؤكد على ارتباط نهاية مرحلة الشباب باكتمال البناء العضوي للفرد من حيث الطول والوزن واكتمال نمو كافة الأعضاء والأجهزة الوظيفية الداخلية والخارجية في جسم الإنسان ويعللون ذلك بأن نمو الجسم الإنساني لا يتم بمعدل سرعة ثابت بعد الميلاد، حيث ينمو سريعا في السنوات الأولى من العمر وبعدها يبدأ

[1] أبو الحسن عبد الموجود، التنمية وحقوق الإنسان-نظرة اجتماعية. المكتب الجامعي الحديث. مصر2006..ص ص250- 251,.

[2] على أسعد وطفة، تأملات في مفهومي الشباب وثقافة الشباب، ص 276.، تاريخ الزيارة 14 جوان 2017، متاح على الرابط:
http://tourathtripoli.com/old/phocadownload/dirasset_fi_3ilm_alijtima3_al3am/ta2amoulat%20fi%20mafhoumie%20alchabab.pdf

معدل النمو في البطء التدريجي حتى يتوقف تقريبا في سن الواحدة والعشرين. وعلى هذا يحدد علماء البيولوجيا سن الشباب بأنها السن ما بين ست عشر 16سنة وثلاثين عاما 30 باعتبار أنها الفترة التي تحتوي على أقصى أداء وظيفي للجسم والعقل معا[1].

– الاتجاه السيكولوجي:

ويرى أنصار هذا الاتجاه أن الشباب ليس مرحلة عمرية تتحدد بسن معينة، وإنما حالة نفسية لا علاقة لها بالعمر الزمني، فأنت شاب بقدر ما تشعر بالحيوية والحماس والحركة والطموح والأمل في الحياة وأهمية الدور المناط بالفرد. وهذا يعكس نظرة الإنسان للحياة فبمقدار ما يستطيع أن يولّد في الآخرين الرغبة في العمل والحياة يكون شابا وحين يخفق في ذلك يشعر باليأس والإحباط والرغبة في الهروب وهذه بدايات مرحلة الشيخوخة، ويتم فيها عمليات تغير وانتقاء في البناء الداخلي للشخصية وتكوين الذات، واتجاه القدرات العقلية للفرد نحو الاكتمال. بمعنى آخر وحسب رأي علماء النفس أن مرحلة الشباب ترتبط باكتمال البناء الدافعي والانفعالي للفرد في ضوء استعداداته واحتياجاته الأساسية واكتمال نمو كافة جوانب شخصيته الوجدانية والمزاجية والعقلية بشكل يمكنه من التفاعل السوي مع الآخرين[2].

–الاتجاه الاجتماعي (السوسيولوجي) :

ينظر هذا الاتجاه للشباب باعتباره حقيقة اجتماعية وليس ظاهرة بيولوجية فقط. بمعنى أن هناك مجموعة من السمات والخصائص إذا توافرت في مجموعة من الأشخاص كانوا شبابا.

[1] ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير.دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان، الأردن،ط1، 2006 . ص36.

[2] محمّد خواجة، الشباب العربي، دراسات في المجتمع العربي المعاصر.الأهالي للطباعة والنشر. دس ن. ص100.

ويعتمد علماء الاجتماع في تحديد مفهوم الشباب على طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي يؤديها الشاب، فهم يرون أن فترة الشباب تبدأ عندما يحاول المجتمع تأهيل الفرد اجتماعيا وثقافيا ومهنيا ليحتل مكانة اجتماعية يؤدي فيها دورا أو أدوارا في بناء المجتمع. وتنتهي هذه الفترة حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانته الاجتماعية ويبدأ في أداء أدواره في السياق الاجتماعي بشكل ثابت ومستقر وفقا لمعايير ونظم هذا المجتمع [1].

أما عن علماء الخدمة الاجتماعية فقد قاموا بتحديد مفهوم وفترة الشباب في الفترة الزمنية بين خمسة عشر 15سنة وخمس وعشرين 25 سنة وخضوع ذلك وفقا لمعيار كل مجتمع، وتنقسم هذه المرحلة إلى فترتين أساسيتين، تتميز كل منهما بخصائص وذلك على النحو التالي:

1-الفترة من خمس عشر15 إلى عشرين20 سنة وما حولها: وهي فترة انتقال تتشابه في بعض مميزاتها مع مرحلة المراهقة، والبعض الآخر مع خصائص الشخصية الناضجة، تتميز بتفاوت في درجات النمو بين الأفراد في النواحي الاجتماعية والنفسية والعقلية والبدنية، وتتميز بالنمو الجسمي السريع. أما عن الناحية الاجتماعية يبدأ الشباب في اتخاذ قرارات هامة وإظهار تحمل المسؤولية ويحاول الاعتماد على النفس والاتجاه نحو الاستقلالية في الرأي ويبحث الشاب في هذه الفترة عن المثل الأعلى الذي قد يتجسد لديه في شخص أو فكرة ويظهر في هذه الفترة الإحساس بالجماعة وأهمية الارتباط بها والسعي لاكتساب مكانة فيها والتوحد مع معاييرها، وهذا يؤكد الدور الحيوي للجماعات المنظمة والبرامج الهادفة.

[1] ملكة أبيض، الثقافة وقيم الشباب، منشورات وزارة الثقافة السورية . دمشق، سوريا ، 1984..ص57.

2-الفترة من سن العشرين20 إلى الخامسة والعشرين25 سنة وما حولها: وهي فترة هامة في حياة الإنسان حيث يصل الفرد إلى درجة ملائمة من النضج النفسي والاجتماعي، وتتميز هذه الفترة في قدرة أكبر على التحكم في الرغبات والعواطف والانفعالات، وكذلك يستطيع الشاب أن يحقق التوازن بين المصالح الشخصية والمصلحة العامة، ومن أهم المشكلات التي يواجهها الشاب في هذه الفترة هي تلك التي تتعلق بمحاولة الشباب التحرر من السلطة الأبوية والاستقلال عن الأسرة كما تظهر ميول لدى البعض نحو التدخين وتعاطي المخدرات والمسكّرات، وقد يميل الكثير من الشباب إلى التعامل مع مشكلات المجتمع ويحاولون المشاركة في النهوض به، كما يمارس البعض الهوايات التي تحتاج إلى أداء عال ومهارة يدوية.

وهذه الخصائص عموما ليست خصائص ثابتة بل هي مظاهر سائدة مشتركة يختلف الشباب في عمق الاتصاف بها تبعا للفروق الفردية، وتبعا لظروف التنشئة، وكذلك المتغيرات البيئية والاجتماعية وذلك ما يجب أن يدركه العاملون مع الشباب في كل مجتمع [1].

ومن جهة أخرى فقد اختلفت التشريعات القانونية في تحديد مفهوم الشباب من بلد إلى آخر ونورد فيما يلي تعريف المشرع الجزائري للشباب:

اعتبر المشرع الجزائري وفي تصنيفه لسن المساءلة **الصبي** الذي لم يبلغ سن الثالثة عشر غير مسؤول قضائيا عن أفعاله لعدم أهليته، حيث تنص المادة 49 من القانون الجزائري على أن الصبي الذي لم يبلغ سن الثالثة عشر غير أهل للمسؤولية الجنائية ويعامل معاملة القاصر الذي تتخذ ضده تدابير إصلاحية وتربوية.

[1] أحمد كمال أحمد، الخدمة الاجتماعية والمجتمع، مكتبة القاهرة الحديثة. القاهرة1963..ص ص103-104.

ورد في المادة 444 من قانون الإجراءات الجنائية نص يجيز للقضاء تحديد السن ما بين 13-18سنة التي ينضوي تحتها **القاصر** ليودع مراكز الحماية والتأديب وهو ما سمي بالجزاء الوقائي أو الاجتماعي.

الشاب هو ذلك الشخص بين سن الثامنة عشر 18والثلاثين 30سنة والذي اعتبره قانون العقوبات قد امتلك الأهلية ويعاقب على كل فعل اعتبره قانون العقوبات مخالفا للسلوك العام[1] .

وهكذا نلاحظ أن المشرع الجزائري قد طرح ثلاثة مفاهيم وهي:

_الصبي وهو الذي لم يبلغ سن الثالثة عشر 13واعتبره غير أهل للمسؤولية وتتخذ ضده تدابير إصلاحية علاجية.

-القاصر وهو الواقع بين سن الثالثة عشر والثامنة عشر ولحمايته قرر المشرع إيداعه مراكز الحماية والتأديب وذلك كإجراء وقائي.

_الشاب من كان بين سن الثامنة عشر والثلاثين واعتبره مسؤولا قضائيا ويعاقب عن كل فعل أو سلوك مخالف للسلوك العام.

أما عن دراستنا الحالية فإننا نتفق على التعريف التالي للشباب:

"الشباب هي مرحلة من مراحل العمر تقع بين الطفولة والكهولة مجالها الزمني بين15 و 35 سنة،

تتسم بجملة من الخصائص والسمات، تتم فيها عمليات التغير والارتقاء في البناء الداخلي للشخصية وتكوين الذات، واتجاه القدرات العقلية للفرد نحو الاكتمال، ويتجه الشاب إلى إظهار تحمل المسؤولية والاعتماد على

[1] رضا الفرج، شرح قانون العقوبات الجزائري. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع. الجزائر، ط 2،1983، ص ص386 – 391.

النفس، واتخاذ قرارات فردية، ويحاول المجتمع تأهيل الشباب اجتماعيا وثقافيا ومهنيا ليحتل مكانة اجتماعية ضمن السياق الاجتماعي ليؤدي دورا في بناء المجتمع" .

تتصف مرحلة الشباب بالعديد من الخصائص الهامة التي تميزها عن سنوات الطفولة المبكرة وعن المراحل التي تليها مما يساعد على تفردها وتميزها ونورد جملة هذه الخصائص فيما يلي:

- تمثل مرحلة الشباب فترة التحول الكبرى في حياة الإنسان من حالة طفولة واعتماد على غيره إلى حال يتم فيها الاعتماد على النفس واكتمال النمو الجنسي والعقلي والعاطفي فمن الناحية الجسمية تشهد اقتراب شكل الجسم ووظائفه من آخر درجات النضج وتحدث تحولات واسعة وعميقة وسريعة في ملامح جسم الشاب، حيث تنمو العضلات والغدد ويكتسب الجسم قوة وحيوية، كما تظهر الخصائص الجنسية. وتتجه القدرات العقلية للشاب نحو الاكتمال وتبدأ القدرات والهوايات والميول الخاصة في الظهور، كما ينمو الانتباه والتذكّر والتخيل فيتوقف الشاب عن تقبل الأفكار والمبادئ والقيم والأشياء التي يقدمها له الكبار على علاتها ويفكر فيها ويناقشها مناقشة منطقية.

- كما تتميز مرحلة الشباب بالتوتر والقلق ويشوبها الكثير من المشكلات سواء بالنسبة للشباب أو أهله أو المجتمع، فبعد فترة طويلة نسبيا من النمو الهادئ غير الملحوظ والاستقرار الانفعالي –الطفولة– يصبح الفرد غير متزن، وغير مستقر، ولا يمكن التنبؤ باتجاهات تصرفاته، فهو غير قابل للانصياع، متمرد على طلبات الأسرة [1].

وعموما نجد أنه نتيجة للتحولات الفسيولوجية والجنسية والعقلية التي يمر بها الشباب والأوضاع التي تترتب عليها تظهر حاجات جديدة لدى الشاب، فقد تضايقه بعض الأفكار والرغبات

[1] خليل الفاعوري، الشباب قضية ورعاية ودور، مديرية الوثائق والمكتبات الوطنية، عمان، 1985، ص86.

الجديدة التي خلقها فيه النمو، ومن ثمّ يسعى إلى الحصول على تقبل الآخرين له في وضعه الجديد ويترتب على كل ذلك وجود أزمة لدى الشباب والتي تكون أكثر حدة بالنسبة للذين ينضجون مبكرا لأن النمو الجسمي والجنسي قد لا يوازيه نمو عقلي واجتماعي بالإضافة لأن ذلك يدفعهم إلى الابتعاد عن أترابهم ومحاولة الانتماء إلى جماعات الكبار، وتخلق هذه التحولات في نفوس الشباب انفعالات الخوف من الذات ويصاحب ذلك القلق والتوتر وسهولة الاستثارة وتقلب الحالة المزاجية وأخطر ما في مرحلة الشباب ما يعرف بأزمة الهوية التي تنشأ من عدم قدرة الشاب على فهم ذاته وتقبلها [1].

كما أن هناك خصائص ومميزات أخرى للشباب نوجزها فيما يلي:

-أن الشباب اجتماعي بطبعه وهذا يعني الميل الطبيعي للانتماء.

- طاقة إنسانية تتميز بالحماسة، الحساسية، الجرأة، الاستقلالية ودرجة عالية من الديناميكية والحيوية والمرونة والاندفاع والتحرر.

-التناقض فهو يتصرف أحيانا كما لو كان ناضجا راشدا وأحيانا يتصرف كما لو كان طفلا غير ناضج، كما أنه ينطلق من مثاليات أقرب إلى الطوباوية ونقضه يقوم على أساس أن الواقع يجب أن يتطابق مع تفكيره.

- قدرة على الاستجابة للمتغيرات من حوله والسرعة في استيعاب وتقبل الجديد المستحدث وتبنيه والدفاع عنه، وهذه السمات تعكس قناعة الشباب ورغبته في تغيير الواقع الذي وجد فيه والذي لم يشارك في وضعه[2].

[1] فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير.ترجمة يحي مرسي. دار الوفاء للنشر. الإسكندرية2007..ص ص09-12.

[2] محمّد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث. مصر. ب س ن. ص54.

الشباب إجرائيا: ونعني بالشباب إجرائيا في هذه الدراسة: أولئك الأفراد الجزائريين، الذين ينتمون إلى مرحلة عمرية محددة، لها خصائصها ومميزاتها النفسية والبيولوجية والاجتماعية، ونحددها في هذه الدراسة بين 15 سنة و35 سنة.

5- الدراسات السابقة والمشابهة:

تقتضي المنهجية السليمة ضرورة وقوف الباحث على التراث النظري والعلمي، أو ما يسمى بالدراسات السابقة أو المشابهة، ليتمكن من تحديد وصياغة مشكلة البحث بدقة، والدراسات السابقة تمكن الباحث من جملة من المعطيات، أهمها:

- تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، لأنه ليس الوحيد الذي يدرس الموضوع وإنما سبقه إليه باحثون آخرون، وبذلوا فيه جهدهم، وأعطوا فيه رأيهم، وتحصلوا منه على نتائج، ولكن ليس معنى هذا أن موضوعه غير قابل للبحث، وقد لا يكون آخر من يبحث في الموضوع، وأن آراءه ونتائج بحثه سوف تضاف غلى الرصيد المعرفي العم حول الموضوع.
- أنها توفر على الباحث الجهد في اختيار الإطار النظري العام للموضوع.
- كما تبصره بالصعوبات التي واجهت من سبقه، سواء كانت هذه الصعوبات معرفية أو مادية أو في كيفية التعامل مع البحث ميدانيا إن وجد.
- أنها تبصر الباحث بأخطاء الآخرين[1].

[1] ميلود سفاري، الاسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، مجلة جامعة قسنطينة للعلوم الإنسانية، عدد خاص ، 1995، ص40.

وتكتسي هذه الدراسات أهمية حيوية، إذ تمكن الباحث من معرفة ما تم التوصل إليه من نتائج تتعلق بموضوع بحثه، من خلال تتبع أدبيات الدراسات المتعلقة بموضوع بحثنا، والتي حاولت تحديد العلاقة بين وسائل الإعلام الجديد، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وبين نمط الحياة السياسية عموما (الوعي السياسي، المشاركة السياسية ...) ، ونظرا لحداثة بحوث الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي وتشعبها وتعقدها تبقى الدراسات المشار إليها مجرد محاولات لتفسير الظاهرة وتأثيراتها، وسنعتمد بحول الله في عرضنا للدراسات السابقة عبر تقسيم جغرافي بين دراسات جزائرية، عربية وأجنبية، على النحو الآتي:

أ- الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى: دراسة بضياف سهيلة: بعنوان الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر – دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك[1].

انطلقت إشكالية الدراسة من التساؤل الرئيس :

ما هي العلاقة بين شبكة الفيس بوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

وقد تفرعت هذه الإشكالية إلى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفيس بوك؟

- كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفيس بوك ؟

[1] بضياف سهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر – دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك أطروحة مقدمة لنيل شهادة العلوم في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2017 – 2018.

– ما هي مكانة شبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى لدى الشباب الجزائري؟

– ما هو رأي الشباب في شبكة الفيس بوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية في الجزائر؟

– كيف يتملك الشباب شبكة الفيس بوك كأداة لإنتاج المضامين والتأثير في الرأي العام؟

وقد هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته لشبكة الفيس بوك.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي، ومنهج تحليل الخطاب وذلك باستخدام مجموعة من الأدوات تتمثل: في الشبكة الترابطية، المقابلة نصف الموجهة، ومجموعة النقاش، ولقد طبقت هذه الأدوات على عينة تتكون من 50 مفردة من الشباب.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

– يتمثل الشباب شبكة الفيس بوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى، ويحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفيس بوك؛ حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي فيه.

– يختلف استخدام الشباب لشبكة الفيس بوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفيس بوك، ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفاسي بوك من جهة، وتمثلاته له من جهة أخرى.

– يعتبر الفيس بوك مصدرا مكملا لوسائل الإعلام التقليدية في الحصول على الأخبار حول القضايا السياسية، ماعدا في حالة الأزمات والانتخابات، فيتحول إلى مصدر رئيس بسبب المعالجة المنحازة، ونقص المعلومة في وسائل الإعلام التقليدية.

– تختلف نظرة الشباب للفيس بوك كفضاء عام للنقاش وتشكيل الرأي العام وفقا للمعطيات السوسيوديمغرافية ، وميول الشباب للسياسة، ولكن تميل الأغلبية إلى تأثيره المحدود في ذلك وهو ما يتوافق مع تمثلاته للفيس بوك.

– بالنسبة لتملك الشباب لشبكة الفيس بوك كأداة لتشكيل الرأي العام، فإن أغلبية الشباب تميل إلى الاطلاع فقط، أي الاتجاه نحو القيمة الاستعمالية في مستويات بسيطة، ويمثل الشباب الذين لهم ميولا سياسيا الأكثر اتجاها إلى القيمة التبادلية، وتملك الفيس بوك كوسيلة لإنتاج المضامين بهدف تشكيل رأي عام.

التعليق على الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على كشف العلاقة بين شبكة الفيس بوك والرأي العام لدى الشباب الجزائري عموما، لذا فهي تتقاطع مع دراستنا في بعض جوانبها، ويكمن الاختلاف في طبيعة المنهج المستخدم، وكذلك الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات ونوع وحجم العينة، كما يكمن الاختلاف أيضا في المقاربات المستخدمة، إذ اعتمدت على مقاربتي التمثل والاستخدامات، بينما اعتمدنا على ثلاث مقاربات، وهي الاستخدامات والإشباعات، ومقترب التفاعلات الرمزية والاعتماد على وسائل الإعلام، وقد أفدنا من هذه الدراسة سيما فيما يتعلق ببناء استمارة الاستبيان.

الدراسة الثانية : دراسة صابر لامية بعنوان: وسائط الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، دراسة استطلاعية[1].

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على دور الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى منظمات المجتمع المدني في الجزائر، نظرا للكم المعلوماتي الهائل المتداول، المصادر المتعددة للمعلومات، المعروف منها والمجهول، والاتجاهات المتضاربة التي تتداول عبر هذه الوسائط، وقد حاولت الدراسة الإجابة عن التساؤل الآتي:

ما هو دور وسائط الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الناشطين في منظمات المجتمع المدني الجزائري؟

تنتمي الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف توصيف ورصد الظاهرة، والعوامل المرتبطة بعلاقة استخدام وسائط الإعلام الجديد، كمتغير مستقل مع تشكيل الوعي السياسي كمتغير تابع لدى ناشطي منظمات المجتمع المدني الجزائري.

وقد اعتمدت الباحثة على منهج المسح بالعينة، سواء فيما يتعلق بمسح مضنون لعينة من صفحات منظمات المجتمع المدني على شبكة الفيس بوك، وذلك لرصد خصائص المضمون ونوع القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة أساسا بعملية تشكيل الوعي السياسي، أو مسح جمهور أو مستخدمي هذه الوسائط الجديدة من طرف ناشطي منظمات المجتمع المدني، لجمع المعلومات على المبحوثين، واعتمدت

[1] صابر لامية ، وسائط الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، دراسة استطلاعية. أطروحة قدمت لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017 – 2018.

الباحثة على استمارة تحليل المضمون، واستمارة استبانية، تم توزيعها إلكترونيا، كأداتين أساسيتين في جمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة منها:

- الطبيعة التقنية للملفات المنشورة على صفحات الفيس بوك للمنظمات تؤكد على بروز المادة المصورة تتماشى مع الاستخدام المفرط والكبير للهواتف النقالة، ومع التطورات الكبيرة في تقنيات التصوير بالهاتف أصبح من السهل الاحتفاظ بيوميات الجمعيات ونشاطاتها، كما سمحت للمستخدمين في عملية الأرشفة ومشاركة المستخدمين أو المعجبين بالصفحة إلى متابعة المستجدات، كما يستحوذ اليوتيوب على نسبة كبيرة جدا من الروابط المنشورة على الصفحات، يليه الفيسبوك، كروابط لإعجاب أو متابعتها.
- تأخذ القضايا السياسية العربية والدولية حيزا كبيرا من مجموع القضايا السياسية لصفحات الفيس بوك للجمعيات منها : القضية الفلسطينية، وقرار ترامب في تحويل القدس عاصمة للكيان الصهيوني، وقضية الإبادة الإنسانية باستخدام السلاح الكيماوي، وقطع العلاقات الخليجية مع قطر ... إلخ.
- تتنوع الأهداف السياسية للمنشورات بين التأييد السياسي، تشكيل اتجاهات نحو قضايا سياسية، الوظيفة الإخبارية، النقد السياسي، محاربة أشكال زعزعة استقرار النظام الاجتماعي والسياسي، والمعارضة السياسية للسلطة في قضايا مثل: عدم تسويقها لقضايا المهاجرين الأفارقة في الجزائر، وتفاقم الهجرة غير الشرعية لشباب الجزائري، وتعتبر التعليقات من أحسن أدوات التفاعلية، وقياس الجمهور الافتراض.
- تبين التعليقات على منشورات الصفحات بروز مجالات افتراضية معارضة تفتقد فيها الرقابة، والضوابط الاجتماعية أهميتها.

- تستقي عينة الدراسة معلوماتها السياسية من موقع الفيديو اليويوب، تليها مواقع التواصل الاجتماعي والاتصالات الشخصية، كما لا يزال يعتمد جمهور الإنترنت على التلفزيونات العمومية الخاصة.
- تأخذ بعض القضايا أولوية ، مثل الهجرة السرية، أزمة البترول، وتدهور الاقتصاد الوطني.
- تؤثر وسائط الإعلام الجديد على المشاركة السياسية للناشطين، من خلال رغبتهم في الانتماء الحزبي، كما أثرت في أنها غيرت من وسائل التنشئة السياسية، وأدت لانهيار فكرة الجماعة المرجعية، والتنشئة السياسية المغلقة.

التعليق على الدراسة:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على دور الوسائط الإعلامية الجديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى منظمات المجتمع المدني في الجزائر، وبالتالي في أيضا من الدراسات التي تتقاطع مع دراستنا في بعض جوانبها، كما أنها تختلف عنها في جوانب أخرى، حيث غاصت الباحثة في البحث عن دور وسائط الإعلام الجديدة بصفة عامة في تشكيل الوعي السياسي لدى الناشطين في منظمات المجتمع المدني الجزائري، وبالتالي فقد عالجت علاقة استخدام وسائط الإعلام الجديد، كمتغير مستقل مع تشكيل الوعي السياسي كمتغير تابع لدى ناشطي منظمات المجتمع المدني الجزائري، غير أن الاختلاف مع دراستنا يتجلى في بعض الجوانب منها المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، و الخلفية النظرية المعتمدة، وكذا مجتمع البحث.

ب– الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: مُحَمَّد سعيد عبد المجيد، ممدوح عبد الواحد الحيطي، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية[1]..

هدفت الدراسة بصورة أساسية إلى مناقشة وتحليل تأثيرات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الثقافة السياسية للشباب الجامعي المصري، وذلك من خلال محاولة الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما مفهوم الشبكات الاجتماعية الالكترونية ؟

2- ما أهم دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الالكترونية ؟

3- ما دور الشبكات الاجتماعية الالكترونية في المجال السياسي العام ؟

4- ما رؤية أفراد العينة لأهم الوسائل تأثيرًا على الثقافة السياسية ؟

5- ما رؤية أفراد العينة لتأثيرات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الثقافة السياسية للشباب الجامعي؟

6- ما دور الشبكات الاجتماعية الالكترونية في تغيير الثقافة السياسية للشباب ؟

استخدم الباحثان في هذه الدراسة الأسلوب الوصفي التحليلي لوصف وتحليل رؤية أفراد العينة لتأثيرات الشبكات الاجتماعية الالكترونية على الثقافة السياسية للشباب الجامعي .

[1] مُحَمَّد سعيد عبد المجيد، ممدوح عبد الواحد الحيطي ، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي – دراسة ميدانية، تاريخ التصفح : 14 أفريل 2018، متاحة على الرابط:
https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiGltSytuzlAhUo4YUKHX9UAlIQFjABegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Ferepository.cu.edu.eg%2Findex.php%2FARTS-Conf%2Farticle%2Fview%2F5153%2F5067&usg=AOvVaw3D6OVmT15TmWILJCd7J4u_

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات بصورة أساسية على استمارة المقابلة المقننة، وقد اشتملت الاستمارة على ستة وثلاثين سؤالاً، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية بالحصة قوامها (300) مفردة من بعض الشباب المستخدمين للشبكات الاجتماعية الالكترونية بجامعة كفر الشيخ وفقًا لمعايير النوع ، وطبيعة الدراسة والسنة الدراسية .

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

- حرص أفراد العينة علي تصفح الشبكات الاجتماعية الالكترونية يومياً، وهو ما يعطي مؤشراً عن مدي تغلغل الشبكات وقدرتها العالية علي توصيل الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة.
- أهم دوافع استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية الالكترونية تتمثل في التعبير عن الرأي بحرية في عالم افتراضي لا رقابة عليه ، ومتابعة الأخبار والأحداث الجارية ، وتبادل وجها النظر والآراء والخبرات حول بعض القضايا ذات الاهتمام المشترك ، والتعرف على أصدقاء جدد ، والتواصل مع الأهل والأصدقاء .
- أهم الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب يأتي في مقدمتها موقعا فيس بوك وتويتر.
- أظهرت الدراسة ارتباط معظم التأثيرات الإيجابية للشبكات الاجتماعية الإلكترونية بما توفره من حرية في التعبير عن آراء ومشاكل وطموحات الشباب، وهو ما كان مفقوداً في ظل وسائل التعبير الأخرى التقليدية، وهذا يؤكد بشكل واضح تنامي التأثير السياسي للشبكات .
- يرى أغلبية أفراد العينة ان للشبكات الاجتماعية الإلكترونية دور في تشكيل الرأي العام، وجاء في مقدمة مظاهر هذا الدور سرعتها في نقل الأخبار، وتوفيرها فضاءً عامًا ديمقراطيًا يستطيع من خلاله المواطنون التفاعل والحوار معًا، ومساهمتها في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية .

- أكد أغلبية أفراد العينة علي قدرة الشبكات الاجتماعية الإلكترونية علي القياس الدقيق لنبض الشارع، فأي حدث سياسي يتم نقله في وقت حدوثه علي الشبكات مما يؤدي لحدوث تفاعل كبير من الشباب المتابعين .
- رأي أغلبية أفراد العينة ان أهم مؤسسات التنشئة السياسية في الوقت الحالي هي الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، ثم الأحزاب السياسية، ثم الجامعة، ثم الأسرة .
- أهم الأسباب التي جعلت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية تتصدر المقدمة بالنسبة لوسائل التنشئة الأخرى، وتتمثل في قيامها بدورين رئيسيين، وهما ترسيخ مفهوم الحق في المشاركة السياسية، وتعزيز قيم الديمقراطية والحرية.
- الشبكات الاجتماعية الالكترونية أصبحت بوابة للممارسة السياسية بسبب قدرتها علي تخطي الحواجز والقيود المختلفة علي التعبير عن الرأي ، وخاصة الآراء المعارضة التي تعرضت في السابق للأذى الشديد والانتهاك والقتل بسبب فكرها المعارض .
- كشفت الدراسة الميدانية عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة بالنسبة لمزايا وسلبيات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية من الناحية السياسية ،حيث تنوعت المزايا من وجهة نظرهم ، وتمثل أهمها في أنها تتيح الفرص للمهمشين سياسيًا في التعبير عن آرائهم ، وأنها أداة للتواصل الاجتماعي السريع والدقيق بين الأفراد ، وعدم وجود شروط للانضمام إليها في أي نشاط أو مجموعة أو تنظيم أو صفحة أو مغادرتها ، أما أهم سلبياتها فتمثل في استخدامها لنشر بعض الأخبار المفبركة، والترويج لأفكار تستهدف إضعاف الدولة وسيادتها .
- أهم المؤسسات تأثيرًا على الشباب في مجال الثقافة السياسية يأتي في مقدمتها الشبكات الاجتماعية الالكترونية، ثم القنوات الفضائية، ثم الأحزاب السياسية، ثم الجامعة .

- أكدت الغالبية العظمي من أفراد العينة علي التأثير الكبير للشبكات الاجتماعية الالكترونية على المشاركة السياسية للشباب خاصة بعد ثورة 25 يناير، وجاء في مقدمة مظاهر هذا التأثير استخدامها للتوعية بالحقوق والحريات السياسية، وتوفيرها منبرًا للشباب للتعبير عن واقعهم وهمومهم وآمالهم ، ومساعدتها في التعرف على الشخصيات ذات الأدوار السياسية ، وإطلاقها لطاقات الشباب ودوافعهم إلى الاهتمام بالمشاركة في الحياة العامة والسياسية بشكل خاص .
- أكد أفراد العينة ان للشبكات الاجتماعية الالكترونية دوراً مؤثراً في تشكيل الوعي السياسي للشباب، وجاء في مقدمة مظاهر هذا الدور كونها أداة لتوعية الشباب بالحقوق السياسية ، ومصدر للحصول على الأخبار والمعلومات السياسية ، ومساهمتها في تعبئة الرأي العام لنبذ قيم الدكتاتورية والعنف والاضطهاد .
- كشفت الدراسة الميدانية عن أن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية كانت وما زالت ذات تأثير كبير في التحولات السياسية في مصر، والتي من أهمها ظهور الموجات المتتالية للثورة، هذه الموجات التي كانت السبب الرئيسي في كل ما شهدته الساحة السياسية من أحداث متلاحقة أجبرت المجلس العسكري والرئيس المنتخب علي النزول علي مطالبها خاصة في ظل قوة وشدة هذه الموجات .
- رأى أفراد العينة أن أهم سمات شباب الفيس بوك وتويتر تتمثل في أنه مؤمن بالحرية ويمارس الانفتاح والعطاء مع الآخرين، ويقبل المخاطرة ويستطيع المثابرة ، وينطلق من الانتماء للذات والثقة بالنفس ويمتلك ذهنًا مبدعًا لا تابعًا .

التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة على بصورة أساسية إلى مناقشة وتحليل تأثيرات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الثقافة السياسية للشباب الجامعي المصري، وبالتالي فالدراسة أيضا تلتقي مع دراستنا في بعض جوانبها، سيما ما تعلق موضوع الثقافة السياسية، غير أنها ركزت فقط على شريحة الشباب الجامعي فقط، وهي فئة نوعية وضيقة من شرائح المجتمع المتنوعة الأطياف والميولات والتوجهات.

الدراسة الثانية: أ.د .طه عبد العاطي نجم، جامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)، د .أنور بن محمَّد الرواس، جامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان): العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت[1]" .

سعت الدراسة للإجابة عن تساؤل رئيسي مؤداه: **ما علاقة وسائل الإعلام الجديدة ممثلة في الإنترنت بمستوى المعرفة السياسية لدى طلاب جامعة السلطان قابوس.**

وتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية، كالآتي:

1-ما مظاهر اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس بالموضوعات السياسية؟

2-ما دوافع تعرض الطلاب للموضوعات السياسية عبر الإنترنت؟

3-ما حجم تعرض الطلاب للموضوعات السياسية عبر الإنترنت؟

4-ما المواقع المفضلة لمتابعة الموضوعات السياسية ؟

[1] طه عبد العاطي نجم، أنور بن محمَّد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت" ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، مجلة إلكترونية متخصصة تعنى بالدراسات القانونية والقضائية ، جامعة ورقلة، العدد الرابع، جانفي 2011.

5-ما مظاهر علاقة الطلاب بوسائل الإعلام التقليدية عبر الإنترنت؟

6-ما علاقة طلاب جامعة السلطان قابوس بالمدونات الإلكترونية؟

7-ما علاقة طلاب جامعة السلطان قابوس بالمواقع الإلكترونية؟

8-ما علاقة متابعة المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية؟

حدد الباحثان مجتمع الدراسة في طلاب جامعة السلطان قابوس، أما عن عينة الدراسة فقد تم سحبها بطريقة عشوائية من طلاب وطالبات جامعة السلطان قابوس، وقد تم توزيع 370 استمارة، موزعة بالتساوي على الطلاب والطالبات، بواقع 185 استمارة لكل فئة.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط الآتية:

- تصدرت القضايا السياسية الداخلية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، وتلاها مباشرة القضايا السياسية العالمية، ثم القضايا الإقليمية .حصلت خلالها المراسيم السلطانية على الترتيب الأول ضمن اهتمامات عينة الدراسة بالقضايا السياسية الداخلية، بينما جاء الموقف الأمريكي من قضية السلام الفلسطيني الإسرائيلي في صدارة الاهتمام بالقضايا السياسية الدولية، وعلى الصعيد الإقليمي احتل الملف النووي الإيراني صدارة اهتمام الشباب العماني

- حصلت الموضوعات الثقافية على صدارة اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس عبر الإنترنت وتلاها مباشرة الموضوعات الرياضية، بينما جاءت الموضوعات السياسية في الترتيب الثالث.

- تصدر احتواء الإنترنت على الصور وخدمات الفيديو مقدمة دوافع تعرض الطلاب لمتابعة

الموضوعات السياسية على الإنترنت، ثم جاء تميز الإنترنت بالتفاعلية في الترتيب الثاني، وتزويد الجمهور بوجهات النظر المختلفة في الترتيب الثالث.

– احتل موقع " الجزيرة نت "صدارة المواقع الإلكترونية المفضلة لمتابعة طلاب جامعة السلطان قابوس الموضوعات السياسية، ثم جاء موقع " السبلة العمانية " في الترتيب الثاني، وموقع" العربية نت " في الترتيب الثالث.

– أثبتت الدراسة أن أسباب تفضيل المواقع الإلكترونية لدى طلاب جامعة السلطان قابوس تكمن في العوامل التالية بالترتيب: الجرأة في معالجة الموضوعات الصحفية، وابتعادها عن التوجه الحكومي، وارتفاع درجة المصداقية، وتنوع الموضوعات وتعددها، وزيادة هامش الحرية لديها، وتميزها بعرض تحليلات متعمقة للأحداث.

– تصدرت مواقع الفضائيات اهتمامات عينة الدراسة بوسائل الإعلام التقليدية، تلاها مباشرة مواقع الصحف، ثم مواقع الإذاعات، بينما جاءت النسخ الإلكترونية للصحف الورقية في مقدمة أنواع الصحف الإلكترونية ، وتلاها مباشرة أرشيف القصص الإخبارية، ثم منابر وساحات الرأي ، وأخيرًا الطبعات الأرشيفية.

– أبرزت الدراسة تصدر خاصية إعطاء القارئ الفرصة لقراءتها صدارة الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية من وجهة نظر طلاب جامعة السلطان قابوس، ثم خاصية الحوار مع القراء في الترتيب الثاني، واستخدام خدمة البريد الإلكتروني في الترتيب الثالث، وخاصية نقل القارئ إلى موقع الحدث في الترتيب الرابع، والاستفادة من خدمة القوائم البريدية في الترتيب الخامس.

- أشارت النتائج إلى تصدر المدونات العمانية مجال اهتمام طلاب جامعة السلطان قابوس، ثم مدونات المشاهير العمانيين في الترتيب الثاني، والمدونات العربية لشخصيات سياسية في الترتيب الثالث، والمدونات الأجنبية في الترتيب الرابع.

- ذكرت النتائج الخاصة بترتيب أراء الطلاب في المدونات الإلكترونية على النحو التالي :تتيح للفرد أن يكون صحفيا، وتمكنه من توصيل صوته للآخرين دون عوائق، وتعبر عن كل ألوان الطيف السياسي، وتمنح الفئات المهمشة في المجتمع منفذًا فريدًا لحرية التعبير.

- أبرزت النتائج الخاصة بعلاقة متابعة المواقع الإلكترونية بالمعرفة السياسية أن نقصان المعلومات السياسية لدى الشباب أحد العوامل المهمة في متابعة المواقع الإلكترونية ، بالإضافة إلى أن المواقع الإلكترونية تعمل على إشباع رغبات المبحوثين وحاجاتهم السياسية، فضلا عن دورها في عملية التنشئة السياسية.

التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة كسابقتها بصورة أساسية على كشف العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية ، وبالتالي فالدراسة أيضا تلتقي مع دراستنا في بعض جوانبها، سيما ما تعلق موضوع المعرفة السياسية، غير أنها ركزت فقط على شريحة الشباب الجامعي فقط، وهي فئة نوعية وضيقة من شرائح المجتمع المتنوعة الأطياف والميولات والتوجهات.

الدراسة الثالثة: رامي حسين حسني الشرافي: " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة[1] ،

حاولت هذه الدراسة بشكل رئيسي توضيح دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني في قطاع غزة . من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية :

1- ما العوامل التي دفعت الشباب الفلسطيني إلى استخدام الإعلام التفاعلي؟

2- ما الاستفادة التي يحققها الشاب الفلسطيني من استخدامه للإعلام التفاعلي لكي يشكل ثقافته السياسية؟

3 -ما أهم القضايا السياسية التي يطرحها الإعلام التفاعلي وتهم الشباب الفلسطيني؟

4- ما الأساليب التي يستخدمها الإعلام التفاعلي للتأثير في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني؟

5- ماهي سلبيات وإيجابيات الإعلام التفاعلي على تشكيل الثقافة السياسية لديهم؟

6- ما أهم المعيقات أو المشكلات التي تعيق الشباب الفلسطيني عن الاستفادة من الإعلام التفاعلي في تشكيل ثقافته السياسية؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحث منهج مسح جمهور وسائل الإعلام من خلال عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعات الفلسطينية قوامها 500 مفردة بالاعتماد على أداة استمارة الاستبيان بالإضافة إلى استخدام المنهج التاريخي الذي تمر من خلاله تتبع عملية نشوء وتطور الإعلام التفاعلي والثقافة السياسية،

[1] رامي حسين حسني الشرافي: " دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة، مذكرة في إطار الحصول على درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط من كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة غزة، 1433/ 2012م.

والوقوف على بعض المفاهيم المتعلقة بالدراسة، واستخدام المنهج المقارن في بعض جوانب الدراسة في المقارنة مع بعض الدراسات الأخرى.

ليتوصل الباحث في الأخير إلى عدد من النتائج :

1- أظهرت الدراسة أن فيس بوك أكثر وسائل الإعلام التفاعلي استخداما لدى المبحوثين من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، يليه في المرتبة الثانية البريد الإلكتروني، ثم اليوتيوب، وبنسبة متباينة تويتر والمدونات.

2- كشفت نتائج الدراسة أن الطلبة يثقون في الإعلام التفاعلي للحصول على المعلومات، و بالدور الذي تقوم به في تشكيل الثقافة السياسية الفلسطينية لدى المبحوثين وبنسبة تصل إلى 70 %.

3- أوضحت الدراسة أن للإعلام التفاعلي دورا إيجابيا في تشكيل الثقافة السياسية لدى المبحوثين من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، بنسبة مقدارها 72.4 %.

4- أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور إيجابيات الإعلام التفاعلي طبقا لمتغير الجامعة، بين جامعتي الأقصى وفلسطين لصالح جامعة الأقصى وبين الجامعة الإسلامية وجامعة الأزهر ، لصالح جامعة الأزهر وبين جامعتي الأزهر وفلسطين لصالح الأزهر .

5- بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a=0.05) درجة دوافع الإعلام التفاعلي يعزى إلى متغير التخصص العلمي .

7- أوضحت نتائج الدراسة بوجود فروق بين مستوى دخل الأسرة الشهري الذي يقدر ب 4000 شيك فأكثر، وبين باقي مجموعات الدخل الأخرى لصالح فئة الدخل 4000 شيك فأكثر .

التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة بشكل رئيسي على توضيح دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني في قطاع غزة، ، وبالتالي فالدراسة أيضا تلتقي مع دراستنا في بعض جوانبها، سيما ما تعلق موضوع الثقافة السياسية، غير أنها ركزت فقط على شريحة الشباب الجامعي فقط، وهي فئة نوعية وضيقة من شرائح المجتمع المتنوعة الأطياف والميولات والتوجهات.

الدراسة الرابعة: زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية[1].

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على المتغيرات التي تتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي وهذا من خلال طرح العديد من التساؤلات:

1- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير السياسي و الاجتماعي ؟

2- ما القضايا الاجتماعية والسياسية التي يتداولها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

3- ما أسباب ارتياد طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي؟

4- ما مدى الاستفادة التي يحققها طلبة الجامعات الفلسطينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟

5- ما أهم سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل في التأثير على الرأي العام لدى طلبة الجامعات الفلسطينية؟

[1] زهير عابد: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح الوطنية للأبحاث "العلوم الإنسانية"، مجلة علمية محكمة تعنى بنشر البحوث العلمية الأصيلة في مجال العلوم الإنسانية، باللغتين العربية والإنجليزية، مجلد 26 ع 6، نابلس، فلسطين، 2012، ص ص 1387 – 1427.

وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (a=0.05) لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطلبة جامعات الفلسطينية نحو التغيير السياسي والاجتماعي في قطاع غزة تعزى لمتغيرات (الجنس، والتخصص العلمي، والجامعة، والسكن، والدخل)؟

وقد طبق الباحث المنهج المسحي من خلال سحب عينة عشوائية طبقية بلغ عدد مفرداتها 500 مفردة، وهذا من خلال الاعتماد على استمارة الاستبيان .

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- أثبتت نتائج الدراسة تفوق البريد الإلكتروني على باقي مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، ويليه في المرتبة الثانية فيس بوك .

- أشارت النتائج إلى أن مستوى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، حيث يرى طلاب وطالبات الجامعات الفلسطينية بأنها تقوم بدور فعال في تغيير السلم المجتمعي في المرتبة الأولى، ويرون أن دورها مختلف في حل كثير من المشكلات الاجتماعية والسياسية بنسبة في المرتبة الأخيرة .

- توصلت نتائج الدراسة إلى أن طلبة وطالبات الجامعات الفلسطينية يرون أن مستوى القضايا الاجتماعية والسياسية التي تطرحها شبكات التواصل الاجتماعي كان متوسطا، وأن أكثر القضايا التي يشاركونها عبر شبكات التواصل هي: حرية الرأي والتغيير في المجتمعات المختلفة، في حين أنهم لا يهتمون كثيرا لقضايا مثل : "التحرش الجنسي".

- أظهرت النتائج أنه لا توجد اختلافات في الرأي بين الطلاب والطالبات في الجامعات الفلسطينية نحو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة رأيهم نحو التغيير الاجتماعي والسياسي.

التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة على المتغيرات التي تتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام نحو التغيير الاجتماعي والسياسي ، وبالتالي فالدراسة أيضا تلتقي مع دراستنا في بعض جوانبها، سيما ما تعلق بالموضوع السياسي ، غير أنها ركزت فقط على شريحة الشباب الجامعي فقط، وهي فئة نوعية وضيقة من شرائح المجتمع المتنوعة الأطياف والميولات والتوجهات.

الدراسة الخامسة: دراسة رضوان قطبي: شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب ، دراسة ميدانية[1].

تحددت إشكالية الدراسة في محاولة التعرف على طبيعة الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز طلاب الجامعات المغاربية على المشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري والسياسي، الذي انخرط فيه المواطنون المغاربة منذ دستور يوليوز (جوان) 2011م.

وسعت الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ما أسباب ودوافع استخدام طلاب الجامعات المغربية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

[1] رضوان قطبي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب ، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، مجلة دولية محكمة تصدر من ألمانيا، برلين عن المركز الديمقراطي العربي، تعنى بنشر الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام والاتصال، العدد الأول، جانفي 2018.

- ما مدى مشاركة طلاب الجامعات المغربية في الحراك الجماهيري والسياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما الأساليب التي استخدمها طلاب الجامعات المغربية في المشاركة بموضوعات الحراك السياسي والجماهيري عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما الدور الذي قامت به شبكات التواصل الاجتماعي في الحراك الجماهيري والسياسي بالمغرب بشكل عام، من وجهة نظر الطلاب المغاربة؟

وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي، كما اعتمد على تقنية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة، والتي تكونت من 400 مفردة، وقد توصل الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها:

- استخدام طلاب الجامعات المغربية لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير؛ مما أدى إلى تكوين المجموعات والعلاقات بين مختلف الطلاب، وتقاسم الأخبار والمعلومات، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دورها السياسي الذي لا يمكن تجاهله أو تبخيسه.
- تمثلت دوافع استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي في أنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية، تلاه دافع : تتيح للمستخدم مناقشة قضايا المجتمع مع الآخرين، وفي المرتبة الثالثة دافع: التواصل مع الأصدقاء والأقارب وتكوين صداقات وعلاقات جديدة ب، ثم دافع التسلية والترفيه.

- أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلا هي موقع فيس بوك بنسبة 75 %، يليه موقع تويتر بنسبة 13.89 %، ثم انستغرام بنسبة 6.11%، وأخيرا شبكات أخرى مثل لنكيدن ومايسبيس بما نسبته 5%.
- تبين أن 52.78 % من الطلاب يقضون أقل من 3 ساعات يوميا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مقابل 27.78 % يقضون ما بين 3-5 ساعات، ثم من يستخدمونها أكثر من 5 ساعات بنسبة 19.44 %، وهو ما يدل على أن الطلاب المغاربة يقبلون على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة، وأن هذه الشبكات لها دور في حياتهم الشخصية والاجتماعية.
- جاءت الموضوعات الاجتماعية والسياسية والحقوقية في مقدمة الموضوعات التي يفضل طلاب الجامعات مناقشتها والتحدث فيها عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، ثم الموضوعات العلمية والثقافية، ثم جاءت بعدها الموضوعات الحقوقية ، وأخيرا الرياضية، وهو ما يدل على أهمية الشؤون السياسية وما يتعلق بها أصبحت تحتل مكانة متقدمة في ترتيب أولويات اهتمام طلاب الجامعات .
- وفيما يتعلق بأشكال تفاعل طلاب الجامعة مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فقد بينت النتائج أن النسبة الأولى منهم يلجؤون إلى التعليقات، ثم المناقشة الجماعية المفتوحة، تقاسم المعلومات والأخبار والفيديوهات، ثم من يعتمدون على المناقشات الجماعية داخل المجموعات، تلاها من يلجؤون لرسائل المحادثة (شات) للرسائل البريدية.
- أفادت نتائج الدراسة أن ما نسبته 85 % من الطلاب يشاركون في الحراك الجماهيري عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعكس طبيعة الاهتمام والتفاعل الذي يوليه طلاب الجامعات لموضوعات الحراك

الجماهيري. كما تدل النتائج على "أن الانترنت أصبح يستخدم في تنظيم حملات تأخذ شكل التأييد أو الاحتجاج على سياسات أو تصرفات معينة ، كما يستخدم في تعبئة الشباب في العديد من القضايا المتعلقة بالحريات والحقوق العامة.

التعليق على الدراسة:

حاولت الدراسة التعرف على طبيعة الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تحفيز طلاب الجامعات المغاربية على المشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري والسياسي، وعليه تتقاطع هذه الدراسة أيضا مع دراستنا في طبيعة الموضوع، وهو شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيراتها السياسية، غير أنها تناولت فئة الطلبة الجامعيين فحسب.

الدراسة السادسة : دراسة عبد الكريم علي الدبسي وزهير ياسين الطاهات بعنوان: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية – دراسة وصفية مسحية [1] .

- تمثل التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي :
- **ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ؟**
- أما التساؤلات الفرعية تمثلت في :
- ما دور التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟
- ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأي عام لدى طلبة الجامعات الأردنية؟

[1] عبد الكريم علي الدبسي وزهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية – دراسة وصفية مسحية ، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، المجلد 40، العدد 1، 2013، ص ص 66 – 81.

- ما مزايا شبكات التواصل الاجتماعي التي تجعلها مؤتة، جامعة البلقاء، جامعة آل البيت، جامعة الطفيلة وجامعة البتراء؟

و قد استخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق القيام بمسح الرأي العام في الجامعات الأردنية، واعتمدا الاستمارة الاستبيانية في جمع المعلومات، وتمثل مجتمع البحث الذي استهدفه الباحثان بالدراسة في طلبة الجامعات الأردنية، حيث اختارا عينة عددها 300 طالب وطالبة، تم اختيارهم باستخدام أسلوب التوزيع المتساوي، أين تم سحب عينة مقدارها 50 مفردة من كل جامعة من الجامعات الأردنية .

وقد توصل الباحثان إلى مجموعة من النتائج تمثل أهمها فيما يلي :

- أن نسبة عالية (97 %) من طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون الأنترنت، وقد احتل موقع فيس بوك المرتبة الأولى بنسبة (83 %)، يليه موقع تويتر في المرتبة الثانية ، ويوتيوب في المرتبة الثالثة ، وهو ما يؤكد انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين طلبة الجامعات الأردنية وارتفاع نسبة المشاركين فيها .
- كشفت الدراسة أن النسبة الكبرى من طلبة الجامعات الأردنية يتمتعون بحرية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي .
- أن الشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل بالنسبة لطلبة الجامعات الأردنية مصدرا من مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات ينافس وسائل الاتصال التقليدية والصحافة الإلكترونية وخلال مدة زمنية قصيرة .

- استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل له عدة إيجابيات وسلبيات، ومن أبرز السلبيات : أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل آراء واتجاهات طلبة الجامعات الأردنية من خلال حثهم على التظاهر أو الاعتصام وهو ما يمثل دور التحفيز للتغبير عن مظهر من مظاهر الرأي العام.

التعليق على الدراسة:

ركزت الدراسة على المتغيرات التي تتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات، وبالتالي فالدراسة أيضا تلتقي مع دراستنا في بعض جوانبها، سيما ما تعلق بالموضوع السياسي ، غير أنها ركزت فقط على شريحة الشباب الجامعي فقط، وهي فئة نوعية وضيقة من شرائح المجتمع المتنوعة الأطياف والميولات والتوجهات.

الدراسة السابعة: أسامة غازي المدني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجا» المملكة العربية السعودية[1].

سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل البحثي التالي:

ما طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1- ما أهم أسباب استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي؟

[1] أسامة غازي المدني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجا» المملكة العربية السعودية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلة علمية محكمة . جامعة السلطان قابوس، المجلد 3، العدد 2، أغسطس 2016، ص ص 395 - 425.

2- ما أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي؟

3- ما أكثر القضايا أهمية بالنسبة للمبحوثين في المتابعة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

4- ما موقف المبحوثين حول العبارات التي تقيس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام؟

5- ما أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟

وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، لجأ الباحث فيها إلى المنهج المسحي، حيث درس جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب في جامعة أم القرى، من خلال استبانة مكونة من (20سؤالا) وزعت على عينة الدراسة من المبحوثين.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون على شبكة المعلومات بشكل رئيس حيث جاء في الترتيب الأول فيس بوك، ، وجاء في الترتيب الثاني يوتيوب، ، وجاء في الترتيب الثالث تويتر، وجاء في الترتيب الرابع انستقرام.

- **أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على متابعتها في شبكات التواصل الاجتماعي:** جاء في الترتيب الأول قضايا الشباب، وجاء في الترتيب الثاني السياسة الخارجية والعلاقات بين الدول، وجاء في الترتيب الثالث متابعة الأحداث الجارية، وجاء في الترتيب الرابع أخبار الفن والرياضة، وجاء في الترتيب الخامس مجال التصميم والدعاية والإعلان، وجاء في الترتيب السادس الشعر، وجاء في الترتيب السابع الكاريكاتير.

- **أهم أشكال مشاركة المبحوثين في شبكات التواصل الاجتماعي:** جاء في الترتيب الأول أضفت على الفيس بوك يتضمن شيئاً يجب عمله في الموضوعات أو القضايا المطروحة، وجاء في الترتيب الثاني أضفت أو حذفت معلومات من بروفايلي، وجاء في الترتيب الثالث أرسلت تعليقاً على الحائط عن الموضوعات أو القضايا المطروحة، وجاء في الترتيب الرابع ناقشت معلومات سياسية/ اجتماعية في رسالة على شبكات التواصل الاجتماعي، وجاء في الترتيب الخامس أجبت عن استبانة.

– جاءت نسبة من يعتقدون أن المناقشات على شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام ٪26.74 ، وبلغت نسبة من يعتقدون أن المناقشات على شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام٪61.63، وبلغت نسبة من لا يعتقدون أن المناقشات على شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة جيدة في تشكيل الرأي العام11.63 ٪.

- جاءت نسبة من تغير موقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشتهم على شبكات التواصل الاجتماعي ٪50، وبلغت نسبة من تغير موقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشتهم على شبكات التواصل الاجتماعي إلى حد ما ٪41.86، بينما بلغت نسبة من لم يتغير موقفهم حول بعض القضايا من جراء مناقشتهم على شبكات التواصل الاجتماعي 8.14٪.

- أهم الموضوعات التي أثارتها شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السعودي، من وجهة نظر المبحوثين، جاءت في الترتيب الأول التمييز بين جماعات مستفيدة وجماعات متضررة، ، وفي الترتيب الثاني الترويج لآراء السياسيين والقادة من منظمات المجتمع المدني، وجاء في الترتيب الثالث تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، وفي الترتيب الرابع محاولة ربط الأحداث الجارية في الدول المجاورة بالوضع الداخلي،

وجاء في الترتيب الخامس إشاعة نمط الثقافة الغربية، ، وجاء في الترتيب السادس التشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الرسمية وشبه الرسمية.

وقد أوصى الباحث بعدد من التوصيات والمقترحات أهمها:

- نشر الوعي لدى فئة الشباب حول دور مواقع التواصل الاجتماعي وأثره في تنمية شخصياتهم وإرشادهم للاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي.
- أن تطرح شبكات التواصل الاجتماعي القضايا التي تهم الطلاب، وتتعلق بالحريات وحرية التعبير والرأي العام دون المساس بحرية الآخرين.
- قيام شبكات التواصل الاجتماعي بدعم السلم المجتمعي وتعزيزه، وحل المشكلات التي تواجه الطلاب والمجتمع، والعمل على استقرار المجتمع لا على إثارة الفتن والفوضى.

التعليق على الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات القريبة جد من موضوع دراستنا، والتي تعالج موضوع شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالرأي العام الطلابي، غير أن أهم ما يميزها هو اهتمامها بالموضوعات التي تهم الرأي العام الطلاب دون تخصيص موضوع بذاته، كما أنها اهتمت بشريحة الطلاب فحسب، وهي شريحة نوعية لها سماتها وخصائصها وتجانسها، واعتمدت الدراسة على مدخل الاستخدامات والإشباعات فقط كمدخل نظري للدراسة، ومع ذلك فقد أفادتنا كثيرا في طريقة ضبط وترتيب محاور الاستمارة الميدانية الخاصة بموضوع بحثنا.

ج- الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى بعنوان: أخبار وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ودورها في التنشئة السياسية لدى الشباب، دراسة حالة البحرين[1].

هدفت الدراسة إلى محاولة رصد كل أشكال تأثير مختلف أشكال وسائل الإعلام التقليدية والجديدة على الوعي السياسي، والتنشئة السياسية للشباب، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلاب المدارس الثانوية في مملكة البحرين سنة 2013، وطرحت الدراسة الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما هو وضع الوعي السياسي والتفاهم بين الشباب ف البحرين؟ وإلى أي مدى يختلف هذا الوعي السياسي والتفاهم بينهم؟
- إلى أي مدى يرتبط الوعي السياسي بمتغيرات الانتماء إلى الجماعة الدينية، مكان السن، جنس المبحوث، والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها؟
- ما هي البيانات الرئيسية للتنشئة الاجتماعية (الأسرة، المدرسة، الأصدقاء، المنظمات الدينية) التي تلعب دورا في تشكيل الشباب، ووعي الشباب، وفهمهم السياسي في البحرين؟
- ما هو دور وسائل الإعلام، مثل الإذاعة والتلفزيون والصحف في عملية التكوين السياسي المعرفي للشباب؟

[1] Ebrahim Abdulrahman Al-Shaikh Hasan : "News Media and Political Socialisation of Young People: The Case of Bahrain", Thesis Submitted for the degree of Doctor of Philosophy, Department of Media and Communication ; at the University of Leicester.United Kingdom, 2013.

- ما هو دور وسائل الإعلام عبر الإنترنت، بما في ذلك مواقع الويب التي تديرها وسائل الإعلام والمنظمات السياسية، المدونات الصغيرة blogs ومواقع التواصل الاجتماعي؟

استخدم الباحث منهج الوصف المسحي، بسحب عينة عشوائية من ثمانية (8) مدارس من دولة البحرين، قوامها 1179 مبحوثا، تتراوح أعمارهم بين 15 – 22 سنة، واعتمد الباحث على الاستمارة الاستبيانية كأداة أساسية لجمع المعطيات المتعلقة بالدراسة.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة، أهمها:

- الذكور لهم اهتمامات سياسية أكثر من الإناث، مما يستوجب لهم عرض المزيد من الاهتمام السياسي، والمعرفة السياسية، وميولات أكثر نحو المشاركة السياسية.
- يؤثر عامل الإقامة في درجة الثقة في السياسة، حيث كلما كان الشباب البحريني يقطن في أماكن تكثر فيها الحركات السياسية، كلما زاد عندهم معدل المشاركة السياسية.
- يؤثر العامل الديني في المعرفة السياسية، فكلما كانت هناك مصالح سياسية أو دينية كلما كان هناك ميول للاهتمام بالموضوعات السياسية.
- ساهم عامل اهتمام الآباء بالمجال السياسي بشكل كبير في تشكيل الاهتمام السياسي والمعرفة السياسية بين الشباب البحريني، فضلا عن أن الإنترنت أتاحت ميزة الاختيار بين المواقع من حيث ما إن كانوا يعيشون في محافظات سنية أو شيعية.
- تلعب المصلحة الدينية والطائفية دورا هاما في التنشئة الاجتماعية والسياسية، بالإضافة إلى الوسائل الإعلامية الجديدة، مع تراجع بعض الوسائل الإعلامية التقليدية، مثل الصحف.

التعليق على الدراسة: تتميز هده الدراسة بتطرقها باستفاضة لوسائل الإعلام بشقيها التقليدية (الجماهيرية والجديدة) وعرقتها بتغطية القضايا السياسية المطروحة، في دولة البحرية والعالم العربي،

التعليق على الدراسة:

تتقاطع هذه الدراسة أيضا مع موضوع دراستنا الرئيس وهو تغطية الموضوعات والقضايا السياسية في وسائل الإعلام عموما ، غير أنها تتميز بكونها تناولت باستفاضة كل وسائل الإعلام الموجودة من وسائل جماهرية تقليدية، ووسائل الإعلام الجديدة ، كما أنها استهدفت طلبة المدارس فحسب، حيث تتراوح أعمار المبحوثين بين 15 و22 سنة فقط، وقد أفاد الباحث من هذه الدراسة فيما يتعلق الإفادة في صياغة أسئلة الاستمارة، رغم أنه يؤاخذ على هذه الدراسة أيضا كثرة الأسئلة وتكرار العديد منها، حيث تضمنت 68 سؤالا، سيما ما تعلق منها بعادات وأنماط ودوافع الاستخدام.

الدراسة الثانية: بعنوان الإعلام الجديد والمواطنون الجدد، مفاهيم وشروط المشاركة المدنية للشباب على الإنترنت[1].

انطلقت الدراسة من إشكالية انتشار ظاهرة العزوف السياسي لدى الشباب ، وظهور اللامبالاة السياسية، مع انتشار عنصر فقدان الثقة في الحكومات ورجال السياسة، على مدار عقود من الزمن بالمملكة المتحدة البريطانية، لذا ظهرت دراسات متنوعة تناولت ظاهرة العزوف عن المشاركة المدنية للشباب، غير أنه ومع تطور

[1] ROMAN GERODIMOS : "NEW MEDIA, NEW CITIZENS, THE TERMS AND CONDITIONS OF ONLINE YOUTH CIVIC ENGAGEMENT" ; A thesis for the degree of Doctor of Philosophy submitted in partial fulfilment of the requirements of Bournemouth University , 2010.

وسائط الإنترنت الجديدة، أدى إلى ظهور ما يعرف بديموقراطية المجالات الافتراضية، التي غيرت من المجال السياسي، مما دفع بالباحث إلى طرح الإشكال المتمثل في التساؤل الآتي:

ما الدور الذي تؤديه الإنترنت كوسيلة تواصل سياسي؟ وما مدى تأثيرها على المشاركة المدنية للشباب بالمملكة المتحدة البريطانية؟

حيث هدفت الدراسة إلى الكشف عن الاحتياجات المدنية للشباب، وكيفية ترجمة هذه الاستكشافات إلى استخدامات محددة للويب (web 2.0) ، حيث تم إجراء تحليل شامل لمحتوى 20 موقعا مدنيا.

وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي اعتمدت على أداة تحليل المحتوى لعديد المنشورات ونقاشات الشباب على بعض المنابر الافتراضية على المواقع الاجتماعية، كما اعتمدت الدراسة على منهج المسح لعينة من مستخدمي الإنترنت بالمملكة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

- تفيد فرضية الدراسة التي انطلقت من أن الشباب يعاني من عزوف سياسي، حيث تبين من خلال تحليل المحتوى أن أولئك الذين يستخدمون الإنترنت يعملون على إنشاء المحتوى السياسي، والمشاركة بقوة، والتفاعل والتعبير عن الإء فيما يتعلق بالقضايا السياسية المطروحة والمتداولة.
- أن الشباب مستعدون للتعامل مع الشؤون العامة، من حلال المواقع المدنية، في ظل توافر سلسلة من الشروط والأحكام التي تجعل من هذه المشاركة ذات مغزى بالنسبة لهم، منها وجود فوائد ونتائج واضحة من عملية المشاركة، وأهمية الموضوع أو القضية في حياتهم المدنية، وتتمثل الشروط والأحكام المطلوبة في توافر عنصر الراحة النفسية في المجال الافتراضي، وتحقيق المشاركة العاطفية مع بقية المستخدمين.

- ساهمت الإنترنت في إعادة الشعور بالوحدة المدنية بسبب اتساع النقاشات على الإنترنت ، حيث ظهر أن الشباب المشاركين في الدراسة مستعدون للمشاركة، طالما أدى الأمر إلى تحقيق الشروط والأحكام، التي من شأنها أن تجعل المشاركة ذات فائدة ومغزى بالنسبة لهم، مثل قيمة الديمقراطية، والواجب المدني، والمشاركة، كما أنهم يهتمون بمجموعة من القضايا العامة.

التعليق على الدراسة:

تعد أيضا هد الدراسة من الدراسات المهمة كونها عالجت إشكالية العزوف السياسي لدى فئة الشباب، كما تطرقت لموضوع المشاركة المدنية وعمليات التنشئة السياسية، وأشكال التفاعل والنقاش السياسي عبر فضاءات الإنترنت، وتختلف هذه الدراسة عم دراستنا في كونها اعتمدت أداة تحليل المحتوى لعديد المنشورات ونقاشات الشباب على بعض المنابر الافتراضية على شبكات التواصل الاجتماعي، عكس دراستنا التي استندنا على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

وعلى العموم يمكم القول بأن الدراسات السابقة افادت الباحث ف تطوير الإطار النظري للدراسة، وكذلك في تحديد التغيرات التي ينبغي إخضاعها للبحث، وقدمت أساسا علميا ونظريا لرصد أسباب المشكلة وتحديد طرق وآليات علاجها، وكذلك منحت الباحث مساحة واسعة من الأفكار لتطوير صحيفة الاستبيان، والتركيز على الأسئلة التي تكون إجابتها في صميم موضوع البحث، وكذلك استفاد الباحث من بعض الدراسات السابقة التي أشارت إلى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية، التي اعتد عليها الجمهور في متابعة الأحداث والموضوعات السياسية.

ثانيا: الإطار المنهجي للدراسة.

1- نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات.

أ- نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تقوم برصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين، بطريقة كمية أو نوعية، في فترة زمنية أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات في فهم الواقع وتطويره[1]، وتحاول الدراسات الوصفية وصف وشرح وتفسير شروط الحاضر على ما هو عليه، بغرض توصيف الظروف والممارسات والهياكل والاختلافات أو العلاقات الموجودة، والآراء التي يتم عقدها، والعمليات الجارية أو الاتجاهات[2]، إذ أن تحليل أي ظاهرة في واقعنا الاجتماعي لا تأتي من العدم، هناك معطيات ناتجة عن الوصف الدقيق والمعَبَر عنه كيفا وكما، باستخدام مختلف الأدوات لجمع البيانات، وهذا ما يوفر للباحث قاعدة لبنائه وتحليله العلمي الموضوعي[3]، فالبحوث الوصفية تهدف إلى اكتشاف العلاقات القائمة بين الظواهر، وجمع المعلومات اللازمة لتكوين نظرة شاملة حول الموضوع المعالج، فضلا عن أنها تعتمد على التحليل الدقيق للوصول إلى نتائج حقيقية، كما تعتبر المجال الأنسب للتعرف على رغبات الجماعات وأهدافها، وكذلك الميول والاتجاهات الإنسانية[4]، وتستهدف هذه الدراسة توصيف وتحليل ورصد الظواهر والمتغيرات والعوامل المرتبطة بعلاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

---

[1] ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص 52.

[2] Mariano.M.Ariola, **priciples&methods of research** , 1ed, Rex Book Store publishing,Manilla ,2007,p 46.

[3] فاطمة الزهراء، منهجية وتقنيات البحث الاجتماعي، سلسة المحاضرات العلمية، تصدر عن مركز جيل للبحث العلمي، البليدة، الجزائر، يونيو 2015، ص12.

[4] عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، د ط ، الجزائر، 1985، ص29.

كمتغير مستقل **Independent variable** ، مع تشكيل الآراء السياسية كمتغير تابع **Dependent variable** لدى الشباب الجزائري.

ب- منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح، الذي يعد أحد المناهج الرئيسة المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا، خاصة في البحوث الاستكشافية والوصفية[1]، والذي يستعمل لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا، عن طريق جمع معلومات مقننة، ثم تصنيفها وتحليلها[2]، ويعرف المنهج المسحي أيضا على أنه طريقة لاكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد من المتغيرات التي تؤثر سلبا أو إيجابا على الظاهرة، مما يتطلب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل لمجتمع البحث، أو مسح بالعينة[3]، والمسح في هذه الدراسة هو المسح بطريقة العينة ، وليس مسحا شاملا، إذ يكتفي الباحث بدراسة عدد محدود من مجتمع البحث، بما يتناسب مع الوقت المخصص لإنجاز الدراسة العلمية، وهو بهذا المنهج الأنسب لدراسة العلاقات الناشئة عبر الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وعلاقته بتشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، ومدى تأثير هذه الممارسة الاتصالية على الأفراد المستخدمين لهذه الشبكات سلبا أو إيجابا، إذ من شأن هذا المنهج أن يمكننا من الحصول على بيانات كمية مباشرة من العينة المبحوثة: بناؤها وتركيبتها الديمغرافية والاجتماعية

[1] شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2015، ص109.

[2] علي غربي، أبحديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 79.

[3] محمّد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، ط 4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1983، ص 117.

والثقافية، والتعرف على مختلف الأشكال التي تستخدمها في التعبير عن تفاعلها مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي ، واستخدامها في محاولة رصد علاقتها بتشكيل الآراء السياسية لدى لأفراد العينة.

ج- أدوات جمع البيانات:

إن نجاح أي بحث علمي متوقف على مدى فعالية الأدوات البحثية الموظفة في جمع البيانات، إذ قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها، والنظر لطبيعة دراستنا والمتعلقة بعلاقة شبكات التواصل الاجتماعي بتشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري يتم الحصول على البيانات في منهج المسح من خلال إجابة المبحوثين عن اسئلة يوجهها إليهم الباحثون من خلال مقابلات Interviews ، أو أسئلة يقرأونها من خلال الاستبيانات Questionnaires ، وقد يتصل القائمون بإجراء المقابلات بالمبحوثين وجها لوجه ، أو عبر التيليفون أو البريد[1]، فقد اعتمدنا لجمع البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة على تقنية استمارة الاستبيان الإلكترونية Online Questionnaire ، هي أحد الطرق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبيانات.

وتعرف الاستمارة على أنها تقنية للتقصي العلمي، تستعمل للأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة، والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية، والقيام بمفارقات رقمية[2].

وتعتبر استمارة الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، وخاصة علوم الإعلام والاتصال، كونها تسمح بالحصول على معلومات دقيقة حول موضوع البحث، وتستمد الاستمارة أهميتها

[1] شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع نفه، ص 116.

[2] Maurice Angers, initiation prataique a' la méthodologie des sciences hummaines, Alger, Casbah édition 1997, p 204.

الحيوية من كونها تجمع أهم محاور الدراسة في شكل مجموعة من الأسئلة توجه إلى أفراد العينة المدروسة، وعليه فهي أسلوب جمع للبيانات يستهدف استشارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، ويسمح بتقديم الحقائق والآراء والأفكار[1].

وتتميز الاستبيانات الإلكترونية والتي تكون غالبا منشورة على موقع ما بأنها طريقة سريعة جدا لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان و الحصول على إجابات منه في مدة قصيرة[2]، والذي من مزاياه :

- سهولة تطبيقه، حيث لا يستغرق تصميمه ، ووضعه على الإنترنت سوى وقت محدود، ويصبح متاحا لعدد كبير من المبحوثين في أي مكان من العالم.
- إمكانية التعديل في أسئلة الاستبيان الإلكتروني في أي وقت يريده الباحث.
- انخفاض تكلفة ملء الاستبيان وتحليل البيانات.
- يتيح للمبحوثين ملء الاستبيان وقتما شاءوا ، ويمكن أن يقوم بذلك على عدة جلسات، أي إنه إذا شعر بالتب يمكن أن يغلق الاستبيان، وتحفظ الإجابات، وعندما يعود إليه مرة أخرى يستأنف إجاباته من بقية الأسئلة.
- يتيح للباحث وضع أنواع مختلفة من الاسئلة، وتوظيف الصوت والصورة في الاستبيان.
- يتيح إمكانية الوصول إلى نوعيات مختلفة من المبحوثين، لا يمكن الوصل إليهم عبر التلفون أو البريد العاد، مثل الأفراد ذوي المستويات الاقتصادية والثقافية المرتفعة.

[1] مُحَّد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، بيروت، علام الكتب، 1993، ص 248.

[2] عبدالرحمن أحمد حريري، الاستبيانات الإلكترونية، تاريخ الزيارة 2018/11/25 على الساعة 22:45، على الرابط:
https://educad.me/34/

- يمكن إعادة تطبيق الاستبيان بسهولة، ويسهل إجراء دراسات تتبعية.

- يمكن التطبيق على عينة كبيرة خاصة إذا كان الموضوع جذابا للمبحوثين.

- أصبح مستخدمو الإنترنت ينتمون لشرائح مجتمعية مختلفة، نتيجة انخفاض تكلفته، ومع الوقت أصبحت عينات الإنترنت أكثر تمثيلا لفئات المجتمع[1].

- سهولة نشر الاستبيان حيث أنه عبارة عن رابط يمكن نشره بكل سهولة.

والاستبيان هو أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية، التي يطلب من المبحوث الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث[2]، ويعد من أهم الأدوات التي تستخدم في جمع المعلومات من الجمهور "هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر الأدوات شيوعا واستخداما في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد[3].

وتم تقسيم الاستمارة إلى سبعة محاور على النحو الآتي:

المحور الأول: ويتعلق بالأسئلة السوسيو ديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي).

[1] شيماء ذو الفقار زغيب، المرجع نفسه، ص 124- 125.

[2] مُحَمَّد عبد الحميد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط 5، 2015، ص353.

المحور الثاني: متعلق بعادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الثالث: أسئلة دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الرابع: تمثلات الشباب المبحوث لشبكات التواصل الاجتماعي.

المحور الخامس: الموضوعات السياسية التي تحظى باهتمام الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

المحور السادس : شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية.

المحور السابع: سلبيات ومعيقات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية.

- **إجراءات الصدق والثبات:**

تقتضي الدراسات العلمية والأكاديمية ضرورة الالتزام بالموضوعية، لذا كان من الضروري القيم بما يعرف في الأدبيات العلمية بإجراءات الصدق والثبات لضمان البعد عن الذاتية قدر الإمكان، وقد مرت هذه العملية بعدة مراحل :

– **إجراء دراسة استطلاعية أولية:** بغية تشكيل رؤية معرفية أولية حول الموضوع، ومحاولة حصره وضبطه بدقة، وكذا تحديد العينة التي ينبغي استهدافها بالدراسة، دون غيرها من الفئات الاجتماعية الأخرى، وقد تم القيام بهذه الدراسة الاستطلاعية الأولية خلال شهر ماي 2018، من خلال توزيع استبيانات اختباريه على العينة المدروسة، حيث تم توزيع خمسة عشر استمارة على المبحوثين من أجل التأكد من مدى فهمهم للأسئلة.

وفي مرحلة لاحقة من سيرورة البحث، تم القيام بما يعرف بالصدق الظاهري (Face Validity) ، حيث تم تقييم وتحكيم الاستبيان الأولي من طرف أساتذة مختصصين[1] في مجال علوم الإعلام والاتصال، وكذا المشرف على الأطروحة، من أجل الاستفادة من ملاحظاتهم، سواء ما تعلق بالمعنى والصياغة، أو ما تعلق بمدى بملائمة التساؤلات المطروحة مع المحاور التي تندرج تحتها، ومدى صلاحيتها لقياس ما أراد الباحث قياسه في التساؤلات المطروحة في الإشكالية، وكذا صياغة الأسئلة و ترتيبها المنطقي، ومدى ملاءمة العبارات أو البنود مع المحاور التي تشملها.

ومن أجل تحقيق إجراءات الصدق أيضا، تم أيضا توزيع الاستبيان مرة أخرى على عينة أخرى من الشباب شهر سبتمبر 2018، الأمر الذي جعلنا نقف على مدى وضوح الأسئلة وصلاحيتها للتطبيق، من خلال فهم المبحوثين للأسئلة وقدرتهم على الإجابة عنها، وكذا معرفة المتوسط الزمني للإجابة، الأمر الذي جعلنا نعدل من صياغة بعض الأسئلة والعبارات، وحذف البعض الآخر منها، بعدما وقفنا على بعض الاختلالات، التي ما كانت لتظهر لولا القيام بإجراءات الصدق المعمول بها.

وقد استخدم الباحث الاستبيان الإلكتروني -نظرا لما يتمتع به من مزايا – موظفا بذلك نظام الاستبيان الإلكتروني Google Forms من خلال خدمة Google Drive التي تقدم خدمة عمل ملفات نصية واستبانات، وتمكن الأشخاص الذين يمتلكون بريدا إلكترونيا في موقع Google من الدخول إلى خدمة Drive وإنشاء استبيان إلكتروني.

[1] تم تحكيم الاستمارة من قبل: الأستاذ الدكتور أحمد عبدلي جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ، الدكتور مُحَمَّد البشير بن طبة جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة ، الأستاذ الدكتور فضيل دليو جامعة صالح بوبنيدر – قسنطينة 3، الأستاذ الدكتور اليامين بودهان جامعة مُحَمَّد لمين دباغين – سطيف2، الدكتور ياسين قرناني جامعة مُحَمَّد لمين دباغين – سطيف2، الدكتورة سامية عواج جامعة مُحَمَّد لمين دباغين – سطيف2.

2- مجالات الدراسة:

يعد مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان، ويتفق خبراء مناهج البحث الاجتماعي على أن لكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسة، وهي : المجال الجغرافي (المكاني)، المجال الزمني، والمجال البشري:

أ- **المجال الزمني**: امتدت فترة إنجاز هذه الأطروحة حوالي ستة سنوات، ابتداء من تسجيل المشروع في 2013/ 2014 إلى غاية 2019، ويمكن تقسيم ذلك إلى مجموعة مراحل على النحو الآتي:

- **من 2013 إلى غاية 2016** تم خلالها التركيز على عملية البحث المكتبي، حيث انصب التركيز بشكل دقيق حول جمع ما أمكن من دراسات سابقة ومراجعتها، وكذا جمع ما أمكن من كتب ومقالات ذات الصلة بموضوع دراستنا، وتلك التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام، وكانت هذه الفترة سانحة جدا للقيام بمختلف القراءات الأولية ، التي ساهمت بشكل كبير في بلورة موضوع الدراسة وتأطيره بشكل دقيق، ومحاولة حصر جوانبه المتعددة
- تم إجراء الدراسة الميدانية وتوزيع الاستبيان بطريقة إلكترونية شهر سبتمبر 2018، حيث وبعد الانتهاء من صياغة استمارة الاستبيان في صيغتها النهائية، بعد عرضها على الأساتذة المحكمين وتعديل ما استوجب تعديله بناء على ملاحظاتهم، شرع الباحث في توزيع الاستبيان طيلة فترة شهر كامل تقريبا، بعدها شرع الباحث في عملية تفريغ البينات وتحويلها إلى بيانات كمية قابلة للعد والقياس، تلتها عملية صب البيانات الكمية في جداول إحصائية، واستتبع ذلك عملية تحليل هذه البيانات ومحاولة تفسيرها، وصولا إلى استخلاص النتائج التي اشتملت عليها.

ب- **المجال الجغرافي (المكاني):**

نظرا لاعتماد الباحث على استمارة الاستبيان الإلكتروني، لما تتمتع به من مزايا من توفير للجهد والوقت، أي أن توزيع استمارة الدراسة كان من خلال الفضاء الافتراضي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمها شبكة الفيس بوك، ومن ثمة تم التوجه إلى المبحوثين الذين يستخدمون مختلف الشبكات الاجتماعية من مختلف ربوع الوطن دون تحديد لأي إطار جغرافي أو مكاني .

ج- المجال البشري:

تمثل المجال البشري للدراسة في الشباب الجزائري، الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 سنة، ممن يستخدون شبكات التواصل الاجتماعي، ذلك أن هذه الفئة العمرية هي الأكثر استخداما وتفاعلا مع شبكات التواصل الاجتماعي، وأكثر توظيف لها.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تواجه الباحثين الكثير من الصعوبات في تحديد مجتمع البحث بدقة، وأهم المعايير التي نعتمد عليها في ضبط مجتمع البحث ومواصفاته، لكي نستبعد المواصفات التي لا تخدم البحث المراد إنجازه، ثم كيف نحدّد حجم مجتمع البحث بدقة بكل مفرداته أو عناصره، لأن من هذا المجتمع تؤخذ العينة وتستمد علميتها.

ومجتمع البحث هو مجموعة عناصر لها خاصية أو خصائص مشتركة تميّزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتّي يجري عليها البحث أو التقصّي[1]، **أو هو مجموعة العناصر أو الأفراد التي ينصب عليهم الاهتمام في**

[1]. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصبة ، ط 2، 2006: ص 298.

دراسة معينة وبمعنى آخر هو جميع العناصر التي تتعلق بها مشكلة البحث[1]، ويشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة، وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه. يواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نطاق العمل، أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدها[2].

ولمعرفة مجتمع البحث يجب أولا تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعرفا دقيقا يشمل طبيعة وحداته، هل هي متجانسة أم متباينة؟ هل هي موزعة في شكل فئات وطبقات أو غير ذلك[3]؟

ولما كان مجتمع البحث هو كافة وحدات أو مفردات الظاهرة المدروسة في منطقة معينة، فإن مجتمع دراستنا هم الشباب المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي المتنوعة، ممن تتراوح أعمارهم بين 15 و35 سنة.

- **عينة الدراسة:**

تعرف العينة على أنها: اختيار جزء صغير من وحدات المجتمع اختيارا عشوائيا أو منتظما أو قصديا، ليشكل هذا الجزء المادة الأساسية للدراسة[4]، حيث يراعى في هذا الاختيار بعض الاعتبارات والقواعد العلمية، التي تجعل منه ممثلا للمجتمع المدروس، وتعطي نتائج البحث صدقا وقابلية للتعميم.

[1] مهدي محمد القصاص، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss، عامر للطباعة والنشر ، المنصورة ، ط1. 2007، ص 7.
[2] محمد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998: ص112.
[3] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005، ص172.
[4] أحمد بن مرسي، المرجع نفسه، ص 172.

وبالرجوع إلى موضوع الدراسة والمرتبط شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء السياسية ونظرا لخصوصية مجتمع البحث ممثلا في فئة الشباب الجزائري عامة، الأمر الذي يصعب على الباحث الوصول إلى جميع مفردات البحث، لذلك فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المعاينة غير الاحتمالية، أما فيما يخص العينة فقد تم اختيار العينة القصدية، والتي تخضع – بناء على اسمها– لاختيار مقصود، حسب طبيعة الموضوع وأهدافه[1]" و تستخدم العينة القصدية في المجتمعات الواسعة، والتي لا يمكن حصر جميع مفرداتها في شكل قوائم، لاستحالة هذا الحصر، أو لضخامة تكاليف إنجازه من حيث الوقت والإمكانيات المادية[2]. بما أن مجتمع دارستنا يعتبر من المجتمعات الكبيرة، ومن النادر وجود إطار متكامل وشامل وحديث لكل المجتمع أو تكون تكلفة تكوين هذا الإطار عالية، زد على ذلك أن الاختيار المباشر لمفردات العينة قد ينتج عنه عينة مبعثرة في كل أنحاء الوطن، الأمر الذي يزيد من تكلفة عملية جمع البيانات.

والعينة القصدية أو العمدية هي التي يقوم الباحث فيها باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا بانتقاء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق، ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث وعناصره الهامة، التي تمثله تمثيلا صحيحا، وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة[3].

[1] علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، مطبعة قسنطينة، الجزائر، ط1، 2006، ص137.

[2] Maurice Angers, initiation prataique a' la méthodologie des sciences hummaines, op cit, p95.

[3] أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص 197.

- **حجم العينة:**

هناك عوامل عديدة تؤثر ي تحديد حجم العينة، منها درجة التجانس في المجتمع الأصلي، إذ يقل حجم العينة في حالة تجانسه، أما في حالة تباين المجتمع الأصلي للبحث فيستوجب الأمر أن تكون العينة كبيرة، قصد التقليل من خطأ الصدفة، وبما أن اختيار مفردات العينة القصدية لا يعتمد التمثيل وفق الحجم الاصلي، وإنما يتحدد وفقا للأهداف الاساسية المسطرة للبحث، مع الأخذ بعين الاعتبار الإمكانيات المادية والزمنية المتاحة للباحث، وبعد مراجعة ذوي الاختصاص والخبرة تم تحديد حجم العينة في 448 مفردة.

وفيما يخص الأسلوب المتبع لتوزيع استمارة الاستبيان الإلكتروني

4- طرق تحليل البيانات والمعاملات الإحصائية المعتمدة:

بعد الانتهاء من جمع البيانات واسترجاع الاستمارات تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss/statistical package for social science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات والنسب المئوية لكل جدول,
- المتوسط الحسابي : ويتم بحساب مجموع القيم وقسمتها على عددها,
- كا مربع لاختبار دلالة الفروق : وتم استخدامه لمعرفة الفرق المعنوي بين المتغيرات المختلفة، أي بين البيانات الفعلية المحصل عليها، والبيانات المفترضة.
- متوسط شدة الاتجاه.

الفصل الثاني:

المقـــترب النظـــري للدراســـة

أولا: نظرية التفاعلية الرمزية.

ثانيا: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ثالثا: مدخل الاستخدامات والإشباعات.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني: المقترب النظري للدراسة:

تساهم وسائل الإعلام وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير المتدرج على الفرد المستخدم، من حيث تكوين فكره السياسي والثقافي، وذلك من خلال إمداده بفيض من المعلومات والمعارف، وصولا إلى تشكيل آرائه ومعتقداته واتجاهاته، ومن ثم سلوكه داخل المجتمع، وترجع نتائج هذا السلوك العلني إلى إدراك الرموز لديه وتحديد معانيها، جراء عملية عقلية ينظر من خلالها الأفراد إلى الأشياء والأشخاص في المواقف الاتصالية المختلفة، وفي هذا السياق يتم الربط بين العمليات العقلية وعمليات الاتصال الإنساني، نتيجة لتعاظم دور وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي في عرض الأخبار والآراء ونشرها، وعليه فإن الجمهور المستخدم، خاصة فئة الشباب يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصور الذهنية لهذه الحقائق والآراء سواء كانت واقعية أو ذاتية.

كما أن هذا الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي في استقاء ونقل المعلومات ذات الطابع السياسي، بشكل مكثف ومتبادل، من شأنه أن يؤدي إلى ظهور آثار هذا الاعتماد المتبادل بين هذه الشبكات والجمهور المستخدم سلوكية و وجدانية ومعرفية، ولعل هذه الأخيرة (الآثار المعرفية) تأتي نتيجة نقص أو غموض معلوماتي حول مشكلة أو حدث معين لدى المستخدمين، لذلك تعمل شبكات التواصل الاجتماعي إضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية على كشف الغموض وإزالة اللبس، من خلال تركيزها على موضوعات بعينها، يفترض أنها تعكس اهتمامات الجمهور نتيجة القلق حيالها.

وباعتبار المتلقي الإيجابي الذي لديه هدف محدد في اختيار للوسيط الإعلامي، ولديه رغبات محددة يسعى لتحقيقها وإشباعها في خلال هذا الاستخدام، فإن المقاربة النظرية هي وسيلة لممارسة التفكير، ولا يمكننا دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، والاقتراب

منها، والتفكير فيها، والتمكن من فهم جوانبها وزواياها المختلفة إلا من خلال توظيف أكثر من مقترب نظري.

وهناك العديد من المقاربات والأطر النظرية التي تصلح لأن تكون إطارا مرجعيا تفسيريا لهذه الدراسة، وانطلاقا من إشكالية دراستنا فقد ارتأينا أن نتبنى المقاربات النظرية التي تعطينا تفسيرا وتحليلا دقيقا يربط بين شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، لذلك اعتمدنا في هذه الدراسة على ثلاثة مقتربات نظرية، تتمثل في:

1- نظرية التفاعلية الرمزية .

2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

3- نظرية الاستخدامات والإشباعات.

أولا: التفاعلية الرمزية:

تعتبر التفاعلية الرمزية (**Symbolique interaction**) واحدة من المحاور الأساسيةِ التي تعتمدُ عليها النظرية الاجتماعية، في تحليل الأنساق الاجتماعية، تبدأ بمستوى الوحدات الصغرى(Micro)، منطلقة منها لفهم الوحدات الكبرى(Macro)، بمعنى أنها تبدأُ بالأفراد وسلوكهم كمدخل لفهم النسق الاجتماعي، فأفعالُ الأفراد تصبح ثابتة لتشكل بنية من الأدوار؛ ويمكن النظر إلى هذه الأدوار من حيث توقعات البشر بعضهم تجاه بعض من حيث المعاني والرموز، وهنا يصبح التركيز إما على بُنى الأدوار والأنساق الاجتماعية، أو على سلوك الدور والفعل الاجتماعي[1].

[1] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016ص43.

1- أهمية الرموز و المعاني في التفاعلية الرمزية :

يرجع أصحاب هذه النظرية جذورها إلى أفكار العالم الاجتماعي **ماكس فيبر**، الذي أكد أن فهم العالم الاجتماعي يتم من خلال فهم أفعال الافراد الذين نتفاعل معهم، ثم تولى تطويرها جملة من العلماء[1] منهم جورج هربرت ميد، اهتمت النظرية في المقام الأول باللغة والفرد الفاعل المبدع، تطورت هذه النظرية بداية من جهود ميد جورج هربرت ميد George H. Mead (1863-1931) وصولا إلى إسهامات عديد الباحثين والكتاب ، الذين أثروا البحث في هذا المجال[2] على غرار كل من هربرت بلومر H. Blumer (1900-1986)، إرفنج جوفمان ErvingGoffman (1922-1982) ، كلود ليفي شتروس claude levi – strauss وغيرهم، وأصبحت ندا رئيسا للاتجاه الوظيفي في الولايات المتحدة ، وقدا انبثقت التفاعلية الرمزية –شأنها في ذلك شأن البنيوية – من الاهتمام باللغة، إلا أن ميد طورها في اتجاه مختلف[3].

ويتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أن الاتصال لم يكن ممكنا بين البشر دون الاتفاق على معان موحدة للرموز الموجودة في البيئة ، ويترتب على هذا الاتفاق التشابه في الاستجابات بين الناس، فيزداد التفاعل بينهم بازدياد خبراتهم الاتصالية المرتبطة بإدراك هذه الرموز ومعانيها، إذ يعد إدراك الرمز وتحديد المعنى العملية العقلية التي ينظر من خلالها الأفراد إلى الأشياء والأشخاص في المواقف الاتصالية

[1] مليكة جابر حمداوي، النظرية التفاعلية الرمزية، تاريخ الزيارة 13 مارس 2019، متاح على الرابط:
http://damascusuniversity.edu.sy/human/FCKBIH/file/

[2] بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر، مقاربة أنثربولوجية، ط1، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 57.

[3] مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، قراءة معاصرة في نظرية علم الاجتماع، ترجمة ، مصطفى خلف عبد الجواد، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، 2002 ، د ط،، ص 397.

المختلفة، وفي هذا الإطار يتم الربط بين العمليات العقلية وعمليات الاتصال الإنساني[1]، لذا تعتمد التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، حيث تتخذ الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبنيه الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف، وبالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة، كلما تشابهت الاستنتاجات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة، ويعمل ذلك أيضا على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الأشياء أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة، نتيجة لإدراك الفرد للمعاني المشتركة في إطار هذه الثقافة[2].

والرمز الدال هو المعنى المشترك، وهو يتطور في سياق عملية التفاعل التي تتلخص هي ذاتها في سعي البشر لتحقيق نتائج عملية للتعاون فيما بينهم، ويصف ميد (Mead) شيئا شبيها بالعلاقة الحميمية التي تنشأ بين شخصين، حيث يتطور في سياق تفاعلهما اليومي لغة خاصة بهما تقريبا، وهذا عنده هو ما يجري في الواقع بصورة عامة، فالتفاعل الاجتماعي يولد من المعاني، والمعاني تشكل عالمنا، وهذا يعني أننا نخلق عالمنا بما نخلع عليه من معان: فقطعة الخشب هي قطعة خشب، غير أنها في حياتنا اليومية تصبح منضدة، وكلمة منضدة تعني الدور الذي تلعبه قطعة الخشب تلك في عملية تفاعلنا، أي ذلك الشيء الذي نأكل عليه، أو تلك التي نعمل عليها، أو تلك التي نحمي بها أنفسنا ضد هجمات الشرطة ... وهكذا.

وكما أن تلك المعاني تتغير وتتطور فإن العالم يتغير معها ويتطور[3]، ويرى أنصار التفاعلية أن جميع صور التفاعل بين الأفراد تتضمن تبادلا للرموز، فعندما نتفاعل مع الآخرين فإننا نبحث دوما عن مفاتيح

[1] بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع – دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2007، ص30.

[2] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، 2004، ص 315.

[3] إيان كريب، النظرية الاجتماعية: من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، مراجعة محمد عصفور، د،ط، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 244، نيسان 1999، ص 132.

حول أنسب أنماط السلوك في السياق الذي يحدث فيه التفاعل، وعن مفاتيح حول كيفية تفسير ما يقصده الآخرون[1].

حيث يقول هربرت بلومر Herbert Blumer في هذا الصدد: "المستوى الرمزي هو السمة المميزة والخاصة بالتفاعل في المجتمع الإنساني، فالأفراد يترفون بشكل فردي، جماعي، أو من خلال وكلاء عن بعض التنظيمات، وهم يأخذون بعين الاعتبار أفعال بعضهم البعض، والتي بدورها تؤثر على تشكيل أفعالهم الخاصة، وهم يفعلون هذا من خلال عملية مزدوجة، للإشارة إلى الآخرين، كيف يوجهون أفعالهم، وكيف يفسرونها من خلال المؤشرات التي يقدمها الآخرون، وحياة الجماعات هي عملية واسعة يتم من خلالها تعريف الآخرين بما يجب عليهم أن يفعلوه؟ وكيف يفسرون تعريفاتهم؟ ومن خلال هذه العملية يمكن للناس أن يجعلوا أفعالهم ويشكلوا سلوكهم الفردي بما يتناسب مع ما يرونه[2] .

2- فرضيات نظرية التفاعلية الرمزية:

يعتبر هربرت بلومر Herbert Blumer أول من استخدم تسمية التفاعلات الرمزية، وقد صاغ فرضيات التفاعلية على النحو الآتي:

- إن البشر يتصرفون حيال الأشياء على أساس ما تعنيه تلك الأشياء لهم.
- هذه المعاني هي نتاج للتفاعل الاجتماعي في المجتمع الإنساني.

[1] مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، المرجع السابق ، ص 398.

[2] Johanna Sumiala, media and ritual: death, community and everyday life, 1st Edition, New York: Routledge, 2013, 20.

- وهذه المعاني تُحَوَّر وتُعَدَّل، ويتم تداولها عبر عملية تأويل يستخدمها كل فرد في تعامله مع الإشارات التي يواجهها[1]، أي عملية تفسيرية يستخدمها الفرد مع الأشياء التي تعطي له معنى.

هذه الفرضيات الثلاث تتطابق تقريبا مع الأقسام الثلاث لكتاب " ميد " : العقل والذات والمجتمع، ونقطة البدء عند " ميد " هي المناقشة للخصائص التي تفرّق الإنسان عن الحيوان، وقد استقر رايه شأنه شأن الكثير من المفكرين على أن الفرق بين الكائنين إنما هو استخدام اللغة أو الرمز الدال، والتفاعل الاجتماعي يولد المعاني، والمعاني تشكل عالمنا، وهذا يعني أننا نخلق عالمنا بما نخلق عليه من معان، ووجود اللغة هو الذي يمكننا من الابتعاد والتفكير ثم الاختيار، وهذه النقطة توصلنا إلى عملية التأويل التي أشير إليها في فرضية " بلومر" الثالثة[2].

فالأفراد إذن يرسمون صورا للواقع من خلال نظام خاص من الرموز يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة خلال حياته، تعمل التفاعلية الرمزية على تفسير اكتساب الأفراد للمعاني التي تسهم في رسم الصور والتوقعات عن الآخرين، من خلال نظام المعاني التي يميز الثقافات عن بعضها، ويؤثر في بناءات الصور في عقول الأفراد داخل هذه الثقافات.

ويحصر ملفين ديفلر وساندرا روكيتش فروض النظرية وفقا لهذا على النحو الآتي:

- يعتبر المجتمع نظاما للمعاني، وتعتبر مشاركة الأفراد في معاني الرموز اللغوية نوعا من النشاط الإنساني، يسهم في بناء توقعات ثابتة ومفهومة للجميع، تعتبر مرشدا للسلوك في إطار النماذج المتوقعة.
- من خلال التفاعل الرمزي بين الناس فرديا أو جماعيا يتم البناء العضوي والاجتماعي للحقائق والإنفاق عليه، وقبوله في المجتمع.

[1] إيان كريب، المرجع السابق، ص ص 119، 120.

[2] المرجع نفسه، ص 132.

- اعتماد الأفراد على أنفسهم وعلى الآخرين، والروابط التي تربط بينهم، تعتبر كلها بناءات شخصية للمعاني الناتجة عن التفاعل الرمزي، ومن ثم تصبح المعتقدات الذاتية للناس عن أنفسهم، وعن الآخرين هي أهم حقائق الحياة الاجتماعية.

وكما يتم التركيز في منظور التفاعل الرمزي على الاتصال الإنساني وعلاقته ببناء المعاني في أذهان الناس، وتأثير هذا البناء على الاتصال مرة أخرى، تم التركيز أيضا على جانب آخر هو وسائل الإعلام التي أصبحت الوسيلة الأساسية في تقديم المعاني والتفسيرات إلى الناس، خصوصا أن الناس تبني أفكارها عن الحقيقة، بينما لم تشاهدها فغلا، ولكنها اعتمدت على وسائل الإعلام في رسم معالم هن الحقائق، وبالتالي فالناس تبني المعاني أو الصور عن الحقائق الاجتماعية أو المادية التي لم تحسها من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وبالتالي فإن سلوكهم الذاتي واتجاهاتهم حددتها هذه المعاني والتصورات، التي ساهمت وسائل الإعلام في تقويتها ورسمها، حيث تعتبر المصدر الأول بالنسبة للعديد من قطاعات الجمهور للمعرفة والمعلومات الخاصة بالحقائق والأشياء والأشخاص التي تضمنتها البيئة المحيطة بهذه القطاعات[1].

لقد اهتمت التفاعلية الرمزية بالديناميات النفسية الاجتماعية لتفاعل الأفراد في جماعات صغيرة، وركزت على المفاهيم والمعاني التي وجدت وتمت المحافظة عليها من خلال التفاعل الرمزي بين الأفراد، كما ترى النظرية أن هويتنا أو إحساسنا بالذات يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي، ويتشكل أيضا مفهوم الذات من خلال كيفية تفاعل الآخرين وعنونتهم لنا، وهو يعد من الإطارات النظرية المناسبة لدراسة الوجود الاجتماعي في المجتمع الافتراضي، فالأفراد يتفاعلون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي من خلال استخدام النص والصوت والفيديو أو الشخصيات الرقمية، وهذه الوسائل تمثل معاني ورموز لهم،

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص ص 318 – 320.

فالمستخدمون يتصرفون في المجتمع الافتراضي من خلال ما تعنيه الأشياء لهم، ويتشكل لديهم ذوات الكترونية من خلال التفاعل مع الآخرين[1].

ومن المعلوم والواضح أن وسائل الإعلام تمارس دورا مهما في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون، وتضفي على المتلقين للرسائل الإعلامية صيغة ذاتية، ويبني الأفراد معان مشتركة للواقع المادي والاجتماعي من خلال ما يسمعونه، وما يقرؤونه، أو ما يشاهدونه[2].

ويعتقد " ترنر Turner" وهو من ضمن رواد التفاعلية الرمزية أن علاقتنا بالأشياء المحيطة بنا تعتمد على تقييمنا لها، عن طريق تحويلها إلى رموز، وهذه الرموز قد تكون إيجابية أو سلبية بالنسبة لنا، اعتمادا على خبراتنا وتجربتنا معها، فإن كانت إيجابية فإننا نكوّن تفاعلا قويا وحيا، بحيث ننجذب إليها وتنجذب لنا[3]، وإن كانت الرموز سلبية فإننا ننفر منها، وبالتالي تكون صلتنا التفاعلية معها ضعيفة وهامشية.

3- إيجابيات نظرية التفاعلية الرمزية:

انطوت نظرية التفاعلية على العديد من الجوانب الإيجابية ، نذكر منها[4]:

[1] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، المرجع السابق، ص45.

[2] ميلفين دوفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائب الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط 5، القاهرة، 2004، ص 352.

[3] حميد جاعد محسن الدليمي، علم الاجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2000، ص 33.

[4] التفاعلية الرمزية، تاريخ الزيارة 13 مارس 2019، متاح على الرابط:
https://alameed70.wordpress.com/2015/06/02/

- تأكيدها على التفاعل الرمزي و اهتمامها بدراسة الوحدات الصغرى التي لم يؤكد عليها أصحاب النظريات الكبرى من بنائية أو صراعية.
- من المحتمل أن تكون مفاهيم نظرية التفاعلية الرمزية أكثر شمولا من الأنماط المحددة للتفاعل، والتي تهتم بها تطورات أخرى، وأنه من الممكن إدراج مفاهيم، مثل: التبادل والاتصال والإعلام ضمن مفهومات التفاعل الرمزي.
- يمكن أن تستخدم مفهومات التفاعل الرمزي لتشمل مدى واسع من العلاقات الإنسانية، مثل: الصراع، التعاون، الخضوع، ومن حيث المبدأ على الأقل فإن التفاعلية الرمزية تجعل صياغة نظريات متباينة تدرس كل نمط من العلاقات الإنسانية أمرا لا ضرورة منه .

4- الانتقادات الموجهة لنظرية التفاعلية الرمزية:

أما عن أهم السلبيات والانتقادات الموجهة لنظرية التفاعلية الرمزية:

- أكدت التفاعلية الرمزية على أن المجتمع تفاعل رمزي دون أن تشير إلى أنماط الظروف، مهما كان نوع التفاعل الذي يؤدي إلى ظهور وانبثاق أي نمط من أنماط بناء اجتماعي، واستمراره وتغييره في سياق أي ظرف من الظروف.
- الغموض الذي اتسمت به أطروحات التفاعلية الرمزية وكيفية تشكيل التنظيم الاجتماعي وتغييره ، فهناك غموض بين عملية التفاعل ونتائجها.
- عدم صياغة براهين وحجج كافية، وذلك حول كيف وإلى أين وما عمليات التفاعل التي تعمل على تكوين واستمرار وتغيير أنماط التنظيم الاجتماعي المتنوعة والمتباينة .

- تقليل التفاعلية الرمزية من شأن الأبنية الاجتماعية بحيث تجعلها موضوعات ناتجة عن اتجاهات الفاعلين أو الأشياء تتشكل كنتيجة للتفاعل.
- عدم ربط التفاعلية الرمزية بين الأبنية الاجتماعية و العمليات الاجتماعية واقتصارها على تأكيد وجود كل منها .
- من الملاحظ أن التفاعلية الرمزية قد جعلت من الشخصية أو الذات محور دراستها، وجذبت انتباه الباحثين إلى دراسة التفاصيل الصغيرة في الحياة الاجتماعية، و بذلك تكون قد استبعدت النظام الاجتماعي و السياسي و الاقتصادي من مجال الدراسة، وصرفت انتباه الباحثين عن دراسة القضايا الأساسية للمجتمع.
- بالإضافة إلى أن التفاعلية الرمزية قد جعلت التفسير الاجتماعي ينحصر في نطاق التغير النفسي للأفراد ، وليس التغير في الوحدات أو الأنساق الاجتماعية الكبرى .
- يرى النقاد بأن التفاعلية الرمزية كنظرية سوسيولوجية تخلت عن العديد من الأساليب العلمية التقليدية في فهم البناءات الاجتماعية، فلو كانت الظواهر الاجتماعية ناتجة عن تفاعل أفراد المجتمع وأعضائه فكيف يمكن لنا دراسة ما يعرف بالذات أو الوعي دراسة علمية مع العلم أنه لا يمكن تحديدها تحديدا كميا، كما أن المنهاج الذي اقترحه بلومر لا يستطيع أن يفسر البناءات الاجتماعية الكبرى.

وعموما يظل الانتقاد الرئيس للنظرية التفاعلية الرمزية يتمثل في كونها عالجت المفاهيم المتعلقة بالفرد كوحدة، كالذات، الأنا، العقل والدور وغيرها، ولم تعالج المفاهيم الخارجة عن إطار شخصيته كالنظام الاجتماعي والنسق الاجتماعي والحضارة[1].

[1] مليكة جابر حمداوي، النظرية التفاعلية الرمزية، الرابط السابق.

وبالتالي التفاعلية الرمزية إطارا تقدم لنا نظريا عاما، يمكننا من إسقاط هذه النظرية على الدراسة الحالية، كونها تفسر طبيعة التفاعل الاجتماعي للفرد مع غيره عن طريق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وتداول المعلومات الخاصة بقضايا الشأن السياسي عموما، والجزائري خصوصا، والدور الذي يؤديه من خلال اندماجه في المجتمع الافتراضي، وانعكاسات استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي في تشكيل الآراء السياسية، لأنها أصبحت تملي عليه رموزا وقيما جديدة داخل المجتمع الافتراضي باستخدامه لهذه المواقع، ومن هنا تساعدنا الركائز الأساسية لهذه النظرية على معرفة المعاني والرموز التي تنتجها شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للفرد ثم للمجتمع، وكيف يصبح الفرد ذاتا أو فاعلا، أي هو الذي يصدر الرموز والقيم التي تنتجها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي.

ثانيا : نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: Mass Media Dependency Theory:

ويتضح مفهوم هذه النظرية من خلال اسمها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة تبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام، والمعلومة هنا كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين الأفراد، مما يتيح للإعلام مجالا لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتمادا على الإعلام[1]، وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف، إذ يعد الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدريج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل

[1] عبدالحميد صلاح محمد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، 2011، ص ص 49- 50.

المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً واكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه..

حيث قدم كل من "ديفلير وروكيتش Defleur & Ball Rokeach "نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام (Dependency Model of Mass Communication or Media Dependency) لأول مرة عام[1] 1976، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات والتي طالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل كنظام معلوماتي يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم.

ويعد هذا النموذج من أبرز التحولات في مجال بحوث التأثير، حيث وضع ملامح محددة لبناء نظريات الإعلام التي تقدم نظرة شاملة لدور وسائل الإعلام في إطار ما يسمى بالنظريات المتكاملة Integrated Theories ، وذلك للأسباب التالية [2]:

- تتضمن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بعض العناصر من علم الاجتماع، وبعض المفاهيم من علم النفس.
- تفسر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدى لتكامل هذه الأنظمة مع بعضها البعض.

[1] سلوى محمد العوادلي، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث 11 سبتمبر: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة " ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير . مارس 2002، ص ص 139، 711)، ص 143.

[2] أماني السيد فهمي، "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون "، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر . ديسمبر، 1999، ص ص 207 .245)، ص ص 228- 229.

- تجمع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بين العناصر الرئيسية لنموذج الاستخدامات والإشباعات من جانب، ونظريات التأثير التقليدية من جانب آخر، على الرغم من أن محور اهتمامها لا ينصب على معرفة تأثيرات وسائل الإعلام في حد ذاتها بقدر ما يهدف لتفسير لماذا تتراوح تأثيرات هذه الوسائل بين القوة والمباشرة أحيانا، والضعف وغير المباشرة أحيانا أخرى.

ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في مجملها نظرية بيئية، تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة المختلفة بالمجتمع الواحد، انطلاقًا من قاعدة أن المجتمع عبارة عن تركيب عضوي متعدد الأنظمة ما بين ''أنظمة صغيرة وأخرى كبيرة''، تترابط وتتفاعل سويا في علاقات متبادلة، ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية[1].

وهكذا يشكل منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل بدور علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام داخل المجتمع[2].

1- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يقوم نموذج أو نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما الأهداف والمصادر[3]، حيث أنه لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم الاعتماد

---

[1] Loges . W. E. ''Canaries in The Coal Mire ،Perception of Threat and Media system Dependency Relations'' ،in Communication Research ،(Vol. 21 ، 75.1 ، 1994) p.6.

[2] نائلة إبراهيم عمارة ''دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر ديسمبر 2005، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة الجزء الأول 2-4 مايو 2006)، ص ص 257 - 261.

[3] ليلى حسين محمد السيد، ''دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ''،بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من 25 . 27 مايو 1998، ص ص 173 . 208)، ص .177

على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح، ويرى كل من "ديفلير وروكيتش" أن الأهداف التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها هي[1]:

- **الفهم**، ويقصد به معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات وذلك بالاحتكاك المباشر بالنظام الاجتماعي وكذلك الفهم الاجتماعي للبيئة المحيطة ومحاولة تفسيرها.
- **التوجيه والإرشاد**، وتعنى التفاعل بين الأفراد في المجتمع بما يضمنه من توجيه ذاتي باتجاه القرارات المناسبة مثلا أو المشاركة السياسية، وكذلك التوجيه الجماعي التفاعلي كما في كيفية التعامل مع المواقف الجديدة أو الطارئة.
- **التسلية والهروب** Fantasy & Escape ، ويعنى هنا بالتسلية المعنى السلبي أو ما يطلق عليه التسلية المنعزلة مثل التماس الراحة والاسترخاء، بينما يقصد بالهروب التسلية الاجتماعية وذلك بالتعامل المكثف مع وسائل الإعلام بالذهاب للسينما برفقة الأصدقاء أو مشاهدة التليفزيون برفقة الأسرة.
- توفير المعلومات: فوسائل الإعلام عبارة عن نظام معلومات يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: تجميع المعلومات عن طريق المندوبين والمراسلين المكلفين بذلك. وتنسيق المعلومات؛ أي تنقيح ما تم تجميعه من معلومات لكي تخرج بالصورة المناسبة، ونشر المعلومات عن طريق توزيع ما سبق تجميعه وتنسيقه من معلومات إلى عدد غير محدود من الجمهور[2].

[1] Baran ،Stanley J. &Daves ،Dennis. K." Mass Communication Theory: foundations ، ferment ،& future " ،(Canada: Thomson width worth ،2003) p 227.

[2] Halpern ،p. "Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political system " ،Journal of communication ،(Vol. 4 ، No. 4 ، 1994) ،PP 40 – 41.

2- افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال تحقق قدرا كبيرا من التأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية، من خلال نقل المعلومات الرئيسة والمفيدة، وأن زيادة هذه التأثيرات تكون عالية في حالة عدم الاستقرار في المجتمع، الذي يؤدي إلى الصراع والتغيير، وأن تغيير حالة الجمهور المعرفية والوجدانية قد ترتد لتغير بدورها كلا من وسائل الاتصال والجمهور[1]، أي أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة عدم استقرار بنائي في المجتمع، بسبب الصراع والتغيير، كما أن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا فريدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع[2].

وعليه تتلخص افتراضات النظرية في النقاط الآتية:

- تختلف المجتمعات وفقا لدرجة استقرارها، وكلما زادت حالات الاضطراب وعد الاستقرار في مجتمع ما كلما زاد اعتماد وسائل أفراد المجتمع على وسائل الإعلام[3]، فكلما زادت التغييرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام.

---

[1] عبدالرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، فلسطين، 2005، ص 28.

[2] عبير أرشيد الخالدي، اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012-2013، ص 14.

[3] (Melvin ،l. Defleur ،sandarac ،J. Ball Rokeach ،" Theories of Mass communication " ،(U. S. A: N. y ،long man ،5 Th Ed ،1989) p ،240.

- كلما كان النظام الإعلامي القائم في مجتمع ما قادرا على تحقيق أهداف الجمهور في هذا المجتمع وإشباع حاجاته كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور[1].
- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعا للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع، ومن وسائل الإعلام ، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.
- أن درجة اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام تزداد في أوقات الصراعات والاضطرابات، وعدم الاستقرار السياسي والاجتماعي، وأبرز مثال على ذلك الظروف السياسية المضطربة التي تمر بها الجزائر والمنطقة العربية عموما .
- كلما قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف ذات أهمية للمجتمع، زاد اعتماد هذا المجتمع على وسائل الإعلام، بمعنى أن قيام وسائل الإعلام ومنها شبكات التواصل الاجتماعي بأداء وظائفها التي تمكنها من إشباع حاجات الجمهور يزيد من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- تختلف درجة الاعتماد على وسائل الإعلام بين الجمهور وفقا لظروفهم وخصائصهم وأهدافهم، فالصفوة قمة الهرم قد تكون لهم وسائل إعلام خاصة بهم غير الوسائل التقليدية، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات، والتي ليست متاحة لكل الناس[2].

[1] منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2012، ص 207.

[2] الطيب البار، البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات العربية وتشكيل الفضاء العمومي الجزائري – دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2016-2017، ص 81.

3- تأثيرات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يرى أصحاب هذه النظرية أن وسائل الإعلام تؤثر على الفرد والمجتمع من خلال ثلاثة أنواع من التأثيرات، هي: التأثيرات المعرفية، والتأثيرات العاطفية، والتأثيرات السلوكية.

1- **التأثيرات المعرفية**: Cognitive effects

وتشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقا لهذه النظرية على وسائل الإعلام فيما يلي:

أ- إزالة الغموض، حيث يصادف الشخص مشكلة الغموض في حال نقص المعلومات المتاحة لدى الجمهور، مما يجعل الفرد غير قادر على تفسير الأحداث، فيلجأ إلى وسائل الإعلام المختلفة التي يمكن أن تكون هي المصدر الوحيد لهذه المعلومات لإزالة هذا الغموض، ولاسيما في أوقات الأزمات أو الكوارث والحروب والثورات، بحيث يرى اصحاب هذه النظرية أن هذا التأثير قد يكون سريعا جدا، وقد يستغرق سنوات[1].

ب- **تكوين الاتجاهات**: Attitude Formation ، حيث تقوم وسائل الإعلام بدورها في عملية تشكيل اتجاهات الأفراد تجاه الموضوعات والقضايا المختلفة، وذلك من خلال دفعها بالعديد من الآراء والأفكار والشخصيات التي تثير اهتمام المتلقي، وخاصة في الأوقات الاستثنائية وزمن الحروب والاضطرابات.

[1] منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي – النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2006، ص 128.

ج – **ترتيب الأولويات**: (وضع الأجندة) Agenda Setting، وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في ترتيب اهتمامات جمهور المتلقين من بين ما تثيره من موضوعات وأفكار ورؤى مختلفة بحسب ترتيب الوسائل ذاتها لهذه الموضوعات[1].

د– **اتساع المعتقدات** : (Enlargement Ideas) ، وذلك بالتأثير على نظم معتقدات الأفراد بزيادتها، إما من خلال زيادة الفئات التي تنضم لهذه المعتقدات، وتقوم بتنظيمها في إطار محدد، أو من خلال زيادة المعتقدات في كل فئة[2]، والتي تتيحها لهم وسائل الإعلام، من خلال معرفة الكثير عن أناس وأماكن وأشياء أخرى.

هـ– **القيم**: (Values)، وهي معتقدات يعتنقها الناس عن غايات أساسية في حياتهم، مثل المساواة والحرية، أو عن أنماط مفضلة عن السلوك، مثل التسامح والأمانة، وتغيير وسائل الإعلامفي هذه المعتقدات في حالة نادرة[3].

وهناك تأثيرات معرفية أخرى توضح الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات، حيث تقوم وسائل الإعلام بدفع غير محدود للآراء والموضوعات والشخصيات التي تثير المتلقين للاهتمام بها في أحوال الأزمات أو الاضطرابات أو الحروب[4].

---

[1] نها عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تقارير 21 نوفمبر 2018، ص14 ، تاريخ الزيارة: 14 جويلية 2019، على الرابط: https://eipss-eg.org/wp-/content/uploads/2018/11

[2] نها عبد المقصود، المرجع السابق، ص 4.

[3] منال أو الحسن، المرجع السابق، ص129.

[4] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص 303.

2- **التأثيرات الوجدانية والعاطفية**: Effective Effects

وهي التأثيرات المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس من الحب والكراهية وغيرها، حيث تلعب وسائل الإعلام دورا كبيرا في التأثير الوجداني والعاطفي ، حيث يظهر هذا التأثير عندما تقدم معلومات معينة من خلال الرسائل الإعلامية، فتؤثر على مشاعر الأفراد واستجاباتهم بالتالي في الاتجاه الذي تستهدفه هذه الرسائل، ومن أمثلة هذه التأثيرات:

أ- الفتور العاطفي: **Desensitization** ، ويشير هذا النوع من التأثير إلى احتمالية حدوث نوع من الفتور العاطفي، نتيجة التعرض المفرط لموضوعات ومشاهد العنف في المحتوى الإعلامي، مما قد ينتج عنه نوع من الفتور وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين نتيجة كثافة التعرض لمشاهد العنف[1].

ب- الخوف والقلق: Fear and Anxiety ، إذ أن تعرض الأفراد لما تقدمه وسائل الإعلام من مواج تثير الخوف والرعب ومشاعر القلق تنعكس على المتلقين، نتيجة الخوف من الوقوع كضحايا لأعمال مماثلة لما يشاهدونه من أحداث.

ج- الدعم المعنوي والاغتراب: **Morale and Alienation** ، ويحدث هذا التأثير نتيجة الرسائل الإعلامية والمعلومات ذات التأثير المباشر على معنويات الأفراد، ومستوى الأخلاق لديهم، فالمجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام بأدوار اتصالية لرفع الحالة المعنوية لدى الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، ولا سيما إذا ما كانت هذه الوسائل تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها المتلقي، ويزداد اغتراب الفرد حينما لا يجد معلومات معبرة عن نفسه وثقافته وانتماءاته العرقية والدينية والسياسية من خلال وسائل الإعلام[2].

[1] المرجع نفسه، ص 303.

[2] نها عبد المعطي، المرجع السابق، الرابط السابق، ص5.

حيث يرى " دوركايم Emile Durkheim" أن الأفراد الذين يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر رئيس للمعلومات عن جماعاتهم يتعرضون لتغييرات كبيرة في معنوياتهم عندما يكون هناك تغييرات ملحوظة في كم ونوعية المعلومات التي تقدمها لهم وسائل الإعلام عن جماعاتهم وفئاتهم، ويزداد الإحساس بالاغتراب للشباب كثيفي المشاهدة للمضمون الأجنبي، ويزداد الإحساس بالقلق والحزن لدى الأطفال كثيفي المشاهدة لأفلام العنف[1].

3- التأثيرات السلوكية: Behavioral effects

تنقسم التأثيرات السلوكية بحسب نموذج الاعتماد في سلوكين أساسيين، هما: التنشيط والخمول.

أ- التنشيط: Activation، ويعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية، وقد يكون التنشيط عملا مفيدا اجتماعيا كما في الإقلاع عن التدخين، المشاركة السياسية، وقد يكون ضارا اجتماعيا، مثل محاكاة السلوكيات السيئة، والتورط في أعمال ضد المجتمع ومحاكاة العنف والجريمة[2].

ب- الخمول: Deactivation، ويعني الخمول عدم القيام بالفعل، مثل العزوف عن المشاركة السياسية، وعدم الإدلاء بالتصويت الانتخابي، وعدم المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع، وقد يحدث هذا التأثير نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها، تدفع الفرد إلى الخمول وعدم المشاركة نتيجة الملل، وعليه فإن التأثيرات المعرفية أو العاطفية قد لا يكون لها تأثير على المجتمع إذا لم تقدم سلوكا معينا[3]، وتنشيط السلوك وعدم تنشيطه من التأثيرات السلوكية المهمة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهو يشير إلى الطرق التي

[1] منال أبو الحسن، المرجع السابق، ص 130.

[2] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 1998 ، ص 329.

[3] منال أبو الحسن، المرجع السابق، ص ص 130، 131.

من خلالها يستثير التعرض لوسائل الإعلام الفعل أو السلوك، ومثال ذلك الذي لا يهدف إلى تقديم المعرفة فقط، بقدر ما يهدف إلى دفع المتلقي للقيام بسلوك معين[1].

4- مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

وتتميز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كمدخل نظري بمجموعة من المميزات أهمها:

- تقدم نظرية الاعتماد نموذجا مفتوحا يشمل العديد من التأثيرات المحتملة مع تجنب النماذج الداعمة لعدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، مما دعا البعض إلى تسميتها بالنموذج العارض في بعض الأحيان[2] Contingency Model.
- يهتم النموذج بالحالات البنائية والظروف التاريخية أكثر من المتغيرات الفردية ولذلك تعد نظرية الاعتماد من أفضل النماذج الاتصالية والأكثر ملائمة للتعامل مع النظام الاجتماعي والأسئلة النفسية[3].
- يؤكد نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على حقيقة هامة مفادها: أن التأثير الواقع على الجمهور المتلقي من قبل وسائل الإعلام من شأنه أن يؤثر على النظام الاجتماعي بأكمله وكذلك على النظام الإعلامي ذاته في مرحلة تالية[4] .

5- الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

---

[1] الطيب البار، المرجع السابق، ص85.

[2] أماني السيد فهمي، المرجع السابق، ص ص 230 . 231

[3] لمياء سمير سيد ، تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور المصري: دراسة مسيحية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، جامعة القاهرة 2007 ، ص 25.

[4] أماني السيد فهمي، المرجع السابق ، ص 231.

- حيث يكمن ضعف هذه النظرية في مبالغتها في تقييم اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيري، وإغفالها لدور وسائل الاتصال الشخصي رغم أهميته في التأثير على معارف واتجاهات الأفراد[1] .
- تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام ، واستقلالها عن النظام الاجتماعي ، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة ، حيث أنها مصدر غير سياسي ، تستطيع أن تجده عند الضرورة ، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع..
- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد ، حيث أن الأفراد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم أيضا.
- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوي النظام الاجتماعي ككل، غير أن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوي الفردي فقط، بمعني أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، وترى روكيتش أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.
- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم انه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التليفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية، أو في موضوع ما [2].

[1] عبير حمدي، " دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات "، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001 ، ص 53.

[2] أحلام باي، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2017، على الرابط:
http://constantine3.blogspot.com/2013/12/mass-media-dependency-theory.html

ورغم منطقية هذه الانتقادات إلا أن الردود عليها بدت أكثر منطقية، فالنظرية تقدم تفسيرا لذلك، حيث أن هناك زيادة في الاعتماد على وسائل الإعلام إبان الأزمات والكوارث وظروف القلق وعدم الاستقرار، وقد أثبتت البحوث والدراسات ذات الصلة تحقق هذه الفرضية، كما يحسب لأصحاب النظرية الوعي بأهمية التفرقة بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات.

ومن خلال دراستنا حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري يمكننا أن نشير الى أن شبكات التواصل الاجتماعي أضحت ضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيات الاعلام و الاتصال على واقعنا الاعلامي اليوم ، وباتت حدا فارقا في السيرورة السريعة للمعلومة، التي تسعى الدراسات النظرية اليوم الى إثباتها و دراستها وفق المنحى الاجتماعي العام .

فالجمهور ممثلا في فئة الشباب يعتمد على وسائل الاعلام باعتبارها نظاما فرعيا من أجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر استقاء الاخبار السياسية، والتي تعتبر فيه وسائل الاعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي) مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات الاضطراب والتحولات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي.

ومن خلال عرضنا لهذه النظرية يمكن القول أن الأوضاع السياسية الراهنة في الجزائر، وتشابك الأحداث السياسية، وتوالي الأزمات السياسية، في ظل الحرية الممنوحة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية جعلت الشباب الجزائري يعتمد على وسائل الإعلام، وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي لاستقاء الأخبار والأحداث السياسية، فكلما زادت الأزمات وساد جو من عدم

الاستقرار السياسي ازدادت حاجة الفرد إلى المعلومات، وبالتالي يزداد اعتماده عليها إشباعا لحاجاته وأهدافه التي ينشدها، حيث يكون الفرد علاقة الاعتماد على الوسيلة التي يشعر أنها توفر له المعلومات التي يريدها.

ثالثا: مدخل الاستخدامات والإشباعات:

تعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات في وسائل الإعلام من أهم النظريات، كونها جاءت في مرحلة تاريخية هامة من تطور وسائل الإعلام تاريخيا، وباعتبارها مقاربة نظرية، فقدمت توصيفا هامة علاقة الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، وتجاوز هذا التصور النظري بأطروحاته المعروفة، نظرية التأثير السحري لدى المتلقي إزاء الوسيلة الإعلامية، والنظرة الانبهارية للجمهور إزاء وسائل الإعلام[1] ، إذ جاءت نشأتها بعد دراسات وبحوث، في مطلع القرن العشرين، وكان مؤداها معرفة رغبات الجمهور، وأسباب التعرض لوسائل الإعلام، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للجمهور، فكانت بداية نشأة النظرية عبر الباحث الياهو كاتز، في العام 1959، ووجود بعد بحثه أن هناك أسباب منطقية تدفع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام، وأن الخلفيات الثقافية للأشخاص تتحكم في الاقبال على وسائل الإعلام. ترى النظرية أن هناك جمهور إيجابي، يستخدم الرسالة الإعلامية، ليشبع حاجة معينة، وبذلك أصبح على وسائل الإعلام أن تحرص على معرفة توجهات الجمهور، وما يشبع رغباته [2].

[1] مُحَّد مرواني، أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة عبدالحميد بن باديس ، مستغانم، 2018 – 2019، رسالة غير منشورة، ص 44.

[2] منال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2012، ص ص 173-174.

1- أسس ومرتكزات مدخل الاستخدامات والإشباعات:

تهتم نظرية الاستخدامات والإشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، فخلال عقد الثلاثينات، والأربعينيات من القرن العشرين، أدى إدراك عواقب الفروق الفردية، والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لوسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام[1] .

ويعد مدخل الاستخدامات والإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الاتصال، حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على تغيير المعرفة والاتجاه والسلوك، بينما يرتكز مدخل الاستخدامات والإشباعات على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع، واحتياجات الجمهور، ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات والإشباعات بالنشاط والإيجابية، والقدرة على الاختيار الواعي، والتفكير، وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير، والذي يعنى بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل[2] .

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: المرجع السابق، ص239.

[2] رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1 ، 2007،1ص25

ومن خلال هذا التساؤل الذي طرحته نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنقاض السؤال القديم الذي كان سائدا، يمكننا أن ندرك بأن محور العملية الاتصالية، حسب النظرية يتمثل في المتلقي الذي يعتبر نقطة البدء، وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية [1].

فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات، والترفيه المتاحة [2].

وتعد نظرية الاستخدامات والإشباعات اتجاها اتصاليا سيكولوجيا، يستقصي استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام، ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون الآخر، وكذلك الإشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة إعلامية معينة، حيث تقوم النظرية على مسلمات مفادها أن الجمهور إيجابي، وأن تفاعله مع وسائل الإعلام يهدف إلى تحقيق عدد واسع من الاحتياجات، بالإضافة إلى أن مستهلكي وسائل الإعلام يعرفون لماذا يستعملونها، تظهر في الأساس في محتوى وسائل الإعلام، وفي التعرض لها، وفي المجال الاقتصادي والاجتماعي للتعرض.

2- التطور التاريخي لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

تطور مدخل الاستخدامات والاشباعات بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وتزامنا مع تطور تكنولوجيا الاتصال ازدادت حاجة الناس لاستخدام وسائل الإعلام والاتصال، في تلك الأثناء

[1] صالح خليل: مرجع سابق، ص1، ص 140.

[2] حسن عماد، ليلى حسين السيد: المرجع السابق، ص240.

وبالضبط في سنة 1959طرح أليهو كاتز Katz Alihu مقالا رد فيه عن رؤية بير نارد بيرلسون Bernard Berlson بموت حقل أبحاث الإعلام، وقال إن حقل الأبحاث المرتبطة بالإقناع هو الذي مات، حيث استهدفت أغلب الأبحاث في ذلك الوقت اختبار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة بالناس؟ وأظهرت نتائج الأبحاث ضعف تأثير الاتصال الجماهيري في إقناع الجمهور، واقترح كاتز التحول إلى التساؤل: ماذا يفعل الناس بالوسيلة الاتصالية؟ وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباعات في دراسة بلومر وكاتز سنة 1969حول الانتخابات العامة البريطانية التي جرت سنة 1964، والتعرف على أسباب مشاهدة، أو تجنب الحملات الانتخابية، وحدد الباحثان بلومر وكاتز وغيرفاتش سنة 1974، ما اختصاص مدخل الاستخدامات والإشباعات بالأصول النفسية، والاجتماعية، للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال، والمصادر الأخرى، والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض للوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج من الاحتياجات، والإشباعات، بالإضافة إلى نتائج أخرى لم يكن مخططا لها [1].

كما تطورت أبحاث الاستخدامات والإشباعات في فترة الثمانينات في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسات ريكوميني وستاند فورد، Riccomini and Stand Ford وزيلمار وبراينت Zillmar and Braint ،حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة، والتعرض لها في حالة توافق الاشباعات المتوقعة مع تلك التي تم الحصول عليها.

[1] رضا عبد الواحد أمين ، المرجع السابق، ص25

لقد كان لسرعة انتشار الانترنت كما، وكيفا، وجغرافيا، وكذلك طبيعتها التفاعلية دورا كبيرا في تطور أبحاث الاستخدامات والإشباعات، خاصة أن الانترنت تتطلب من مستخدميها تفاعلية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، فالمبدأ في شبكة الانترنت أن مستهلكيها يستهدفون عن قصد المحتوى الذين يريدونه، ويحتاجونه لإشباع حاجات معينة، على عكس مستخدمي وسائل الإعلام الذين في كثير من الأحيان يستخدمونها من باب التعود والروتين بدون دوافع محددة .

وحسب عاطف عدلي العبد، ونها عاطف العبد في كتابهما نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية فقد مر مدخل الاستخدامات والإشباعات بثلاثة مراحل، هي:

1- **مرحلة الطفولة** (المرحلة الوصفية): والتي اعتمت بتقديم وصف لتوجيهات الجماعات الفرعية لوسائل الإعلام، فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال.

2- **مرحلة المراهقة** (المرحلة التطبيقية): وهي المرحلة التوجه الميداني، حيث تم التركيو خلالها على المتغيرات النصة والاجتماعية، والتي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام[1].

3- **مرحلة البلوغ**: إذ تم التركيز فيها على الإشباعات المتحققة، نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ، كما تم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباعات.

3- فروض مدخل الاستخدامات والاشباعات :

يلخص (كاتز) وزملاؤه افتراضات هذه النظرية في النقاط الآتية:

[1] عاطف عدلي العبد، ونها عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د ط ، 2011، ص ص 298 – 299.

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات، واختيار وسائل معينة، يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها.
- الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته، وحاجاته، ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور، واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة[1].

وتحقق نظرية الاستخدامات والإشباعات ثلاث أهداف رئيسية هي:

- محاولة تحديد كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار، ويستخدم الوسائل، والمضامين التي تشبع حاجياته.
- شرح دوافع التعرض لوسائل الإعلام، والإشباعات المحققة من هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري[2]

[1] محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير القاهرة، عالم الكتب،ط2 ، 2000، ص222.

[2] مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية – دراسة في الاستخدامات والاشباعات القاهرة، دار الفجر، ط1 ،2004، ص 126

4- الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات:

لقد تلقت نظرية الاستخدامات والإشباعات مجموعة من الانتقادات، أشهرها التي أوردها ماكويل وهي:

- تعتبر مقاربة نفسية حدية ومبالغ فيها، فهي تلغي احتمالات التواصل مع تفسيرات أخرى.
- تعتمد بإفراط على دفاتر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- تتراوح باستمرار بين جبرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستخدم، وبين تطويعه) المستخدم(التفاعلية مع الرسائل وهما حدان متناقضان.
- تفترض بأن السلو ك اتجاه الوسيلة يعتمد على الاختيار الواعي والعقلاني، إلا أن الملاحظ عادة أن عادات الاستخدام هي الموجهة له.
- تواجه فلسفة "الاستخدامات والإشباعات" باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون الاتصال[1] .

ومن الانتقادات أيضا نذكر:

- يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو أن تكون استراتيجية لجمع المعلومات، من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستبيان، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة، والأمر في هذه الحالة يحتاج إلى وضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات، وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة[2].

[1] فضيل دليو: مدخل إلى الاتصال الجماهيري مخبر علم الاجتماع الاتصال، قسنطينة ،2003، ص32.

[2] سناء مُحَّد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 167.

- القول بأن الفرد هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية التي تشبع احتياجاته، وبما يحققه له المضمون، أمر مبالغ فيه، حيث توجد العوامل الاقتصادية وغيرها التي تحول دون تحقيق الاشباع[1] .
- عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط، الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة لإشباع حاجات بعينها، كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار، إذ ليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، حيث أن الكثير من السلوكيات الاتصالية للجماهير هي سلوكيات عادية، يحددها وجود وسيلة اتصالية واحدة، ولا يوجد أي مجال للرفض، أو الاختيار للمضمون الاتصالي[2].
- إن هناك إشكالية تتمثل في عدم معرفة مفهومي النشاط، والمنفعة، حيث تتعد الكلمات التي تصب في المفهومين، بالنظر إلى استخدامات وسائل الإعلام، حيث إن الملاحظ أن الإعلام هو الذي يضع الوظائف، ثم يأتي اختيار الفرد عليها[3] .
- وجود جدل حول طريقة قياس استخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية، وطريقة القياس نفسها، وزمنه، سواء كان خلال التعرض أو بعده[4].
- يمكن أن تستغل النظرية، لنشر المحتوى السلبي، والهابط، ويمكن التبرير بالقول إن ذلك تلبية لاحتياجات الجمهور، وهذا رأي الباحث دينيس ماكويل[5].

أما من أقوى الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والإشباعات فتكمن في الطابع الوظيفي لها، وهو ما يعني تكريس الوضع القائم والتنكر للتغيير الاجتماعي [1].

[1] منال المزاهرة، المرجع السابق ، ص 204.

[2] المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

[3] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، المرجع السابق، ص ص 226 – 227.

[4] منال المزاهرة، المرجع السابق ،ص 204.

[5] منال المزاهرة، المرجع السابق ، ص 205.

وعلى الرغم من الانتقادات الموجهة لهذه النظرية فإن صلاحيتها لدراسة الاتصال الجماهيري لا تزال قائمة، كما أنها تقدم مجالا لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، إضافة إلى أنها تقدم العديد من المفاهيم التي يصعب التخلي عنها وتركها، وقد ساهمت هذه الانتقادات وغيرها في تطوير نظرية الاستخدامات والإشباعات وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة[2] : اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدامات وأنواع الإشباعات، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة المستخدمة، واتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية، والاجتماعية عند تعرض الأفراد للوسائل، واتجاه ثالث يهتم بالعلاقات المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل اتجاهها.

وفي دراستنا هذه والتي تتناول الشباب الجزائري باعتباره أبرز وأهم مكونات الجمهور، والذي يتعرض لوسائل الإعلام التقليدية، ويميل إلى استخدام وسائط الإعلام الجديد، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي، لما تحققه من إشباعات مختلفة، قد لا تتيحها وسائل الإعلام التقليدية.

[1] حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ،دار الفكر العربي، مصر ، 1991، ص33.

[2] مرزوق عبد الحكيم العادلي، المرجع السابق، ص.131

الفصل الثالث:

شبكات التواصل الاجتماعي مقاربة نظرية

أولا: نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي

ثانيا: الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي

ثالثا: خصائص ومقومات شبكات التواصل الاجتماعي

رابعا: النظريات المفسرة لشبكات التواصل الاجتماعي

خامسا: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي وبعض النماذج

سادسا: التأثيرات الإيجابية والسلبية لشبكات التواصل الاجتماعي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

إن الإعلام الجديد ومن خلاله شبكات التواصل الاجتماعي لم تكسر فحسب وصاية الإعلام التقليدي، إنما أعادت هيكلة مفهوم الاتصال بتقريبه من معناه الاجتماعي أكثر منه من معناه المؤسساتي، حيث لم تعرف البشرية قبل الانترنت وسيلة إعلامية قادرة أن تعفيها من كل اتصال مباشر كما حدث مع تقنية الانترنت، التي لم تنوع أساليب الاتصال فحسب، بل وعززت النزعة الإنسانية، في عالم مجتمع المعلومة الذي صارت فيه الانترنت كنيسة حقيقية لأولئك الذين يقدسون المعلومة، حيث الشبكات والحواسيب وكل آلات الاتصال أماكن خاصة، بل وحصرية أين تمارس عبادة جديدة هي عبادة الانترنت[1].

ونسعى من خلال هذا الفصل إلى الاقتراب من شبكات التواصل الاجتماعي : نشأتها وتطورها، أهم خصائصها، الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، والنظريات المفسرة لشبكات التواصل الاجتماعي، أنواعها، ثم عرجنا على أهم الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي. وأنواعها

أولا : نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي:

لقد ظهرُ مصطلح الشبكات الاجتماعية في جامعة لندن من طرف جون بارنز **Jon. Barnes** عام 1954، والذي كان باحثا في العلوم الإنسانية بجامعة لندن، للدلالة على أنماط العلاقات التي يستعملها الجمهور بشكلها التّقليدي، وتلك التي يستخدمها علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية، كالقبائل والأسر[2]، وظهرت في السبعينيات من القرن العشرين بعض الوسائل الإلكترونية

[1] Philippe Breton, le culte de l'internet une menace pour le lien social, casbah édition, Alger, 2004 , p9

[2] حسن محمود هيتي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان، ط1، 2015، ص 82.

الاجتماعية، مثل قوائم البريد الإلكتروني (BBS) "Bulletin board systems" ، حيث اعتبر من أول التقنيات التي سهلت التعاون والتفاعل الاجتماعي، وأتاحت للإنسان أن يطور علاقات ثابتة وطويلة الأمد مع الآخرين[1]، ومع منتصف التسعينيات من القرن العشرين بدأت تظهر شبكات التواصل الاجتماعي بشكلها الحديث، مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر، وحاجاتهم للتواصل[2] ، حيث ظهر موقع Classmates.com عام 1995، من طرف راندي كوندراس، Randy Conras ، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين الناس[3]، حيث يرى كل من إليسون وبويد (Ellison & Boyd) أنه أول موقع شبكي اجتماعي معترف به، وسمح للمستخدمين بإنشاء بورفيلات، ووضع قوائم لأصدقائهم وتصفحها، وبالرغم من نجاحه واستقطابه لملايين المستخدمين إلا أنه أقفل سنة 2000، لعدم نجاحه تجاريا[4]، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، إذ كانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، لكن فرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزملاء في التواصل فيما بينهم إلكترونيا، حيث أن عضوية هذا الموقع مجانية، و قسم هذا الموقع المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في

---

[1] Thomas, Kiehne, Social Networking, Systems: History, Critique, and knowledge Management Potentials School of Information , University of Texas at Austin, 29 April 2004, p 3.

[2] نورالهدى عبادة، العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، دار الماهر للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2019، ص ص 28-29.

[3] محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، ص77، انظر الرابط:
http://arabsi.org/attachments/article/2095/

[4] صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت رؤية ابستمولوجية، المرجع السابق، ص ص 101 – 102.

هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليهان ويجد زملاءه، ويتعرف على أصدقاء جدد، ويتفاعل معهم عبر هذه الشبكة.

غير أن بعض الدراسات على غرار دراسة المرجع في تاريخ شبكات التواصل الاجتماعي لدانا بويد، ونيكول إليزون ترى أن ظاهرة المواقع الاجتماعية بدأت في خريف عام 1997 ، مع خلال موقع SixDegrees.com، الذي أتاح الفرصة بوضع ملفات شخصية – بروفايل - للمستخدمين على الموقع، وكذا إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة في الموقع، وتبادل الرسائل مع بقية المشتركين[1]، وقد أخذ الموقع اسمه من عبارة Six Degrees of Separation أي ست درجات من الانفصال، وتعني أن كل فرد يمكن له أن يرتبط بسلسلة طويلة من العلاقات الاجتماعية، تبدأ من الأصدقاء المقربين، ثم تنتقل إلى أصدقاء أصدقائه ثانيا، وصولا إلى الدرجة السادسة، التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد "ستانلي ميلغرام" Stanley Milgram ، وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعارف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وأدراج قوائم بالأصدقاء[2]، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، حيث ، زود هذا الموقع مستخدميه بأدوات تساعدهم في العثور على المصـــادر على

[1] danah m. boyd nicole b. ellison ,Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship, op cit , p 214.

[2] حسن محمود هيتي، المرجع السابق، ص 79.

شبكاتهم إضافة إلى وظائف ثانوية، مثل: إدارة الاتصال، وقد أغلق مع نهاية العام 2000[1] .

وتبع ذلك ظهور مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي خلال الفترة 1997 – 1999، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع، من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة، مثل: موقع الأمريكيين الآسيويين Asiaanavenue.com ، وموقع البشر ذوي البشرة السوداء Blackplanet.com[2]، وموقع Live journal الذي ظهر سنة 1999، الذي كان يقيد العلاقات أحادية الاتجاه في صفحات المستخدمين كم قيد إعدادات الخصوصية، وجاء موقع العوالم الافتراضية Cyworld عام 1999 أيضا ، والذي اضاف ميزات الشبكات الاجتماعية سنة 2001، حيث تضمنت قائمة أصدقاء، وخدمة تدوين المذكرات وغيرها من الخدمات[3].

وفي السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى، لكن تعد سنة 2002 الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي، كما نعرفها اليوم، بظهور موقع Frindster في كاليفورنيا من قبل Jonathan Abrams ، والذي بنى فكرة الموقع على مساعدة الأصدقاء على الالتقاء بأصدقائهم، بعد أن كانت أغلب مواقع التواصل قبله تعتمد على فكرة الالتقاء بغرباء يشتركون في نفس الاهتمامات[4]، وقد اكتسب

---

[1] Kiehne ،T , Social Networking Systems: History ،Critique،and Knowledge Management Potentials “, University of Texas at Austin

تاريخ الزيارة 13 جوان 2018، متاح على الرابط:

https://www.academia.edu/25179680/Social_Networking_Systems_History_Critique_and_Knowledge_Management_Potentials

[2] عبدالله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32.

[3] سعيدة خيرة بن عمار، تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016، ص 101.

[4] المرجع نفسه، ص 102.

الموقع شهرة واسعة، وحقق نجاحا دفع google لمحاولة شرائه سنة 2002، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصداقات المتعددة، بين مختلف فئات المجتمع العالمي.

وفي عام 2003 ظهر موقع Myspace.com الأمريكي المشهور، الذي أسسه كل من "كريس دي وولف" (Chris de Wolf) و"أندرسون توم ماي" (Anderson Tom May) وكان من أشهر الشبكات الاجتماعية حتى عام 2006[1]، والذي تميز بضخامته، وتطوره التقني ، وأصبح أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من جانب المستخدمين[2]، وهو من أوائل المواقع المفتوحة، وأكثرها شهرة على مستوى العالم، وأهم ما يقدمه الموقع هو تفاصيل الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بإنشاء خلفيات، كما يتضمن عرض الشرائح، ومشغلات الصوت والصورة، فضلا عن خدمة التدوين[3]، ويقدم تفصيلات عن ملفات المستخدمين الشخصية، إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى. وبدا انضمام المراهقين إلى الموقع سنة 2004 للقاء فرقهم الموسيقية المفضلة، وفي سنة 2005 تم بيع Myspace بسبب قضايا السلامة والتفاعلات الجنسية بين البالغين والقصر، وانتشار ما يعرف بـ Perdators Sexual ، على الرغم من أن الأبحاث أظهرت أن هذه المخاوف مبالغ فيها[4]. وفي شهر ماي 2003 اطلق رسميا موقع Linkeden.com ، وهو شبكة اجتماعية خاصة بمجال الأعمال

---

[1]Megan E. Hershey, ,"A social media revolution", P:04,

تاريخ الزيارة 13 جوان 2018، متاح على الرابط:

http://www.personal.psu.edu/jcm364/blogs/liberal_arts_200_-_spring_2011/essays/Social%20Media%20Revolution.pdf

[2] أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، الرياض، السعودية، العدد 8، ماي 2010، ص 11.

[3] حسن محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 80.

[4] صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت رؤية ابستمولوجية، المرجع السابق، ص 102.

والشركات التجارية، ويمتد الموقع لأكثر من 200 دولة، كما أنه متاح بمختلف اللغات: الفرنسية، الإنجليزية، البرتغالية، الإيطالية والإسبانية[1].

وبحلول سنة 2003 أنشأ الزوجان Caterina Fake و Stewart Butterfield موقع Fliker.com وهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها، وهو لهواة التصوير على الإنترنت، حيث يتيح لمستخدميه خدمة مشاركة الصور، ويتيح خدمة التعامل للزبائن عن طريق تخصيص مساحة للتعليق[2].

وصولا إلى موقع فيسبوك الذي أنشأه **مارك زوكربيرغ** من جامعة هارفارد عام 2004، والذي انطلق من فكرة مفادها ضرورة ربط أصدقاء جامعة هارفارد أثناء العطلة، ثم شمل الموظفين، وأعضاء هيئة التدريس، ثم توسع فيما بعد ليشمل كل الجامعات، ثم الثانويات، وصولا إلى كل من يرغب في الانخراط فيه، من مختلف أنحاء العالم[3]، إذ يعتبر موقع فيس بوك أحد أهم التجمعات الافتراضية أو التخيلية التي أنشئت على الإنترنت، ويجمع ملايين المشتركين من مختلف أنحاء العالم، يتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق، وأن يتعرف على حياة الآخرين، والبيانات الشخصية المتعلقة بهم، كما يتيح الموقع للمشترك إضافة صوره وصور عائلته، وكذا الاشتراك في العديد من المجموعات التي تجتمع أفرادها على فكرة أو هدف ما[4]، ويصرح مارك زوكربيغ أن الموقع حركة اجتماعية، لا مجرد وسيلة تواصل، وأنه سوف يسطر على كل نواحي النشاط البشري على الإنترنت، يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الإدلاء والمشاركة

[1] عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة 2017 – 2018، ص 185.

[2] على خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص 75.

[3] نور الهدى عبادة، المرجع السابق، ص 29.

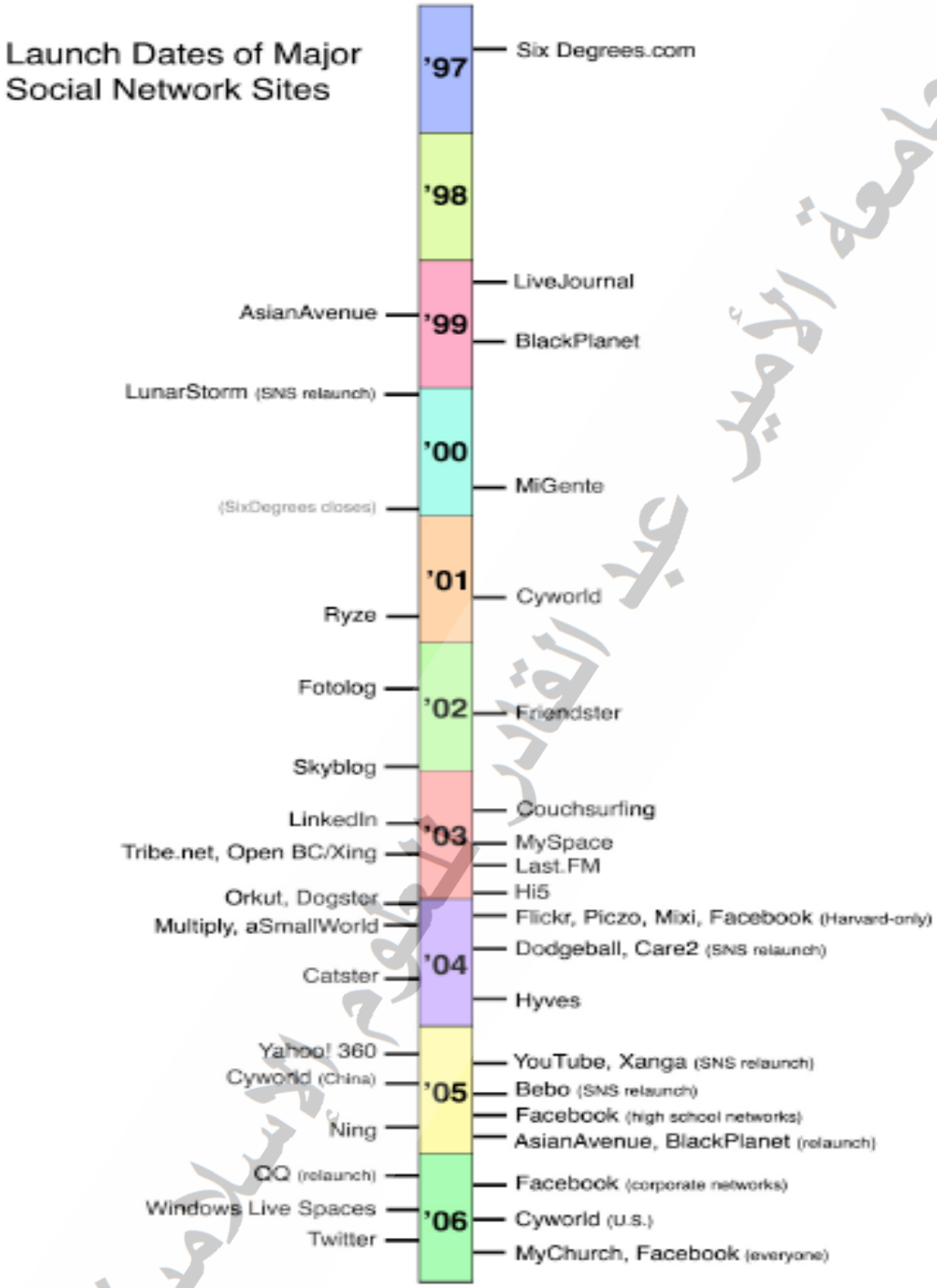
[4] مُحَمَّد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي العشماوي، العلاقات الاجتماعية بين دردشة الإنترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، ط1، 2011.، ص 113.

بما يريدون من معلومات، حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم، وصورهم الشخصية، ولقطات الفيديو الخاصة بهم، لذا فالهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاحا[1].

ثم توالت العديد من المواقع التي تصنف ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها موقع اليوتيوب، الذي تأسس في 14 فيفري 2005 على يد ثلاثة موظفين ، هم: تشاد هيرلي (أمريكي)، ستيف تشين (تايواني)، وجاود كريم (بنغالي)، في مدينة Menlo Park بكاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث كانوا يعملون في شركة Paypal ، وفي 2006 ظهر موقع تويتر على يد **جاك درزي** Jack Dorsey ، وبيز ستون Biz Stone، وإيفان ويليامز Evan Williams ، وتويتر هي خدمة أطلقتها شركة Obvious ، مقرها سان فرانسيسكو، ثم قامت بفصله في شركة مستقلة تحمل اسم تويتر سنة 2007 [2].

والشكل الموالي يوضح ترتيب ظهور بعض الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت.

[1] صادق عباس، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص 15.
[2] نور الهدى عبادة، المرجع نفسه، ص29.



الشكل 1 **يوضح تطور الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت**[1].

[1] danah m. boyd nicole b. ellison ,Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication 13 (2008) International Communication Association, p 211.

وبهذا بدأ الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجية التجارية للأنترنت حيث كان موقع (Yahoo) أول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في استراتيجية التجارية للأنترنت، بإطلاق موقع (Yahoo 360) في آذار (2005)، كما تم شراء موقع (Myspce) من قبل مجموعة "روبرت ميردوخ" (Robert Murdoch) في تموز (2005) تلاها موقع (Friendster)، الذي بيع إلى شركة (Itv) البريطانية في كانون الأول من نفس العام، وبعدها عرف الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية[1].

لقد مر ظهور وتطور هذه شبكات التواصل الاجتماعي على مرحلتين:

المرحلة الأولى: وتبدأ مع سنة 1995 حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة، وأطلق عليه أسم (Classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي، ثم تم تصميم موقع SixDegrees.com عام 1997 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 ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها، وفي الحقيقة هذا ما ميز هذه الفترة.

[1] عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، العدد 01، المجلد 40، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2013، ص 70.

المرحلة الثانية: مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من مشاهدات موقع google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير.

وما يميز هذه المرحلة هو اكتمال نمو الشبكات الاجتماعية أين تزايد عدد مستخدميها بتزايد مستخدمي الانترنت، إذ تشير إحصائيات 2014 إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت في كل مناطق العالم تزايد بشكل إجمالي، حيث يقدر اليوم وجود نحو 2.5 مليار إلى 3 مليار مستخدم وهو ما يقارب نسبة 35 بالمئة من سكان العالم، وهذا ما أشار إليه أيضا الاتحاد الدولي للاتصالات[1] (ICU).

إن الفكرة الأساسية التي نشأت في ظلها شبكات التواصل الاجتماعي هي عالمية الاهتمام، أي أن التفاعلات تتم على خلفية السياق العالمي، ولكن تتبلور متغيراتها على الصعيد المحلي، وذلك وفق عدة متغيرات[2]:

1- المتغيرات الاجتماعية: تتلخص التغيرات الاجتماعية لشبكات التواصل الاجتماعي في محورين، يتمثل المحور الأول في تكوين الصداقات، بينما يتمثل المحور الثاني في عضوية الجماعات، ويمكن طرحهما من خلال السياق التالي::

[1] Internat Society , Global Internet Raport 2014. https://www.internetsociety.org/sites/default/files/Global_Internet_Report_2014_0.pdf, p 19. Page web consulted 13/05/2018.

[2] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا، المركز العربي لأبحاث القضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، مارس 2012، تاريخ الولوج:13ماي 2018، ص ص 6-8 ، متاح على الرابط: http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=2593

أ- **تكوين الصداقات:** سهلت هذه الشبكات تكوين الصداقات من منطلق مشاركة الاهتمامات عبر الفضاء المعلوماتي وعلى الصعيد العالمي، حيث نجحت الشبكات الاجتماعية الجمع بين أصحاب الاهتمامات المشتركة مثل : طلبة اختصاص معين، أساتذة، مهندسين...

مساهمة بذلك في تأسيس رأس مال اجتماعي يمكن أن يتيح الإمكانية لفرص يتأرجح مداها بين السياق الواقعي والسياق الافتراضي، كما أنها تتيح فرصة للتواصل ليس فقط في إطار السياقات المحلية، ولكن على الصعيد الدولي.

ب- الجماعات: إذ سمحت الشبكات أن تجمع في طياتها الجماعات الاجتماعية ذات الاهتمامات المتجانسة، ومن الممكن أن تؤسس هذه الجماعات بين أفراد المجتمع المحلي، أو يتم الاشتراك فيها على مستوى الصعيد العالمي[1]،فالمتأمل في واقع الفيس بوك وانتشاره في على سبيل المثال يدرك من خلال ملاحظاته انتشار الجماعات الفكرية والنقابية، التي تخص جماعات محلية، إذ نجد هناك جماعات لمعظم الاهتمامات والهوايات، بل هناك جامعات، معاهد ومدارس أسست جماعات على الفيس بوك، كما أن هناك جماعات مرتبطة بالهيئات الرسمية مثل المديريات والوزارات والهيئات الإدارية، وجماعات لأصحاب المهن وغيرها[2].

[1] وليد رشاد زكي، المرجع السابق، الرابط السابق.

[2] علي هاشم، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري – مقاربة سوسيولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، موقع أرنتروبوس، الموقع العربي الأول في الأنثروبولوجيا، تاريخ التصفح 15 جوان 2018، متاح على الرابط:
http://www.aranthropos.com/%d8%aa%d9%83%d9%88%d9%8a%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%87%d9%88%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%82%d9%85%d9%8a%d8%a9-%d9%84%d9%84%d8%b4%d8%a8%d8%a7%d8%a8-%d8%a7%d9%84%d8%ac%d8%b2%d8%a7%d8%a6%d8%b1%d9%8a-3/

2- المتغيرات السياسية: حيث إن عضوية الشباب خاصة في الجماعات المتشكلة عبر الشبكات الاجتماعية فتح الباب للممارسة السياسية في الفضاء المعلوماتي، وعليه أصبح الشأن السياسي متغيرا أساسيا بالنسبة للشبكات الاجتماعية، إذ ساهمت هذه الأخيرة في تأرجح التفاعلات السياسية بين العالم الواقعي والعالم الموازي المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي، ويتجلى المردود البارد للشبكات الاجتماعية في النواحي السياسية جليا من خلال المحاور الثلاثة الآتية:

أ- تعبئة الرأي العام: إذ تلعب شبكات التواصل الاجتماعي دورا فعالا في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، مثلا أصبحت تمثل مجالا لحشد الجماهير في الاحتجاجات والتشجيع على الإضرابات محليا، وكذا فتحت المجال للدعاية الانتخابية وطرح البرامج الانتخابية[1]، وهذا ما نلاحظه في تكوين الجماعات عبر شبكة الفيس بوك على مستوي الصعيد المحلي لنشر ودعم برامج انتخابية حزبية أو لأفراد، وتجميع أكبر قدر ممكن من المستخدمين، وتستخدم في جمع التأييد الشعبي، وعليه أضحت شبكات التواصل الاجتماعي بوابات للممارسة السياسة، ، على الرغم من أن منشأ هذه الشبكات عالمي، ومعظم الشبكات الاجتماعية تأسست لغرض اجتماعي، متمثل في فكرة التواصل الاجتماعي بين الأفراد الذين يشتركون في نفس الاهتمام، ثم توجه الاهتمام وخصوصا مع ظهور الموجة الثانية للشبكات الاجتماعية، وعن استحياء في البداية إلى ممارسة السياسة عبر الشبكات، ثم ازداد صيت الشبكات الاجتماعية ومردودها على ممارسة السياسة على الأصعدة المحلية[2]، إذ نجد على مستوى الفيس بوك تكوين جماعات لنشر البرامج الانتخابية، وكسب التأييد الشعبي، وهنا يتجلى بوضوح التقاطع بين العالمية والمحلية.

[1] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا المرجع السابق، الرابط السابق,

[2] علي هاشم، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائرالمرجع السابق، الرابط السابق.

ب- ظهور المواطنة الافتراضية: إذ فتحت شبكات التواصل الاجتماعي مجالا لممارسة قضايا المواطنة عبر الانترنت، والتي أطلق عليها مصطلح المواطنة الافتراضية "Virtual Citizenship" ، التي ارتبطت بالبعد السياسي في مناقشة حقوق وواجبات اجتماعية سياسية النشأة، خاصة في ظل التوترات التي تعاني منها الدول العربية، أين تقلص الاهتمام بالحقوق السياسية في السياق الواقعي، وهنا يتجلى دور المجتمع الافتراضي الذي تنمو من خلاله المطالبة بالحقوق السياسية، وسحب القضايا من الواقع إلى العالم الافتراضي الذي يعد بوابة جديدة لتكريس المواطنة، مع الأخذ في الاعتبار أن قضايا المواطنة الافتراضية عالمية النشأة ومحلية المردود.

ج- تفعيل دور المجتمع المدني: حيث تسهم شبكات التواصل الاجتماعي وتناميا في السياقات العالمية، ومردودها المحلي في زيادة تفعيل دور المجتمع المدني[1]، فعلى سبيل المثال نجد العديد من الجمعيات المدنية والأحزاب السياسية قد بنت لها قواعد في المجتمع الافتراضي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، تروج من خلالها للبرامج والأفكار السياسية التي تتبناها، وزيادة كسب تأييد الجمهور لها والتواصل بين أفرادها، بل وجتى النقابات والجمعيات المحلية استغلت شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التواصل بين أفرادها، ودعوة المستخدمين إلى برامجها ومشروعاتها[2].

[1] وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا المرجع السابق، الرابط السابق,

[2] علي هاشم،، المرجع السابق، الرابط السابق.

وبهذا فقد فرضت مواقع الشبكات الاجتماعية نفسها بشكل كبير جدا على الكثير من المستفيدين، وأصبح العديد من الأشخاص يقضون أوقاتا كبيرة أمام مثل هذه المواقع، ويمارسون العديد من الأعمال والمنافع المختلفة من خلالها[1]، وتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والتطور.

وإذا كان موقع SixDegrees.com هو رائد مواقع التواصل، فيما فتح موقع MySpace.com آفاقًا واسعة لهذا النوع من المواقع، وقد حقق نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003، ، لكن العلامة الفارقة كانت في ظهور موقع Facebook.com الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية[2].

أما على الصعيد العربي فنجد هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت، لكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الكبرى، ومن أمثلة ذلك **ياهو مكتوب** ، وهو من أكبر وأشهر المواقع العربية، التي طورت في نظامها شبكة اجتماعية، تجمع مستخدمي المواقع، وتقدم لهم العديد من الخدمات، مثل: البحث عن الأصدقاء، وتكوين صداقات، ورفع ملفات الفيديو، والصور، ومشاركتها مع الأصدقاء، وإنشاء المجموعات، وغير ذلك، وهناك موقع عربيز Arabiz ، وهي شبكة اجتماعية تم إنشاؤها عام 2009، وكانت مخصصة للعرب في ألمانيا فقط، لكنها انتشرت بسرعة بين الدول العربية[3].

ومِن أشهر الشبكات الاجتماعية العربية موقِع أصحاب مكتوب.كوم، as7ab.maktoob.com وهي خِدمة التشبيك الاجتماعي المقدَّمة من الموقع العربي الشهير" مكتوب"، والذي تمَّ الاستحواذ عليه مِن

[1] أماني جمال مجاهد: المرجع السابق، ص 15.

[2] حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب، جامعة القدس المفتوحة،ص4، دراسة منشورة على الموقع www.qou.edu/.../socialResponsibilityConf/dr_hou تاريخ الولوج 12 جويلية 2013.

[3] حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص ص 81-82.

قبل شركة " ياهو " في أغسطس 2009، وقد ساعَد هذا على إتاحة العديدِ من الأدوات والخِدْمات باللغة العربية.

وموقع" أصحاب مكتوب "هو موقِعٌ اجتماعي، يعمل على تقديم خِدْمات، مثل: البحث عن أصحاب، وتكوين صَداقات، ورفْع ملفَّات الفيديو والصور، ومشاركتها مع الأصدقاء، وإنشاء المجموعات، والمشاركة في الأحاديث مِن خلال نماذجَ معينة، وتصميم نوافذَ خاصَّة بكلِّ عضو، بها لمحة مختصَرة عنه، بالإضافة إلى إمكانية إنْشاء تطبيقات خاصَّة، تتوافق مع احتياجات الأعضاء، والتي يُمكن أن يُغيِّرها أو يعدِّلها في أي وقت[1].

وخلاصة القول أنَّ هناك شبكاتٍ اجتماعيةً عربية يستخدمها المستخدِم العربي، ويتفاعل معها، ولكن في الوقت نفسه هذه الشبكات لا ترْتقي إلى المنافسة العالَمية، أو على الأقل الاقْتراب من المنافسة، فمُعظم هذه الشبكات نِطاقها محلِّي، أو إقليمي على الأكثر، ولا تضع في أجندتها أيَّ تخطيط للانتشار أو التوسُّع على المستوى العالمي، ومنافسة مواقِع الشبكات العالَمية، مثل: تويتر وفيس بوك .

ومِن جِهة أخرى فإن المستخدمين العرب مِن الشباب لهم احتياجات يجب أن تدركها وتوفرها تلك المواقع، فاستخدام الشباب العربي لشبكات عالَميَّة وما تُقدِّمه تلك الشبكات مِن خدمات وتطبيقات، يجعل مجرَّد تجرِبة أو استخدام أيِّ موقع اجتماعي آخَرَ أمرًا صعبًا، إلا إذا توافر عدد من المقوِّمات الفنية، أو الخِدْمات والأفكار الإيجابية على المستويين: الاجتماعي والثقافي، والتقني والخدمي.

[1] حسين فاروق، الشبكات الاجتماعية العربية.. نظرة تقييمية، تاريخ الزيارة 14 ماي 2018، متاح على الرابط:
https://www.alukah.net/culture/0/23781/

والملاحَظ أنَّ معظم الشبكات الاجتماعية العربية لا تدعم مواقعَها بلُغات أخرى غير العربية، مما يُحجِّم مِن انتشار تلك المواقِع على المستوى العالمي، ويُقلِّل من فُرص استخدام علامات تداول المواقِع العربية للتسويق للمواقع الأجنبية على الإنترنت بجانب العربية .

والشاهد أنَّ الشبكات الاجتماعية العربية لا تَسْعى إلى الحُصول على الشُّهْرة العالمية، ولا تحاول أن تطوِّر مِن نفسها، على عكس نظيرتها العالمية التي تَسْعَى إلى إنتاج تطبيقات وخِدْمات جديدة، وتعمل على توفير واجهات ورسوميات متطوِّرة أفْضل وأسهل في الاستخدام، فنجد مثلاً موقع مثل الفيس بوك (Facebook)يقوم بعقْد اتفاقية مع شركة أدوب(Adobe) ؛ للحصول على المزيد مِن تطبيقات الفلاش(Flash) ، والتي سوف تقوم الشركة بتطويرها، وذلك وَفقًا لما تَمَّ الاتفاق عليه من الطرفَين .

وعموما يلاحظ ضعْف إقبال المستخدِم العربي نحوَ استخدام الشبكات الاجتماعية العربية، مقارنة بنظيرتها العالمية، وقد يكون ذلك إمَّا لقلَّة المستخدمين لشبكة الإنترنت في الوطن العربي، مقارنة بالمستخدِمين في الخارج؛ ولقناعة المستخدِم بقلة المحتوى العربي القَيِّم ذي الجودة العالية، أو لعدم وجود خِدْمات وتطبيقات داخلَ تلك الموقع تستطيع منافسةَ المواقع العالمية بها، وقد يذهب آخرون إلى أنَّ عامل اللُّغة قد يكون السببَ في ذلك؛ حيث توجد أفكار مُبدِعة، ولكن يتمُّ تنفيذها باللغة الأجنبية، وليس العربية[1].

[1] حسين فاروق، الشبكات الاجتماعية العربية.. نظرة تقييمية، الرابط السابق.

ثانيا: الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية:

تتعدد الخدمات التي تبثها الشبكات الاجتماعية , والدلائل علي مدي العموم والانتشار من حيث أعداد الشبكات أو المستخدمين يؤكد علي أنها تقدم خدمات تستدعي الاهتمام ومن أبرز الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية .

1- **الملفات الشخصية أو صفحات الويب**: وهي ملفات تمكن من خلالها الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل: الاسم ، السن، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات ، الصور الشخصية ، ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلي عالم الشخص.

2- **الأصدقاء أو العلاقات** : وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع, أو الذين يشاركونه نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي . وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعارف مع أصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين.

3- **إرسال الرسائل**: تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل، سواء إلي الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.

4- **البومات الصور**: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات، ورفع مئات الصور ، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتبادلها أيضا.

5- **المجموعات**: تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات تشترك في الاهتمامات او الأهداف نفسها، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين، أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتدى حوار مصغر، كما تتيح فرصة

التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات، من خلال ما يعرف باسم Events ، ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.

6- **الصفحات**: ابتدع هذه الفكرة موقع face bock ، وتم استخدامها علي المستوي التجاري بشكل فعال، حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع أو المنتجات للفئات الذي يحددونها، ويقوم موقع الفيس بوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم[1].

7- **المدونات الإلكترونية**: وهي مواقع إلكترونية تحتوي على عناصر ومواد منشورة وفق ترتيب معين، وتتضمن نصوصا وصورا معينة، وأفلام فيديو مرئية أو مسموعة، يمكن لأي زائر أو قارئ أن يبدي تعليقا حولها، وقد ازدادت هذه التقنية، واتسع حجمها، بالنظر إلى تحررها من الضبط والمراقبة إلى حد كبير، ويطلق البعض عليها اسم "الصحافة التشاركية"، أو "صحافة الثقافة الجماهيرية الناقدة"، وأصبحت هذه المدونات وسيلة هامة للتأكد من الحقائق التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، وتعالج المدونات أيضا القضايا التي تجاهلها الإعلام التقليدي، سواء عن قصد أو من دون قصد، والأمر الذي يؤكد مدى قوة وتأثير المدونات الإلكترونية هو محاولة العديد من الأنظمة والحكومات منعها، وإيقاف أصحابها[2].

[1] مازن الدراب :مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي2013 .
http://knol.google.com/mazen-aldarrab

[2] نور الهدى عبادة، المرجع السابق، ص ص 32-33.

ثالثا : خصائص الشبكات الاجتماعية:

يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو لشبكات التواصل الاجتماعي، ويشكل الفضاء المعلوماتي Cyber Space الحيز والإطار الذي تتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية، فقد عرفه نبيل علي أنه: " فضاء جديد تقطنه الجماعات، تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع، تعقد فيه التحالفات، وتحاك فيه المؤتمرات، تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة، ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طبوغرافيته وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع فليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعه بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية[1]" ، ويعرفه أحمد زايد: "بأنه العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية[2]" ، وتقوم شبكات التواصل الاجتماعي في الأساس على المشاركة والتفاعل، إذ يمثل المستخدم محور العملية التفاعلية، وشبكات التواصل الاجتماعي هي منظومات اتصالية، يزداد تطورها بشكل مستمر، ويظهر فيها التدوين والنشر والقراءة والمشاهدة والاستماع والبحث والكتابة والدردشة، وتتيح التواصل وبناء العلاقات، والتعبير عن الآراء والأفكار، إذ ترى كل من دانا بويد boyd danah m. ونيكول إليزون nicole b. ellison أن شبكات التواصل الاجتماعي هي خدمات تتيحها شبكة الإنترنت، وتسمح للمستخدمين بما يلي[3]:

- بناء ملف شخصي عام أو شبه عام، ضمن إطار محدود.
- إظهار قائمة المستخدمين الآخرين الذين يتشاركون الاتصال.

[1] نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، مكتبة الأسرة، الأعمال العلمية، القاهرة، مصر، ط1، 2003، ص 254.

[2] أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، مجلد 32، الكويت سبتمبر، 2002، ص16.

[3] danah m. boyd nicole b. ellison ,Social Network Sites: Definition, History,and Scholarship,op cit, p211.

- عرض قائمة الاتصال والمتصلين، وما يقوم به المتصلون ضمن هذا النظام.

وعليه تتميز الشبكات الاجتماعية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الأنترنيت، الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين، وتشترك شبكات التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها، ونورد فيما يلي جملة من هذه الخصائص :

1- **العالمية** :حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية[1]، بحيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة[2]، هذه الخاصية سمحت بحرية تبادل المعلومات واختصار المسافات عبر العالم الذي أصبح أشبه ما يكون بالقرية الصغيرة أو قرية عالمية، كما سمحت بتبادل الأدوار في العملية الاتصالية فلم يعد الفرد يكتفي بدور المستقبل فقط بل أصبح هو بحد ذاته طرفا مشاركا وفعالا في هذه العملية فالمستخدم للشبكات الاجتماعية هو المرسل والمستقبل، المنتج والمستهلك وهي الخاصية التي قضت على صبغة السلبية التي لا طالما وجهت إلى جمهور وسائل الإعلام والاتصال[3].

2- **التفاعلية والتشاركية** ، فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم – التلفاز والصحف الورقية[4]- وتعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهد

[1] سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، مقاربة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، مجلة العلوم الإنسانية، مقاربات المجلد 56, ، صص 45 - 68 ص 12، تاريخ الزيارة 11 ماي 2018، متاح على الرابط: https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/14231

[2] سلطان مسفر مبارك الساعدي، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، المرجع السابق، ص 10.

[3] غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطراح، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام: دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 2002، ص: 139 .

[4] اتجهت كثير من القنوات التلفزيونية والصحف الورقية إلى شبكات التواصل الاجتماعي.

والقارئ[1]، فهي تتيح لمستخدميها إمكانية إرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة, ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام[2]، ففي إطار هذه الصفحات يقوم كل عضو بتغذية صفحته الخاصة بمعلومات عديدة، تتعلق بشؤونه الخاصة، أو آرائه وميوله[3]، وهناك من يذهب إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي قد تجاوزت مرحلة التفاعلية إلى ما بعد التفاعلية، حيث يمكن لجميع مستخدمي الإنترنت إرسال واستقبال المحتوى في آن واحد، فبإمكان الأفراد أن يرسلوا نصوصا وصورا وفيديوهات وموسيقى، ويمكنهم أيضا أن يدعوا الآخرين إلى التفاعل معها[4]، أي أن لكل عضو أن يقوم بإثراء صفحته في الشبكة بكل المعلومات المتعلقة به، سواء بشخصه (أذواق، ملابس، رياضة، موسيقى ...) ، أو المتعلقة بثقافته (لغته، دينه، تقاليده)، أو المتعلقة بموطنه (من خلال نشر خرائط وصور عن مدينته، أصدقائه، بعض المعالم الأثرية ببلده)، والتي يرغب في إيصالها للطرف الآخر، من دون أن يحس أنه مهدد في ذاتيته أو خصوصيته، كما يطلب معلومات عن العضو الآخر، دون الغوص في الخصوصيات، إذ الهدف هو عرض الذات، والتعرف إلى الآخر[5].

[1] سمير بارة، المرجع السابق، ص56.

[2] سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة؟! تاريخ الولوج 27 جويلية 2013، رابط الموضوع http://www.alukah.net/Spotlight/0/40402/#ixzz22ZUc8vrE

[3] صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت رؤية ابتسمولوجية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة حمة لخضر، الوادي، العدد 20، ديسمبر 2016، ص 105.

[4] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عي نمط العلاقات الاجتماعي، المرجع السابق، ص150.

[5] مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، المرجع السابق، ص ص 157 – 158.

3- **الحضور الدائم غير المادي**: إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم، فبإمكان العضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية، أو صور أو معلومات عن أفلام، أو غيرها من مجالات الاهتمام ، وبإمكان الطرف الآخر الرد عليها بالطريقة نفسها، دون أن يلتقيا في في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة، وهذا لا يتوافر في وسائل الاتصال التقليدية، التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين الطرفين[1].

4- التنوع وتعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، بمعنى أنها دخلت جميع مناحي الحياة، وتستخدم في التعليم والسياسة والاقتصاد، وغيرها[2].

5- **سهولة الاستخدام**: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل، كما أنها لا تحتاج إلى إجراءات معقدة للاشتراك[3]، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، ودون حاجة المستخدم لمهارات كبيرة في التعامل والتواصل[4].

[1] حسين محمود هيتي، العرقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، المرجع السابق، ص 86.

[2] أحمد حسن سلمان، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، رسالة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن، 2017، ص 34.

[3] المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

[4] عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، ص 198.

6- التوفير والاقتصادية (قلة التكلفة): اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل[1]، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى[2].

7- **التعريف بالذات**: الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصور الموسيقى والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقاؤهم رؤيتها.

8- الهوية الرقمية أو المواطنة الرقمية: إذ بعد اختيار العضو لبرنامج شبكات التواصل الاجتماعي يصبح له اسم مستعار ورقم سري، هما بمثابة هوية انضمام له، ويصبح بموجبها عضوا معترفا به ضمن شروط عضوية معروفة، يعاقب في حالة مخالفته لها سواء بتجميد عضويته أو حذفه، مما يجعل مجتمع الأعضاء مجتمعا افتراضيا[3]، وعلى حد تعبير مرسي مشري أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل دولة افتراضية، يتمتع فيها الأفراد بالحرية والحماية من قبل المشرفين على هذه المواقع، شريطة الامتثال إلى القوانين التي وافق عليها الفرد خلال عملية تسجيله[4].

---

[1] نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث. السنة 5، العدد 11، جوان 2013، ص 4.

[2] سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة؟ تاريخ الولوج 27 جويلية 2013، رابط الموضوع http://www.alukah.net/Spotlight/0/40402/#ixzz22ZUc8vrE

[3] صونية عبديش، المرجع السابق، ص 105.

[4] مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، المرجع السابق، ص 158.

8- **طرق جديدة لتكوين المجتمع**: تسمح الشبكات الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، حيث جمعت هذه الشبكات ما بين الصداقات الواقعية Realism Friendships والصداقات الافتراضية Virtual Friendships وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت ، غير أن الشبكات الاجتماعية دعمت طرقا جديدة للاتصال بين الناس، فمستخدمي هاته المواقع يخيرون في الاتصال بين مختلف الأساليب الرقمية مثل الوسم "Tags" والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات، كما بإمكان الأشخاص الانضمام إلى مجموعات قراء الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبوها [1].

9- **خاصية عضوية الجماعات (Membership Groups)**: تتيح هذه الخاصية إمكانية الانضمام إلى مختلف الجماعات/المجموعات المتنوعة، حيث عادة ما تكون عضوية هذه الجماعات على أساس الانتماء الديني أو السياسي أو الثقافي... أو من خلال الاهتمامات المشتركة، إذ نجد على شبكات التواصل الاجتماعي المجموعات الرياضية الثقافية، الاقتصادية... كما نجد الجماعات الدينية والأثنية وغيرها ، سواء كان ذلك على مستوى المجتمعات المحلية أو العالمية، ويمكنها أيضا إعداد مجموعات حول كل خدمة من خدمات المعلومات التي تقدمها تتضمن شرح لتلك الخدمة، وطرق الحصول عليها، واقتراحات تطويرها، كما يمكن أن تقوم بإعداد مجموعة منفصلة لكل فئة من فئات المستفيدين كأن تقوم بإنشاء مجموعة خاصة بالأطفال، تعرض من خلالها الخدمات والوسائل التي توفرها لهم، أو أن تقوم بإعداد مجموعة خاصة بكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة[2] ... وهكذا.

---

[1] - Romina Cachia , (2008), Social Computing: Study on The Use and Impact of Online Social Networking, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities , 2008, p3.

[2] أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، العدد الثامن، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، الرياض، السعودية، 2011، : 15.

10- **خاصية الأصدقاء /العلاقات (Friends /Connections)**: إذ تتميز هذه الخاصية بإضافة الأصدقاء، أو كما يطلق عليها في بعض الشبكات الاجتماعية اسم "علاقة" (Connection) أو "اتصال"، وهم الأشخاص الذين تتم إضافتهم إلى قوائم المستخدم، والذين تطلق عليهم صفة "صديق" (Friend) ، حيث يصبح بإمكان هذا الأخير متابعة المنشورات وما ينزل على الصفحة من مواضيع وروابط وصور وفيديوهات، حيث تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل أيضا، مما سهل وسرع من عملية انتقال المعلومات[1].

11- **التحكم في المحتوى المعروض**: حيث يتم إتاحة روابط للخدمات والأدوات التي يمكن استخدامها في إضافة الأصدقاء ،وتحديد من يرغب في مشاهدة أنشطته وأخباره، وروابط المواقع والصفحات التي ترغب في عرض محتواها لديه، وعلى أساس اختياره يتم تحديد محتوى صفحته ، فالشخص هو فقط من يحدد المحتوى الذي سيعرض على صفحته[2] .

12- **التواصل المستمر بين المستخدمين** : التواصل الفعال ليس فقط الاتصال المباشر بين الأفراد، وإنما هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن أيضا التعليق عليها وإبداء الرأي والمناقشة[3] .

---

[1] - خالد غسان يوسف المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، عمان، الأردن ط1، 2013، ص ص 27- 26.

[2] أمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعلم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الإنجاز والاتجاه نحو التعلم عبر الويب ، مطبوعات المؤتمر الدولي الثالث للتعلم الإلكتروني والتعليم عبر الويب، المركز الوطني للتعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد، جامعة أم القرى،2013 ص12 .

[3] أمل نصر الدين سليمان عمر ،ا لمرجع نفسه ،ص10

13- خاصية إرسال/تلقي الرسائل (Send/Receive Messages):

14- تسمح خاصية إرسال/تلقي الرسائل للمستخدمين بإرسال وتلقي الرسائل بصورة مباشرة بين المستخدمين سواء كان هؤلاء المستخدمين أصدقاء ضمن قائمة أصدقاء المستخدم أو لم يكونوا كذلك.

15- خاصية إنشاء الصفحات (Pages Creation):

16- تسمح هذه الخاصية للأشخاص (أفراد) أو مجموعات (شركات/مؤسسات...) بإنشاء صفحات خاصة بهم تكون في الغالب اشهارية (Proclamation) وقد أطلقت هذه الفكرة من قبل موقع " الفيس بوك" والتي تم توظيفها بطريقة تجارية فعالة والتي تتيح للمعلنين ومنتجي الخدمات/السلع التجارية بالترويج لمختلف منتجاتهم نظير مقابل مادي حيث تقدم معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث والتي تظهر على صفحات المستخدمين.

17- الاهتمام : هي شبكات تبنى من خلال مصلحة مشتركة مثل الألعاب، الموسيقى، سوق المال، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها[1].

16- الشبكات الاجتماعية تسمح باستمرار تحديث البيانات.

17- الشبكات الاجتماعية تخلق بيئة تعاونية.

18-الشبكات الاجتماعية تدعم دور نشط من خلال الاشعارات الاجتماعية والدردشة، والمرفقات.

19-الشبكات الاجتماعية توفر للمستخدمين بيئة للتفكير النقدي[2].

20- إن اختراع هذه الشبكات ساهم في انعكاس قواعد حرية النشر والتعبير، وتدعيم الفكر الديمقراطي وحقوق الإنسان وغيرها من الأفكار والمفاهيم الثقافية والسياسية والاجتماعية التي انتشرت وتكونت حولها التشكيلات والجماعات، التي استفادت من سهولة استخدامها والنشر والمشاركة في المواقع الخاصة بذلك، أو بناء مواقع جديدة دون صعوبات تقنية ومادية في دعم هذه الأفكار والدعوة لها في إطار جماعي.

[1] مريم نريمان نومار: المرجع السابق، ص52-53.

[2] الشبكات الاجتماعية http://chaimaareda.forumegypt.net/t3-topic تاريخ الولوج 23 جويلية 2013.

ويذهب الدكتور "مُحَمَّد عبد الحميد إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تتميز كلها أو معظمها بمعالم جديدة في البناء والاستخدام، مثل:

- الاشتراك المجاني في الاستفادة من الخدمة وسهولة المشاركة في هذه المواقع.
- سهولة تشكيل الجماعات الافتراضية وتحقيق المشاركة وتبادل الخدمة أو الرأي أو الفكر بين الأعضاء.
- سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى.
- استخدام وسائل النشر الفوري على الجماعات أو التشكيلات الاجتماعية[1] .

رابعا: النظريات المفسرة لشبكات التواصل الاجتماعي:

ووفقا لما سبق ومن الناحية النظرية يخضع مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي لعدة نظريات[2]:

1- النظرية البنائية: وهي مقاربة اجتماعية تبحث عن عولمة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي، وحسب هذا الاتجاه هي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد، وتكون ذات نمط خاص ونوعي على سبيل المثال (التعاون، النصح، الرقابة) بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحليل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصف عولمة البناء العلائقي لهذا المجتمع.

لقد جعلت شبكات التواصل الاجتماعي علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيرا حاسما على

[1] مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 359، 2012، ص 157.

[2] Charles Kadushin, Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings. New York: OXFORD University Press, 2012, pp 135-189.

الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا[1].

2- نظرية الحلقة الاجتماعية: وهي مقاربة تقوم على وصف وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية (داخل الشبكة)، وشبكات التواصل الاجتماعي وفق هذه النظرية هي تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم، وفق رموز وشفرات معينة، قواعد توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة.

فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من: الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضا اللوائح والقواعد والسياسات المتبعة، والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات، بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين، أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الافتراضي، حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

- التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.
- الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.
- تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي، كما أن الأفراد قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية[2].

---

[1] مُحَمَّد مُحَمَّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 301 – 302. ، تاريخ التصفح 13 ماي 2018، متاح على الرابط: http://mj.minia.edu.eg/edu/images/Scientific-Journal/first-volume-2016/syed.pdf

[2] وليد رشاد زكي، « نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا»، المركز العربي لأبحاث القضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، مارس 2012، المرجع السابق، الرابط السابق.

3- نظرية الشبكة الاجتماعية: وهي نظرية تتناول بالفحص والكشف والدرس نماذج وخصائص الروابط الاجتماعية، وعلاقاتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية، وتستخدم هذه النظرية إطار الدراسة كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض، من خلال أواسط شبكات الحواسيب، وتتضمن هذه الخصائص تركيب الشبكات، وحجم الشبكات، ومدى الشبكة والتردد الاتصالي بين الناس، وكثافة الروابط المتبادلة بين الأشخاص، وخصائص الأعضاء وتاريخ الشبكة والمورد المتاح للشبكة.

4- نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي: لقد أعادت شبكات التواصل الاجتماعي التشكلات التفاعلية التي ظهرت في إطار ما يمكن تسميته بإعادة المفاهيم على نحو افتراضي، ومن هذه المفاهيم رأس المال الاجتماعي في سياقه الافتراضي.

وترى هذه النظرية أن رأس المال الاجتماعي على الصعيد الافتراضي يتأسس بناء على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة في شبكات التواصل الاجتماعي، إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنيت، التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي، وذلك عبر خاصيتين طرحها "**بلاتشرد وهوزه**" وهي: التبادل المعلوماتي والدعم الاجتماعي. فأما الأولى فتعني: المجال الذي يساهم في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية والاجتماعية، في حين الثانية تعني: الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي.

إن قوة رأس المال الافتراضي مستمدة من شبكة العلاقات التي تتم في رحاب شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تقوم على المصالح المتجانسة والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين

حمد محمّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 302 – 303

الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة، وتجدر الإشارة إلى أن تفاعلات المجتمع الافتراضي – شبكات التواصل الاجتماعي – لا ترتبط بوقت معين، وهذا يعطي رصيدا أكبر لشبكة العلاقات.

إن عنصر العلاقات المتبادلة وتكامل الاهتمامات المشتركة بين الأفراد في هذه الشبكة عوامل تساهم في تشكيل رأس المال الافتراضي في شبكات التواصل الاجتماعي، التي من الممكن تشكل منافع للأفراد و الجماعات[1].

المبحث الخامس: أنواع (تصنيف) شبكات التواصل الاجتماعي:

هناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية، التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك شبكات اجتماعية صغيرة، طرحت للتناسب مع القطاعات العامة في المجتمع، في حين هناك شبكات تخدم وحدة جغرافية للمجتمع، وهناك شبكات تستخدم واجهة استخدام بسيطة، بينما بعضها الآخر أكثر جرأة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، لذلك تعددت أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.

فقد صنف آلان لوفيبر **Alain Lefebvre** الشبكات الاجتماعية في كتابه الشبكات الاجتماعية إلى صنفين :الضمنية والصريحة، فالشبكات الاجتماعية الرقمية الضمنية: تضم المواقع المجتمعية المهتمة بالمضمون، مثل قاعدة لتبادل الفيديو، أما الشبكات الاجتماعية الصريحة: فهي المواقع التي أنشئت من أجل المستخدمين، ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية، كما يمكن للشبكات الاجتماعية الرقمية أن تتكيف مع كل المواضيع الممكنة مثل البحث عن عمل أو تطوير أعمال التعارف بين الأشخاص، تبادل

[1] حمد مُحَمَّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 303 –304. الرابط السابق.

المعلومات حول موضوع ذي اهتمام مشترك[1] (السيارات مثلا) ، وقد تنوعت وتعددت الأنواع والأقسام التي أشار إليها الباحثون، ومن أهم هذه الأنواع والتصنيفات نذكر:

أولآ: من حيث جنسية الأشخاص أو الاهتمام الموضوعي:

وتقسم الشبكات حسب الاستخدام والاهتمام إلى ثلاثة أنواع رئيسة، هي:

1- شبكات شخصية: تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف، والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال، حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية فيما بينهم بشكل منتظم للتواصل وإقامة حياة اجتماعية من خلال هذه الشبكات، وهذه المواقع عديدة وكثيرة، وقد تجد مواقع مغلقة على فئة معينة من الأصدقاء لمثل هذه الأمور، ومهناك موقع يعد الأول من نوعه، حيث تم إنشاؤه لوضع الذكريات الحزينة لدى الأعضاء من فقد عزيزا لديه يمكنه وضع رثاء خاص به، وتحميل صور ومقاطع فيديو، وهذا الموقع بغرض مشاركة الأحزان والذكريات والأحزان (Tributes 5) ، وغيره عدد من المواقع التي تختص بلغة معينة كالهندية والباكستانية وغيرها.

2- **شبكات خاصة بفئات موضوعية معينة (ثقافية):** وهذه الشبكات نشأت لتجميع بعض المهتمين بموضوعات بعينها، مثل المهتمين بالطب والهندسة، وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات، مثل (Library thing) ، أو شبكات شاركت في التعليم عن بعد لبعض المدارس، وشبكات ثقافية مختلفة.

3- شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت مثل هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة لخلق بيئة تدريبية مفيدة وحرفية، واستقبال سير ذاتية

[1] عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، المرجع السابق، ص70

.

للمشتركين، مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات ، وتقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها[1]، وأشهر هذه الشبكات (linked in).

ثانيا: من حيث الأهداف:

تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية وفقا للأهداف التي ترمي إلى تحقيقها على النحو الآتي :

1- شبكات التنشئة الاجتماعية : وهي الشبكات التي أنشئت من أجل الترفيه والتواصل الاجتماعي بين الأعضاء وغالبا ما تستخدم للعثور وعرض قوائم الأصدقاء الموجودة على الشبكة، مثل الفيس بوك، وماي سبيس.

2- شبكات التواصل الاجتماعي : وهي الشبكات التي تستخدم من أجل إيجاد علاقات جديدة، وتضم عددا كبيرا من أسماء المستخدمين غير المعروفة، مثل موقع LinkedIn.

3- الشبكات الاجتماعية للإبحار: وهي وسيلة لمساعدة المستخدمين على إيجاد نوع معين من المعلومات أو المصادر، كما تستخدم من أجل نشر قوائم الاتصال، وقوائم توفير سبل الوصول إلى المعلومات، والموارد المرتبطة بها مثل موقع Digg وهو موقع روابط إنترنت[2].

4- موقع تبادل الأعمال الإبداعية (Creativityworks sharing sites)مثل تبادل الفيديوهات عبر اليوتيوب والصور عبر فليكر.

5 -المدونات (Blogs).

6- مواقع شبكات الأعمال مثل لينكدإن.

[1] أماني جمال مجاهد: المرجع السابق، الرابط نفسه.

[2] أماني جمال مجاهد: المرجع السابق، الرابط نفسه.

7- الشبكات الاجتماعية عبر الدعوات، وتقتصر عضويتها على من توجه لهم الدعوة مثل (ASmallWorld.net).

8- المواقع التعاونية (Collaborative websites).

9- مواقع معلوماتية يساهم الأعضاء في كتابة محتواها مثل "ويكيبيديا(Wikipedia)".

10- مواقع العوالم الافتراضية(Virtual world).

11- مواقع المجتمعات التجارية .

12- مواقع تبادل الأخبار .

13- مواقع تبادل المواد التعليمية[1].

ثالثا: من حيث الوسائل:

تصنف شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية تبعا للوسائل التي تستخدمها وعلى النحو الآتي:

-الشبكات الاجتماعية العامة مثلFacebook وMy space.

-المدونات مثل سكاي بلوغ Skyblog وويكيبيديا Wikipedia.

-أدوات التشارك لتسجيلات الفيديو، مثل: اليوتيوبYouTube ، والصور مثل: Flick R ، والموسيقى مثل: Deezer.

- أدوات الدردشة، مثل: المنتديات PHPbb ، نظم المراسلة الآني Windows Live Messenger.

-منصات إنشاء الشبكات الاجتماعية مثلNing.

[1] صونية عبديش، المرجع السابق، ص 104.

- وسائل الإشهار الصغيرةTwitter والمواقع المشتقة منها مثل twitxr.

إضافة إلى غيرها من المواقع الأخرى التي تربط شعوب العالم تحت موضوع مشترك[1].

رابعا: حسب الخدمات:

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع أيضاً، هي:

1- شبكات تتيح التواصل الكتابي.

2- شبكات تتيح التواصل الصوتي.

3- شبكات تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس الشبكات الاجتماعية اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي.

وهناك تقسيم آخر، يقسم الشبكات الاجتماعية إلى قسمين:

1- شبكات داخلية خاصة :(Internal Social Networking)

ويتكون هذه الشبكات من مجموعه من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور اجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل شبكة.(linked in)

2- شبكات خارجية عامة :(External Social Networking)

[1] عبد الكريم علي الدبيسي وزهير ياسين الطاهات: المرجع السابق، ص 71.

وهي شبكات متاحة لجميع مستخدمي الانترنت، بل صممت خصيصاً لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع[1]، مثل شبكة (Facebook) .

سادسا: التأثيرات الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي :

تؤثر هذه الشبكات على مستخدميها من ناحيتين:

1- التأثيرات الايجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم هذه الآثار الايجابية :

- **الاستخدامات الاتصالية الشخصية**: وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشرارة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم، إذ يمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات، والملفات الخاصة، والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصداقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية[2].

[1] سلطان مسفر مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة؟! تاريخ الولوج 27 جويلية 2013، رابط الموضوع: http://www.alukah.net/Spotlight/0/40402/#ixzz22ZUc8vrE

[2] المرجع نفسه، الرابط نفسه.

- **نافذة مطلة على العالم**: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره[1].
- **الاستخدامات الحكومية**: اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلة التكلفة والوصول المباشر للمستفيد الأول، والتغذية الراجعة المباشرة، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز، ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيدها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات[2].
- **تثقيف المواطنين**: فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تثقيف المواطنين بحقوقهم السياسية والقانونية، وإشاعة قيم الدولة المدنية[3].
- **الانفتاح على الآخر وبناء العلاقات الاجتماعية**: فالتواصل مع الغير، بغض النظر عن الاختلاف في الدين والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإن هذا التواصل قد يكسب الفرد صديقا ذا هوية مختلفة عنه، يتشارك معه الأفكار ويتفاعل معه في القضايا العامة[4].

[1] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 298 – 299 الرابط السابق.

[2] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، المرجع السبق، الرابط السابق.

[3] حمزة عثمان عمر، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المرجع السابق، ص 21.

[4] سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، المرجع السابق، ص 59.

- **فرصة لتعزيز الذات:** فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.
- **ـأكثر انفتاحا على الآخر** : إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك، وقد يكون بالغرفة التي بجانبك، أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى[1]، فهي فرصة لتبادل المعلومات والصور وتكوين صداقات على مستوى العالم[2].
- **ـمنبر للرأي و الرأي الآخر والتغلب عن العزلة:** إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية[3]، وبالتالي تحولت إلى ساحة للنقاش وتبادل الآراء والأفكار، ووسيلة للضغط على الحكومات، لتحقيق الديمقراطية والإصلاح السياسي[4].
- **التقليل من صراع الحضارات:** فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين

[1] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 298 – 299 الرابط السابق.

[2] حمزة عثمان عمر، المرجع السابق، ص 21.

[3] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 299.

[4] حمزة عثمان عمر، المرجع السابق، ص 21.

مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول[1].

- **التواصل التعليمي وكسب المعلومات:** وتبادل الخبرات والمهارات ومناقشة المواضيع الاجتماعية، بين الطلبة والأكاديميين والباحثين، كما تعد وسيلة للوصول إلى الخبرات والكفاءات، فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفرد أو الجمعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جداً داخل أسوار المدارس، في ظل تكدس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات[2].
- .**تزيد من تقارب العائلة الواحدة:** فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.
- .**تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة:** حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد

[1] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 299.

[2] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، المرجع السابق، الرابط السابق.

ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبني أو الاختطاف أو الهجرة، فيتم العثور على الأبناء[1].

- **الاستخدامات الإخبارية** :أصبحت مصدرا من مصادر الأخبار لكثير من روادها ، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالبا ،لا احترافية، لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية، وقد تميزت المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام[2].
- **وسيلة للدعاية والإعلان**: هي وسيلة للانتشار السريع، وخاصة لمن يعملون في مجال الدعاية والإعلان التجاري، بل وفوائدها أكثر من الإعلان بالطرق التقليدية، لأنها مواقع تتيح الإعلان بشكل قانوني ومجاني، كما أنها سريعة وواسعة الانتشار[3].
- **الاستخدامات الدعوية والدعائية**: فتحت الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم، واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة، ومواقفهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة ، وتتميز

[1] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 299.

[2] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، المرجع السابق، الرابط السابق.

[3] سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية، المرجع السابق، ص 59.

الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز المكان والزمان ، والسهولة في الاستخدام والتواصل ،والتوفير في الجهد والتكاليف[1] .

2- التأثيرات السلبية:

مثلما يوجد آثار إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي فإن لها أثار ا سلبية أيضا، فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:

- **تقلل من مهارات التفاعل الشخصي:** فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر[2].
- **إضاعة الوقت:** حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمشتركين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.
- **الإدمان على مواقع التواصل:** إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله- بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمرا صعبا للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل[3].
- **ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل:** حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين[1].

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، المرجع السابق، الرابط السابق.

[2] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 300.

[3] سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية، المرجع السابق، ص 60.

- **انعدام الخصوصية:** تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير[2].

- **عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء:** إن مسألة الإباحية الخلقية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة.

- **الصداقات قد تكون مبالغا فيها أو طاغية في بعض الأحيان:** فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فورا، ففيه نوع من النفاق.

- **انتحال الشخصيات:** تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة، أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.

- **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية:** أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثة فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام[3] باتت الحاء "7" والعين "3" .

---

[1] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 300.

[2] سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية، المرجع السابق، ص 59.

[3] حمد محمد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 300- 301.

- **بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة** : الأمر الذي يسبب خللا أمنيا وفكريا، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب، مما يسهل إغراءهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا، بل هي للهدم والتدمير وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات، بل ودول لها أغراض تخريبية[1].
- **انتهاك الحقوق الخاصة والعامة** : الخصوصية الشخصية الخاصة أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع من الحقوق المحفوظة، والتي يعتبر الاعتداء عليها جرما يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بما تحمله من خصوصية اجتماعية للشخص والمواقع –إلى سهولة هتك ستار الحقوق و التلاعب بها إما بالتعطيل أو التغيير أو بالاستغلال السلبي لها ولمعلوماتها .

وانتهاك الخصوصية يتم من عدة طرق ، منها انتحال الشخصية الخاصة للأفراد أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والمتميزة، وأصحاب المناصب الكبرى، وكذلك الحال مع المواقع المتميزة والشهيرة، استغلالا للنفوذ والشهرة والثقة الاعتبارية لكثير من الشخصيات والمواقع[2].

- **كثرة تداول الإشاعات والأخبار**: نظرا لعدم اشتراط التأكد من المعلومة قبل نشرها، أو نشر مصدر الخبر على تلك المواقع، إضافة إلى غياب الرقابة على ما كتب، أو ما ينشر في تلك المواقع.

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، المرجع السابق، الرابط السابق.

[2] المرجع نفسه، الرابط فسه.

- **التشهير والفضيحة والمضايقة، التحايل والابتزاز والتزوير**: وهي أخلاقيات تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام، لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة، وهي لا تحتاج إلى بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات،

والابتزاز قد يكون أخلاقياً بصور أو مقاطع فيديو خاصة، أو أخذت كرهاً وغصباً، وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالياً من قبل أشخاص، أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل، فقد تكون بحوزته معلومات فيساوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات.

والتزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشاراً على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى منها على سبيل المثال :إدخال بيانات خاطئة أو التعديل البيانات الموجودة، ومن صورها على الشبكات الاجتماعية تزوير البيانات الخاصة للشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع[1].

وتأسيسا على مما سبق فإن شبكات التواصل الاجتماعي تعد سلاحا ذا حدين، لها عدة إيجابيات على المجتمع، وأنها لا تغدو أن تكون مجرد وسيلة، يجب التعامل معها وفقا لذلك، لا التعامل معها كغاية في حد ذاتها، لأن ذلك سيؤثر سلبا على مستخدميها.

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي، الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، المرجع السابق، الرابط السابق.

الفصل الرابع :

الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية

المبحث الأول: مفهوم الوعي السياسي.

المبحث الثاني: أهمية الوعي السياسي.

المبحث الثالث: طرق اكتساب الوعي السياسي.

المبحث الرابع: العوامل المؤثرة في تشكيل الآراء السياسية.

المبحث الخامس: شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي والآراء السياسية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الرابع : الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية.

أولا : الوعي السياسي: مقاربة نظرية:

1-مفهوم الوعي:

الوعي: كلمى تدل على ضم شيء، وفي قواميس اللغة العربية وَعَيْتُ العِلْمَ أعِيهِ وَعْياً. ووعَى الشيء والحديث يَعِيه وَعْياً وأَوْعاه: حَفِظَه وفَهِمَه وقَبِلَه، فهو واعٍ، وفلان أَوْعَى من فلان أَي أَحْفَظُ وأَفْهَمُ[1]. وفي الحديث: نَضَّر الله امرأً سمع مَقالَتي فوَعاها، فرُبَّ مُبَلَّغٍ أَوعى من سامِع. والوَعِيُّ الحافِظُ الكَيِّسُ الفَقِيه.

وعليه لا وعي دون علم، فكلما ازداد المرء علماً وفهماً ازداد وعياً[2].

أما الوعي من الناحية الاصطلاحية فهو: **إدراك الإنسان لما حوله ، وشعوره بنفسه وما يحيط به ، وفهمه للواقع الذي يعيش فيه ، ورؤيته الواضحة لطريق نجاحه وتحقيق أهدافه**[3].

يعرف قاموس Le Petit LAROUSSE de la Médcine الوعي بالمعنى السيكولوجي يعني: **المعرفة التي يمتلكها كل واحد حول أفعاله والعالم الخارجي**[4].

والوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك وعلى تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس. كما يمثل الوعي عند العديد من علماء علم النفس الحالة العقلية التي يتميز بها الإنسان بملكات المحاكمة المنطقية، الذاتية (الإحساس

---

[1] ابن منظور، لسان العرب، المجلد15، دار طارد، بيروت، لبنان، 2000، ص 254.

[2] ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، الوعي http://ar.wikipedia.org/wiki/

[3] شبكة فلسطين فلسطين للحوار، دروس في صناعة الوعي السياسي ، تاريخ الزيارة على الرابط:
https://www.paldf.net/forum/showthread.php?t=211224

[4] André Donart et YacquéBourneuf: Le Petit LAROUSSE de la Médcine, tome1, 1983, p242.

بالـــــذات) (subjectivity)، والإدراك الـــــذاتي (self-awareness)، والحالـــــة الشـــــعورية (sentience) والحكمة أو العقلانية (sentience) والقدرة على الإدراك الحسي (perception) للعلاقة بين الكيان الشخصي والمحيط الطبيعي له.

والوعي بأمر ما يتضمن معرفته والعمل بهذه المعرفة[1].

وعرف آخرون الوعي بأنه إدراك الفرد ومؤسسات المجتمع المختلفة بمسؤولياتهم الكبرى في بناء الشخصية الإنسانية المتكاملة، والسعي في دفع عملية النهضة والتقدم المعنوي والمادي من خلال إصلاح الفكر والسلوك والواقع.

وقد عرف ماهر الكيلاني الوعي بأنه " المعرفة والإدراك والتنبه والفهم للنفس والعالم الخارجي وللانتماء الاجتماعي، وينتج عن التأمل للعالم الموضوعي والعمل والفعل الاجتماعي بكل أوجهه، ويؤدي الوعي إلى اتخاذ مواقف فردية وجماعية عملية، أي أن الوعي مرتبط بالسلوك، وتلعب اللغة دورا مهما في عملية الوعي، أما في علم النفس فيستخدم بمعنى الشعور، وهناك الوعي وهو حالة اليقظة ، واللاوعي وهو اللاشعور في حالة النوم والإغماء[2]".

فمفهوم الوعي يشير الى استخدام الفرد للعقل بشكل بناء وسليم لتكوين تصورات وبناء أحكام , فالوعي هو الادراك العقلي للتجارب والمتغيرات المحيطة وبالتالي تصبح للفرد القدرة على تكوين موقف محدد اتجاه الواقع الذي يعيشه، والوعي بهذا المعنى هو عكس الغفلة والتي تعني السلبية في التعامل مع الواقع بعيداً

[1] ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، الوعي http://ar.wikipedia.org/wiki/

[2] ماهر الكيلاني وآخرون، موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، ج 7، د س، ص 295-296.

عن استخدام العقل والمنطق في تبني المواقف, والغفلة هنا قد تكون ناتجه عن بالتخلف أو التعصب أو الأمية أو القهر[1].

فالوعي بشكل عام يمثل المركز الرئيس لحركة الإنسان وفكره وسلوكه، وهو ما يقصده كل من يريد تغيير فكر وسلوك شخص ما، وهو ما قصده الأنبياء والرسل عليهم السلام والمصلحون لتوجيه الأفراد من أجل تغيير الواقع الفاسد .

وعليه فالوعي حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني، وهذا يعني أن الوعي هو الخاصية التي تتيح للإنسان أن يمتلك شروط وجوده على نحو ذهني، ويتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدروس أو موضوع الوعي، حيث يعرف الإنسان أشكالا من الوعي، كالوعي الديني والأخلاقي والقومي والأمني والاقتصادي والأخلاقي والقانوني والثقافي والإعلامي والسياسي.

كما أن الوعي شحنة عاطفية قوية تتمكن في كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد، ويتم تكوين الوعي من خلال العمل التربوي في مختلف مراحل التعليم، كما أن الوعي أكثر قابلية لدعم وتوجيه السلوك في الاتجاه المرغوب[2].

ويميز الباحثون بين نوعين من الوعي: وعي التخلف وتخلف الوعي، فوعي التخلف يصدر عن بنية فكرية اجتماعية اقتصادية متخلف، أما الوعي المتخلف فهو الوعي الذي يوجد في كل العينات المتقدمة والمتخلفة على السواء، فقد نجد في السويد واليابان وعيا متخلف يظهر على شكل الجمعيات العنصرية وعصابات

[1] موسى مُحَمَّد آل طويرش، الوعي السياسي كعنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي: موجود على الرابط:
http://thenewiraq.com/?p=2512

[2] تيسير عبد الحميد أبو ساكور، دور الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية في تنمية الوعي السياسي ونشره لدى الشباب الجامعي، مجلة جامعة الخليل للبحوث، المجلد4، العدد1، 2009، ص 229. موجود على الرابط:
http://www.hebron.edu/docs/journal/v4-1/Humanities223-252.pdf

السطو وترويج المخدرات، أما وعي التخلف فهو وعي قائم بذاته يحمل علامات المجتمع الذي أفرزه، ثم يطبع هذا المجتمع بطابعه، لأنه وعي بنيوي يتخلل كل البنى في المجتمع. ويشير محي الدين صبحي إلى أن وعي التخلف هو الوعي السائد في البلاد العربية، وأنه لا يمكن للإنسان العربي أن يخرج من دائرة هذا الوعي إلا إذا استطاع أن يخرج من دائرة هذا الواقع المتخلف، وهذا يعني أنه من أجل أن يكون للعرب دور في هذا العالم لابد أن يكون في البداية في مستوى العقل وفي مستوى الخطاب، ومن خلال نسق جديد للمعرفة يستوعب الحديث، ولا يرفض القديم، ولكنه لا يغرق فيه[1].

وتجدر الإشارة إلى ضرورة التفريق بين الوعي والتوعية، فالتوعية: "هي إيجاد الوعي وإكسابه للأفراد والجماعات لحملهم على الاقتناع بفكرة أو رأي معين، واتخاذ منهج سلوكي معين بقصد تحقيق نتائج بالقائم بالتوعية[2]". وبذلك فالتوعية أعم وأشمل من الوعي.

2-مفهوم الوعي السياسي:

لقد تعددت الجوانب التي تناول من خلالها المفكرون السياسيون هذا المفهوم نتيجة تأثره بالتوجهات الأيديولوجية والتيارات الفلسفية التي تناولت الوعي السياسي وكان نتاجا لذلك تعدد الرؤى حوله، حيث تتعرض كل أيديولوجية للوعي السياسي حسب تراثها الفكري وأهدافها الفكرية، فمنها ما يعتبره الدراية بمحددات الديموقراطية والمشاركة السياسية، ومنها ما يعتبره الدراية والإيمان بالقضايا القومية وكذا الإيمان

[1] على سعد وطفة، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي، بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، ، موجود على الرابط:

http://www.tourathtripoli.org/phocadownload/dirasset_fi_syassa/12.pdf

[2] ياسين بوذراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص16.

بإيديولوجية الحاكم وسياساته، وفي هذا الصدد مثل الوعي السياسي لدى الجانب الليبرالي الإيمان بما يسمى الديمقراطية، والتداول على السلطة، والمشاركة في تحديدي السياسات العامة، أما الحركة الماركسية فقد اعتبرت الوعي السياسي هو الإيمان بمعتقدات الحزب الماركسي، وكذا الثورة العمالية[1]، لذلك شكل الغموض والخلط صعوبة لدى الباحثين لتفسير هذا المفهوم بشكل دقيق وواضح.

وقد عرف الوعي السياسي بأنه: مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ الأساسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته وتحليلها، ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها[2].

كما عرف بأنه: معرفة المواطن لحقوقه ووجباته السياسية، وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، وقدرته على تجاوز خبرات الجماعة الصغيرة التي تنتمي إليها إلى خبرات ومشاكل المجتمع السياسي ككل، ولا بد أن تتوافر فيه بعض العناصر (كالشعور بالاقتدار السياسي، والتسامح الفكري المتبادل، وتوفر روح المبادرة، والاستعداد للمشاركة السياسية، واللاشخصانية، والثقة السياسية المتبادلة[3]).

[1] عبدالحق يحياوي، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، دراسة عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2010-2011، ص 59 ، موجودة على الرابط : http://bu.univ-ouargla.dz/Yahyawi_Abdelhak.pdf?idthese=241

[2] تيسير عبد الحميد أبو ساكور، المرجع السابق، ص 229-230

[3] كمال المنوفي، الثقافة السياسية وأزمة الديموقراطية في الوطن العربية، مجلة المستقبل العربي، ع 167، 1980، ص 24.

ويعرف أيضا بأنه: عملية اكتساب الأفراد للمعارف والمهارات والخبرات والقدرات، وإدراك هؤلاء الأفراد للدور المناط بهم، والذي يجب عليهم القيام به ليتمكنوا من المشاركة في المجتمع كأعضاء فاعلين[1].

أما أسعد وطفة يعرفه بأنه: " الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة ، ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في الآن الواحد[2]".

أما رفيق المصري فيرى بأنه: "ما يوجد لدى الفرد من معارف سياسية بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية[3]".

والوعي السياسي هو: "مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته: يحلله ويحكم عليها، ويحدد موقفه منها، ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها[4]".

في حين عرف إبراهيم مدكور الوعي السياسي بأنه: "حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني، وهذا يعني أن الوعي هو الخاصية التي تتيح للإنسان أن يمتلك شروط وجوده على نحو ذهني[5]".

---

[1] عبد الحكيم عبد الله مكارم، دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2003، ص 30.

[2] علي أسعد وطفة، التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربي، بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، موجود على الرابط: http://www.touratht ripoli.org/phocadownload/dirasset_fi_syassa/12.pdf:

[3] رفيق المصري، مستوى الوعي السياسي لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني ، مجلة جامعة الأقصى، المجلد 11، ع2، جوان 2007، ص 45.

[4] أحمد حسين اللقاني، علي الجمل: معجم المصطلحات التربوية: المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب ، القاهرة، 1996، ص204.

[5] إبراهيم مدكور، معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 145.

ومن خلال جملة التعريفات السالفة نخلص إلى أن الوعي السياسي هو إدراك الإنسان لما حوله من خلال علاقته بمكونات الأمة والمجتمع الذي يعيش فيه وثقافته وتاريخه، وشعوره بنفسه وما يحيط به، وفهمه للواقع الذي يعيش فيه، ورؤيته الواضحة لطريق نجاحه وتحقيق أهدافه، وشعوره بالمسؤولية تجاه الأمة وقضاياها، وتَبَصُّره الدائم والهادف لدوره في نهضة الأمة، وامتلاكه دوافع العمل الجماعي للدفاع عن الأمة والعمل من أجل رقيها ورفعتها، يتكون الوعي السياسي عندما يشعر الفرد أنه مواطن في بلده وله حقوق وعليه واجبات، ويحتم عليه أن يخوض النضال في جميع الاتجاهات التي تناقض اتجاهاته، وضد جميع المفاهيم التي تناقض مفاهيمه.

والوعي السياسي يختلف عن الثقافة السياسية من حيث إنه أكثر إحاطة وشمولا منها، كما أنه لا يتم إلا عن طريق ترجمته الحقيقية بالمبادرة والعمل لتحقيقه في ظروف معقدة ، أما الثقافة السياسية فهي تتكون من خلال الفهم الصحيح والمعرفة الواعية للوقائع والأشياء.

وفي المنظور الإسلامي فقد عرف الدكتور فتحي يكن بقوله: "إن العلماء الأجلاء –في السلف والخلف– عرفوا الوعي السياسي بأنه إدراك الفرد لواقع المسلمين وواقع العالم، بكل ما يعنيه ذلك من معرفة طبيعة العصر، ومشكلات البشر، والقوى الفاعلة والمؤثرة –الظاهرة والخفية– في مواقع القرار ، لتكون هذه المعرفة مساعدة في حسن رعاية الأمة ومصالحها ، كما في دفع المفاسد والأخطار عنها، فإذا كان معنى السياسة في الإسلام رعاية شؤون الناس فيكون الوعي لازما لحسن القيام بهذه الرعاية[1]".

[1] نقلا عن محمد عبدالله محمد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، دراسة ميدانية (دراسة حالة لأمانة صنعاء) رسالة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، عمان ، الأردن، مارس 2012، ص 27، موجودة على الرابط: http://www.meu.edu.jo/ar/images/document/artscience

فالوعي السياسي إذا يحيل على درجة معينة من المعارف والمهارات ذات الصبغة السياسية، فهو بذلك يتضمن معلومات وخبرات تجعل حاملها متمكنا من تتبع ومواكبة ما يجري في المشهد السياسي، رغم ما يطرح من هذا التحديد للوعي السياسي من صعوبة منهجية تتعلق بالقدرة على قياس هذا الوعي، كما تتداخل عوامل متعددة سواء كانت موضوعية أو ذاتية في التحكم في صياغة الوعي السياسي في ظل المناخ النفسي والسياسي العام، الذي يحدد سلوك الناخبين وتوجهات الرأي العام، ويزداد تعقيدا اليوم في ظل مجتمع المعرفة والإعلام ، وفي ظل جبروت الصورة والتلفزيون وتقنيات التواصل الجديدة، وهيمنة استراتيجية التسويق السياسي والإعلامي البالغة الذكاء والتأثير[1].

إن لكل مجتمع وعيه السياسي ومقياسه الخاص بتحديد هذا الوعي، ومن أبرز مؤشرات هذا الوعي نجد: التربية، القيم، الهوية، الشعور والانتماء، والاطلاع على المعرفة السياسية ، والقدرة على تحليل الوضع السياسي، والقدرة على الاختيار، والقدرة على المشاركة، والوعي بالحقوق والواجبات.

إن الوعي السياسي هو ادراك الفرد لواقع مجتمعه ومحيطه الاقليمي والدولي, ومعرفة طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تحيط به, ومعرفة مشكلات العصر المختلفة, وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً. والوعي السياسي هو طريق الفرد لمعرفة حقوقه وواجباته في كل الانظمة الديمقراطية أو الشمولية. والمجتمعات التي تنوي التحول من النظام الدكتاتوري الى النظام الديمقراطي بحاجة الى منظومة من المعارف السياسية التي تتضمن قيم واتجاهات سياسية مختلفة, يستطيع من خلالها الفرد التعرف على الظروف والمشاكل التي تحيط به محليا و عالمياً, ويحدد مكانه وموقفه منها

[1] مُحَمَّد أوجار، ندوة الوعي السياسي واختيارات الناخب، معهد البحرين للتنمية السياسية، موجود على الرابط:
http://www.bipd.gov.bh/PDF/Nadawat/nadawat4.pdf

والمساهمة في تغييرها أو تطويرها. ولذلك يحتاج الفرد الى رؤية سياسية واعية وشاملة بالظروف والازمات التي تعتري المجتمع, ليكون مدركاً لمسؤوليته وناقداً للسلوكيات الخاطئة التي تمارس من قبل السلطات الحكومية.

ثانيا: أهمية الوعي السياسي:

لا يخلو مجتمع من السياسية، إذ أن السياسة هي سياسة أناس يعيشون في مجتمع حاكمين أو محكومين، مدافعين عن الواقع أو معارضين له، فالسياسة شيء لا بد منه، زلا يخلو مجال من مجالات الاجتماع البشري من السياسة، لأن الناس لا ينتظمون في الاجتماع المدني ويخضعون للقوانين إلا بوجود وازع يزع بعضهم البعض، وعليه فالسياسة نشاط اجتماعي، إذ أن الحدث السياسي إنما هو نشاط اجتماعي بالأساس، وأن الظاهرة السياسية هي بالأساس ظاهرة اجتماعية، بل يصعب الفصل بينهما لاعتبارات إجرائية بحثية، ويكون العمل الاجتماعي سياسيا عندما يحاول الضبط أو التأثير على القرارات الخاصة بالشؤون العامة[1] .

ويعتبر الوعي السياسي أحد أنماط الوعي الاجتماعي لارتباطه بالحياة السياسية للمجتمعات، وكذا بأنظمة الحكم فيها، ومساراتها قياسا للشعوب، كما يعد على درجة كبيرة من الأهمية في الدراسات الاجتماعية السياسية خاصة في المجتمعات الاشتراكية والنامية، لأنه يرتبط ارتباطا مباشرا بالتحركات الشعبية التي تحدث نتاجا لتزايد وعيهم السياسي، فغياب الوعي السياسي يعني انتشار الفساد والديكتاتورية وغياب المبادئ الشورية والديمقراطية[2]، وتأتي أهمية الوعي السياسي في أنها تعزز الديمقراطية في نظرة الفرد ورؤيته لقضايا وطنه وأمته ، وكذلك رؤيته للظروف التي توثر في المجتمع بصورة تحليليه واعية، لذلك يعد الوعي

[1] باديس بوشحمة، علم الاجتماع السياسي الجذور التاريخية والفلسفية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت ، سكيكدة، الجزائر، العدد08، 2014، ص ص 112 – 113 .

[2] عبد الحق يحياوي، المرجع السابق، الرابط السابق.

السياسي للمجتمعات بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية، وأن أي انخفاض في مستوى الوعي لدى المواطنين يهدد الديمقراطية كمفهوم وسلوك، فالوعي السياسي في أي مجتمع له دور وأهمية كبيرة في تنوير بصيرة المواطن بحقوقه المدنية والقانونية وواجباته والتزاماته الدستورية في المجتمع.

كما تكمن أهمية الوعي السياسي للأفراد في أن له علاقة وطيدة وعميقة بالعملية السياسية، فعندما يكون هناك وعي سياسي في بعض المجتمعات فإن أفرادها يتميزون بقوة الشعور بالولاء الوطني والمواطنة المسئولة ، فيقوم الأفراد بالمشاركة في الحياة العامة ، ويسهمون طواعية في النهوض بالمجتمع الذي ينتمون اليه، وبالمقابل عندما يكون الوعي السياسي متدنيا في بعض المجتمعات فإن معظم الأفراد في تلك المجتمعات يتسمون باللامبالاة ، وينتابهم الشعور بالاغتراب السياسي داخل مجتمعهم ، بل يتعدى ذلك إلى عدم شعورهم بالمسئولية تجاه أي شخص خارج محيط الأسرة ، وينظرون الى المشاركة في الحياة السياسية على أنها مجرد ألعوبة يتخذها أصحاب القرار ، وأن(المواطنين) هم مجرد أداة يستخدمونهم متى أرادوا ليصلوا إلى مصالحهم ، وبالتالي فهم يتجهون إلى أسلوب" العزوف " عن المشاركة السياسية في المجتمع أيا كان نوعها أو طبيعتها.

وتأتي أهمية الوعي السياسي أيضا في أنه يساعد على استقرار المجتمع، واستمرار حياة الناس وعدم تعثر شؤونهم، حيث تتجلى وتتضح الرؤيا لأفراد المجتمع، وتنعدم المفاسد والمظالم بينهم، مما يؤدي إلى تفادي الضعف والانهيار الذي قد يحدث عندهم .

وتأتي أهمية الوعي السياسي أيضا في أنه يعد المدخل الأساس لمعرفة العصر إذ لابد من معرفة الواقع الذي نعيشه ورصد الأحداث وتحليلها، ولابد أيضا من معرفة تقاليد العصر وثقافاته وعلومه، ومعرفة مصطلحاته ولغاته، وقراءة خطابه .

إن أهمية الوعي السياسي من الركائز الأساسية لبناء الأمم والنهوض بها، فكلما كان هناك وعي سياسي عال كلما كان هناك ثبات واستقرار ونهوض للمجتمع ، وكلما كان هناك غياب للوعي السياسي كلما كان هناك اهتزاز وعدم اتزان داخل المجتمع ، ويصبح ذلك المجتمع متأخرا ومتخلفا مقارنة بالمجتمعات الواعية ، فعدم التطلع والنهوض بهذه المجتمعات إلى مستوى راق يسهم في ضعفها وانهيارها ، وهذا ناتج عن غياب الوعي السياسي[1].

ومن خلال ما سبق يستنتج أنه لابد للمجتمع من أن يدرك أهمية الوعي السياسي وقيمته وسبل تكريس حالة الوعي لمفهوم الديمقراطية، ومساندة الأصوات والقوى السياسية التي تنادي بتثقيف الفرد والمجتمع سياسيا ، فأي نظام سياسي يحتاج إلى وجود وعي سياسي يغذيه ويحافظ عليه، فإذا كان هناك حكم فردي تسلطي فإنه يوائمه وعي سياسي تتمحور عناصره في الخوف من السلطة والإذعان لها ، وضعف الميل إلى المشاركة، وفتور الإيمان بكرامة وذاتية الإنسان، وينتج عنه عدم إتاحة الفرصة لظهور المعارضة، أما عندما يكون الحكم ديمقراطيا فإنه يوائمه وعي سياسي يؤمن بحقوق الإنسان ، ويقتنع بضرورة حماية الإنسان وكرامته في مواجهة أي اعتداء على هذه الحريات، حتى لو كان من قبل السلطة نفسها.

ومن الآثار المترتبة عن غياب الوعي السياسي أيضا نذكر:

- عدم فهم لغة السياسة التي يتخاطب بها الناس من حولنا سواء على مستوى الألفاظ ومدلولها ، أو على مستوى الأساليب وأبعادها كمصطلحات : النظام الدولي الجديد، والشرق الأوسط والتطرف والأصولية ومقاومة الإرهاب، واللوبي الصهيوني، وصدام الحضارات ، والعولمة .... إلخ.
- عدم القدرة على استقراء اتجاهات الأحداث في العالم.

[1] مُحَمَّد عبد الله مُحَمَّد الحورش، المرجع السابق، ص 28-29، الرابط السابق.

- العجز عن وضع الخطط المناسبة للتحرك.
- تنفيذ خطط القوى المعادية وخدمة أهدافها دون الشعور بذلك.
- الوقوع في تناقضات حول الخطوات المناسبة للمواجهة.
- السقوط في مصيدة الاختراق السياسي – الفكري، وهذا يبلبل المسيرة.
- عدم الاستفادة من الفرص المتاحة ونقاط الضعف في جسم العدو السياسي.
- الانشغال بغير العدو الحقيقي والاشتباك مع التيارات الأخرى الموازية والحليفة المفترضة.
- فقدان الثقة بالعمل الشعبي المنظم كأداة صراع ضد الخصوم .
- ضياع الفرص المناسبة، مع عدم الانتباه إلى الخسائر الراهنة والبعيدة المدى[1].

فغياب الوعي السياسيّ يعني اضطراب وتعثر شؤون الناس، وهو حالة شبيهة بحالة فقدان الوزن وانعدام الرؤيا، ونتيجته ضياع مصالح الناس، وتفاقم وتعاظم المفاسد بينهم وحولهم، وبالتالي ضعفهم وانهيارهم.

ثالثا: خصائص الوعي السياسي:

يتميز الوعي السياسي بمجموعة من الخصائص والمميزات على النحو الآتي[2]:

أ– النظرة المنهجية (المنظمة): وهنا تفترض هذه النظرة أن يكون التفكير في القضايا وحل المشاكل على قدر واضح من التنظيم وسلسلة من الخطوات تتكامل فيما بينها ، وأن يكون لهذا التفكير أساليب منهجية يكون نجاحها مضمونا ، أي لا تكون عشوائية وجزافية.

[1] شبكة الدعوة، أهمية الوعي السياسي في العمل الاسلامي، تاريخ الزيارة 14 ماي 2018، على الرابط:
http://www.daawa.net/display/arabic/efuqh/efuqhdetail.aspx?eid=16&etype=3

[2] هادي نعمان الهيتي، إشكالية المستقبل في الوعي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003، ص 101-107.

ب– النظرة الهادفة : وهنا يشترط في التفكير أن تكون هناك أهداف ذات أهمية عند تناول المشاكل والمسائل الأساسية في المجتمع ، لا أن يكون التفكير في المجتمع مجرد نشاط عفوي أو عابث ، وبالتالي يكون للتفكير أهمية معرفية وأهمية مجتمعية حاضرا ومستقبلا ، تهدف إلى الوصول إلى نتائج تحل المشاكل الموجودة.

ت– النظرة الواقعية : وهنا يفترض أن يكون التفكير واقعيا أو بما هو ناجم عن الواقع ، أي لا ينشغل التفكير بما هو غير واقعي ، وأن لا يكون تفسير الظواهر معتمد ا على حالة فردية ، أو مقولة شائعة ، أو صيغة لفضية عامة ، وأن لا يكون معتمد ا أيضا على أفكار غير متحقق من صحتها وصدقها منهجيا ، حتى لا تكون أفكارا وهمية.

ث– النظرة الموضوعية : وتعني أن ينصرف التفكير إلى الموضوع بأبعاده وظروفه وعلاقاته ، دون الانشغال بما هو دخيل وما يتعلق بالذات ، والنأي عن التأثر بالهوى ، أو بالأفكار الجاهزة أو النمطية ، أو اللجوء إلى الاحكام المسبقة.

ج– النظرة التحليلية والتركيبية: وهنا لابد للتفكير أن يقوم على التحليل ، لأن المشكلات والظواهر تكون غالبا مركبة من عناصر وعلاقات متعددة ، وعليه فإن النظرة التركيبية تأتي مكملة للنظرة التحليلية ، وبالتالي فإن للتفكير قدرة على إعادة تركيب العناصر بهدف التحقق أو التثبت من صدق التحليل.

ح– النظرة المرنة : وتعني أن يتصف التفكير بالمرونة حتى يكون الوعي علميا، خصوصا أن هناك أحكاما حول مجال المرونة في حياتنا العربية، بما في ذلك المؤسسات التعليمية.

رابعا: العوامل المؤثرة في تشكيل الآراء السياسية:

تتعدد الأدوات التي يتمكن بها تشكيل الآراء السياسية، بل توجد عدة عوامل و متغيرات تؤثر تأثيرا فعالا في تكوين وصياغة واستقرار وانتشار الآراء السياسية ، لكنها تبقى ضمن الإطار العام للتنشئة السياسية،

والتي يمكن اعتبارها العملية التي يكتسب الفرد من خلالها معلوماته وحقائقه وقيمه ومثله السياسية، ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية والأيديولوجية التي تؤثر في سلوكه وممارساته اليومية، وتحدد نضجه وفعاليته السياسية في المجتمع[1]، والسبل والوسائل الكفيلة باكتساب وعي سياسي عقلاني بحيث يكون لديها القابلية على تحليل الأحداث تحليلاً موضوعياً وأكاديميا تتمثل في مؤسسات التنشئة السياسية والطبيعية السوسيولوجية للمجتمعات البشرية، وكل هذه العوامل تشارك مشاركة فّعالة في تكوين الآراء والمواقف السياسية عند الأفراد والجماعات خصوصا خلال فترة الأمد البعيد ويكون تأثير هذه العوامل فّعالا ومتميزا إذا كانت جميعها تردد نفس الآراء والأفكار عن القضية السياسية قيد الدراسة والتحليل، بينما تقل وتضعف فاعليتها إذا كانت أفكارها وطروحاتها حول الموضوع أو القضية مختلفة ومتناقضة.

وعليه نوضح دور نوعين من مؤسسات التنشئة السياسية – الأولية منها، والأساسية التي تؤثر في تكوين الآراء والمواقف السياسية، وهي كالآتي:

أ- **العائلة (الأسرة)**: تعد الأسرة أحد القنوات الأساسية في عملية بناء وتنشئة الوعي السياسي في مختلف دول العالم، ، وأن أهمية ودور الأسرة وتأثيرها لا يتغير مهما كانت الكيفية التي تتم بها هذه الظاهرة، حيث تقوم بنقل القيم والمعلومات والارتباطات الاجتماعية والأساسية إلى الأجيال الجديدة[2]، إذ يبدأ

[1] يحياوي عبد الحق، المرجع السابق، الرابط السابق.

[2] ناصر زين العابدين أحمد، وليلى عيسى أبو القاسم، مفهوم وأهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع، مجلة تكريت للعلوم السياسية، دورية فصلية محكمة تصدر عن كلية العلوم السياسية ، العراق، المجلد 3، أكتوبر 2017، المجلد 3، السنة 3، العدد 9، ص 158.

الطفل باكتساب الوعي بنفسه ككائن حي له مقومات الذاتية وكذلك اكتساب الوعي السياسي بالوسط الاجتماعي الذي يحيط به[1].

والوعي السياسي والتنشئة السياسية في مرحلة الأسرة هي في الحقيقة محاولة لإدخال في ذهن الطفل للتعرف على الواقع السياسي بشكل بدائي وبسيط من خلال التعرف على رموز السلطة وبعض الأمور المتعلقة بالسياسة، من دون أن يكون لذلك الطفل أي تحفظات مما يجده في الواقع من الأمور السياسية والأحداث والظروف[2]، قد أكد عالم الاجتماع الفرنسي (دوركايم) على دور الوالدين والأسرة في تنشئة الطفل السياسية، وذلك لان جميع المكونات الثقافية الأولى تكون من الأسرة والوالدين، فالعائلة هي البداية الأساسية والأولى للبنية السياسية للطفل وهذا يتضح في علم النفس السياسي لدى الأطفال، ويشير **دايفيد ايستن** إلى وجود أربعة مراحل ضرورية في حياة الطفل السياسية، هي:

- **مرحلة التسيس** -: (Politisation) – حينما يشعر الطفل بوجود عالم سياسي ومواقع سياسية في محيطه الاجتماعي .
- **مرحلة الشخصية** -:(Prrsonnalisation) – حيث يدرك الطفل من خلال تعرفه على بعض الوجوه السياسية، والتي تكون بمثابة نقاط اتصال مع النظام، ونرى هذه المرحلة بصورة واضحة وجلية في منطقة الشرق الأوسط حيث يولد الطفل وحين ينشأ ويدرك يرى الزعيم على السلطة وقد يصل الطفل إلى سن العشرين أو أكثر من عمره، وهو مع نفس الزعيم ونفس الأسلوب في تلك السلطة .

[1] صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي ، بغداد،ط1 ، 1990 ، ص 438.

[2] زيرفان سليمان البرواري، الوعي السياسي وتطبيقاته – الحالة الكردستانية نموذجا- مطبعة هاني دهوك، العراق، ط1، ص ص 35-45.
موجود على الرابط: www.qudwa1.com/articles/20/alwayi-alsyasi.doc

- **مرحلة تصوير وتكوين قيم محددة** -:(Idealistion) عندها ينظر الطفل للسلطة من خلال بعض وجهات النظر التي كونها عنها كأن تكون مقبولة لديه أو يرفضها شعورياً وتملكه بردود فعل معينة مرضية أو غير مرغوبة فيها .

وبعد هذه المراحل أو في المراحل اللاحقة يحقق الفرد نوعاً من الاستقلال في آرائه حول الأفكار والمعتقدات الموجودة في محيطه الاجتماعي والسياسي ، إلا أن المجتمعات النامية غالبا ما تشهد السلطة الأبوية المطلقة، وذلك بفرض رب الأسرة نوعا معينا من المعتقدات في ذهنية الطفل، أي إن الأب كيف يفكر يجب أن يفكر الولد مثله وهذا الامر يعد أحد الإفرازات السلبية للاستبداد السياسي في المنطقة وهذا ما يجعل الأب متحفظا حول المعتقدات السياسية لإفراد اسرته، ومن خلال تقدمه في العمر أي الوصول إلى عمر المدرسة، وعندها تبدأ المرحلة الثانية من التوعية السياسية للطفل[1].

إن الأسرة لا تهتم كثيرا بإعداد أبنائها للحياة السياسية مثل اهتمامها بإعدادهم لأدوار أخرى، فالسياسة لا تقع في أعلى سلم الأولويات بالنسبة لاهتمامات معظم الأسر، كما أن المحيط السياسي لا يمثل شيئا مهما وبارزا بالنسبة لمعظم الأطفال، وعلى الرغم من أن إعداد الأبناء على القيم والأخلاق وصولا إلى الكمال الأخلاقي، وحب الوطن، واحترام الكبار، والعطف على الصغار، وإعدادهم لأدوار مهنية وأسرية يعتبر أكثر أهمية وأولوية بالنسبة لمعظم الأسر في إعدادهم للحياة السياسية، ولكن تبقى الأسرة الناقلة للتوجهات والآراء السياسية[2].

إن قيام الأسرة بهذا الدور الأساسي في عملية تنشئة الوعي السياسي يستند إلى عاملين أساسيين، هما:

[1] إحسان محمّد شفيق العاني، الملامح العامة لعلم الاجتماع السياسي، مطبعة جامعة بغداد، العراق، 1968 ، ص 127.
[2] ناصر زين العابدين أحمد ، وليلى عيسى أبو القاسم، المرجع السابق، ص ص 158 – 159.

- سهولة الوصول الأسرة إلى الأشخاص المراد تنشئتهم.
- قوة الروابط التي تربط بين أفراد الأسرة الواحدة.

وهذان العاملان سهولة الوصول إلى الفرد، وقوة العلاقات الشخصية يجعلان الأسرة في وضع يمكنها من القيام بدور مؤثر ومهم في التنشئة ونشر الوعي السياسي[1].

ب– جماعة الرفاق: ويقصد بها أصدقاء مراحل العمر المختلفة، سواء أصدقاء الطفولة أو أصدقاء المراحل الدراسية أو أصدقاء العمل، ويستمر تأثير هاته الصداقات إلى حدود بعيدة يكتسب من خلالها الفرد مذاهبه السياسية والفكرية، وينخرط عبرها في تنظيمات غير رسمية تقوم بتأطيره، وتشير الدراسات إلى أن تأثير جماعات الرفاق يمتد إلى مراحل متقدمة من العمر يزداد فيها الوعي السياسي باضطراد[2].

فالمواقف والآراء السياسية تتكون بصورة طبيعية بناء على مجموعة من التجارب التي مرت في الماضي بحياة الأفراد والجماعات، غير أن هذه التجارب لوحدها لا تكفي في تكوين المواقف والآراء السياسية، وإنما يجب أن ترتبط التجارب الماضية بالوسط الاجتماعي العام، وبتكوين الأفراد نفسيا واجتماعيا وبيولوجيا، فضلا عن طبيعة المرحلة التاريخية التي حدثت فيها التجارب، وكذلك المرحلة الآتية التي تتكون بها المواقف والآراء السياسية الفردية والجماعية[3].

[1] المرجع نفسه، ص 158.

[2] يحياوي عبد الحق: المرجع السابق، الرابط السابق.

[3] حمدان رمضان مُحَمَّد، على أحمد خضر، تاثير العوامل الاجتماعية تكوين المواقف السياسية (دراسة ميدانية في مدينة الموصل)، دراسات موصلية ، مجلة فصلية محكمة يصدرها مركز دراسات الموصل تعنى ببحوث الموصل الأكاديمية في العلوم الإنسانية، العدد الثاني عشر، أفريل 2006، ص 117.

ج – الطبقة الاجتماعية:

يمكن اعتبار الطبقة الاجتماعية من أهم الجماعات التي تؤثر في الآراء والمواقف والميول والاتجاهات والأفكار السياسية عند الأفراد أكثر من غيرها من الجماعات الاجتماعية الأخرى التي ينتمون إليها ويلازمونها في حياتهم اليومية، و الطبقة الاجتماعية social class هي المجموعة التي تتمّيز عن غيرها باختلاف في المستوى الاجتماعي الذي يحّدد بعوامل شتّى، منها الدخل، الملكية، التخصص المهني، المستوى العلمي، النسب والحسب، وما إلى ذلك من الفوارق التي توجد في المجتمع[1]. وهي بخلاف الطبقة الطائفية، التي تتميز عن غيرها بالدين أو اللون أو الجنس أو المولد.

و يلاحظ أّنه قد توجد مرونة اجتماعية بين الطبقات المختلفة تساعد على وجودها التغيرات السريعة في حياة المجتمع، وكذلك الزيادة المستمرة في الإنتاج الزراعي والصناعي، بينما تكاد هذه المرونة تكون معدومة بين الطبقات الطائفية كما يشاهد ذلك في الهند، ومعايير الانتماء الطبقي تنقسم إلى قسمين رئيسيين:

– المعايير الموضوعية objective criteria ، وهذه تنعكس في: الثقافة، التربية، التعليم، المهنية، الدخل، الملكية ، المنطقة السكنية ولقب العائلة .

[1] Bottomore,T.B. Classesin modern Society,London,1960،p 10.

– **والمعايير الذاتية** ، التي تنعكس في قيم وآراء وميول واتجاهات ومصالح وأهداف الفرد، لذا يلعب الانتماء الطبقي للفرد، وخلفيته الاجتماعية الدور المؤثر في تحديد طبيعة آرائه وأفكاره ومواقفه السياسية والاجتماعية[1].

ومن الجدير بالذكر أنّ الأحوال الموضوعية والذاتية للطبقة المتوسطة تختلف عن تلك التي تميّز الطبقة العمالية والكادحة، فالمستوى الاقتصادي والثقافي والاجتماعي للطبقة المتوّسطة يكون أعلى نوعاً من المستوى الاقتصادي والثقافي والاجتماعي للطبقة العمالية الكادحة، وظروف الطبقة المتوّسطة الاجتماعية والحضارية والمادية تختلف عن ظروف الطبقة العمالية، وهذا ما يجعل أفراد الطبقتين يختلفون الواحد عن الآخر في: آرائهم ، قيمهم ،مقاييسهم ، مصالحهم ، أهدافهم، ميولهم ، اتجاهاتهم وشخصياتهم.

ففي بريطانيا مثلا نرى بأّن معظم أبناء الطبقة العمالية والكادحة يؤّيدون إمّا حزب العّمال الاشتراكي، أو الحزب الشيوعي، حيث أّن هذه الأحزاب تدافع عن حقوق وأماني الطبقات العمالية الكادحة، أّما الطبقة المتوسطة والطبقة الأرستقراطية فتؤّيد حزب المحافظين البريطاني، حيث إن هذا الحزب يدافع عن حقوق وأماني وامتيازات الطبقة المهنية والبرجوازّية، وطبقة أصحاب رؤوس الأموال، لذا نرى بأّن الانتماء الطبقي للفرد وخلفيته الاجتماعية تلعب الدور المؤثّر في تحديد طبيعة آرائه وأفكاره وقيمه ومواقفه الاجتماعية والسياسية، وحقيقة كهذه تؤيد قول البروفسور النمساوي **جوزيف شمبيتر joseph schumpeter**: " إن عملنا اليومي يقّرر ما تعتقد به، ومركزنا بالنسبة لقوى الإنتاج يقرر آرائنا حول

[1] Ibid,p.12.

الحياة وما فيها من وقائع ومشاهد" ، إذن الطبقة الاجتماعية ومتغّيراتها الموضوعية والذاتية تلعب الدور المباشر في بلورة وتماسك آراء وأفكار ومعتقدات الفرد نحو الأشياء والحوادث المحيطة به في المجتمع[1].

ث- المؤسسات التعليمية: تعتمد الأنظمة بشكل كبير على المؤسسات التربوية التعليمية في نشر المبادئ والوعي السياسيين، واللذان يمكنان النظام من خلق أسباب الاستقرار والدوام، وفي سبيل ذلك تستغل المناهج ومضامين الدروس لبث وتلقين التوجهات السياسية بطرق مباشرة وغير مباشرة، كدراسة التاريخ والتربية المدنية، كما يعمد القائمون على ذلك إلى بث روح الولاء والثقة في الأفراد المتلقين لتلك المواد[2]، التي تركز على قيم المجتمع، فالمدرسة هي التي تعمق من شعور الأفراد للانتماء إلى المجتمع وتساهم في بناء شخصية الطفل وتثقيفه عن طريق فهم العادات والتقاليد وتجعله عضواً مشاركاً في المجتمع [3]، كما أن الطفل المبتدئ في الدراسة يتعلم أن طاعة السلطة أمر ضروري للنجاح والرضا، وذلك إلى جانب تكوينه العلمي بالنسبة للمواد الأخرى التي يتلقاها، حيث يصبح الوعي ظاهرة اجتماعية مرتبطة بوجود المجتمع، وما يحتويه من نظم ومؤسسات مختلفة، وهنا يبرز دور المدرس في نقل ونشر القيم السياسية، حيث أصبح المدرسون يلعبون دورا بارزا في العملية السياسية، من خلال التأثير على التطور السياسي للطالب، وتأسيس نوع من الثقافة التعليمية أو النظام الاجتماعي، ونشر قيم ثقافية متعددة، وكلما كان الفرد أكثر تعليما كلما توضح أنه يتابع الأمور السياسية الوطنية والدولية، وأن لديه آراء أوسع نطاقا في المواضيع السياسية، وتكون اهتماماته أوسع وأكثر وضوحا لحل المشكلات السياسية، وأن الفرد الأكثر تعليما يكون أكثر ميلا للمشاركة السياسية والمناقشات

[1] إحسان محمّد الحسن، المرجع السابق، ص ص 120، 121.

[2] يحياوي عبد الحق، المرجع السابق، الرابط السابق.

[3] أحمد جمال ظاهر، دراسات الفلسفة السياسية، دار الكندي ، الأردن ، ط 1 ، 1988، ص 412.

السياسية، وأكثر ميلا لأن يكون عضوا نشطا في بعض المنظمات الإنسانية المنتجة، ويشعر أنه أكثر ارتباطا بالأحداث السياسية[1].

ج- **الأحزاب السياسية**: تلعب الأحزاب السياسية الدور الكبير في توحيد وتقدم ونمو ازدهار المجتمعات التي تنتمي إليها، وتكون في نفس الوقت مسؤولة عن مهام سياسية وأيديولوجية ومادية وحضارية، لها أهميتها وفاعليتها في أداء المجتمعات لالتزاماتها وواجباتها نحو رعاياها المنتسبين، وضمان تماسكها واستقلاليتها وسيادتها وتقدمها الاجتماعي، كما يوكل للأحزاب السياسية تأطير الشباب وإعدادهم حسب التوجه العام للحزب وأيديولوجيته، وغالباً ما تكون هذه الأحزاب السياسية أدوات للتوعية السياسية ، وفي بعض الأحيان الدور المساعد على اكتساب الوعي السياسي تبعاً لاختلاف الأحزاب واختلاف المجتمعات التي تعمل بها تلك الأحزاب السياسية[2].

ح- عامل القيادة :

يلعب القائد الكاريزما الدور الحاسم في تكوين الآراء السياسية وقت تسلمه للسلطة، وقيامه بتغيير مكونات البنية الاجتماعية، وتغيير أنماط العلاقات الاجتماعية، وتغيير الأحكام والقوانين التي تحدد سلوكيّة الأفراد وتفاعلهم الواحد مع الآخر، والقائد الكاريزما هو ذلك الشخص الذي يتسم بصفات معينة تجعله قادرا على التأثير في سلوكيات الجماهير، بحيث يستسلم كل عضو من أعضائها إلى آرائه وتعاليمه، ويحاول الالتزام بها والعمل بموجبها دون تردد أو ملل.

[1] ناصر زين العابدين أحمد، وليلى عيسى أبو القاسم، المرجع السابق، ص ص 160 - 161.

[2] يحياوي عبد الحق، المرجع السابق، الرابط السابق.

وللقائد الكاريزما القدرة على تبديل أفكار الناس وصبها في قالب معين يتماشى مع أماني ومصالح وطموحات المجتمع الكبير الذي يقوده، ويكافح من أجل تقدمه ونهوضه وسعادته، والقائد الكاريزما هو ذلك الشخص الذي لديه القد ارت والقابليات على تحقيق وحدة المجتمع ، وجمع كلمة أفراده وجماعاته، بحيث تكون هذه قادرة على الوصول إلى أهدافه وطموحاته القريبة والبعيدة الأمد، وهو الشخص القادر على تسيير دفة المجتمع بالطريقة المناسبة التي تنسجم مع إيديولوجية ومبادئ وأهداف المجتمع الكبير.

فالقائد الكاريزما الذي يحمل الصفات الديمقراطية والشعبية الفريدة من نوعها لا يستطيع تغيير الآراء والاتجاهات عند الأفراد فحسب بل يستطيع أيضا تغيير مسيرة الأحداث ، وينقل المجتمع برمته من مرحلة حضارّية نامية، إلى مرحلة حضارية متطّورة ومتقّدمة، لم يشهدها المجتمع في تاريخه من قبل، والّصفات الديمقراطية الإيجابّية التي يحملها القائد لابّد أن تزيد من درجة شعبيته في المجتمع وتجعل علاقته مع الّشعب قوّية ومتماسكة، وتجعله أكثر قدرة وقابلية على تغيير المجتمع نحو الأحسن والأفضل، وعليه فإن دور القيادة في عملية تكوين أو تبديل الآراء السياسية هو دور مهم وأساسي، ولا يمكن التقليل من أهميته في دارسة العوامل المؤثرة في تكوين الرأي السياسي بأي صورة من الصور.

أما القيادة المجهولة أو غير المؤثرة فلا تلعب أّ ي دور في عملية تكوين أو تبديل أو التأثير في الآراء والأفكار والقيم أو تغيير طبيعة وبنية المجتمع الكبير، والرئيس الذي يتمّيز بضعف الّشخصية وبالمجهولية هو الشخص الذي لا يؤثر، و لا يجذب الأشخاص نحو مبادئه وفلسفته السياسية، التي يعتمدها في حكمه للمجتمع، كما لا يمكن آن يحقق أّ ي انتصارات في حقول وميادين الحياة المتشعبة، وهنا يبقى جامداً وغير قادر على التطور والتقدم. ورئيس كهذا لا يستطيع الحفاظ على مركزه القيادي لفترة طويلة من الزمن

خصوصا إذا كان مجتمعه يعاني من مشكلات حضارية واجتماعية ومادية مزمنة، هذه المشكلات التي تحتاج إلى قيادة حازمة وحكيمة وقادرة على تذليلها وكبح جماحها.

وعليه نخلص إلى أّن القيادة الكاريزما تستطيع التأثير في تكوين الآراء الّسياسية وبلورتها أو تغييرها وتحويرها إلى أنماط معينة، وتستطيع أيضاً تغيير بنية المجتمع وتحقيق المنجزات الكثيرة له، في حين لا تستطيع القيادة المجهولة تكوين الآراء والمواقف، وتفشل في تغيير المجتمع وتحقيق الانتصارات والمنجزات لأفراده.

خ- جماعات الضغط:

والمؤسسة الأخرى التي تساهم في اكتساب الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية تجاه القضايا التي يمر بها المحيط، أو البيئة الاجتماعية للإنسان تتمثل في جماعات الضغط، ووعي هذه الجماعات حول قضية معينة واتجاه معين غالباً ما تنسجم القضية أو الاتجاه مع مصالح الأفراد الذين يشكلون جماعات الضغط (اللوبي).

وظاهرة جماعات الضغط ظاهره قديمة، غير أنها لم تبرز بشكلها المميز في الحياة السياسية إلا قبل بضعة عقود من السنين في الولايات المتحدة الأمريكية ومنها عرف هذا الاصطلاح وشاع في البلدان الأخرى.

وجماعات الضغط عبارة عن مجموعة من الأشخاص تربطهم روابط وعلاقات خاصة ذات صفة دائمة ومتواترة بحيث تفرض على أعضائها نمطاً معيناً من السلوك الجماعي وطريقة التأثير لجماعات الضغط على اكتساب الوعي السياسي تظهر من خلال الوظيفة التي تقوم بها الجماعات الضاغطة ألا وهي التأثير المباشر والتأثير غير المباشر في الحكومات وذلك يؤدي إلى فرض نوع من السلوك والوعي السياسي على

الأفراد الذين ينتمون إلى تلك الجماعات، والتأثير المباشر لجماعات الضغط تتضمن المواقف التي تتخذها تلك الجماعات إزاء القضايا السياسية المطروحة على مختلف المستويات وذلك بإرسال وفد إلى الحكومة، وأيضا يجري عمل تلك الجماعات في الخفاء حيث تمول الحملات الانتخابية لصالح جماعات الضغط، وذلك بدفع تمويل الانتخابات من اجل وصول احد المؤيدين لمصالح جماعات الضغط إلى دفة (كرسي) الحكم[1].

ر- وسائل الأعلام:

تقوم وسائل الإعلام الجماهيري بدور لا يقل أهمية عن الأحزاب السياسية والمؤسسات التعليمية في عملية التنشئة والوعي السياسيين، وفي تغيير اتجاهات الرأي العام، حيث يتم عبرها نقل رسائل إعلامية لتوجهات سياسية وقيم توصف بقيم روح المواطنة، وفي معظم البلدان العربية تتم السيطرة على القنوات الإعلامية سواء المقروءة منها أو المسموعة أو المرئية، وذلك بغية بث توجهات تخدم بقاء النظام ، وتشوش على معارضيه، وهذا ما يعني إيهام المتلقين بواقع ليس بالواقع الفعلي للمشهد السياسي[2]. والملاحظ أن وسائل الإعلام الموجهة تؤثر في التوجهات السياسية، وفي المعلومات اليومية للأحداث السياسية المنقولة عن المؤسسات الرسمية للدولة إلى المواطن، ومدى تواصلها ونشاطها المساير لأداء الدولة ومؤسساتها، الأمر الذي يؤثر في انغماس الفرد بوعي وتفاعله مع العملية السياسية، ونتيجة التقدم التقني في وسائل الإعلام والاتصال أصبحت تلك الوسائل مهمة في تشكيل وتكوين التوجهات السياسية، وبناء الوعي السياسي

[1] زيرفان سليمان البرواري، المرجع السابق، الرابط السابق.

[2] يحياوي عبد الحق، المرجع السابق، الرابط السابق.

لكل الفئات العمرية في المجتمع، والتأثير فيها[1]، فهي تقوم بدور الحارس أو الناقل للأفكار والقضايا السياسية، فهي تعمل على تدعيم الآراء والقيم والأفكار البناءة، وفي نفس الوقت تعمل على إقصاء الأفكار التي تعرقل مسيرة التنمية السياسية، إضافة إلى كونها منبرا سياسيا للتعليم والتنشئة والتثقيف والتربية السياسية، من خلال ما ترسله من مضامين هادفة، شريطة أن يكون استخدامها بالطريقة الصحيحة، وأن وسائل الإعلام الجديد ومنها شبكات التواصل الاجتماعي تتسم بأهمية كبيرة في الحياة السياسية، ويتوقع لها مستقبل لا يستهان به، وذلك لاتصافها بخصائص ومميزات عدة، فهي تتيح للمتصفح ممارسة أكثر من حاسة في ذات الوقت، إذ بكبسة زر بإمكانه القراءة والمشاهدة والاستماع، والسرعة في تلقي الخبر العاجل، ومن ثمة غدت هذه الوسائل واقعا يفرض نفسه على الساحة السياسية[2].

[1] ناصر زين العابدين أحمد ، وليلى عيسى أبو القاسم، المرجع السابق، ص ص 161 - 162.

[2] مشتاق طلب فاضل، وسائل الإعلام الاجتماعي وتوجهها العدواني في التجنيد والدعاية للإرهاب، مجلة تكريت للعلوم السياسية، دورية فصلية محكمة تصدر عن كلية العلوم السياسية ، العراق، أوت 2018، السنة 4، العدد 13، ص 207.

خامسا : شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي والآراء السياسية:

يرى Jennings and Thompson أن الإعلام الحر يقوم بثماني وظائف أساسية لدعم عملية التطور الديمقراطي والإصلاح السياسي، وتشمل هذه الوظائف الآتي:

- ✓ **الوفاء بحق الجماهير في المعرفة** : من خلال نقل الأنباء من مصادر متعددة، وشرحها وتفسيرها، ونقل الآراء المختلفة حول القضايا الداخلية والخارجية.
- ✓ **الإسهام في تحقيق ديمقراطية الاتصال** :من خلال تحولها لساحة للتعبير الحر عن كافة الآراء والاتجاهات وإتاحة الفرصة للجماهير لإبداء آرائها في المشروعات الفكرية والسياسية المطروحة، وفي التعبير عن مشاكلها.
- ✓ **الإسهام في تحقيق المشاركة السياسية** :من خلال إتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين للمشاركة واتخاذ قراراتها بالانتماء للأحزاب السياسية، أو التوجهات الفكرية، أو التصويت بما يدعم النشاط السياسي العام.
- ✓ **إدارة النقاش الحر في المجتمع** : بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل الحلول.
- ✓ **5- الرقابة على مؤسسات المجتمع** : وحمايته من الانحراف والفساد، عن طريق الكشف عن انحرافات السلطة، وفساد مسؤوليها، وإساءة استخدام السلطة لتحقيق المنافع الشخصية.
- ✓ **المساعدة في صنع القرارات** : فلوسائل الإعلام تأثير كبير على القرارات السياسية، ويرجع ذلك لأنها تؤثر على القرارات السياسية فقد تعطي الشعبية أو تحجبها عن صانع القرار، كما أن صانع القرار ينظر إليها كمقياس لرد فعل الناس تجاه سياسته وقراراته، فوسائل الاتصال في الأنظمة الديمقراطية تكون حرة

في نقل المعلومات والتفاعل مع القضايا والأحداث وبالتالي تكون قدرتها على صنع القرار قوية، بينما في النظم السلطوية حيث تُنقل المعلومات من أعلى إلى أسفل، يضعف الدور الذي قد تمارسه هذه الوسائل.

- ✓ **التأثير في اتجاهات الرأي العام** :حيث أصبحت وسائل الاتصال في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير ما الذي يشكّل الرأي العام، وتزوده بغالبية المعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية بجانب دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية نظرًا لأن الجمهور لا يملك التحكم فيما يُقدَّم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائل الإعلامية، فعن طريق مضمون هذه الوسائل يمكن التعرف على توجهات الرأي العام ورؤيته حول مختلف القضايا مما يرشد السلطة السياسية ويسهم في إنجاح سياساتها ويقلّل من فرص تعرضها للخطر والانتقاد من قبل الرأي العام؛ فالحكومات لا تستطيع أن تصل إلى الجماهير إلا من خلال هذه الوسائل التي لها قوة كبرى في التأثير على الرأي العام، كما أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام تفوق عادة ثقته في الحكومات.
- ✓ **مراقبة الأحداث المعاصرة** : وهي الأحداث التي من المحتمل أن تؤثر بالإيجاب أو السلب على رفاهية المواطنين، بحيث يكون المجتمع على اطلاع ومعرفة بما يجري وقادرًا على التكيف مع الظروف والمستجدات [1].

ويبدو تأثير وسائل الإعلام الجديدة في الوعي السياسي والمعرفة السياسية من خلال تسهيل الحصول على

[1] Jennings Bryant , Susan Thompson " Fundamentals of Media Effects " (New York: McGraw Hill , (2002) pp. 307- 309.

المعلومات من مصادر مباشرة، وتسهيل توصيل المعلومات إلى الجمهور دون تدخل من السلطات الحاكمة أو جماعات الضغط، وبالشكل الذي يريده المرسل. فقد وضعت شبكة الإنترنت أمام مستخدميها عددًا ضخما من المعلومات المتحررة من قيود الزمان والمكان.

ويؤكد " جون هيرجان John Harrigan " أن شبكة الإنترنت أصبحت أكثر وسيلة إعلامية لإثارة الجدل والنقاش الديمقراطي، من خلال إضافتها أبعادًا أخرى للاتصال مقارنة بالوسائل الإعلامية التقليدية ، حيث تتميز بالطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونية، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقيدها بالحدود الجغرافية والسياسية، كما تحول الجمهور فيها من مجرد مستخدم ومستهلك إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة[1].

لقد ساهمت وسائل الاتصال الرقمي الحديثة في ربط الأفراد والجماعات بعضهم البعض، في مختلف بقاع العالم وتمكنت من كسر عزلة المجتمع البشري التي لم تعد قائمة بعد الآن، كما تغلبت وسائل الاتصال الرقمي على قيود الوقت والمسافة، حيث تمكنت وبجدارة اخت ا رق الحدود المكانية وقهرت قيود الزمن، وذلك ما حفز على التفاعل والمشاركة الجمعية، والمساهمة في تعزيز قيم التنوع الثقافي.

لقد مثل ظهور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني في توقيتات متزامنة فتحا تاريخيا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصا أكبر للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة – إلا بشكل نسبي محدود– كما أعطى قنوات للتعاطي المباشر والحي والفوري من جمهورها في تطور يغير من جوهر نظريات الاتصال المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع

[1] طه عبد العاطي نجم، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الأنترنت ن دفاتر السياسة والقانون، موجود على الرابط:

http://www.univ-ouargla.dz/pagesweb/PressUniversitaire/PGs/da_n4.html

وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها محللو وخبراء الإعلام والاتصال[1]، وبظهور وسائل الاتصال الحديثة – بما تمتلكه من أدوات تفاعلية – أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة في العملية الاتصالية، وصار بإمكانه الحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل، بعدما كان دوره في السابق مجرد متلّقٍ للمعلومات، وهناك من يذهب إلى أن التمييز بين المرسل والمتلقي قد أصبح صعباً في حالات متعددة، في ظل استخدام هذه الوسائل، التي هيأت الطريق السريع للوصول إلى المعلومات، ومهدت لما بات يعرف **بالإعلام الجديد أو الإعلام الشعبي، إعلام النحن، إعلام المجتمع، وصحافة المواطن** ... على اختلاف مسمياته، الذي يقوم فيه المستخدمون أنفسهم بإنتاج وتحرير مضامينهم الإعلامية المصورة بكاميراتهم الشخصية، أو المقتبسة من وسائط ووسائل إعلامية أخرى، ونشرها للملايين في أقل وقت، ودون أي تكلفة مالية.

وبانتشار شبكات الاتصال عن بعد في مختلف أنحاء العالم، التي أتاحت تدفق المعلومات لكل الشعوب، استطاعت تكنولوجيا الاتصال الرقمي أن تضيف وسائل إعلامية جديدة إلى الكثير من الشعوب والأمم والحكومات من جهة، مثلما وضعت في يد خصومها من جهة أخرى أدوات إعلامية جديدة، حيث ساهمت بشكل كبير بالاطلاع على ثقافات الشعوب على المستوى الخارجي، إضافة إلى ذلك مكنت وسائل الاتصال الرقمي من دعم جهود التنوع الثقافي على المستوى الداخلي.

وأصبح متاحا منذ بداية الألفية الثالثة أمام كل الأطراف المختلفة وسائل إعلامية جديدة مثل : الصحافة الإلكترونية والمدونات، ومواقع التواصل الاجتماعي، أو البريد الإلكتروني والفاكس وغيرها . وقد أدى هذا

[1] خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت، 2011، ص 14-15.

التطور التكنولوجي الرقمي إلى فتح آفاق جديدة للاتصال الجماهيري، وأصبحت تكنولوجيا النظم الرقمية في متناول عدد كبير من الجمهور.

وتشير المراكز والمراصد الإعلامية والإحصاءات العلمية إلى إن تطور تكنولوجيا النظم الرقمية في مجالات الاتصال والمعلومات، زاد بشكل كبير من فرص تنويع مصادر المعرفة والمعلومات وسهّل اكتساب معارف إضافية، مثلما أتاح إمكانية الانتفاع الحر من هذه الفرص.

كما يسر التدفق الكبير في حجم المعلومات المتاحة بعد الثورة الرقمية الذي شهد زيادة هائلة، بسبب التطورات التكنولوجية الراهنة، عملية إرسال واستقبال المعلومات بشكل كبير جدا، لكن تكنولوجيا وسائل الاتصال الرقمي أحدثت في الوقت نفسه فجوة في واقع العلاقات بين الغرب والشرق وبين الدول المتقدمة التي تمتلك تلك التكنولوجيا والدول النامية التي تفتقر لها، كما شهد العصر الحالي سرعة فائقة وتطورا كبيرا في صناعة تكنولوجيا وسائل الاتصال والمعلوماتية، مما انعكس إيجابا على شكل وسائل الإعلام الجديدة ومضمونها وخصائصها وانتشارها وقدراتها على التأثير.

كما شكلت وسائل الاتصال الرقمي والإعلام نافذة أساسية يطل منها إنسان هذا العصر على العالم ويرى من خلالها ثقافته، وحضارته وتقدمه، إذ كانت وما ت ا زل تشكل وسائل الاتصال العامل الأهم والأبرز في تكوين اتجاهات ومواقف الفرد باعتبارها الطريق إلى المعرفة والأداة الفعالة في التنمية وتطوير الوعي.

وساهم المد الاتصالي في المجتمعات المتقدمة وانفجار وسائل الاتصال المحلية في ظل الثورة الرقمية وانجازها الأعظم الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة، في تبني إيديولوجية الاتصال الجديدة كبديل للإيديولوجيات

السابقة والقائمة على فكرة مركزية هي أن نتصل بصرف النظر عن مضمون الاتصال، تلك الفكرة التي تدعو لها وسائل الإعلام الجديدة وبعض منظمات المجتمع المدني.

لقد برزت أهمية شبكات التواصل في المجال السياسي من خلال السماح لأشخاص بإبداء آرائهم وأفكارهم مباشرة إلى جمهور عالمي بسهولة ويسر، حيث تتوافر بالنسبة لها الحماية من القوانين الصعبة التي تواجهها أجهزة الإعلام التقليدية. وتتميز الإنترنت أيضًا بالسرية والمشاركة الديمقراطية، والحرية الدينية والسياسية والوصول العالمي وحرية التعبير.

وعبر شبكات التواصل الاجتماعي استطاع مواطنو الأنظمة الأكثر قمعًا الحصول على معلومات تتعلق بحكوماتهم، وسجل حقوق الإنسان في بلادهم، حيث لا توجد وسائل رعب لطباعة الصحف أو فرض شروط لبث إذاعي. فالإنترنت تسمح برؤية متعمقة في البلدان الأخرى، وكذلك في الأفراد والثقافات، وربما كان هذا غير متاح من قبل بهذه القوة من الإنجاز في إرسال المعلومات واستقبالها[1].

وتشير الباحثة "بشرى جميل الراوي: أنه لفهم خصائص شبكات التواصل الاجتماعي يجب أن تُوضع في سياقات ومداخل نظرية معينة وهي:

أ- **النظريات السياسية والديمقراطية** التي وفرت سندا نظريا وفكريا لهويتها وممارستها؛ إذ تشدد نماذج الديمقراطية القائمة على المشاركة على أهمية مشاركة المواطنين وانخراطهم بفعالية في النشاطات السياسية، وهذا ما تتيحه الشبكات الاجتماعية كخاصية أساسية تهدف إلى المشاركة في الحياة العامة للمجتمع بشكل عام.

[1] بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير: مدخل نظري، موجود على الرابط:
http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=68848

ب– مراجعة بعض المقاربات على مستويات عدة، يتعلق بعضها بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال، وبعضها الآخر يتعلق بجانب الدراسات الاجتماعية والسياسية؛ إذ ركزت البحوث العلمية حول وسائل الاتصال الحديثة على نموذجين تفسيريين: الأول يتمثل في الحتمية التكنولوجية، وينطلق من قناعة بأن قوة التكنولوجيا هي وحدها المالكة لقوة التغيير في الواقع الاجتماعي، والثاني يتمثل في الحتمية الاجتماعية التي ترى أن البنى الاجتماعية هي التي تتحكم في محتويات التكنولوجيا وأشكالها، ومن خلال هذه النموذجين تتأرجح خصائص الشبكات الاجتماعية بين الحدة والضعف، خاصة أثناء الحديث عن تأثيراتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها[1],

تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دورا في تشكيل الآراء السياسية للمواطنين خاصة الشباب عن طريق تزويدهم بالمعلومات السياسية ، كما يسهم في تكوين وتدعيم أو تغيير ثقافتهم السياسية واستعدادهم للعمل العام، إذ يشار إلى الوعي بوصفه حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للعالم على نحو عقلي أو وجداني، ويتجلى الوعي الإنساني في صور شتى تتباين بتباين المجال المدرك، أو موضوع الوعي، كما سبق الإشارة إلى ذلك.

وعند الحديث عن التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يتبادر إلى الذهن أول ما يتبادر الدور الذي لعبته تلك الشبكات في الثورات العربية، والتي دار حولها وما يزال جدل كبير من قبل المتخصصين، فمع مطلع 2011 نشرت الكثير من المقالات والدراسات وعقدت الكثير من المؤتمرات والفعاليات التي ناقشت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي وقدرتها على التأثير في تحفيز المشاركة الشعبية،

[1] بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، 2013، ص ص 97- 98.

وتأثيرها على نماذج الحكومة التشاركية والآليات المجتمعية الجديدة، وقد كان للنمو السريع والكبير لشبكات التواصل الاجتماعي والتحولات في أنماط واتجاهات استخدامها دورا هاما في حشد وتشكيل الآراء والتأثير المباشر على التعبير بين الشباب في المنطقة العربية[1].

وعلى الرغم من الأهمية التي تعلقها المجتمعات والحكومات العربية على الشباب إلا أن هذا القطاع الهام لا يشارك عادة في عملية صنع القرار، بل إنهم يعاملون دائما على أنهم الجيل القادم، وقادة الغد، وهذا الوضع يتطلب من صناع القرار إعادة النظر في الطريقة التي ينظرون بها إلى مشاركة الشباب وإعادة النظر هذه لا تشمل فقط صناع القرار بل تتعداهم لتشمل الشباب الذين يشكل فقدانهم للتفكير الاستراتيجي والوعي السياسي عقبة متفاقمة أمام مشاركتهم السياسية[2].

ومع ذلك فقد دفعت هذه الشبكات الشباب العربي إلى المشاركة الفعالة في مناقشة قضايا الشأن العام، والتعبير عن نفسه بكل حرية بعيدا عن قيود البيئة التسلطية التي رسختها معظم النظم الحاكمة، فأتاحت هذه البيئة الجديدة فرصا جديدة لم تكن موجودة للشباب المهمش، والشباب المنتمي إلى أقليات سياسية وعرقية، على نحو تحول الفضاء الإلكتروني إلى مجتمع مصغر يناقش تنظيم مواقعهم ومدوناتهم.

فشبكات التواصل الاجتماعي ذات تأثير عالي الفعالية لم يتصوره المحللون وخبراء الإعلام والاتصال، بل إنها تفوقت على العديد من الفضائيات في النقل المباشر للأحداث والوقائع، من خلال بث الأخبار

[1] نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، موجود على الرابط:
http://revue-drassat.org/index_htm_files/Makal11_12.pdf

[2] هويدا مصطفى، الإعلام والمشاركة السياسية "المقومات والإشكاليات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام لكلية الإعلام، جامعة القهرة، أفريل 2000، ص204.

بلحظتها متضمنة صورا ومقاطع مرئية التقطها شباب من أبناء الجيل الإلكتروني الجديد في سباق إعلامي مع القنوات الفضائية، كما أسهمت هذه الشبكات في صناعة ثقافة التأثير من قبل بعض المؤثرين من مستخدمي الإنترنت، كما كان في الاحتجاجات المصرية، التي بدأت إلكترونيا، ثم أصبحت ثورة شبابية شعبية على أرض الواقع[1].

لقد بزغت شبكات التواصل الاجتماعي الكبرى، مثل الفيس بوك وتويتر، والمدونات الشخصية كقنوات اتصال بالغة التأثير متيحة للشعوب فرصا لم يعهدوها أو يألفوها من قبل في التعبير عن آرائهم، وحشد وتنظيم صفوفهم للثورة، ليس فقط على الأنظمة المستبدة، ولكن أيضا على أمور أخرى تمس حياتهم، مثل غلاء الأسعار، والعنف الأسري، وحقوق الإنسان، أو محاربة الفساد، وغيرها من القضايا ساهمت تلك الشبكات في تحريكها والنجاح في تغييرها في أمثلة كثيرة.

وإذا كانت الصحافة شكلت في الماضي ما سمي بالسلطة الرابعة، بفضل تأثيراتها في مختلف المجالات، ولاسيما السياسية منها، فإن العديد من الكتاب حاليا يعبرون صحافة المواطن صانع المضامين الإعلامية كسلطة خامسة، نظرا إلى تأثيرها المتعاظم في الشؤون السياسية، ولأنها تتيح ليس فقط للصحفيين فرصة نشر ما هو ممنوع، وما قد يضايق السلطة والنظام القائم، بل تتيح أيضا للأفراد والمواطنين العاديين، بمن فيهم أولئك الذيم يمثلون الشرائح المهمشة وغير الممثلة في المجتمع إمكانية التعبير بحرية عن انشغالاتهم، وإيصال آرائهم وأفكارهم إلى الغير، وهو الشيء الذي أثار تخوف الأنظمة الشمولية المستبدة، فقامت في أحيان عدة

[1] نادية بن ورقلة، المرجع السابق، الرابط السابق.

بحجب مواقع ومدونات وشبكات تواصل اجتماعي، وقامت باعتقال حتى بعض المدونين والزج بهم في السجون، بسبب كتاباتهم[1]، مثلما حدث في سوريا، وتونس، وإيران، والصين ... إلخ

ويمكننا القول أيضا بأن هذه الشبكات قد أسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكدها من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وتزيحها متى بدا لها ذلك. وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيما جديدة, لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه, مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ويمكننا القول بالمحصلة، إن هذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوبا حية ويقظة, حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

وتحظى شبكات التواصل الاجتماعي باهتمام واسع في أوساط الشباب، حيث يقضون فيها ساعات طويلة، ولذلك كان لا بد من التركيز على توظيف هذا الإقبال الشبابي على هذه الشبكات بما يخدم الجيل الناشئ والشباب والأمة، من خلال ترشيد هذا الاستخدام، ويمكن الإشارة إلى بعض النقاط في هذا الصدد، منها:

أ- التركيز على ترسيخ المبادئ والقيم لدى الأعضاء ونشر الأفكار وإقناع الأعضاء بها عبر تقديم البرهان والدليل.

ب- تقديم مادة علمية وتربوية وإيمانية من خلال المواضيع المنشورة لضمان تشكيل وعي الأعضاء ومساعدتهم على تكوين رؤى ثاقبة ووجهات نظر صحيحة بعيدًا عن العاطفية والانفعال وردات الفعل.

ت- ترسيخ مفهوم المواطنة الصالحة والتعاون والتطوع والعمل الجماعي المنظم والمبادرة إلى النشاط والتفكير الإبداعي والإيجابية في التعامل مع كافة القضايا والأحداث.

[1] إبراهيم بعزيز، دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، موجود على الرابط:
http://arabsfordemocracy.org/democracy/pages/view/pageId/1504

ث- نشر ثقافة الوحدة بين أبناء الوطن، والاهتمام بقضايا الأمة المصيرية من خلال تسليط الضوء على هذه القضايا وتحليل الأحداث.

ج- ربط الأحداث والقضايا بعضها ببعض لتشكيل الصورة الحقيقية الكاملة للتحديات التي تواجه الأمة وأوضاع الشعوب العربية والإسلامية.

ح- الاهتمام بالدورات التثقيفية ودورات التوعية السياسية، والتي يتم فيها التفاعل بطرق مختلفة بين الأعضاء والقائمين على هذه الدورات لإثراء النقاش وتحقيق أهدافها.

خ- التنسيق بين التجمعات الفكرية التي تتقاطع فيما بينها في الأهداف وذلك من خلال التبادل المعرفي واستضافة العلماء والمفكرين فيها.

د- تشجيع العمل الجماعي والعمل بروح الفريق في إنجاز المهام وتحقيق الأهداف والوصول إلى الغايات[1].

وفي ظل ما نشهده من تنوع وسائل التضليل والخداع الإعلامي وتنوعها وانتشارها وكفاءتها، وما أدى إليه ذلك من تعرض ثقافة الأجيال الناشئة من أبناء أمتنا إلى هدم متواصل لثقافتهم وعملية متواصلة من التفريغ الثقافي وعولمة القيم والثقافة، فإن صناعة الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية تتضمن عملية بناء مستمرة للوعي السياسي وترميم ثقافة أبنائنا وبناتنا وحمايتهم المستمرة من التلوث الثقافي، وهذا يحتاج إلى جهود جبارة وخطط متينة وبرامج متنوعة وهندسة كل ذلك في عملية أوسع وهي "صناعة الوعي السياسي" .

[1] شبكة فلسطين للحوار، دروس في صناعة الوعي السياسي ، على الرابط:
https://www.paldf.net/forum/showthread.php?t=211224

الفصل الخامس:

عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية، وعادات وأنماط الاستخدام السياسي

- المحور الأول : عرض وتحليل البيانات الشخصية.
- المحور الثاني: عادات وأنماط الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات الشخصية وأنماط الاستخدام السياسي:

إن مرحلة عرض البيانات وتحليلها تأتي تتويجا لمجموع المراحل السابقة لها، فبعد مجموع الإجراءات النظرية والمنهجية والميدانية التي تم اتباعها من تحديد زوايا البحث ومنطلقاته النظرية والمنهجية وتحديد أدواته الأمبيريقية ومحاورها، تم النزول إلى الميدان لجمع البيانات من العينة المختارة ليتم تفريغ هذه البيانات في جداول تكرارية بغية تكميمها ومعالجتها إحصائيا، لربط نتائجها ومتغيراتها بما تم تناوله في الفصل المنهجي والفصول النظرية قصد الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال قراءة هذه الأرقام قراءة سوسيولوجية وتحليلها في ضوء ما تقدم في الفصول السابقة.

وتأتي عملية التحليل والتفسير وربط المتغيرات انطلاقا من كون علاقة الفرد بالوسيلة الإعلامية وعملية استخدامه لها عملية معقدة، وترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها: خلفيات الفرد الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية ومنها: أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، ونوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليها من التعرض للوسيلة الإعلامية، والمستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد، إذ لكل هذه المتغيرات أو بعضها- تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها والتعرض لها[1].

من هذا المنطلق تأتي الدراسة الميدانية لقراءة البيانات الإحصائية المتحصل عليها من ميدان الدراسة قراءة سوسيولوجية استئناسا بالمداخل النظرية المعتمدة من مدخل التمثلات الاجتماعية، ومقترب الاستخدامات والإشباعات، ومقترب التفاعلية الرمزية.

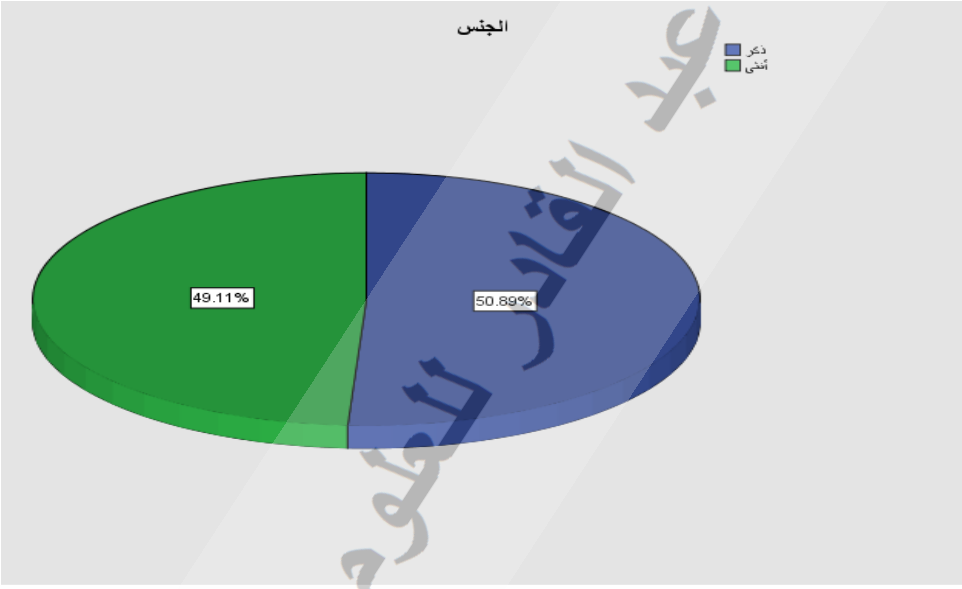
[1] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص297.

المحور الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية:

أولا : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	228	50.9
أنثى	220	49.1
المجموع	448	100

جدول رقم (01) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الشكل رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يعد متغير النوع متغيرا حاسما في الدراسات السوسيولوجية لما يخلقه من فروقات في تمثلات الظواهر والمسائل، وما لاحظناه في دراستنا من خلال مقارنة إجابات الذكور والإناث حول بعض المسائل المرتبطة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية، والمضامين والقضايا التي يفضل المبحوثون متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد اشتملت دراستنا على عينة بحثية تتكون من 448 مستخدما لشبكات التواصل الاجتماعي، بنسب متقاربة جدا بين الذكور والإناث، إذ بلغ عدد الذكور 228 مفردة، بما نسبته 50.9 % ، في حين بلغ عدد الإناث 220 مفردة، تمثل نسبة 49.1 %.

وخلصنا إلى أن نسبة الإناث اللائي يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعية تتساوى مع نسبة الذكور، مما يعني إتاحة تكافؤ الفرص في الحضور، الأمر الذي يمكننا من استكشاف الفروق بينهما فيما يتعلق بالأسئلة التي تناولتها استمارة الاستبيان، كما تشير هذه النسب أيضا إلى أن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي أضحت في متناول الجميع –ذكورا وإناثا– نظرا لتنوع وتعدد الحوامل من حاسوب محمول وهواتف نقالة ذكية وغيرها، بالإضافة إلى شبه مجانية الحصول على الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، في ظل التنافسية بين مختلف شركات الاتصالات، والأمر الذي سهل للشباب الانخراط في عالم الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي من كلا الجنسين، حيث أصبحت خدمة الإنترنت متاحة بجميع الأشكال ومختلف الأساليب والوسائل لجميع الشرائح في المجتمع ، وخاصة فئة الشباب، الذي يعد أكثر انجذابا لكل ما هو جديد، وخاصة تكنولوجيا الاتصالات الحديثة، على غرار الإنترنت والهاتف النقال، فهم – أي الشباب – أكثر ارتباطا من غيرهم بأية تكنولوجيا جديدة، بحثا عن الإثارة والمغامرة، ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تتبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها، فالشاب يميل إلى التقبل التلقائي للجديد، بحكم أنه ليس مثل كبير السن المرتبط بتجربة لا يود المساس بها أو تعديلها، ناهيك عن تغييرها، لما لذلك من كلفة وألم يستتبع أي تخل عن العادات والممارسات المألوفة، فالشاب بطبعه عنصر تجديد وتغيير ، وقد اعتبرت العديد من دراسات تأثير وسائل الاتصال أن فئة الشباب شأنها شأن قادة الرأي والعناصر النشطة

في المجتمع أسرع الفئات تقبلا للجديد وأكثرها تأثيرا على الآخرين[1]، ومع ظهور جيل الشبكات الاجتماعية والهواتف الذكية والتي تتميز بجاذبية التأثير والانتشار وارتفاع حالة الآنية والتفاعلية وتنوع الوسائط والتحديث المستمر، وهو ما من شأنه ان يؤثر في زيادة ساعات الاستخدام والتعرض من قبل الشباب[2].

الشباب فئة اجتماعية مهمّة في كلّ مجتمع، لها مميزاتها وخاصيَّتها، ومنها روح المغامرة والإثارة وحبّ الاكتشاف والتعرف على الجديد، وهذا جعل الشباب أكثر الفئات الاجتماعية إقبالاً على شبكة الإنترنت، باعتبارها المجال الرحب للدخول في العالم الافتراضي والإبحار في كلّ جهات العالم. يضاف إلى ذلك ما يعيشه الشباب من فراغ في حياته الواقعية، وما يعرفه من مشاكل اجتماعية واقتصادية تحول بينه وبين الاندماج في الحياة وتحقيق الذات. فيكون العالم الافتراضي في شبكة الإنترنت الملاذ من هذه المشاكل، والمجال الرحب لتحقيق الذات وإثباتها من خلال المشاركة وإبداء الرأي والحوار، أو التمكن من التقنيات والإبداع فيها، والتعويض عمّا يفتقده في محيطه المحلّي والواقعي.

إن من أعظم التغييرات أثرا على الشباب في العشرين عاما الماضية هو ظهور الحاسب الآلي والإنترنت والعديد من وسائل التكنولوجيا الرقمية الأخرى، لهذا يطلق على من نشأوا خلال هذه الفترة "جيل الإنترنت" الذي يعتبر أول جيل يتأثر بطوفان المعلومات والبيانات الرقمية، وعليه يرتبط هؤلاء الشباب بالتكنولوجيا ارتباطا فطريا، وأول ما يلجؤون إليه بشكل تلقائي هو الإنترنت لتواصلوا ويفهمـــــوا

[1] عبد الرحمان عزي، السعيد بومعيزة، الإعلام والمجتمع: رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص268.

[2] عادل عبد الصادق، قيم وسلوك الشباب فى عصر الشبكات الاجتماعية ، تاريخ التصفح 15 جانفي 2019 على الرابط: http://aitmag.ahram.org.eg/News/92028.aspx

ويتعلموا ويبحثوا[1]، وغدت بذلك المجتمعات الافتراضية على الشبكة العالمية مكانا ثالثا لدى الكثير من الشباب، الذين قاموا باستبدال المقاهي والنوادي والشوارع بهذه المجتمعات الافتراضية، بكل ما لهذه المجتمعات من خصائص ومميزات[2]، مما يسهل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء القدامى من الاتصال ببعضهم البعض بعد طول السنوات، وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور والإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم، وتسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الأنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام، والتي من شأنها تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم البعض، ويمكن أن تشمل هذه المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات[3] ...

وتذهب الدكتورة دليلة غروبة إلى القول بأن الإنترنت كقناة للإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية صار من ضروريات الحياة المعاصرة، لما يوفره من خدمات عديدة، وأنه لم يعد ممكنا الاستغناء عنها كخدمات الواب 2.0 بمواقعه الاجتماعية التفاعلية، وآنية نقل الأخبار، ومختلف التبادلات والمعاملات التجارية، وما وفره الإنترنت في مجال حرية التعبير، جعله بمثابة وسيلة الإعلام والاتصال الأكثر منافسة لباقي

[1] جمال بن حويرب، نشأة الجيل الرقمي كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا؟
https://ddl-storage-server.sgp1.digitaloceanspaces.com/book_in_minutes/65_nasheat_el_geel_elraqami.pdf

[2] Danah Boyd & Nicole Ellison: "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship",Journal of Computer-Mediated Communication, N° 13, (2007), P.P. 211-230.

[3] صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت" رؤية ابستمولوجية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، دورية دولية أكاديمية محكمة تصدر عن جامعة الشهيد حمة لخضر، الواد، الجزائر، العدد 20، ديسمبر 2016 ، ص 101.

الوسائل التقليدية التي ترتبط دائما بقوى المال والسياسة[1]، فلا تجد شابًّا ولا شابة إلَّا وهو غارق في ذلك العالم الغريب الذي بات يُعرف بالعالم الافتراضي المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي[2].

وكغيرها من دول الوطن العربي، عرفت الجزائر بعد أحداث الربيع العربي تزايدا في عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ، وفي مقدمتها شبكة الفيس بوك من فئة الشباب إذ بلغ عدد مستخدميه في الجزائر في سنة 2011 حوالي 2.8 ، مليون مستخدم وتطور ليصل إلى 18مليون مستخدم سنة 2017 [3]، ولقد عرفت هذه الفترة ظهور العديد من القضايا السياسية و الاجتماعية والاقتصادية ، وصاحبتها نقاشات حول إشكالية فاعلية هذه الشبكات في أن تكون فضاء عموميا بالنسبة للشباب لمناقشة مختلف القضايا وتشكيل رأي عام حولها من جهة، ومن جهة أخرى مدى قدرته في التأثير على الشباب.

وعموما تعد شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة الانترنيت لا يفصل بينهم أية عوامل مثل السن أو النوع أو المهنة أو الجنسية، فهؤلاء تجمعهم ميول واهتمامات مشتركة وهو ما يجعل الشباب أكثر تعرضا لهذه المواقع، نظرا لإقبالهم المتزايد على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في هذه الشبكات أكثر من أي فئة أخرى وذلك بسبب

[1] دليلة غروبة، الأنترنت، الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الباحث الاجتماعي، مجلة علمية سنوية أكاديمية محكمة، تصدر عن قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، عبدالحميد مهري، العدد 11، مارس 2015، ص131.

[2] خالد حامد عمر، شبكات التواصل الاجتماعي: إدمان بلا حدود، تاريخ الولوج : 14نوفمبر 2018، على الرابط: https://www.alukah.net/culture/0/105034/#ixzz5cu4kmMh2

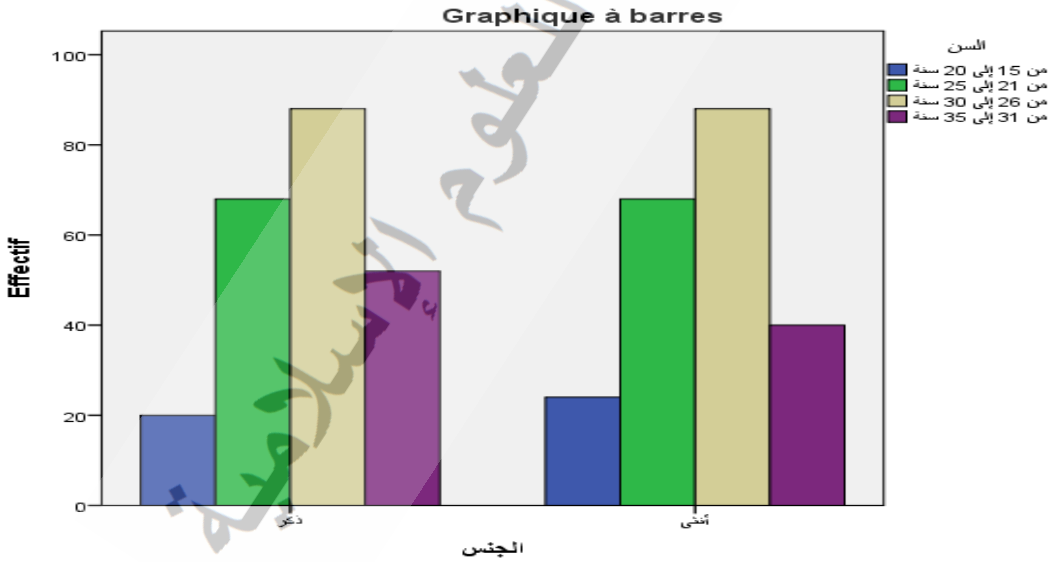
[3] Fadi Salem, the Arab social media report, social media and the internet of things, towards data – driven policymaking in the Arab world ,vol7,dubai MBR school of government,2017, p37

بعض العوامل النفسية والاجتماعية المتمثلة في رغبة الشباب في إقامة علاقات وصداقات مع الآخرين في مختلف دول العالم[1].

ثانيا : توزيع أفراد العينة حسب متغيري السن والجنس:

النوع / السن	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
20-15	20	8.8	24	10.9	44	9.8
25-21	68	29.8	68	30.9	136	30.4
30-26	88	38.6	88	40	176	39.3
35 - 31	52	22.8	40	18.2	92	20.5
المجموع	228	100	220	100	448	100

جدول رقم (02) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير ي السن والجنس



شكل رقم (03) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير ي السن والجنس

[1] Boyd Danah, and Ellison Nicole, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", journal of computer mediated communication, 13 (1),2007, p26.

يشكل السن أيضا متغيرا حاسما في الدراسات السوسيولوجية، فمرحلة الشباب تمثل فترة انفتاح على التكنولوجيا، ومرحلتا الكهولة والشيخوخة تمثلان مرحلة انكفاء ، فالشباب أكثر ارتباطا من غيرهم بأية تكنولوجيا جديدة بحثا عن الإثارة والمغامرة، ومن ثم فإنهم أولى العناصر الاجتماعية في تبني هذه التكنولوجيا والتأثر بها، والميل إلى التقبل التلقائي للجديد بحكم أنه ليس مثل كبير السن المرتبط بتجربة لا يود المساس بها، أو تعديلها ناهيك عن تغييرها، لما لذلك من كلفة وألم يستتبع أي تخل عن العادات والممارسات المألوفة.

ويمثل الجدول رقم (02) توزيع المبحوثين حسب متغير السن والجنس، وقد توزعت عينة الدراسة على أربع فئات عمرية، تمثل فئة الشباب الواقعة بين 26-30 سنة أعلى نسبة في دراستنا بواقع 39.3 % (176 مفردة) من إجمالي العينة، منهم (88 ذكرا)، يمثلون 38.6 %، مقابل (88 أنثى) تمثلن 40%.

وتأتي الفئة العمرية 21-25 سنة في المرتبة الثانية بنسبة 30.4 % (136 فردا) من مجموع العينة ، 29.8 % منهم ذكور (68 ذكرا) ، مقابل 30.9 % إناث (68 أنثى) ، وأما الفئة العمرية الواقعة بين 31 و 35 سنة فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 20.5 % (92 مفردة) ، منهم 22.8% ذكور (52) مقابل 18.2% إناث بواقع (40 أنثى)، لتأتي في الرتبة الرابعة الفئة العمرية 15-20 سنة بنسبة 9.8 % ، بواقع(44) مفردة ، منهم (20 ذكرا)، يمثلون 8.8 % ،مقابل (24 أنثى) تمثلن ما نسبته 10.9 %.

ومن خلال أرقام الجدول يتبين لنا أن أغلب المبحوثين ينتمون إلى الفئة العمرية من 26 إلى 30 سنة، والفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على تقسيم رباعي للفئة الشباب للضرورة الإجرائية، رغم أن هذه التقسيمات تبقى تقريبية تمييزية، ولذلك فقد تختلف عن تقسيمات أخرى، إذ من الصعوبة بمكان وضع فواصل تمييزية قاطعة لفئة الشباب، من حيث بدايتها ونهايتها وتقسيماتها، بحكم أن التمييز يستند إلى مجموعة من الخصائص والسمات والمعايير الخاصة بكل مجتمع وثقافة، وقد حاول المشرع الجزائري أن يتلافى هذه الخلافات، واعتبر أن سن الثامنة عشر هي السن القانونية للتكليف وممارسة الحقوق المدنية، وتحمل المسؤوليات الاخرى، غير أن هذا التقسيم –وإن كان مفهوما من وجهة النظر التشريعية –إلا أنه ينطوي على مخاطرة في البحث العلمي، فمثل هذا التقسيم الذي يقوم على أساس الحقوق المدنية هو متابعة للتصنيفات في التراث الغربي لا نجد له داعيا في المجتمعات العربية[1] .

وقد اعتبرت دراسة أحمد عبدلي عن الشباب والتغير الثقافي فئة الشباب الأولى تبدأ من سن 15 إلى غاية 20 سنة ، وفي هذه المرحلة يكون الشاب أقرب إلى نزعات مرحلة المراهقة النفسية والسلوكية، أو ما يطلق عليه في علم الاجتماع "**أزمة النمو والارتقاء**" ، أما الفئة العمرية الثانية فهي الممتدة من 21 سنة إلى 25 سنة، ولا شك أن طبيعة البناء النفسي والفكري فيها سيؤثر على طبيعة تفاعل الشباب مع مختلف المنتجات والمضامين على الانترنت ،ففي هذه المرحلة يكون الشاب قد تلقى قدرا مهما من التعليم، كما أن دائرة علاقاته الاجتماعية قد توسعت ، وزادت خبراته في الحياة، ويميل إلى الاتزان النفسي والعاطفي، ومن جهة أخرى يبدأ رحلة البحث عن الاستقرار الاجتماعي عبر الزواج والوظيفة ، ومن المتوقع أن يسخر ما يجده من أدوات ووسائل لتحقيق طموحاته ، أما فئة الشباب الأخيرة والتي تبدأ من 26 سنة إلى غاية 30

[1] – عزت حجازي ، الشباب العربي ومشكلاته، مرجع سبق ذكره ،ص28.

سنة فهي السن التي يفترض أن الشاب قد خرج من "مرحلة الطلب" و الاعتماد على الغير[1] ، ويبدأ حياة الراشدين، وينزل الى معترك الحياة، ويرتبط بعديد المؤسسات التي يتعامل معها الراشدون ويتغير تبعا لذلك تصوره لذاته وللآخرين والمجتمع، واتجاهه نحوهم وسلوكه معهم[2].

أما فئة الشباب الرابعة فهي تمتد من سن 31 إلى 35 سنة، وتتسم أكثر من غيرها بالارتقاء في البناء الداخلي للشخصية، وتكوين الذات، واتجاه القدرات العقلية للفرد نحو الاكتمال، ويتجه الشاب إلى إظهار تحمل المسؤولية والاعتماد على النفس واتخاذ قرارات فردية

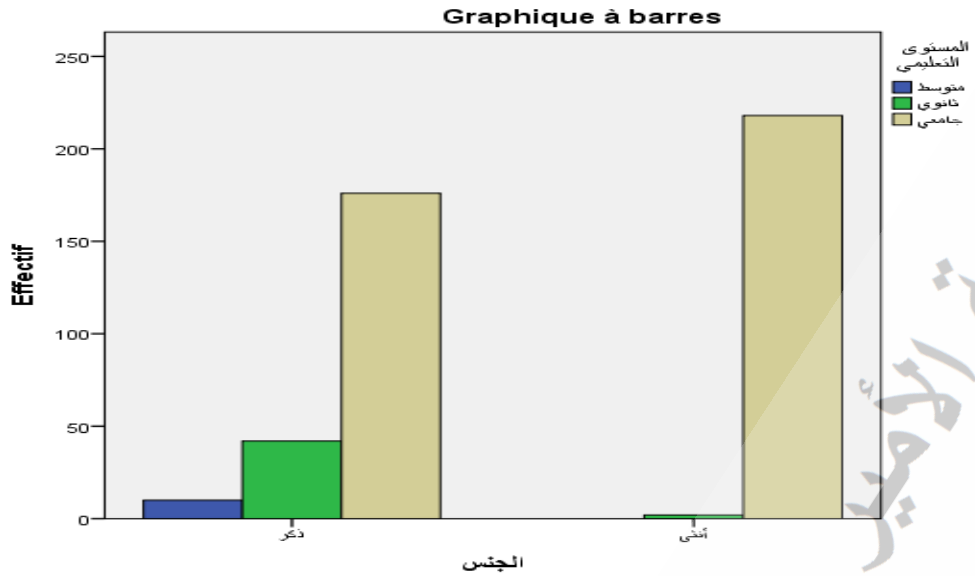
ثالثا : توزيع أفراد العينة حسب متغير ي المستوى التعليمي والجنس:

النوع / المستوى التعليمي	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
ابتدائي	00	00	00	00	00	00
متوسط	10	04.4	00	00	10	2.2
ثانوي	42	18.4	02	0.9	44	9.8
جامعي	176	77.2	218	99.1	394	88
المجموع	228	100	220	100	448	100

جدول رقم (03) : توزيع أفراد العينة حسب متغيري المستوى التعليمي والجنس:

[1] أحمد عبدلي، استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011-2012 ، ص178.

[2] عزت حجازي، عزت حجازي ، الشباب العربي ومشكلاته، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ع 06،فبراير 1985 ، ص28.



شكل **رقم (04)** يبين **توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي والجنس.**

مع تعقد المجتمع ونتيجة التحضر والتطور التكنولوجي المتسارع والاعتماد على الأسس التكنولوجية والعلمية ارتفعت أهمية المستوى التعليمي، وأصبح له أثر كبير في تحديد أنماط السلوك التي تتبعها فئة اجتماعية ما، وهي التي تحدد مستوى وعي الفرد وتفكيره، وبالتالي المنحى الذي يتبعه في بناء وتدعيم علاقاته الاجتماعية[1]، وطرائق تعبيره عن ذاته، حيث يفترض أنه كلما زاد المستوى التعليمي للفرد كانت أساليبه التعبيرية أكثر نضجا وكان أكثر انتظاما ودقة في تواصله الافتراضي.

ويتضح من بيانات الجدول رقم (03) أن النسبة الغالبة من عينة الدراسة جاءت لذوي المستوى التعليمي الجامعي الذين بلغت نسبتهم 88 %، بواقع 394 مفردة، حيث بلغت نسبة الإناث 99.1 %، أي بواقع 218 أنثى، مقابل 77.2 % ذكور، يمثلون 176 مفردة من جملة عدد الذكور المبحوثين.

[1] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016، ، ص 314.

وتأتي في المرتبة الثانية الفئة ذات المستوى التعليمي الثانوي بنسبة 9.8 %، (44 مفردة) ، منهم 18.4% ذكور (42) مقابل 0.9 % إناث بواقع (02 أنثى) فقط، وفي المرتبة الثالثة تأتي الفئة ذات المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 2.2 %، (10 مبحوثين) ، كلهم من الذكور بنسبة 4.4% ، في حين انعدمت في عينتنا الفئة ذات المستوى التعليمي الابتدائي من كلا الجنسين.

وتعد هذه النسب طبيعية ومنطقية جدا على اعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي، وعلى رأسها شبكة الفيس بوك هي في الأساس شبكات للطلبة الجامعيين، لأنها أنشئت في بادئ الأمر كأداة تواصل بين طلبة الجامعة، وبمرور الوقت توسع استخدامها لباقي الفئات الاجتماعية الأخرى، زيادة على ذلك فإن استخدام الشبكات الاجتماعية يتطلب بعض المهارات التواصلية وبعض المهارات الفنية واللغوية والتقنية التي تجعل استخدامها لدى الفئات ذات المستوى الجامعي أكثر من باقي الفئات الأخرى، إضافة إلى كون الطلبة الجامعيين أكثر الفئات الاجتماعية إقبالا على التكنولوجيا وتطبيقاتها، وأكثر استفادة منها من باقي الفئات العمرية الأخرى.

وعلى العموم يمكن إجمال الخصائص الديمغرافية والثقافية للعينة المبحوثة فيما يلي:

- نسبة الإناث اللائي يستخدمن الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي تتساوى مع نسبة الذكور، مما يعني إتاحة تكافؤ الفرص في الحضور، مما يمكننا من استكشاف الفروق بينهما فيما يتعلق بالأسئلة التي تناولتها استمارة الاستبيان.

- النسبة الغالبة من أفراد العينة المدروسة ينتمون للفئة العمرية من 26 – 30 سنة، تليها الفئة العمرية من 21 إلى 25 سنة، وتبعا ذلك فإن هذه الخصائص من الناحية النفسية والاجتماعية تشير إلى فئة اجتماعية

تقترب من اكتمال النضج العقلي والاستقرار النفسي والتخلص من مظاهر ورواسب المراهقة المتأخرة ، حيث يسعى الشاب إلى تحقيق ذاته والتخطيط لمستقبله المهني و الأسري كذلك، لذا من المتوقع أن يطوع الشباب مختلف الوسائل والأدوات لخدمة هذه الأهداف وغيرها.

- الغالبية الساحقة من أفراد العينة ذوو مستوى تعليمي جامعي بنسبة قدرت بـ 88 %، الأمر الذي يشير إلى استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي هو استخدام نوعي واع ومبصر ، وبالتالي يفترض أن تكون هذه الفئة الواعية -بحكم مستواها العلمي- تتمتع بقدر مميز من الوعي الثقافي والسياسي بقيمة التكنولوجيا : أهميتها، إيجابياتها ، سلبياتها ، وكذا إدماجها في مختلف الأنشطة الحياتية ومنها الأنشطة السياسية، وأكثر فهما وإدراكا لطبيعة الشبكات الاجتماعية عموما، وأكثر قدرة على الاستفادة منها وتكييفها حسب الحاجات والمتطلبات التواصلية والتعبيرية لها.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور الثاني: عادات وأنماط استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

جاء في المعجم العربي الأساسي – لاروس – العادات هي كل ما عاود فعله الشخص، حتى صار يفعله من غير تفكير، زهي فعل يتكرر على وتيرة واحدة[1].

ويشير مفهوم العادة في علم النفس غلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم، وتستثيره مواقف محددة، كما يكتسبه بتكراره، وذلك استجابة لهذه المواقف، بقدر من الثبات النسبي والاستقرار، مع سهولة في الأداء إلى جد الآلية[2].

ويقارن مُحَمَّد عاطف غيث بين العادة الفردية والعادة الجمعية بقوله: " العادة الفردية نمط متكرر للفعل يصدر عن فرد بالذات، يكون مكتسبا وملاحظا من جانب الآخرين، وعلى الرغم من اختلاف الميكانيزمات إلا أن المماثلة وثيقة جدا بين العادة الفردية والعادات الجمعية، فالعادة الفردية تتعلق بالأشخاص، والعادات الجمعية تتعلق بالمجتمعات أو أي تجمعات أخرى[3]"

تُعرّف العادات في علوم الإعلام والاتصال على أنها سلوك إنساني وظاهرة فردية لها ضوابطها، تتكون من التعلم وتكرار الاستجابات وتتكرر في مواقف متشابهة، وهناك عادات اجتماعية وأخرى جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة[4]، و يعتبر مدخل العادات والأنماط من المداخل الهامة في تفسير السلوك الاتصالي في سياقاته الاجتماعية والزمنية.

---

[1] عبد الكريم بابوري، عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة، الجزائر، 2005، ص 15.

[2] إبراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر، 1975، ص381.

[3] مُحَمَّد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996، ص 219.

[4] خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر،2001،ص184.

أي أن عادات التعرض لوسائل الإعلام، على اختلافها، هي سلوك يسلكه المتلقي إزاء وسائل الإعلام، وهي سلوك تحكمه معايير ومتغيرات متعددة، ترتبط بالأوقات والأحجام الزمنية التي يقضيها الفرد في تعرضه للوسيلة، أي الوقوف على الحجم الزمني ومتوسط الاستخدام، مع إبراز الكيفية التي يتم بها والظروف التي تتبع ذلك.

أما الأنماط فقد جاء في المعجم العربي الأساسي – لاروس – بأنها :

- نوع من البسيط.
- طريقة وأسلوب.
- صنف ونوع.
- جماعة من الناس أمرهم واحد[1].

فالنمط هو الطريقة والصنف والنموذج، نقول على نمط واحد، أي من نوع واحد، والنمط في علم النفس التحليلي عند "يونغ" هو : صنف من الناس أو طريقتهم في توجيه طاقاتهم النفسية[2].

والنمط في عرف علم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال هو جزء من السلوك التفاعلي الذي يتكرر بشكل غالب، كتناول أفراد الأسرة ثلاث أكلات في اليوم، أو نوم الأطفال واستيقاضهم في وقت محدد، فالنمط هو مجموعة متناسقة من السلوكيات التفاعلية التي يقوم بها الشخص، والتي تربط بين الأشخاص وتُوجد بينهم تأثُّرا واعتمادا متبادلا[3]، وبالتالي فإن عادات وأنماط الاستخدام تعني أساليب وطرق استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي من حيث مدة الاستخدام، المكان المفصل للتصفح،

[1] عبدالكريم بابوري، المرجع السابق، 16.

[2] السعيد دراحي، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين ، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة، الجزائر، 2003، ص 10.

[3] مُحَمَّد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص 4874.

أفضل شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي، الجهاز أو الوسيلة لاستخدام شبكات التواصل، مدى امتلاك أفراد العينة المبحوثة لأكثر من حساب في الموقع ذاته، الاسم الذي يتواصل به المبحوثون، وأسباب ذلك، وكذا الصورة الشخصية التي تظهر على البروفايل الشخصي لكل مبحوث.

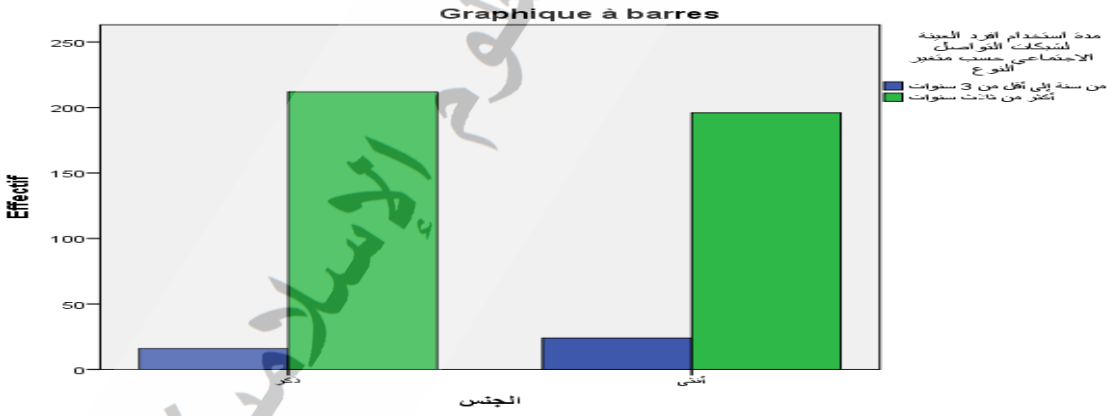
أولا: مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

النوع / المدة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من سنة	00	00	00	00	00	00
من سنة إلى 3 سنوات	16	7.0	24	10.9	40	8.9
أكثر من ثلاث سنوات	212	93.0	196	89.1	408	91.1
المجموع	228	100	220	100	448	100

كا^2 المحسوبة 02.085 درجة الحرية 1 كا^2 الجدولية 03.84 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (04) يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع



شكل رقم (05) يوضح مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

يتناول الجدول أعلاه سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع، حيث تلعب خبرة الاستخدام دورا مهما في تشكيل مهارات الاستخدام والخبرات الاتصالية

والاجتماعية للمستخدم، إذ يمثل المدى الزمني لاستخدام تقنية ما مؤشرا حاسما في تمثل هذه التقنية واستعمالها ومن ثم تملكها وإدماجها في نسيج الأنشطة الاجتماعية.

ويتبين من بيانات الجدول أعلاه أن الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات يمثلون الأغلبية الساحقة بنسبة 91.1 % ، أي بواقع 408 مبحوثا، حيث بلغت نسبة الذكور 93 %، مقابل 89.1 % من الإناث، تليها فئة من سنة إلى أقل من ثلاث سنوات بنسبة 8.9 %، حيث نسبة الإناث منهم 10.9 %، مقابل 7 % ذكور ، في حين انعدمت النسبة لدى أولئك الذين يستخدمونها منذ أقل من سنة واحدة لدى الجنسين معا.

و هذه المؤشرات تبين أن متوسط عدد سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة المبحوثة هو أكثر من ثلاث سنوات، ويعد هذا المتوسط طبيعيا بالنظر إلى طبيعة وسن العينة، كما يمكن تفسيره بربطه بالرواج الكبير الذي عرفته شبكات التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة، بسبب الانتشار الكبير للإنترنت في الآونة الأخيرة، حتى غدت جزءاً أساسيّاً من منظومة كل بيت، لغرض الاستفادة من كل الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت للمستخدمين؛ كإجراء المكالمات المجانية بواسطة بعض التطبيقات التي تتطلب الإنترنت لإتمام العملية، كالفايبر والواتساب، والحصول على مختلف المعلومات التي يحتاجها أفراد الأسرة.

كما تعطي هذه النسبة مؤشرات ودلائل على أن أغلب أفراد العينة قد تعدوا مرحلة الانبهار بشبكات التواصل الاجتماعي، أو الاستعمال السطحي لها، وأضحت – بمتوسط زمني معتبر– ممارسة يومية اعتيادية دخلت وأدمجت في النشاطات اليومية للمبحوثين.

وبمقارنة نتائج هذا الجدول مع بعض الدراسات السابقة يتبين أنها تتقارب مع نتائج دراستي قرناني ياسين عن الشباب الثانوي والشبكات الاجتماعية[1] وكذا دراسة أحمد عبدلي عن الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري[2]، إذا توصلت دراسة قرناني أن 47.31 %من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك أكثر من ثلاث سنوات، كما توصلت دراسة عبدلي إلى أن متوسط استخدام العينة للإنترنت هو ثلاث سنوات، وأن الذين يستخدمون شبكة الانترنت منذ مدة تتراوح بين سنة وثلاث سنوات فيمثلون 31.00 % من العينة، ونفس الأمر بالنسبة لدراسة عائشة لصلج حول أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيس بوك، والتي توصلت إلى أن متوسط عدد سنوات استخدام الفيس بوك يتراوح بين سنة إلى ستة سنوات ، بما نسبته 39% يستخدمونه من سنة إلى ثلاث سنوات، وبنسبة 31% يستخدمونه من ثلاث إلى ست سنوات.

غير أن نتائج الدراسة التي قام بها سعيد عود مُحَمَّد العجمي كشفت أن الشباب الجامعي يقضون **أقل من ساعة** في متابعة الأخبار من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 41.5 % من إجمالي عينة الدراسة ، و يأتي في الترتُّب الثانيً الذين يقضون **من ساعة إلى أقل من أربع ساعات** في متابعة الأخبار من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 39 % من إجمالً عٌنة الدراسة ، وجاء الترتُّب الثالث الذين يقضون " **من أربع ساعات إلى أقل من سبع ساعات** " بنسبة 12.5 % من إجمالي عينة الدراسة، أما الترتيب الأخير للشباب الجامعي الذين يقضون من سبع ساعات فأكثر ساعات فأكثر في متابعة الأخبار من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 7 % من إجمالي عينة الدراسة.

[1] ياسين قرناني، استخدام الشباب الجزائري المراهق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ضوء نظرية الحتمية القيمية، مرجع سبق ذكره، ص328.

[2] أحمد عبدلي، المرجع السابق، ص245 .

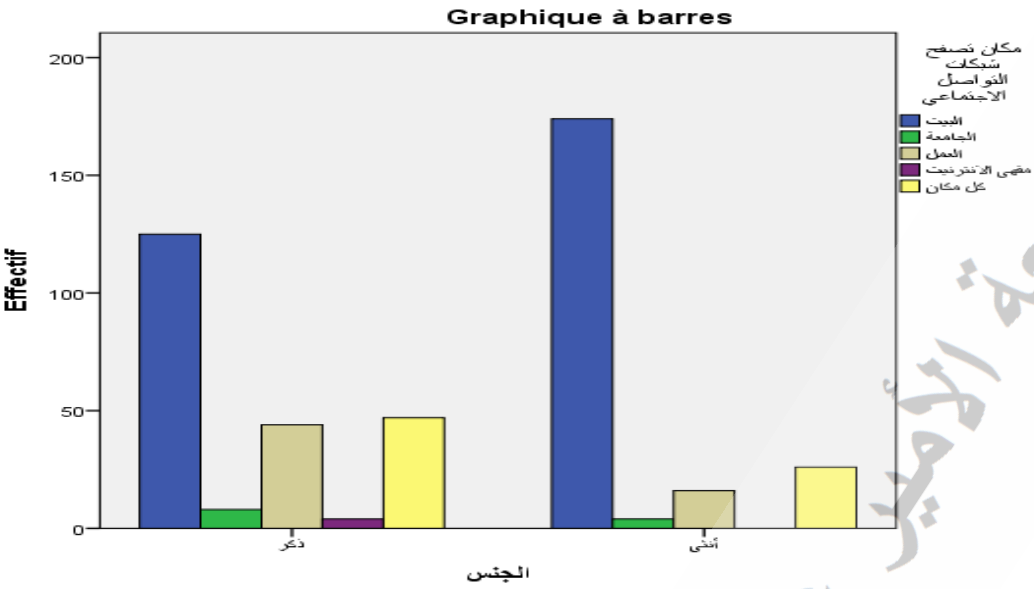
وهذه النسب تعكس مدى حرص أفراد العينة علي تصفح شبكات التواصل الاجتماعي يوميا، وهو ما يعطي مؤشرا على مدى تغلغل الشبكات، وقدرتها العالية علي توصيل الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة، مما يحقق واحداً من استخداماتها الرئيسية في النواحي السياسية.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 2.085 وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 3.084 تحت درجة حرية عند مستوى الدلالة 0.05 ، وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين مدة الاستخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع.

ثانيا : مكان تصفح شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

النوع / مكان التصفح	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
البيت	125	54.8	174	79.1	299	66.7
الجامعة	08	3.5	04	1.8	12	2.7
العمل	44	19.3	16	7.3	60	13.4
مقهى الإنترنت	04	1.8	00	00	4	0.9
كل مكان	47	20.6	26	11.8	73	16.3
المجموع	228	100	220	100	448	100
كا^2 المحسوبة 32.339 درجة الحرية 4 كا^2 الجدولية 09.49 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.						

جدول رقم (05) : مكان تصفح شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:



شكل رقم (06) يبين مكان تصفح شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

يتضح من خلال بيانات الجدول أعلاه والمتعلق بمكان تصفح أفراد عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي أن البيت هو المكان المفضل لدى غالبية أفراد العينة، نسبة بلغت 66.7 % ، أي 299 مفردة، وقدرت نسبة الإناث منهم 79.1 % (174 أنثى)، مقابل 54.8 % ذكور (125 مبحوثا)، فئة من يتصفحونها في كل مكان بواقع 16.3 % (73 مبحوثا)، حيث بلغت النسبة لدى الذكور 20.6 % (47 مبحوثا)، مقابل نسبة 11.8 % (26 مفردة) لدى الإناث، تليها أولئك الذين يتصفحون الشبكات الاجتماعية بمكان العمل ، بنسبة بلغت 13.4 %، أي (60 مبحوثا)، وبواقع 19.3 % لدى الذكور (44 مبحوثا)، مقابل 7.3 % (16 أنثى) لدى الإناث، في حين بلغت نسبة من يتصفحونها بالجامعة بنسبة 2.7 % (مبحوثا 12)، إذ بلغت النسبة لدى الـــــــذكور منهم 3.5 % (8 مفردات) ، مقابل 1.8 % (4 إناث)، في حيث بلغت نسبة المتصفحين بمقاهي الإنترنت مقاهي الانترنت بنسبة 0.9 % (4 مفردات) فقط، كلهم من الذكور.

ومما يلاحظ من خلال هذه البيانات أن البيت هو المكان المفضل لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة المبحوثة، إذ يبقى البيت دائما المكان الأمثل للتواصل والإبحار في عالم الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، خاصة مع تطور وارتفاع نسب توصيل الإنترنت إلى البيوت الجزائرية، أو من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من خلال شرائح الهواتف المحمولة.

وتتماشى نتائج هذا الدراسة مع نتائج دراسة ياسين قرناني عن المراهقين وشبكات التواصل الاجتماعي[1] التي توصلت إلى أن المكان المفضل لاستخدام شبكة الانترنت هو البيت بنسبة 49.67 %.

ونفس النتائج أيضا توصلت إليها دراسة عائشة لصلج[2] في دراستها من أن غالبية أفراد العينة يفضلون تصفح موقع الفيسبوك في البيت ، بنسبة 54.54 % تليها مقاهي الانترنت بنسبة 16.60% ثم الجامعة بنسبة 13.04 %، وفي كل الأماكن المتاحة 8.30 % ثم في أماكن العمل بنسبة 7,5 %.

إن المنزل هو أفضل مكان يستخدم فيه المبحوثون شبكات التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى توافر البيئة الآمنة للاتصال التي تتيح للمبحوث البقاء مدة طويلة مستخدما الموقع، والتي لا توفرها باقي الأماكن، إضافة إلى اشتراك أغلب المبحوثين بمنظومات البث ذات الدفع المسبق، والتي توفر اتصالا مناسبا يسمح للمبحوثين عند استخدامهم الموقع من تحميل الصور ومقاطع الفيديو والتعليقات، كما يوفر المنزل جانبا كبيرا من الخصوصية والحرية في السلوك، والنتائج تؤكد أن البدائل الأخرى لا تمثل بدائل جيدة

[1] ياسين قرناني، مرجع سبق ذكره، ص300.

[2] عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبدالقادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة السنة الجامعية 2017-2018، رسالة غير منشورة، ص 240.

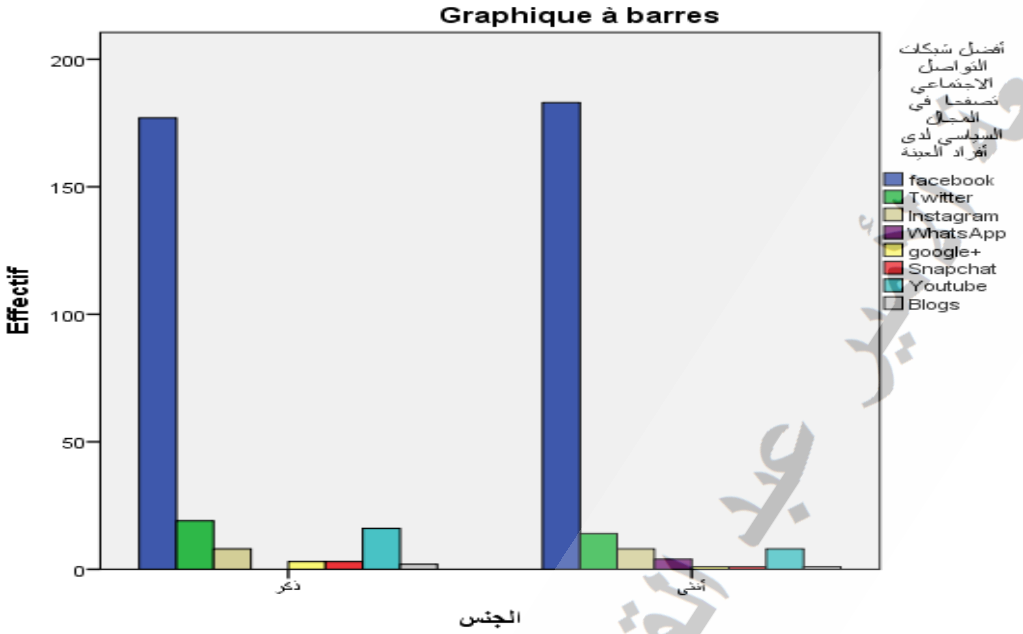
للاستخدام المريح، كما أن عينة البحث أغلبها من الطلبة، الذين قد لا تجدون الوقت الكافي للذهاب إلى الأماكن الأخرى لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 32.339 ، وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 9.49 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنس وسنوات استخدام موقع الفيس بوك، حيث تتفوق الإناث في تفضيلهن للبيت كمكان مفضل للتصفح، عكس الذكور الذين لا يجدون حرجا في تصفح مختلف شبكات التواصل الاجتماعي في جميع الأمكنة، بعد البيت طبعا.

ثالثا: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع:

أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
Facebook	177	77.6	183	83.2	360	80.4
Twitter	19	8.3	14	6.4	33	7.3
Instagram	8	3.5	08	3.6	16	3.6
WhatsApp	00	00	04	1.8	04	0.9
Google +	03	1.3	01	0.5	04	0.9
Linkedin	00	00	00	00	00	00
Snapchat	03	1.3	01	0.5	04	0.9
youtube	16	7	08	3.6	24	5.3
blogs	2	0.9	01	0.5	3	0.7
المجموع	228	100	220	100	448	100
كا^2 المحسوبة 09.718 درجة الحرية 7 كا^2 الجدولية 14.07 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وأفضل شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي.						

جدول رقم (06) يبين أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع



شكل رقم (07) يبين أفضل شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع

يمثل الجدول أعلاه شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجزائري عينة الدراسة تصفحها في المجال السياسي حسب متغير النوع، وتشير النسب المئوية إلى أن أغلب أفراد العينة يقع تفضيلهم الأول على موقع فيس بوك بنسبة 80.4 %، أ ي (360 مفردة)، يمثل الإناث منهم نسبة 83.2 %، مقابل نسبة 77.6 % من الذكور، وفي المركز الثاني يأتي موقع تويتر بنسبة قدرت بـ 7.3 % (33 مفردة)، إذ بلغت نسبة الذكور منهم 8.3 % (19 ذكرا)، مقابل نسبة 6.4 % إناث (14 أنثى) ، وفي الترتيب الثالث يأتي موقع يوتيوب بواقع 5.3 %، (24 مفردة)، حيث بلغت نسبة الذكور منهم 7 % (16 ذكرا)، مقابل نسبة 3.6 % من الإناث (8 إناث)، وفي الترتيب الرابع يأتي موقع أنستغرام بنسبة 3.6 % (16 مفردة) ، نسبة الإناث 3.6 %، ونسبة الذكور3.5 % ، أي نصفهم ذكور والنصف

الآخر إناث، وفي الترتيب الخامس يأتي كل من الواتساب وغوغل بليس ولينكيدن بنسبة ضعيفة قدرت بـ 0.9 % فقط ، وأخيرا blogs بنسبة 0.7 % فقط بواقع 3 مبحوثين فقط، اثنان منهم إناث وذكر واحد فقط.

وتشير هذه النتائج إلى تفوق واضح في استخدام الشباب الجزائري لشبكة الفيس بوك بشكل عام وهي نتيجة منطقية مع الانتشار الهائل لهذا الموقع الذي استطاع الوصول إلى أعداد كبيرة من حيث عدد المستخدمين في أرجاء العالم والمنطقة العربية والجزائر على وجه الخصوص، وذلك راجع إلى أن قراءتهم لشبكات التواصل الاجتماعي تحفزهم على إنشاء حسابات خاصة بهم، أو أن قراءتهم جاءت نتيجة لامتلاكهم حسابات خاصة بهم، وتشير التقديرات- اعتبارًا من أفريل 2018- إلى أن عدد المستخدمين النشطين في العالم لموقع الفيس بوك يقدر بنحو 2.2 مليار مستخدم شهريًا، و 1.4 مليار مستخدم نشط يوميًا، وأن هناك أكثر من 300 مليون صورة تم تحميلها على الفيس بوك كل يوم، وفي المتوسط، يتم إنشاء 5 حسابات الفيس بوك في كل ثانية، وأن ما يقرب من 30 ٪ من مستخدمي الفيس بوك تتراوح أعمارهم بين 25 و 34 سنة، ولا يزال الطلب على مقاطع الفيديو في الفيس بوك مرتفعاً حيث يبلغ عدد مشاهدات الفيديوهات حوالي 8 مليارات يوميًا. ليحقق بذلك الفيسبوك المرتبة الأولى متغلبا على جميع الشبكات الاجتماعية الأخرى سواء من ناحية عدد المستخدمين، أو من حيث الأرباح ، وصدق من قال أن فيسبوك دولة لوحدها لها سكانها و لها نفقاتها و أرباحها[1].

[1] دولة تتفوق على الولايات المتحدة الأمريكية في عدد مستخدمي الفيسبوك ؟!
https://www.androydi.com/دولة-تتفوق-على-الولايات-المتحدة-الأمر/

ولا شك ان النسب السابقة ترتبط بالخدمات المتنوعة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، والتي من أهمها إتاحتها الفرصة للتعبير عن الرأي ، وسرعة التواصل مع الآخرين ، وإرسال الصور والملفات والفيديو والمحادثة..... وغير ذلك .

وعليه فإن موقع الفيس بوك قد زادت نسب استخدامه، مثله مثل باقي الشبكات الاجتماعية الأخرى، بعد توفيره من خلال تطبيقات الهاتف النقال، حيث أصبح الولوج إليه أكثر سهولة وعملية، وبهذا يسجل الموقع حضورا دائما لدى الشخص، ومن خلال ميزات سهولة الاستخدام، وسرعة الاتصال، وتعدد لغات الاستعمال، والخدمات العديدة التي يوفرها مثل خدمة الملاحظات أضحى الموقع أهم شبكة اجتماعية يرتادها الشباب.

وفي دراسة كل من الدكتور مُحَمَّد سعيد عبد المجيد والدكتور ممدوح عبد الواحد الحيطي الشبكات الاجتماعية الالكترونية والثقافة السياسية للشباب الجامعي خلص الباحثان إلى أن أهم الشبكات الاجتماعية الالكترونية التي يرتادها الشباب جاء موقع "الفيس بوك " في المرتبة الأولى بنسبة (39.36%)، ثم جاء موقع " تويتر" في المرتبة الثانية بنسبة (20.17%) ، في حين جاء موقع " ياهو" في المرتبة الثالثة بنسبة (19.20%) ، بينما جاء موقع " يوتيوب " في المرتبة الرابعة بنسبة (18.78%) ، ثم موقع " نت لوج " بنسبة (1.11%) ، وماي سبيس بنسبة (0.83%) ، وأصحاب مكتوب بنسبة (0.41%) ، أخيراً فريندستر بنسبة (0.14%)

وفي دراسة قام بها **رضوان قطبي** الباحث في العلوم السياسية بالمغرب الشقيق حول: شبكات التواصل الاجتماعي و الحراك السياسي بالمغرب : دراسة ميدانية، توصل فيها إلى أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا هي: موقع فيس بوك **Facebook** بما نسبته (75 %)، يليه موقع تويتر

بما نسبته (13.89 %)، ثم انستغرام بما نسبته (06.11%)، وأخيرا شبكات أخرى مثل: لنكدن ومايسبيس بما نسبته(5 .(% و تشير هذه النتيجة إلى أن المبحوثين يفضلون موقع الفيس بوك لأنه لا يقتصر على نوع واحد من المحتوى بل أنه يجمع ما بين الصور ومقاطع الفيديو والكتابات أو التعليقات وهو بذلك يوفر فرصاً مختلفة للمبحوثين للمشاركة[1].

أما الدراسة التي قام بها الباحث الفلسطيني رامي حسين حسن الشرافي حول دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني [2]، دراسة ميداني على عينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة فقد توصلت إلى أن أكثر مواقع الإعلام الاجتماعي استخداما لدى طلبة الجامعة هي الفيس بوك، بشكل عام من قبل المبحوثين، وذلك بنسبة) (82.11 %) وهو متوسط يفوق بقية الوسائل بشكل واضح، وجاء بعده البريد الإلكتروني في المرتبة الثانية بنسبة (60.98 %)، ثم يليه في المرتبة موقع الأفلام القصيرة المنتج بشكل جيد أو ضعيف (اليوتيوب) من أفراد العينة (49.39 %) يليه في المرتبة الرابعة موقع تويتر بنسبة ،(16.87 %) ، وفي المرتبة قبل الأخيرة جاءت المدونات بنسبة (8.54 %) وكانت نسبة استخدام بقية المواقع (5.28%).

[1] رضوان قطبي ، شبكات التواصل الاجتماعي و الحراك السياسي بالمغرب : دراسة ميدانية، تاريخ الزيارة 14 جانفي 2019، على الرابط: https://democraticac.de/?p=46788

[2] رامي حسين حسن الشرافي حول دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميداني على عينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط من كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر، غزة، 2012، ص 109.

وفي الدراسة التي قام بها الباحثان الدكتور معد عاصي علي، والدكتور دحام علي حسين[1] حول أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي توصل الباحثان إلى أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول قضايا الفساد تشير بيانات أن الفيس بوك قد حل في المرتبة الأولى من بين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون كمصدر للحصول على المعلومات المتعلقة بقضايا الفساد إذ اشار 89.6 % من المبحوثين إلى ذلك، يليه في ذلك اليوتيوب بنسبة 8.3 %، ثم حل تويتر في المرتبة الثالثة كمصدر اول من بين مواقع التواصل بنسبة 2.1%.

– وقد أظهرت نتائج الدراسة التي قام بها حمدي أحمد عمر علي حول مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوغي السياسي [2] أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداما هي موقع الفيس بوك بنسبة 42 %، فموقع البريد الإلكتروني 15.4 %، ثم موقع اليوتيوب 13.4%، ثم موقع تويتر بنسبة 7% ، وفي المرتبة الخامسة الذين يترددون على المواقع السياسية بنسبة 5.5 %.

إن انتشار استخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي يرجع لعدة أسباب ،أهمها: زيادة استخدام الإنترنت بشكل عام ، حيث كشف تقرير صدر عن موقعي وي ار سوشيال و هوتسويت أن عدد مستخدمي الإنترنت في عام 2018 بلغ حوالي 4.021 مليار ، بزيادة تبلغ 7٪ سنويا، أي أكثر من نصف اعداد سكان العالم الآن مرتبط بالشبكة العنكبوتية، وان ما يقرب من ربع مليار مستخدم جديد قد وصل اليه الإنترنيت لأول مرة في عام 2017 ، وان افريقيا هي القارة التي حصلت فيها اكبر زيادة

[1] معد عاصي علي ، و دحام علي حسين أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، Journal of college of Law for Legal and Political Sciences، تاريخ التصفح 12 جانفي 2019، على الرابط: https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=109005

[2] حمدي أحمد عمر علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر ،

بنسبة تزيد عن 20٪ سنويا، وقد جاء هذا النمو بعد ان توفر الهاتف الذكي لدى المستخدم على نطاق كبير، ولم يزدد عدد مستخدمي الانترنيت فقط ، بل ازداد الوقت الذي يقضيه المستخدم على الشبكة في الاشهر الـ 12 الاخيرة، وأن متوسط استخدام الإنترنيت للمستخدم الآن حوالي 6 ساعات في كل يوم، أي ما يقرب ثلث فترة استيقاظهم، ويحدث هذا من خلال استخدام الأجهزة الهاتفية واللوحية والخدمات التي تعمل عبر الإنترنت[1]،، بالنسبة للجزائر والمقدر عدد سكانها بأكثر من 42 مليون نسمة فإن عدد المتصلين بالإنترنت بالجزائر وصل لغاية 20 مليون نسمة بنسبة 47% من النسبة الاجمالية لعدد السكان وفق آخر الاحصائيات المنشورة في جوان 2018[2].

ومن الأسباب أيضا: انتشار استخدام الهواتف الذكية مع انخفاض أسعارها ، حيث بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في عام 2018[3] حوالي 5.135 مليار ، بزيادة 4٪ سنويا رافق ذلك وعي كبير وشغف باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها، في الحياة اليومية أو لأغراض العمل والتسويق والترويج والاعلام، بل وحتى الاستخدام في المجال السياسي، والتعبير عن مختلف الآراء والمواقف السياسية.

إن تنوع شبكات التواصل الاجتماعي وتقديمها لإضافات وخدمات جديدة جذب الكثير من المستخدمين حول العالم ، وخاصة الشباب للاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمنصة سنابشات لتبادل الصور ومقاطع الفيديو، واستخدام منصات مثل انستغرام لتبادل الصور، والفيس بوك بمختلف

[1] مهند حبيب السماوي، آخر احصائيات العالم الرقمي، جريدة إيلاف الإلكترونية، العدد 6505 ، الخميس 14 مارس 2019 تاريخ الزيارة 15 مارس 2019، على الرابط: https://elaph.com/Web/Opinion/2018/3/1196481.html

[2] عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر يتجاوز 20 مليون مستخدم ، تاريخ الزيارة 16 مارس 2019، على الرابط: https://www.androydi.com/عدد-مستخدمي-الأنترنت-في-الجزائر-يتجاوز/

[3] مهند حبيب السماوي، المرجع السابق، الرابط السابق.

خدماته وأدواته التي استقطبت الكثير من مستخدمي الإنترنت لاستعمالها لتصبح أكبر منصة إعلام اجتماعي حول العالم ، **حيث يبلغ مستخدمي "فيسبوك" النشيطين شهريًا ، حوالي 2.2 مليار مستخدم نشط** ، وأن **عدد المستخدمين النشيطين شهريًا على الشبكة الاجتماعية في المنطقة العربية يقدر بأكثر من 172 مليون مستخدم نشط**[1].

إن الكثيرين اليوم من أسواق الاتصالات حول العالم ممن يشتركون ويستخدمون الإنترنت لأول مرة أصبحت منصات التواصل الاجتماعي لا سيما فيس بوك من أول التجارب لهم في استخدام الإنترنت بشكل عام، والشبكات الاجتماعية على شاكلة 'فيس بوك' عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة؛ حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية، وبذلك أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تقدم ثلاثية التواصل الاجتماعي والاتصال، والإعلام، والتسويق عبر عشرات الآلاف من خدماتها.

إذ تعد شبكات التواصل الاجتماعي المنتشرة على شبكة الانترنت – خاصة الفيس بوك، وتويتر، واليوتيوب وغيرها – الظاهرة الإعلامية الأبرز في العالم الآن ، كونها تستقطب شرائح اجتماعية متعددة ، وخاصة الشباب باعتبارهم الأكثر تأثيرًا في أي مجتمع ، وبما يمثلونه من طاقة قادرة علي التغيير والتطوير، ولقد كان لهذه الشبكات دور مؤثر علي الثقافة السياسية للشباب ، بما أتاحته من فضاء اجتماعي– يتميز

[1] خالد وحيد، إحصائية استخدام الفيسبوك في الوطن العربي شهريًا، تاريخ الزيارة 13 جانفي 2019، على الرابط:
https://vapulus.com/blog/ar/الفيسبوك-في-الوطن-العربي/

بحرية غير مسبوقة – ، وبما قدمته من ساحة لتلاقي وتبادل الأفكار وبلورة المواقف والتفاعل بين ملايين الشباب في عالم افتراضي لا رقابة عليه ولا منع للتجمهر والتظاهر.

ويشير الموقع الرسمي للفيس بوك أنه يعطي قدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والأهل والمعارف، ويجعلهم أكثر انفتاحا على العالم، ويسعى لإيجاد بيئة يمكن فيها للأفراد الدخول بانتظام لتتبع ما يفعل الأصدقاء والزملاء، وتبادل الأنشطة الخاصة بهم، والتفاعل حول المصالح المشتركة أو الهوايات، وإرسال الرسائل والانتظام إلى الجماعات والشبكات الأخرى، وقد تحولت من خلاله الجماهير الصامتة إلى أفراد ومجموعات نشطة تكتب وتتجادل حول القضايا العامة باستمرار، مما يعني تحول في طبيعة المجتمع، وفي طبيعة علاقة الفرد بالمجتمع، أي تحول في ماهية المفاهيم والقيم، أي تفعيل الدور الإعلامي والتثقيفي للفرد في المجتمع الافتراضي وصولا إلى المجتمع الواقعي.

وبالنظر إلى جملة الخصائص التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي من حيث:

- التفاعلية.
- الحضور الدائم غير المادي.
- الانفتاح من حيث المحتوى.
- الانفتاح من حيث المستخدمين.
- قدرته على التعبئة.

هذه الخصائص وغيرها صنعت من الفيس بوك أداة أساسية في تحقيق الهدف والنجاح في التغيير والتنمية، ولعل الهدف الأساس من الفيس بوك هو إيجاد هوية ووجود وتعزيز طاقات المجتمع (المشاركين) في مجال

الإعلام الرقمي والاجتماعي، فقنوات الاتصال التواصلية مثالية للاستخدام في الوصول إلى الجماهير المستهدفة [1] من حيث:

- جذب أعداد كبيرة من الناس.
- توصيل رسائل معينة وخاصة.
- إحداث تغيير على الصعيد السياسي والاجتماعي والثقافي ... إلخ
- تشكيل جماعات افتراضية مؤثرة بشكل أو بآخر على أرض الواقع.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **09.718** وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 14.07 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم **فروق دالة إحصائيا بين النوع وأفضل شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي.**

رابعا: جهاز(وسيلة) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

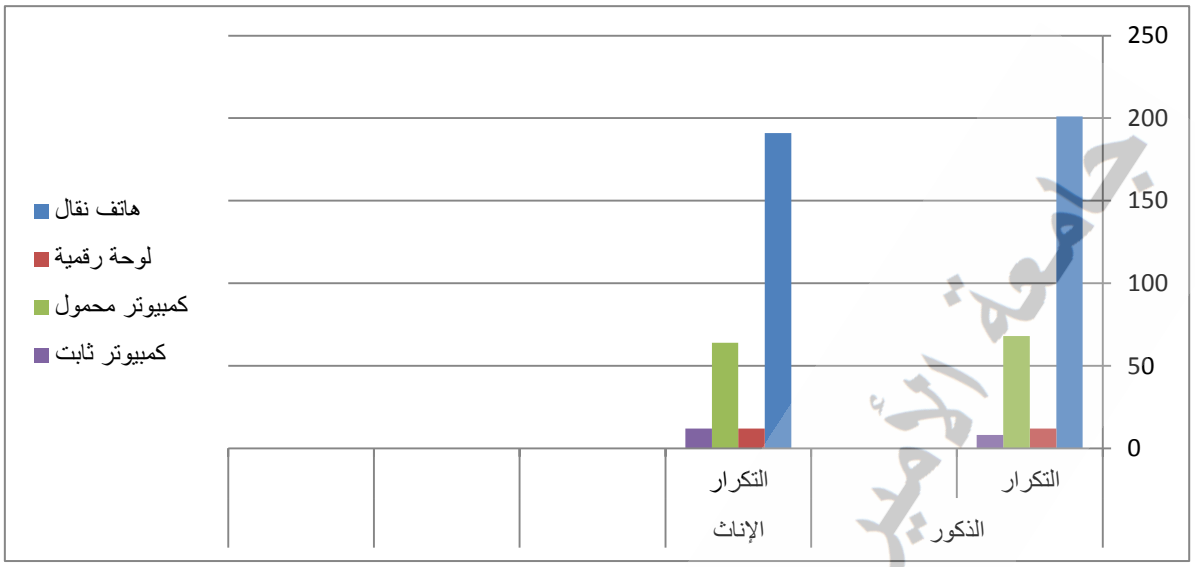
النوع / الجهاز (الوسيلة)	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
هاتف نقال	201	69.5	191	68.5	392	69
لوحة رقمية	12	4.2	12	4.3	24	4.2
كمبيوتر محمول	68	23.5	64	22.9	132	23.3
كمبيوتر ثابت	8	2.8	12	4.3	20	3.5
المجموع	289	100	279	100	568	100

كا^2 المحسوبة 06.718 درجة الحرية 3 كا^2 الجدولية 07,81 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع والوسيلة المستخدمة في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (07) يبين جهاز(وسيلة) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

[1] بيرق حسين جمعة الربيعي، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم لدى الشباب. تاريخ التصفح 12 ديسمبر 2018 على الرابط: https://portal.arid.my/Publications/67fad074-efd8-41.pdf



شكل رقم (08) يبين جهاز(وسيلة) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

يتناول الجدول أعلاه نوع الجهاز المستخدم من طرف المبحوثين في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي ، إذ يتضح من خلال بياناته تعدد وتنوع الأجهزة المستخدمة من طرف المبحوثين في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يأتي في الترتيب الأول جهاز الهاتف النقال الذكي بـ 392 تكرارا وبنسبة 69%، مع تسجيل نفس النسبة تقريبا بين النوعين، إذ بلغت لدى الذكور 69.5 % (201 مفردة)، وبلغت لدى الإناث 68.5 % (191 أنثى)، يليه الكمبيوتر المحمول ب132 تكرارا وبنسبة 23.3 %، وهي نفس النسبة تقريبا لدى الجنسين ، أي 23.5 % لدى الذكور، مقابل 22.9 % لدى الإناث، بعدها وبنسبة أقل منه الكمبيوتر الثابت ب 20 تكرارا وبنسبة 03.5 % فيما احتلت اللوحة الرقمية ذيل الترتيب ب24 تكرارا وبنسبة 4.2 %.

وهذه النسب قريبة من نسب الدراسة التي قامت بها الباحثة عائشة لصلج حول أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيس بوك[1] ، والتي توصلت إلى أن جهاز الهاتف المحمول يحتل الصدارة ب316 تكرارا وبنسبة

[1] عائشة لصلج، عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، المرجع السابق، ص 204.

59.62%، يليه الكمبيوتر المحمول ب102 تكرارا وبنسبة 19.24% وبنسبة قريبة منه الكمبيوتر الثابت ب 86 تكرارا وبنسبة 16.22% فيما احتلت اللوحة الرقمية ذيل الترتيب ب26 تكرارا وبنسبة 4.90%.

أصبحت الهواتف الذكية اليوم عنصرا مهما وأساسيا في حياة الناس على اختلاف مستوياتهم وفئاتهم وأعمارهم، وبات من المستحيل الاستغناء عنها في شتّى مجالات الحياة، ولم يقتصر استعمالها عند حدود الاتصال فقط، كما كان شأن نظيراتها في السابق، فقد دخلت في عصرنا الحالي مجال إنجاز الاعمال، وأصبحت مصدراً رئيسياً من مصادر المعلومات ومعرفة أحوال الطقس وتحديد المواقع في الخرائط، وذلك من خلال العديد من التطبيقات التي وضعت العالم وما يحويه بين يدي مستخدمي هذه الاجهزة التي أصبحت رائدة العصر الرقمي.

أحدثت الهواتف الذكية نقلة نوعية كبيرة في مجال الاتصالات والتواصل مع الآخرين، لما لها من مميزات كثيرة، كونها متعددة الاستخدامات، فقد فتحت آفاقاً واسعة جداً بحيث أتاحت فرصة التحدث مع الآخرين وإرسال الرسائل النصية وإجراء المكالمات المرئية بالصوت والصورة وذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة كالفيس بوك، تويتر، وغيرها. وربما يكون تعبير "عالم بحجم الكف" هو الأنسب لهذه الهواتف الذكية التي تقمصت الكثير من الأدوار، من كاميرا تصوير بدقة وجودة متناهية وتصفح البريد الإلكتروني في أيّ وقت دون الحاجة إلى الرجوع إلى الحاسوب، وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي قد زادت نسب استخدامها، خاصة بعد توفيره من خلال تطبيقات الهاتف النقال، حيث أصبح الولوج إليه أكثر سهولة وعملية، وبهذا يسجل شبكات التواصل الاجتماعي حضورا دائما لدى

الشخص، ومن خلال ميزات سهولة الاستخدام، وسرعة الاتصال، وتعدد لغات الاستعمال، والخدمات العديدة التي يوفرها مثل خدمة الملاحظات[1] .

إذ ومنذ أن اكتشف ستيف جوبز Steve Jobs النقاب عن الآيفون Iphone في 2007 بدأت ثورة الهواتف الذكية، والتي جعلت الناس في غنى عن أجهزة الحاسب، لما تتمتع من خصائص متعددة، مثل الدخول عبر الإنترنت، والمشاركة وتحميل الفيديوهات، بالإضافة إلى إجراء المكالمات الهاتفية، واليوم أصبحت هذه الهواتف الوسيلة الأكثر استخداما في الدخول إلى الإنترنت، نظرا لانخفاض أسعارها، وسهولة استخدامها، وقد انتشرت الهواتف الذكية لدرجة أنه لم يعد هناك مكان في العالم كله لا يستخدمها، ونظرا لانتشار الرهيب في استخدام الهواتف الذكية بدأت بعض الدول النامية في التخلي تماما عن التلفونات الأرضية، والارتباط فقط بالهواتف الجوالة، واستخدام شبكات الإنترنت اللاسلكية، في حين أن بعض الدول النامية تمتلك شبكات تصل قوتها إلى 4G ، حيث يترعرع الجيل الجديد على استخدام تلك الهواتف الذكية، ومن ثم التعود على تصفح الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي والتعبير عن آرائهم بحرية شديدة، بالإضافة إلى استخدامهم الهواتف في مشاركة الصور والفيديوهات، ويذهب **Hugh Brooks , Ravi Gupta** في كتابه المعنون بوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع إلى القول بأننا إذا ما قمنا بتحليل البيانات المستخدمة لهذه المواقع سنجد معظمها كان من خلال الهواتف الذكية، إضافة إلى خاصية تحديد المكان المزودة به تلك الهواتف، وستظل التطورات

[1] صحيفة عين الرياض، 6.1 مليار مستخدم للهواتف الذكية مع حلول 2020، تاريخ التصفح 13 مارس 2019، على الرابط: https://www.eyeofriyadh.com/ar/news/details/6-1-billion-smartphone-users-worldwide-by-2020

في تواصل دائم[1]، و أن شبكات التواصل الاجتماعي أو منصات الحشد الجماعي التي لا توفر طرقا سهلة لاستخدامها أو الدخول عليها من خلال الهواتف الذكية سوف تفشل في غضون السنوات القليلة القادمة. الأمر الذي تعكسه نتائج الدراسة التي بين أيدينا، وحسب موقع" نيوزو "العالمي المتخصص في إحصائيات وتصنيفات وتحليليات تتعلق بمجال التكنولوجيات الحديثة فقد صُنفت الجزائر ضمن الدول الخميسين الأولى عالميا في استخدام الهواتف الذكية، حيث احتلت المرتبة الـ 37. بمعدل 12 مليون مستخدم[2]،

وحسب دراسة حول الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالجزائر قامت بها الشركة المختصة "إمار للبحوث والاستشارات" توصلت إلى أن 77% من رواد الانترنت يستعملون الهواتف الذكية فيما يستعمل 18% الكمبيوتر المحمول و9% الكمبيوتر العادي مقابل 5% للوح الالكتروني بينما يمثل التلفزيون الذكي (المرتبط بشبكة الانترنت) والألعاب نسبة تقل عن 1 %[3].

لقد انتشر استخدام الأجهزة الذكية ليشمل شريحة كبيرة من الشباب والمراهقين، الذين وجدوا فيها وسيلة ممتعة لتحقيق الكثير من رغباتهم في الاتصال والتواصل، وقد عززت بعض الخدمات التي تقدمها شركات الاتصال من هذه العملية، و أغرت هذه العروض فئات الشباب على الإقبال على اقتناء الأجهزة الذكية بكميات هائلة، لأنها من حيث الخصائص تعادل الكمبيوتر المحمول، وتتفوق عليه في أنها خفيفة يسهل حملها في أي مكان، ومن هنا كانت عملية الإقبال عليها من قبل الفئات الشبابية لدرجة يمكن

[1] Gupta , Ravi | Brooks , Hugh ، وسائل التواصل الاجتماعي وتاثيرها على المجتمع، Al Manhal, 2017، ص 70.

[2] موقع نيوز الآن، بالأرقام.. عدد مستخدمي الهواتف الذكية في الجزائر، تاريخ التصفح 16 مارس 2019، على الرابط: https://www.alanenews.dz/بالأرقام-عدد-مستخدمي-الهواتف-الذكية-في الجزائر/

[3] موقع الإذاعة الجزائرية، أكثر من 13 مليون جزائري يتصفحون يوميا الانترنت، تاريخ التصفح 16 مارس 2019، على الرابط: http://www.radioalgerie.dz/news/ar/node/109131

وصفها بالإدمان، فقد أدمنت أجيال الشباب التكنولوجيا الحديثة واستخدامها تماما كإدمان المخدرات، وقد وظفت هذه الفئات الأجهزة الذكية إعلاميا، من خلال تبادل الرسائل النصية، والدخول على مواقع الشبكات الإلكترونية، وخاصة الفيس بوك، الأمر الذي يدفعنا إلى القول بأن هذا التوجه هو عبارة عن ظاهرة اجتماعية أكثر منها ضرورة أوجبتها التكنولوجية الحديثة، وتصعب السيطرة عليها والتحكم في مسبباتها في الوقت الراهن ، بل هي في ازدياد ، لأنه لا توجد أدوات ووسائل للتحكم والسيطرة ، فالبيئة المعلوماتية بفضل الثورة التكنولوجية أصبحت عالية الانكشاف[1].

كما يمكن تفسير كون الهاتف المحمول هو الأداة المفضلة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي بالنظر إلى عينة الدراسة المتمثلة في الشباب، وهي المرحلة العمرية التي تتسم بالانفتاح على التكنولوجيا، والوعي بالاستقلالية الذي تعززه الممارسات الإعلامية والثقافية الجانحة أكثر نحو الفردانية، مثل امتلاك الهاتف النقال الشخصي والكمبيوتر الشخصي واستخدام شبكة الانترنت وغيرها من الوسائل التي تسمح للشباب بالتعبير عن آرائهم وأفكارهم وهوياتهم، والابتعاد تدريجيا عن مراقبة أولياء أمورهم[2].

- وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 06.718 وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 07,81 تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم فروق دالة إحصائيا بين النوع والوسيلة المستخدمة في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي.

[1] تيسير أبوعرجة وآخرون، وسائل الإعلام أدوات تغيير وتغيير، بحوث علمية محكمة من منشورات جامعة البترا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.، ص ص 345 – 346.

[2] نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والانترنت: دراسة في التمثلات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد الثامن، ماي 2012، ص 85.

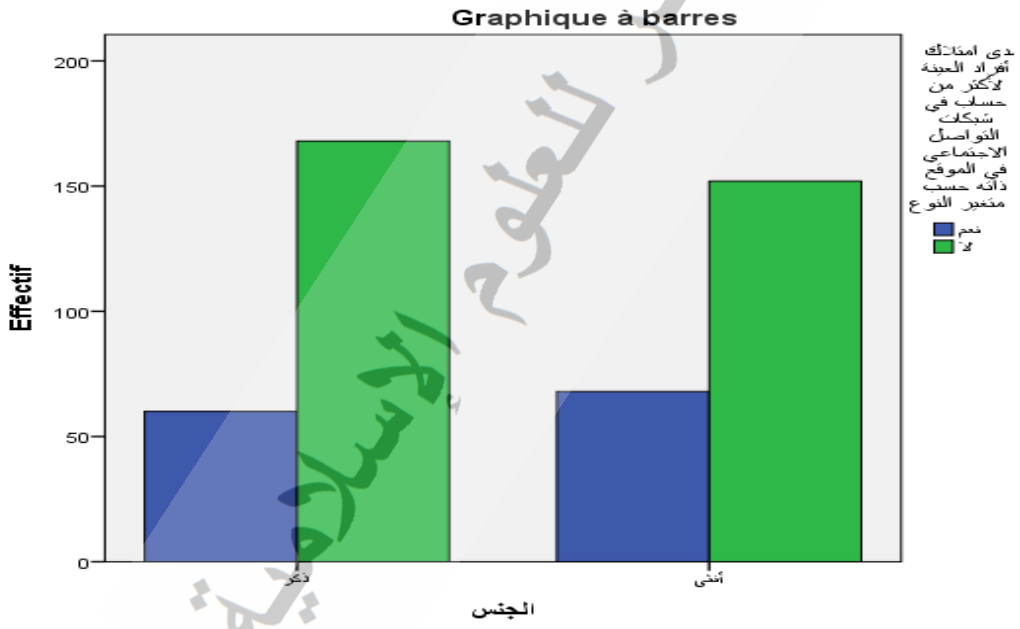
خامسا: امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير النوع:

	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	60	26.3	68	30.9	128	28.6
لا	168	73.7	152	69.1	320	71.4
المجموع	228	100	220	100	448	100

كا^2 المحسوبة 01.158 درجة الحرية 1 كا^2 الجدولية 03.84 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع ومدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته.

جدول رقم (08) امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير النوع:



شكل رقم (09) يمثل امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير النوع

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن النسبة العظمى من أفراد العينة لا يمتلكون أكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته، وذلك بنسبة بلغت 71.4 % (320 مبحوثا)،

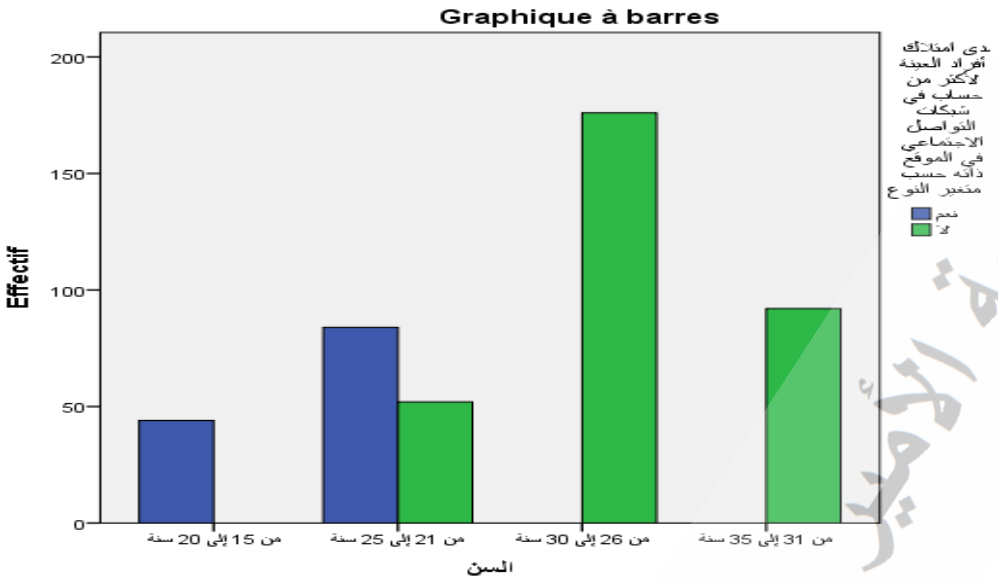
حيث قدرت نسبة الذكور الذين لا يملكون أكثر من حساب في ذات الموقع بنسبة 73.7 % (168 ذكرا)، مقابل 69.1 % من الإناث (152 أنثى)، في حين بلغت نسبة أولئك الذين يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته بحوالي 28.6 %، إذ بلغت نسبة الإناث منهم 30.9 % (68 أنثى)، مقابل نسبة 26.3 % من الذكور (60 ذكرا) يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته، أي بنسبة تقارب الثلث، مع ملاحظة تقارب النسب بين الذكور والإناث في ذلك.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 01.158 وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 03.84 تحت ثلاث درجة حرية واحدة، عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم فروق دالة إحصائيا بين النوع ومدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته.

سادسا: امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير الفئة العمرية:

الفئة العمرية / الاسم	20- 15		25 -21		30 - 26		35 - 31		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	1	2.3	56	41.2	54	30.7	17	18.5	128	28.6
لا	43	97.7	80	58.8	122	69.3	75	81.5	320	71.4
المجموع	44	100	136	100	176	100	92	100	448	100
كا^2 المحسوبة 290.62 درجة الحرية 3 كا^2 الجدولية 07.81 مستوى الدلالة 0.05										
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين السن ومدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته.										

جدول رقم (09) يبين امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير الفئة العمرية:



شكل رقم (10) يبين مدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير الفئة العمرية.

بالعودة إلى بيانات الجدول أعلاه والمتعلقة بمدى امتلاك الشباب الجزائري عينة الدراسة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته، حيث أجاب 97.7 % من الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة الذين ينتمون إلى الفئة العمرية من 15–20 سنة أنهم لا يمتلكون أكثر من حساب على شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته، مقابل 2.3 % منهم يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته، **كما أجاب 58.8 %** ممن ينتمون إلى الفئة العمرية 21–25 سنة أنهم لا يمتلون أكثر من حساب، مقبل نسبة 41.2 % ممن يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته، وأجاب 69.3% ممن ينتمون إلى الفئة العمرية 26–30 سنة أنهم لا يمتلكون أكثر من حساب ، مقابل 30.7 %، وأجاب 81.5 % ممن ينتمون إلى الفئة العمرية من 31–35 سنة أنهم لا يمتلون أكثر من حساب في الموقع ذاته، مقابل نسبة 18.5 % منهم أجابوا أنهم يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته.

وعلى العموم نلاحظ ان أعلى نسبة لمن يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته بلغت لدى الفئة 21-25 ، بنسبة 41.2 %، ثم الفئة العمرية 26-30 بنسبة 30.7 %، ثم الفئة العمرية من 31-35 سنة بنسبة بلغت 18.5 %، وتكاد النسبة تنعدم لدى الفئة العمرية 15-20 سنة ، إذ بلغت النسبة 2.3 % فقط.

ويمكن عزو هذه النتائج إلى أن الشباب المنتمين للفئة العمرية 15-20 سنة نسبة ضئيلة منهم يمتلكون أكثر من حساب على الموقع ذاته إلى أنهم انخرطوا حديثا في عالم شبكات التواصل الاجتماعي، وأنهم لا يزالون في مراحلهم الأولى من الولوج إلى العالم الافتراضي، وبالتالي لا يزال الوقت مبكرا للتفكير في استخدام حساب آخر في الموقع ذاته، أما الفئة العمرية من 21-25 سنة، والذين ترتفع لديهم النسبة فيمكن تفسير ذلك بأنهم تجاوزوا مرحلة الاستكشاف الأولية، وصارت لديهم خبرة بالعالم الافتراضي، لذلك فهم على استعداد أكثر من غيرهم من الفئات العمرية الأخرى للدخول في مغامرة تعدد الحسابات في الموقع ذاته التعدد الهوياتي لأسباب متنوعة، قد تكون التواصل بالهوية الحقيقية من جهة، ومن جهة ثانية التواصل بهوية مستعارة، وقد تكون الأسباب محاولة الدخول في مغامرة عاطفية مثلا، خاصة وأن هذه الفترة تتميز بالبحث عن الذات وإبراز شخصيته، وهو ما أشرنا إليه سابقا من أن طبيعة البناء النفسي والفكري فيها سيؤثر على طبيعة تفاعل الشباب مع مختلف المنتجات والمضامين على الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ،ففي هذه المرحلة يكون الشاب قد تلقى قدرا مهما من التعليم كما أن دائرة علاقاته الاجتماعية قد توسعت ، وزادت خبراته في الحياة ، ويميل إلى الاتزان النفسي والعاطفي ومن جهة أخرى يبدأ رحلة البحث عن الاستقرار الاجتماعي عبر الزواج والوظيفي ، ومن المتوقع أن يسخر ما يجده من أدوات ووسائل لتحقيق طموحاته ، أما فئة الشباب الأخيرة والتي تبدأ من 26 سنة إلى غاية 30 سنة فهي السن التي يفترض أن

الشاب قد خرج من "مرحلة الطلب" والاعتماد على الغير[1] ، ويبدأ حياة الراشدين وينزل الى معترك الحياة ويرتبط بعديد من المؤسسات التي يتعامل معها الراشدون ويتغير تبعا للك تصوره لذاته وللآخرين والمجتمع واتجاهه نحوهم وسلوكه معهم[2]، ولذلك تضاءلت نسبة من يستخدون أكثر من حساب في الموقع ذاته لدى هاتين الفئتين العمريتين عن سابقتهما.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 290.62 ، وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 07.81 ، تحت ثلاث درجات حرية، عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين السن ومدى امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته.

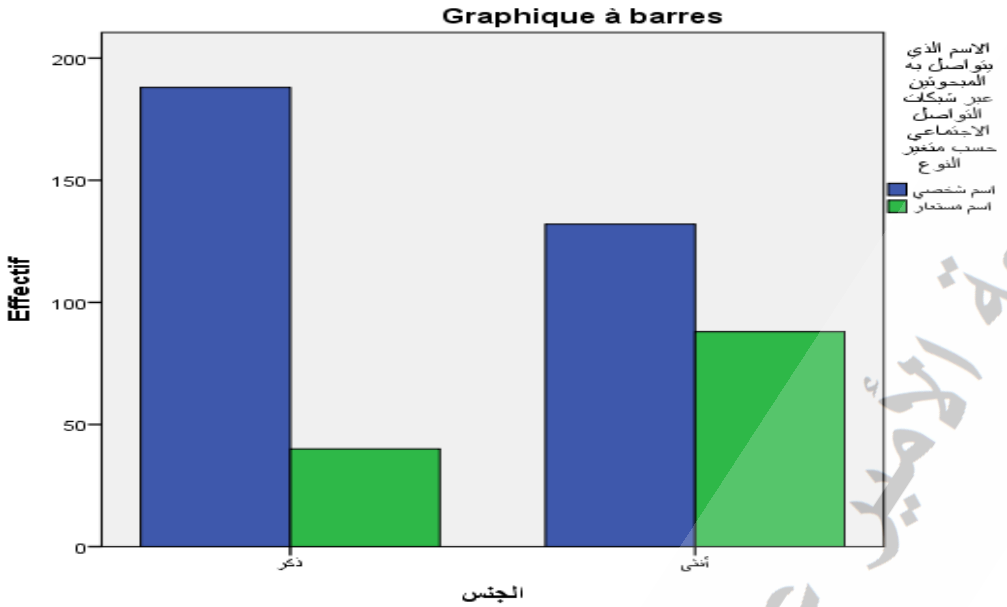
سابعا: الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

النوع / نوع الاسم	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
اسمي الشخصي (الحقيقي)	188	82.4	132	60	320	71.4
اسم مستعار	40	17.6	88	40	128	28.6
المجموع	228	100	220	100	448	100
كا^2 المحسوبة 27.666 درجة الحرية 1 كا^2 الجدولية 03.84 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع والاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.						

جدول رقم (10) يوضح الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

[1] أحمد عبدلي، المرجع السابق ، ص178.

[2] عزت حجازي، عزت حجازي ، الشباب العربي ومشكلاته، المرجع السابق، ص28.



شكل رقم (11) يوضح الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

بالرجوع إلى نتائج الجدول أعلاه يتضح أن أكثر من ثلثي العينة المبحوثة يفضلون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية بنسبة قدرت بـ 71.4 % (320 مبحوثا)، أغلبهم من فئة الذكور بنسبة بلغت 82.4 % (188 مبحوثا)، مقابل 60 % من الإناث (132 أنثى)، في الوقت الذي بلغت نسبة المبحوثين الذين يتواصلون بأسماء مستعارة 28.6 % (128 مبحوثا)، حيث بلغت نسبة الإناث اللائي تفضلن الأسماء المستعارة 40 % (88 أنثى)، مقابل نسبة 17.6 % من الذكور (40 ذكر).

وفي الدراسة التي أجرتها عائشة لصلج حولت استخدام الشباب لموقع فيس بوك توصلت إلى أن 61 % من المبحوثين أجابوا أنهم يتواصلون بأسمائهم الحقيقية، مقابل 39 % منهم أجابوا بأنهم يتواصلون

بأسماء مستعارة. وهو ما يوحي بأن استخدام موقع الفيس بوك لدى عينة الدراسة محاط بإطار من الجدية والثقة لدى المبحوثين الذين لا يجدون حرجا في التواصل بأسمائهم الحقيقية[1].

كما تتماشى بيانات هذا الجدول مع نتائج دراسة نوال بركات[2] التي توصلت على أن 61.1 % من المبحوثين يتواصلون بأسمائهم الحقيقية. وبحساب كا مربع لاختبار الفروق بين الجنسين تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاسم الذي يتواصلون به عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة كا مربع **27.666** وهي أكبر من كا مربع الجدولية التي تقدر بـــ 3.84، عند مستوى دلالة 005 ، مما يؤكد وجود فروق بين الجنسين في اختيار الأسماء التي يتواصلون بها عبر الفيس بوك، ويعزى هذا إلى المنظومة الثقافية والاجتماعية المهيمنة لكلا الجنسين.

حيث أن الفرد في العالم الافتراضي حر في اختيار تمظهره ، إلا أنه يظلّ وفيا – في الغالب– لموروثه الثقافي فيما يتعلّق برسم ملامح صورته وهويته، ولهذا لا يرى الرجال حرجا في عرض صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم، عكس المرأة التي لا تفضل – في الغالب–التعبير عن اسمها أو عمرها أو صورتها، وفي هذا السياق تشير الباحثة مختارية خديجي أن المرأة في المجتمع الجزائري وكل المجتمعات العربية والإسلامية إجمالا لا ينظر إليها ككيان مستقل بذاته، بل إنّ مقاربة قضاياها متعلق بمقابلتها وربطها بالجنس الآخر (الرجل) ، خاصة وأنّ وسائل الاتصال القديمة والحديثة **تسهم في** إشاعة تمثيل المرأة في وعي الرجل، وتمثيل الرجل في وعي المرأة، الأمر الذي جعل من الرجل بمثابة الوصي عليها، والمسؤول عن تصرفاتها ، ليس لذاتها كامرأة، و إنما لأنها مرتبطة بشخصه وشرفه كرجل ، وهي الصفة المقدّسة في خانة مفرداته، لا يسمح

[1] عائشة لصلج، المرجع السابق، ص213 .

[2] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، مرجع سبق ذكره ص 334.

لها بتدنيسها مهما كانت الأسباب ، لأنها ببساطة تفقده ذلك **اللقب الاجتماعي** المقدّس الذي سعى طوال حياته ومنذ نعومة أظافره ليحظى به وهو " **الرجل الفحل**" [1] .

وعليه نخلص إلى أن كثيرا من الأشخاص الذين يستخدمون أسماءهم وصورهم الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كنوع من التعريف، هم أولئك الذين يستخدمونه بطرق صحيحة وأخلاقية، مع وجود البعض منهم يستخدمونها تحت أسماء مستعارة لنواحي أمنية، أو تخوفا من الأهل، أو من بعض العادات والتقاليد في المجتمع، وخاصة إن كان المستخدمون من فئة الإناث، وبالرغم من تلك الأسماء المستعارة لهم إلا أنهم يمارسون أفعالهم وأعمالهم بمشاعر حقيقية على شبكات التواصل الاجتماعي بكل أدب وأخلاق واحترام حقيقية واضحة مع الآخرين [2]، وهناك من يستخدمها بطرق ملتوية، وغير مسؤولة[3].

[1] مختارية خديجي ، شرف المرأة في الثقافة الجزائرية بين الثابت والمتغير(رصد لمحددات تمثل القيمة)، مركز جيل البحث العلمي، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل للبحث العلمي تعنى بالدراسات الإنسانية والاجتماعية، لبنان، ، العدد 45، سبتمبر 2018، ص 13.

[2] بكر نوفل، "الفيس بوك" وأخلاقيات الأسماء المستعارة ، تاريخ الزيارة 18 جانفي 2019، على الرابط: https://www.paldf.net/forum/showthread.php?t=1119246

[3] عبدالرحمن السليمة، غرائب الأسماء المستعارة وظاهرة التخفي لدى مستخدمي التواصل الإجتماعي، تاريخ الزيارة 18 جانفي 2018، على الرابط: https://www.magltk.com/nicknames/

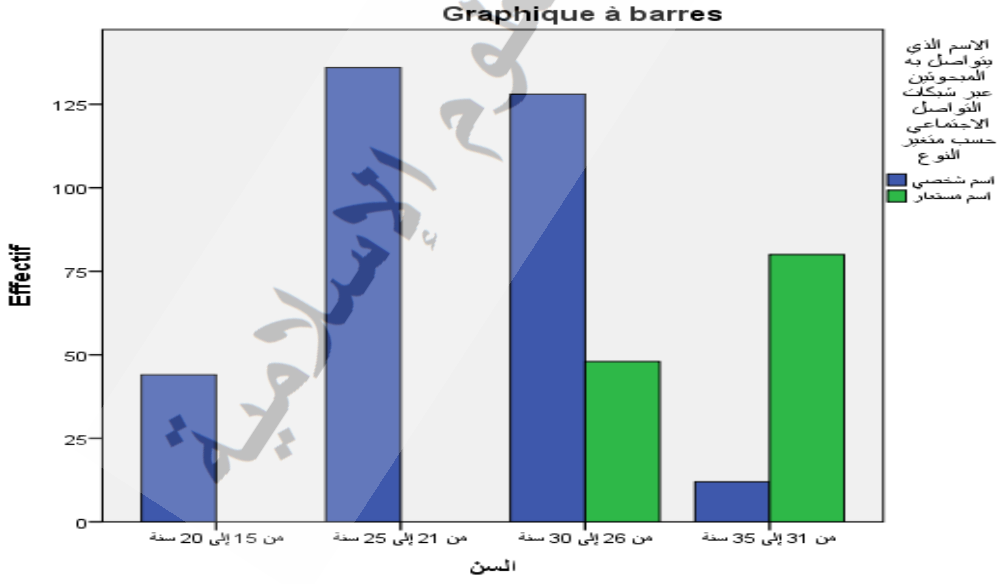
ثامنا: الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية:

الفئة العمرية / الاسم	20- 15		25 -21		30 - 26		35 - 31		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اسمي الشخصي (الحقيقي)	28	63.6	103	75.7	128	72.7	61	66.3	320	71.4
اسم مستعار	16	36.4	33	24.3	48	27.3	31	33.7	128	28.6
المجموع	44	100	136	100	176	100	92	100	448	100

$كا^2$ المحسوبة 225.815 درجة الحرية 3 $كا^2$ الجدولية 07.81 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين السن والاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11) يمثل الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية:



شكل رقم (12) يمثل الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية:

من نتائج الجدول أعلاه يتضح أن نسبة الكبيرة ممن يتواصلون بأسمائهم الحقيقية بدل المستعارة ينتمون إلى الفئة العمرية 21-25 سنة بنسبة قدرت بـ 75.7 %، تليها الفئة العمرية 26-30 سنة بنسبة 72.7 %، وفي المرتبة الثالثة الشباب الذين ينتمون إلى الفئة العمرية 31-35 سنة بنسبة 66.3 %، وأخيرا الفئة العمرية 15-20 سنة بواقع 623.6 %.

أما أولئك الذين يفضلون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأسماء مستعارة فقد جاءت الفئة العمرية 15-20 سنة في الترتيب الأول بواقع 36.4 %، تلتها الفئة العمرية 31-35 سنة بنسبة 33.7%، وفي الترتيب الثالث جاء أصحاب الفئة العمرية 26-30 بنسبة 27.3 %، متبوعة بالمنتمين للفئة العمرية 21-25 سنة في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 24.3 %.

وهي نتائج تشير إلى أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15-20 أكثر ميلا للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من غيرهم

وبالعودة إلى اختبار كا^2 لاختبار الفروق ، تبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الفئات العمرية في الاسم الذي يتواصلون به عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة كا^2 225.815، وهي أكبر من كا^2 الجدولية، التي تقدر بـ 07.81 عند مستوى دلالة 00.5 ، تحت ثلاث درجات حرية.

فشبكات التواصل الاجتماعي وبحكم الكل موجود فيها، غدت اليوم مساحة واسعة للنقاشات والتواصل وتبادل الأفكار والخبرات والآراء، عدا عن كونها من أكثر الوسائل فعالية لبث الأخبار والأحداث اليومية في المجتمع والتفاعل معها.

وفي خضم هذا الاستخدام الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، تطفو على السطح وبوضوح الأسماء المستعارة التي يلجأ لها الكثير من المستخدمين للتخفي خلفها والتستر بها من عيون الأخرين ورقابة المجتمع

وتسلطه، وتشمل هذه الظاهرة الذكور والإناث على حد سواء ، رغم اختلاف أسباب كل منهم، سواء كانت أسبابا مبررة أو غير مبررة.

ويلجأ مستخدمو الاسماء المستعارة، للتحدث والنقد بصراحة في شتى المواضيع، أو يرونها وسيلة للتعبير عن شخصياتهم، او من أجل الحذر والفوبيا السياسية، وقد يتخذ البعض الاسم المستعار للتحدث في أشياء محظورة، وقد يتخذها البعض من باب إعجابه بالاسم المستعار ليس إلا، لكن تسمياتهم تثير الفضول لدى الآخرين، اذ ان أغلب الناس لا يحبون متابعة الأسماء المستعارة، ويرجعون الاسباب الى أن الأسماء المستعارة في شبكات التواصل الاجتماعي، ظاهرة سيئة والأسوأ منها انتحال أسماء الغير للهروب من واقعهم، واستمرارا لخداع أنفسهم بتلك الأسماء والألقاب.

والبعض الاخر من مستخدمي الاسماء المستعارة، يلجأ اليها كقناع مستعار، خوفا من قول الحقيقة في وجه المجتمع، وهي ظاهرة قديمة، والبعض يتحرر من شخصيته الواقعية التي يراقبها كل من يعرفها، ويرى أنه أكثر انطلاقا، ويمرر إنتاجه عبر منافذ ليست فيها مراقبة الفضوليين.

تعتبر الأسماء والصور التي يختارها المبحوث للتعريف بهويته من مستويات التقديم اللساني والأيقوني للهوية، فهي في غياب الجسد والوجه الذي يعتبر من محددات الهوية الواقعية الحقيقية ويعبر عن حقيقة الشيء على حد تعبير ابن عربي "وجه الشيء حقيقته"، أين يختزل ابن عربي حقيقة الإنسان في الوجه لأنّه الشيء البارز من نظامه العضوي وتخترقه معظم قنوات الحسّ من نطق وشمّ ورؤية وسماع. الوجه هو الشيء النادر والعزيز في الإنسان، بدونه لا هوية له ولا ملامح، شبيه بجمجمة لا حياة فيها[1] في إطار غياب وتجاوز

[1] محمد شوقي الزين، الذات والآخر، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2014، ص35.

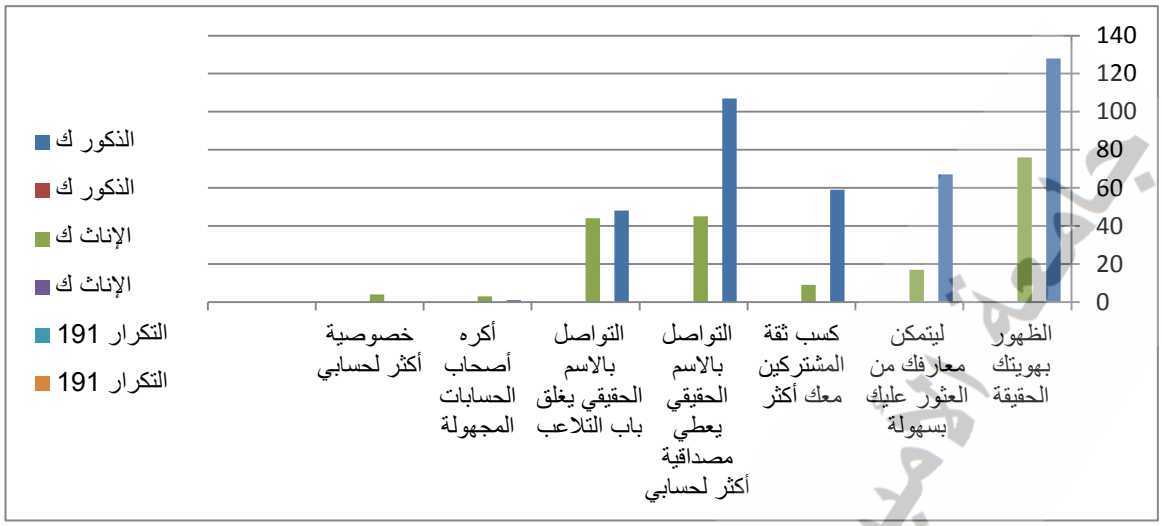
الوجه والجسد في سياق الاتصال الافتراضي الذي يتجاوز سياقات الحضور وطقوس المكان، يعتبر الاسم من أهم أبعاد الوجود الافتراضي، وبالتالي من أهم محددات الهوية الافتراضية أو هو جزء من الهوية المعلنة حسب دراسة فاني جورج عن تمثلات الذات والهوية الرقمية[1] ، والتي قسمت الهوية الرقمية إلى ثلاث مستويات: الهوية المعلنة وتتكون من المعلومات الموضوعة من طرف المستخدم مثل الاسم وتاريخ الميلاد والصورة، والهوية الفعالة وتتبدى من الكشف المعلن للممارسات والأنشطة التي يقوم بها المستخدم والتي يظهرها نظام التشغيل مثل فلان أصبح صديق فلان، أو فلان يتابع الصفحة الفلانية... أما الهوية المحسوبة، فتظهر من خلال المتغيرات الكمية التي تظهرها الشبكة مثل عدد الأصدقاء، عدد المجموعات وغيرها.

تاسعا: أسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

النوع / العبارة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الظهور بهويتك الحقيقة	128	31.2	76	38.4	204	33.5
ليتمكن معارفك من العثور عليك بسهولة	67	16.3	17	8.6	84	13.8
كسب ثقة المشتركين معك أكثر	59	14.4	9	4.6	68	11.2
التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكثر لحسابي	107	26.1	45	22.7	152	25
التواصل بالاسم الحقيقي يغلق باب التلاعب	48	11.7	44	22.2	92	15.1
أكره أصحاب الحسابات المجهولة	1	0.3	3	1.5	4	0.7
خصوصية أكثر لحسابي	00	00	4	2	4	0.7
المجموع	410	100	198	100	608	100
كا^2 المحسوبة 01.751 درجة الحرية 6 كا^2 الجدولية 12.59 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين السن وأسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.						

جدول رقم (12) أسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

[1] Fanny George, Représentation du soi et identité numérique, op cit ,p170



شكل رقم (13) أسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

ولتبرير استخدام الاسم الحقيقي أو الاسم المستعار تم سؤال المبحوثين عن أسباب ذلك، ووفق الجدول أعلاه والذي يبين أسباب استخدام الاسم الحقيقي، فقد أجاب 33.5 % أنهم يفضلون التواصل بهويتهم الحقيقية، إذ بلغت نسبة الإناء 38.4 % ، مقابل 31.2 % من الذكور ، وجاء في المركز الثاني التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكثر لحسابي بنسبة 25 %، متبوع بالتواصل بالاسم الحقيقي يغلق باب التلاعب بنسبة 15.1 % ، وفي الترتيب الرابع جاء ليتمكن معرفي من العثور علي بسهولة بنسبة بلغت 13.8 %، متبوعا بكسب ثقة المشتركين معك بنسبة 11.2 %، وفي الترتيب الأخير جاء كل من سبب أكره أصحاب الحسابات المجهولة، وسبب خصوصية أكثر لحسابي بنسبة 0.7 % لكل منهما فقط.

وهذه النسب توحي أن أفراد العينة واعون بالدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعي يرغبون في الظهور كما هم في الواقع باعتبار الاتصال الافتراضي امتداد للواقع وليس خلق هوية جديدة، وهو تعزيز للاتصال الاجتماعي الواقعي وليس بناء تجارب جديدة منقطعة عن الواقع.

تتيح شبكات التواصل للشخص حرية كاملة ومساحة كبيرة ومفتوحة في الصفحة الشخصية للمستخدم، لتتيح له كل ما يجول بخاطرة من قول وفعل دون حسيب ولا رقيب، إن لم يكن الشخص رقيب على تصرفاته وأقواله وبدون هدف واضح له جيدا، فإنه سيصبح غارقا في وحل الضياع الإنساني.

إن شبكات التواصل الاجتماعي بكل خصائصها المتميزة المفيدة، التي تفيد المستخدم على التفريغ النفسي في التحدث بكل صراحة ووضوح ، والتعبير عن وجهات النظر المختلفة مع الآخرين، وتبادل الأفكار والمعلومات، والتعرف على الثقافات الأخرى بين الأصدقاء، وكذلك متابعة المستجدات إن كانت اجتماعية أو سياسية أو ديني .

كثير من الأشخاص الذين يستخدمون أسمائهم وصورهم الحقيقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كنوع من التعريف هم أولئك الذين يستخدمونه بطرق الصحيحة والأخلاقية، مع وجود البعض منهم يستخدمونه تحت أسماء مستعارة لنواحي أمنية أو تخوفا من بعض الأهالي أو من بعض العادات والتقاليد في المجتمع وخاصة إن كان المستخدمين من الفتيات.

وبالعودة إلى اختبار كا^2 لاختبار الفروق ، تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين حول أسباب اختيار وتفضيل الاسم الحقيقي في توصلوهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة كا^2 01,751، وهي أكبر من كا^2 الجدولية، التي تقدر بـ 12.59 عند مستوى دلالة 00.5 ، تحت ست درجات حرية.

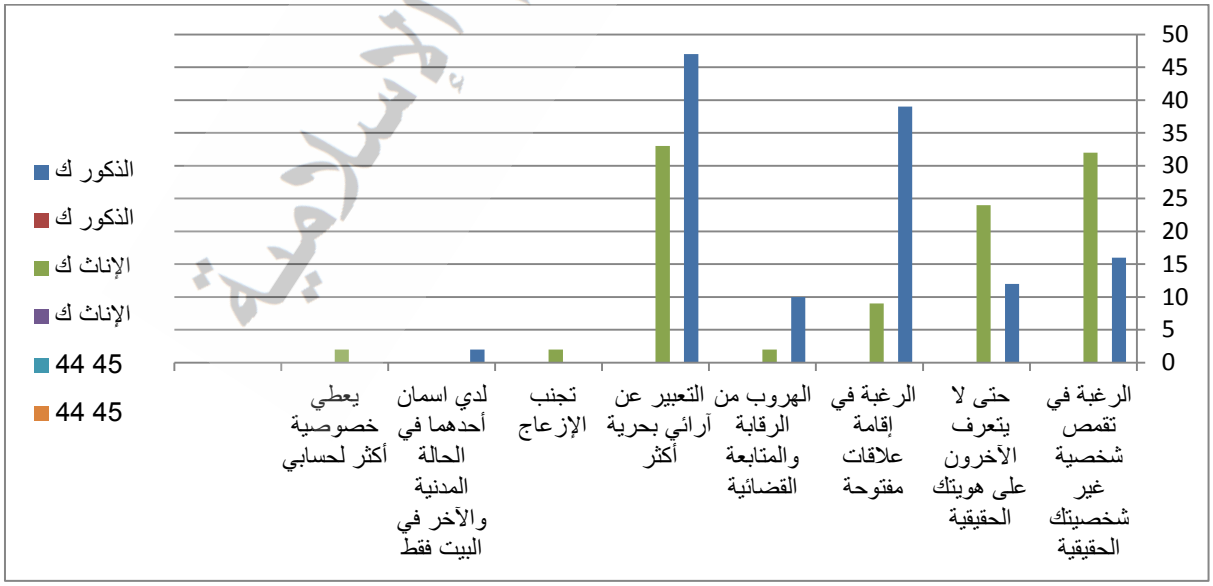
عاشرا: أسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

النوع / العبارة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية	16	12.7	32	30.8	48	20.8
حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية	12	9.5	24	23.1	36	15.7
الرغبة في إقامة علاقات مفتوحة	39	31	9	8.7	48	20.8
الهروب من الرقابة والمتابعة القضائية	10	7.9	2	1.9	12	5.2
التعبير عن آرائي بحرية أكثر	47	37.3	33	31.7	80	34.8
تجنب الإزعاج	00	00	2	1.9	2	0.9
لدي اسمان أحدهما في الحالة المدنية والآخر في البيت فقط	2	1.6	00	00	2	0.9
يعطي خصوصية أكثر لحسابي	00	00	2	1.9	2	0.9
المجموع	126	100	104	100	230	100

كا^2 المحسوبة 07.286 درجة الحرية 7 كا^2 الجدولية 14.07 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين السن وأسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

شكل رقم (13) يبين أسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع



شكل رقم (14) يبين أسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

كثيرة هي الأسباب التي تدفع شخص ما إلى الظهور باسم مستعار على مواقع التواصل الاجتماعي منها ما هو على علاقة بالشخص ذاته ومنها ما له صلة بالمجتمع وبعضها بسبب رقابة السلطة التي تدير المجتمع.

يلجأ البعض للأسماء المستعارة كونها تتيح له التحدث بحرية في شتى الموضوعات التي يرغب في الخوض بها السياسية منها والاجتماعية والدينية والعقائدية والفكرية. فعندما تناقش وتعرض وتطرح أفكارك للعامة متخفيًا باسم مستعار فأنك لا تخشى رقابة السلطة ولا لوم المجتمع أو نقد الأهل والمعارف مهما كان محتوى هذه الأفكار ومضمونها.

بعض البنات يفضلن استخدام أسماء مستعارة بسبب عادات المجتمع وتقاليده التي تحد من حريتهن في التحدث بما يرغبن من موضوعات، فخلف اسم مستعار يمكن للأنثى أن تتحدث بجرأة أكثر عن موضوعات تهمها قد تكون على علاقة بالوضع الاجتماعي للنساء أو الدين وحتى السياسة.

بينما بالاسم الحقيقي للفتاة لا يمكنها أن تجترئ على البوح بكل ما يخالجها من أفكار وآراء، ليس بسبب مضمون الأفكار ومحتواها والذي قد يكون، ولكن أيضًا بسبب نظرة المجتمع للفتاة، وعدم تقبله لها، وهي تتكلم بأحاديث معينة قد تكون على صلة بالدين أو السياسة، أو بعض العادات الاجتماعية البالية، والتي لا يراها المجتمع هكذا.

فيما قد يعتبر البعض أن الأسماء المستعارة هي جزء من الحرية الشخصية للفرد، سواء للشباب أو البنات، حيث يلجأ البعض لهذه الحيلة باحثًا عن الحرية المطلقة في قول وفعل ما يشاء على الأنترنت، دون أن يترك أي دليل قد يشير لشخصيته الحقيقية، مما يدفع بالبعض إلى التشكيك بمصداقية هذه المواقع،

ومصداقية مستخدميها، لذلك يستخدمونها بحذر شديد دون الكشف عن أي من تفاصيلهم الشخصية: من أسم أو صورة حفاظًا على خصوصيتهم ومن استخدام تلك التفاصيل ضدهم[1].

وبالرجوع إلى نتائج الجدول أعلاه اتضح لنا أن أهم الأسباب والدوافع التي جعلت نسبة معتبرة من الشباب عينة الدراسة يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأسماء مستعارة جاء في الترتيب الأول السبب المتمثل في التعبير عن آرائي بكل حرية وجرأة بنسبة بلغت 34.8 %، يليه سبب الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية ، وسبب الرغبة في إقامة علاقات مفتوحة بنفس النسبة ، وهي 20.8 % لكل منهما ، ثم سبب حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية بنسبة قدرت بـ 15.7 %، ثم جاء سبب الهروب من الرقابة والمتابعة القضائية بنسبة بلغت 5.2 %، ليأتي في الترتيب الأخير سبب تجنب الإزعاج، وسبب لدي اسمان أحدهما في الحالة المدنية والآخر في البيت فقط، وسبب يعطي خصوصية أكثر لحسابي بنسبة بلغت 0.9 % لكل منها.

وبالعودة إلى اختبار كا^2 لاختبار الفروق ، تبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين حول أسباب اختيار وتفضيل الاسم المستعار في تواصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة كا^2 07.286 ، وهي أكبر من كا^2 الجدولية، التي تقدر بـ 14.07 عند مستوى دلالة 00.5 ، تحت سبع درجات حرية.

[1] عبدالرحمن السليمة، المرجع السابق.

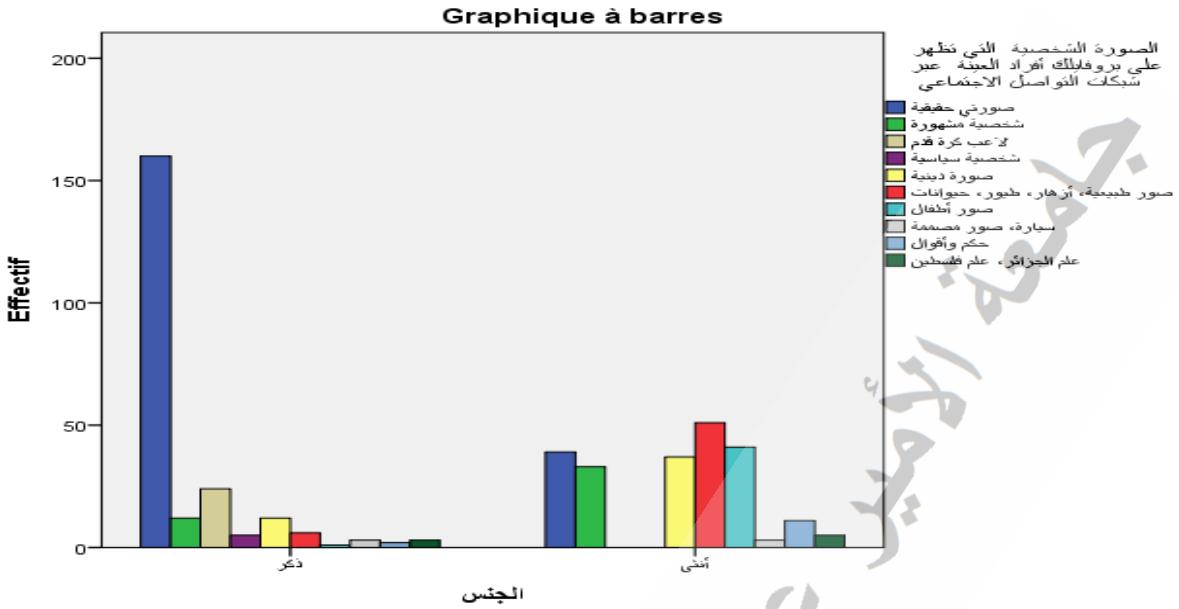
حادي عشرا: الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع:

النوع / العبارة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
صورتي الحقيقية	160	70.2	39	17.7	199	44.4
شخصية مشهورة	12	5.3	33	15	45	10
لاعب كرة قدم	24	10.5	00	00	24	5.4
شخصية سياسية	05	2.2	00	00	5	1.1
صور دينية	12	5.3	37	16.8	49	11
صور طبيعية، أزهار، طيور، حيوانات	6	2.6	51	23.2	57	12.7
صور أطفال	1	0.4	41	18.6	42	9.4
سيارة، صورة مصممة	3	1.3	3	1.4	6	1.3
حكم وأقوال	2	0.9	11	5	13	2.9
علم الجزائر، علم فلسطين	3	1.3	5	2.3	8	1.8
المجموع	228	100	220	100	448	100

$كا^2$ المحسوبة 205.403 درجة الحرية 9 $كا^2$ الجدولية 16.92 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع والصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (14) يبين الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع



شكل رقم (15) الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

تعد شبكات التواصل الاجتماعي إحدى وسائل التواصل عبر الإنترنت التي يستخدمها الأفراد والشركات لتبادل المعلومات مع أطراف عدّة، مثل: الأصدقاء، والعملاء، وزملاء العمل، وتسهم في تبادل الأفكار، وبناء الشبكات، والمجتمعات الافتراضية، وتوفّر اتصالاً إلكترونياً سهلاً بالمعلومات الشخصية للمستخدم، ومحتوياته الأخرى، مثل: الصور، ومقاطع الفيديو، كما يتمكن المستخدمون من التفاعل أو استخدام هذه المواقع من خلال أجهزة الحاسوب، أو الأجهزة اللوحية، أو الهواتف الذكية، عبر البرامج التي تعتمد على الإنترنت أو التطبيقات، وكل هذه الخدمات تتوالف فيما بينها لتسمح للمستخدمين ببناء صورة وهوية يتواصلون من خلالها في المجتمع الافتراضي، ولعل من أهم وأكثر العناصر تعبيرا عن الذات هي الصورة التي يختارها المبحوث ليتواصل بها في هذا المجتمع الافتراضي، فجدير بالذكر أنه بظهور الشبكات الاجتماعية المبنية على صورة البروفايل، والتي تسمح للمستخدم باختيار صورة بروفايله مثل الفيسبوك وماي سبيس، لم

يعد التعبير عن الذات مقتصرا على النص الالكتروني أو الكلمات، إنما أضحت الصورة مكونا مركزيا في التعبير عن الذات فحسب دراسة نويل هامNoelle J Hum وآخرين [1] فإن 98% من الطلاب عينة الدراسة يضعون صورهم الخاصة في البروفايل.

يتضح من بيانات الجدول أعلاه والمتعلق بالصورة التي يحرص أفراد العينة المبحوثة على ظهورها على حساباتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، فقد أجاب قرابة نصف العينة أنهم يستخدمون صورهم الحقيقية بنسبة 44.4 % (199 مبحوثا)، حيث كان نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث ، إذ بلغت النسبة لدى الذكور 70.2 % (160 ذكرا)، مقابل نسبة 17.7 % (39 أنثى) ، ثم في المرتبة الثاني صور طبيعية، أزهار، طيور، حيوانات بنسبة 12.7 % (57 مبحوثا)ن أغلبهم من الإناث بنسبة بلغت 23.2 % (51) ، مقابل نسبة ضئيلة للذكور بلغت 2.6 % (6 ذكور) فقط، وجاء في المرتبة الثالثة أولئك الذين يضعون صورة ذات دلالة دينية بنسبة 11 % (49 مبحوثا)، جلهم من الإناث بنسبة بلغت 16.8 % (37 أنثى)، مقابل نسبة 5.3 % ذكور (12 ذكرا).

وفي الترتيب الرابع حل أولئك الذين يضعون صورة شخصية مشهورة بنسبة 10 % (45مبحوثا)، أغلبهم من الإناث بنسبة 15.33 % (33 أنثى)، مقابل نسبة 5.3 % ذكور (12 ذكرا)، ليحل أولئك الذين يفضلون يضعون صور أطفال الترتيب الخامس بنسبة بلغت 9.4 % (42 مبحوثا)، أغلبهم من الإناث بواقع نسبة 16.8 % (37 أنثى)، مقابل نسبة 5.3 % ذكور (12 ذكرا)، وفي الترتيب السادس جاء أولئك الذين يضعون صورا للاعب كرة قدم بنسبة 5.4 % (24 مبحوثا)، كلهم ذكور

[1] Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs, op cit, p 1828.

بنسبة 10.5% (24 ذكرا)، فيما انعدمت النسبة لدى الإناث، ثم جاء في الترتيب الموالي صورة حكم وأمثال بواقع 2.9 % (13 مبحوثا)، إذ بلغت نسبة الإناث منهم 5 % (11 أنثى)، مقابل نسبة 0.9% (2 ذكور)، وفي الترتيب الثامن أجاب ثمانية مبحوثين بأنهم يستخدمون صورة علم الجزائر أو علم فلسطين بنسبة 1.8 %، حيث بلغت النسبة لدى الإناث 2.3 % (5 إناث)، مقابل نسبة 1.3 % لدى الذكور (3 ذكور)، وفي الترتيب ما قبل الأخير حل من يستخدمون في بروفايلاتهم صورة سيارة أو صورة يقومون بتصميمها بأنفسهم بنسبة بلغت 1.3 %، وأخيرا م يستخدمون صورة شخصية سياسية بنسبة 1.1 % فقط، كلهم ذكور (5 ذكور).

وفي الدراسة التي قامت بها عائشة لصلج توصلت إلى أن 55 % يستخدمون صورهم الحقيقية، حيث بلغت النسبة لدى الذكور 69.5 %، مقابل 20.33% لدى الإناث.

ويمكن تفسير هذه النتائج بكون شبكات التواصل الاجتماعي بمثابة التركيبة الإلكترونية التي تتيح للمستخدمين أفرادا وجماعات التواصل فيما بينهم، ونقل أفكارهم وتجاربهم وخبراتهم ومعارفهم بطريقة فورية، فإن المستخدمين لهذه الشبكات ملزمون بتدوين معلومات مفصلة عنهم، كالبيانات العامة، مثل السن والجنس، ومكان الإقامة، مع إمكانية إدراج صورة فوتوغرافية[1]، وفي الوقت الذي يفضل فيه بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إبراز هويتهم الحقيقة كما هي عليه في واقع الأمر ، من خلال إبراز السمات العامة (الجنس، السن، المهنة أو النشاط ، أو العرق، أو الديانة ... إلخ) فإن البعض منهم يجنح إلى التخفي وراء هويات افتراضية لا تمت بصلة لهويتهم الحقيقية، لأسباب متعددة ، كون الفرد

[1] نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاجتماع، جامع بسكرة، السنة الجامعية 2015-2016 ، ص 146.

الافتراضي حرّا في اختيار تمظهره وفق التقنيات المتوّفرة فإنه يظلّ وفيا، في الغالب، لموروثه الثقافي فيما يتعلّق برسم ملامح صورته، وهويته ولذلك لا يرى الرجال حرجا في عرض صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم على عكس المرأة التي لا تجنح في الغالب إلى الإعلان عن اسمها أو صورتها، ولعلّ القراءة التفكيكية للصور المنشورة تسمح لنا بإدراك مدى رغبة الرجل في التعريف بذاته بإيراد التفاصيل التي تميّزه عن الآخرين، والتي قد تكون علامة دالة على حجم النرجسيّة التي تهيمن على بعضهم فبعض الصور تحتل مساحة من الصفحة ويظهر فيها الرجل أمام الحاسوب أو المكتب، أو السيّارة... أو في موقع الحركة: فوق حصان، وهو يقيد أحد المراكب إلى غير ذلك ، وهي أوضاع توحي بكلّ وضوح عن ذكورية النظام التمثيلي والتصوّرات إذ يظهر الإنتاج التقني منسجما مع الرجل المعاصر.

وليس غريبا أن يظهر الرجل على هذه الهيئة مادامت الثقافة قد علّمت الرجل أنّ للرجولة وجاهة وأنّ الذكورة تتطلّب عرضا على الركح الاجتماعي، وتقتضي وجود طقوس وممارسات اجتماعية للاحتفاء بها. لذا لا يجد الرجال، في الغالب، حرجا في الكشف عن صورهم الشخصية والتصريح بأسمائهم[1].

وبالعودة إلى اختبار كا[2] لاختبار الفروق ، تبين وجود فروق دالة إحصائيا بين النوع أو الجنس والصورة الشخصية التي تظهر على بروفايل أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث بلغت نسبة كا[2] **205.403** ، وهي أكبر من كا[2] الجدولية، التي تقدر بـ **16.92** عند مستوى دلالة 00.5، تحت تسع درجات حرية، مما يعني وجود فروق بين الفئات العمرية في اختيار الاسماء التي يتواصلون بها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

[1] أمال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل2009، منشورات جامعة البحرين، 2009، ص233،

الفصل السادس:

عرض وتحليل نتائج تشكيـــــــل الآراء السياسيـــــــــة:

- المحور الثالث: دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الرابع: تمثلات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي.
- المحور الخامس: الموضوعات السياسية التي تحظى بالاهتمام
- المحور السادس: شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية.
- المحور السابع: سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل السادس: عرض وتحليل بيانات تشكيل الآراء السياسية

المحور الثالث : دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

من بين المفاهيم المفصلية في مقترب الاستخدامات والإشباعات مفهوم الدافع، أو دوافع التعرض، إذ انطلاقا من اعتبار الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام جمهورا نشطا تحوّلت دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى الإجابة على سؤال (لماذا؟) للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، في محاولة للتعرف على الإشباعات التي يحققها هذا التعرض بالنسبة الجمهور، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقته، حيث ركز هذا المدخل على الجمهور: خصائصه، ودوافعه، انطلاقا من مفهوم الجمهور النشط (الإيجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما[1].

وتوجد الدوافع على مستوى الأفراد وتتحدد بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية، يشبعها الأفراد تبعا لظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية كالدافع إلى التفاعل الاجتماعي يمكن أن يتم بصفة طبيعية من خلال الاتصال في وضعية الوجه للوجه، لكن إذا تعذرت الوسائل الطبيعية يلجأ الأفراد إلى إشباعها عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام[2] .

والحاجة تنشأ من الشعور بالنقص أو الحرمان من شيء ما لدى الفرد، مما يؤدي إلى التأثير في القوى الداخلية للفرد أو الدافع، بغرض إشباع تلك الحاجة بمستوى معين، وبدرجة معينة من الإشباع، أي أن الحاجة تؤثر في الدافع ، ومنه الحاجة هي أساس الدافع وأسبابه، حيث يرى علماء النفس أن محرك الحاجة

[1] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2011، ط1، ص297.

[2] السعيد بومعيزة، عزي عبد الرحمان، الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية ، دار الورسم، الجزائر، ط1، ص67.

هو الدافع، الذي يعرف على أنه حالة فيسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين، يقوي استجابته إلى مثيره.

والدراسات التي تعرضت للدوافع والحاجات التي تجعل الأفراد يتعرضون إلى وسائل الاتصال الجماهيرية قد حددت تلك الدوافع والحاجات في حاجة الفرد إلى الهروب من الواقع بالإضافة إلى حاجاته في التعرف على الأخطار والمشكلات المحيطة بالبيئة الاجتماعية وكيفية مواجهتها، وغيرها من الدوافع التي ترتبط بالدوافع والحاجات الفردية، كاكتساب المعلومات والخبرات وتحقيق التواصل[1] .

أما الاستخدام فيعرفه "يافيس فرونسوا لوكوياديك" "Yves-François Le Coadic" بأنه: " نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم"، فحينما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام[2]".

واستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والسوسيو-تقنية، والاقتصادية والثقافية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام، ذلك أن العرض هو الذي يقف وراء الاستخدام، حيث يشير "عبد الوهاب بوخنوفة" إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا، ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته[3] .

---

[1] باري جونتر، نهى ميلور، وآخرون، ، الإعلام العربي في عالم مضطرب، جمع وتنسيق: خالد الجابر، خالد عبدالرحيم السيد، The Peninsula Publishing, 2013، ص ص 273 – 274.

[2] فتيحة بوغازي، التأثير و نظرية الاستخدام والاشباع، تاريخ الزيارة 13 فيفري 2019، متاح على الرابط: http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html

[3] بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2007. ص 112.

ونستعرض فيما يلي أهم الدوافع السياسية التي جعلت الشباب الجزائري عينة الدراسة يتابع الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

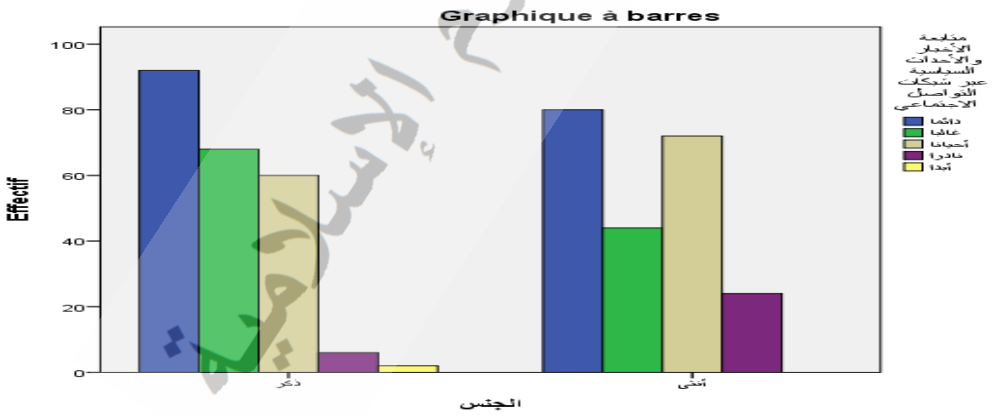
أولا: متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع :

النوع / درجة متابعة الأخبار والأحداث السياسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	92	40.4	80	36.4	172	38.4
غالبا	68	29.8	44	20	112	25
أحيانا	60	26.3	72	32.7	132	29.5
نادرا	6	2.6	24	10.9	28	6.2
أبدا	2	0.9	00	00	4	0.9
المجموع	228	100	220	100	448	100

كا^2 المحسوبة 19.734 درجة الحرية 4 كا^2 الجدولية 09.49 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (15) يبين متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع



الشكل رقم (16) يبين متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

لقد برز خلال السنوات القليلة الماضية التأثير الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي في مجريات أحداث كبرى شهدها العالم، مما فرض قواعد جديدة في الساحة الإعلامية، وفّرت أرضية واسعة للفئات المهمشة كي تعبر عن رأيها، وأضعفت دور وسائل الأعلام التقليدية في تحديد أوليات الرأي العام وتوجيهه، وبرزت مفصلية الأدوار الكبيرة التي لعبتها، ومازالت تلعبها شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها في صناعة الرأي العام وتحديد اتجاهاته، على حساب الدور الذي كانت تلعبه وسائل الإعلام التقليدية، المقروءة والمسموعة والمرئية، واستطاعت الفئات الشابة تحويل وسائل التواصل الاجتماعي إلى منصات للحوار وتبادل الآراء لخلق فضاء عام متحرر من القيود التي كانت مفروضة على المنتج الإعلامي، أو بتعبير آخر إنهاء مهمة "حارس البوابة" التي كان تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، لكنها تظل سلاحاً ذا حدين.

فقد وفرت وسائل التواصل الاجتماعي، مثل "فيس بوك" و"تويتر" و"يوتيوب" و"الفايبر" وغيرها نقل المعلومات بسرعة وتبادلها بسهولة وتفاعل الناس معها، بفضل تطبيقات تكنولوجية حديثة في مجال التنظيم والاتصال عبر الانترنت، نقلت الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، من الصعب ضبطها والرقابة عليها، في "شبكة عنكبوتية" عملاقة، وشكّلت القاطرة لما صار يعرف بـ"النيو ميديا"، والتي تعرّف بأنها "أنواع الإعلام الرقمي، الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت, فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته".

حيث أفاقت المجتمعات العربية على واقع جديد مع انطلاقة "ثورة الياسمين" في تونس، التي أدت فيها شبكات التواصل الاجتماعي دور كبيراً في التحشيد للحراك الشعبي وتعاظمه، وأدت الدور نفسه في ثورة (25 يناير) والأحداث التي تلتها في مصر، وفي الحراكات الشعبية المعارضة في اليمن وليبيا، والعديد من

البلدان العربية الأخرى في السنوات الخمسة الماضية، وأثبتت مؤخراً قدراتها الهائلة في تركيا، بتحريك الشارع التركي ضد محاولة الانقلاب الفاشلة. وأصبح يتم تناول القضايا السياسية بجرأة غير مسبوقة، وحتى في الجزائر مؤخرا جراء الاحتقان الذي أدى إلى ما يسمى بالحراك الشعبي، وتنظيم مسيرات مليونية رافضة للعهدة الخامسة، ورافضة لتمديد العهدة الرئاسية الرابعة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة بسبب وضعه الصحي، ومطالبة بالتغيير الجذري للنظام السياسي القائم، وداعية إلا ما بات يعرف بالجمهورية الثانية، بل وحتى في مجتمعات تصنف كمجتمعات تقليدية ومحافظة، مثل مجتمعات بلدان الخليج العربي، وانتشرت ظاهرة المواطن الصحفي، وشهود العيان، على منصات التواصل الاجتماعي، لكنها تظل محلّ جدل من جهة إيجابياتها وسلبياتها، فهي سلاح ذو حدين.

لقد كان لاضمحلال هوامش الحوار السياسي في وسائل الإعلام التقليدية، وما قاد إليه ذلك من إحباط للشارع، الدور الرئيس في اتجاه الجمهور نحو ما تقدمه "النيو ميديا" كمصدر للأخبار، التي ينظر إليها كمساحة للتعبير عن مشاكل وهموم الفئات المهمشة، وكجزء لا يتجزأ من أدوات المجتمع المدني، وكرمز لتقدم البشرية بفضل تطبيقات الطفرة التكنولوجية والثورة الرقمية، لإشباع حاجة التواصل الاجتماعي[1].

ويتبين من بيانات الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة من العينة المبحوثة تتابع الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 38.4 % (172مبحوثا ومبحوثة)، حيث بلغت نسبة الذكور منهم 40.4 % (92 مبحوثا)، مقابل 36.4 % إناث (80 أنثى) ، وفي الترتيب الثاني حل من يتابعونها أحيانا بنسبة 29.5 % (132 مبحوثا ومبحوثة)، مثلت نسبة الإناث 32.7 % (72

[1] عامر راشد، وسائل التواصل الاجتماعي تهز عرش صاحبة الجلالة، تاريخ التصفح 23 جانفي 2019، على الرابط https://arabic.sputniknews.com/analysis/201607291019768523/

أنثى)، مقابل 26.3 % ذكور (60 مبحوثا)، وفي الترتيب الثالث حل من يتابعونها بدرجة غالبا بواقع ربع العينة المبحوثة 25 %، حيث بلغت نسبة الذكور منها 29.8 % (68 مبحوثا)، مقبل نسبة 20 % لدى الإناث (44 أنثى)،وفي الترتيب الرباع حل من يتابعونها الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي نادرا بنسبة 6.7 % فقط، جلهم من الإناث بواقع 10.9 % (24 أنثى)، مقابل 2.6 % ذكور (6 ذكور)، وفي حين ذكر 0.4 % أنهم لا يتابعون الأحداث والأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي نهائيا ، بواقع مبحوثين اثنين ذكور.

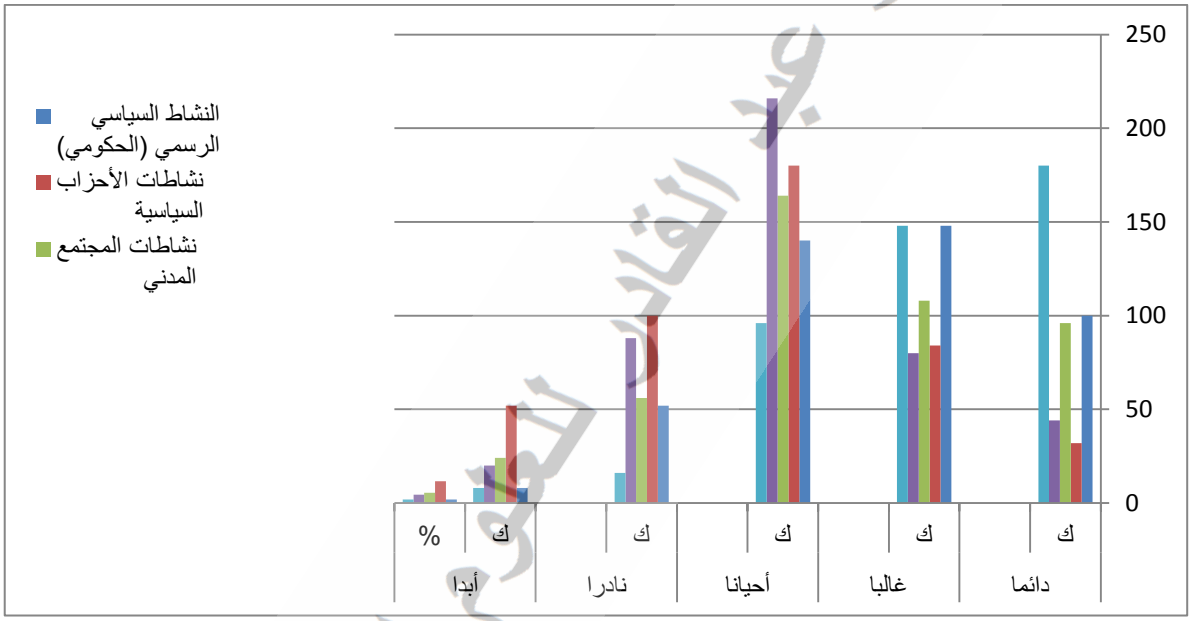
وعن ارتفاع نسبة متابعة فئة الشباب من الجنسين للأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي فإن ذلك يعود لما تشهده المنطقة العربية من احتقان سياسي، وثورات على الأنظمة السياسية السائدة، والتي أطاحت بالعديد من الرموز التي كانت حاكمة على مدار عشرات السنين، والذي بدوره شجع الشباب على مناقشة الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية، وتبادل الآراء بخصوص الأوضاع التي تعيشها الجزائر.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 19.734 وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 9.49 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين حول درجة متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتضح بأن الذكور أكثر متابعة للأحداث والأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من الإناث.

ثانيا: درجة متابعة المبحوثين للأنشطة السياسية الآتية :

درجة المتابعة / النشاط السياسي	دائما		غالبا		أحيانا		نادرا		أبدا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
النشاط السياسي الرسمي	100	22.3	148	33	140	31.3	52	11.6	8	1.8	448	100
نشاطات الأحزاب السياسية	32	7.1	84	18.8	180	40.2	100	22.3	52	11.6	448	100
نشاطات المجتمع المدني	96	21.4	108	24.1	164	36.6	56	12.5	24	5.4	448	100
نشاط الشخصيات السياسة	44	9.8	80	17.9	216	48.2	88	19.6	20	4.5	448	100
أحداث السياسة الدولية	180	40.2	148	33	96	21.4	16	3.6	8	1.8	448	100

جدول رقم (16) درجة متابعة المبحوثين للأنشطة السياسية



جدول رقم (17) درجة متابعة المبحوثين للأنشطة السياسية

يتبين من نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بدرجة متابعة أفراد العينة المبحوثة لمختلف الأنشطة السياسية:

- فبالنسبة للنشاط السيسي الرسمي (الحكومي) أجاب 33 % من أفراد العينة المبحوثة أنهم يتابعونها بدرجة غالبا، وأجاب 31.3 % أنهم يتابعونها أحيانا، وأجاب 22.3 % أنهم يتابعونها بصفة دائمة، أما من يتابعونها نادرا فقد بلغت نسبتهم 11.6 % ، وفي الأخير ذكر 1.8 % منهم أنهم لا يتابعون النشاط السياسي الرسمي (الحكومي) عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- وبالنسبة لنشاطات الأحزاب السياسية ذكر 40.2 من أفراد العينة المبحوثة أنهم يتابعونها أحيانا عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذكر 22.3 % أنهم يتابعونها نادرا، وأجاب 18.8 % أنهم يتابعونها غالبا، وأجاب 7.1 % أنهم يتابعونها دائما، وذكر 11.6 % أنهم لا يتابعون نشاطات الأحزاب السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- وفيما يتعلق بنشاطات المجتمع المدني36.6 % من أفراد العينة المبحوثة أنهم يتابعون نشاطات المجتمع المدني عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا، وذكر 24.1 % أنهم يتابعونها غالبا ، وذكر 21.4 % من أفراد العينة أنهم يتابعونها دائما، وذكر 12.5 % أنهم نادرا من يتابعونها، مقابل 5.4 % فقط ذكروا أنهم لا يتابعون مختلف نشاطات المجتمع المدني عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- أما فيما يتعلق بنشاط الشخصيات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فقد ذكر قرابة نصب أفراد العينة المبحوثة بواقع 48.2 % أنهم يتابعونا أحيانا، وذكر 19.6% أنهم نادرا ما يتابعونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذكر 17.9 % أنهم يتابعون نشاط الشخصيات السياسية غالبا، في الوقت الذكر ذكر 9.8 % أنهم يتابعونها بصفة دائمة، مقابل 4.5 % ذكروا أنهم لا يتابعونها.
- وبالنسبة لأحداث السياسة الدولية المختلفة ذكر 40.2 % من أفراد العينة المدروسة أنهم يتابعونها دائما، وذكر 33 % أنهم يتابعونها غالبا، وذكر 21.4 % أنهم يتابعونها أحيانا، وأجاب 3.6 % أنهم يتابعونها نادرا، مقابل نسبة 1.8 % فقط من المبحوثين الذي ذكروا أنهم لا يتابعونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وعليه يمكننا استخلاص أن الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة أكثر ميلا لمتابعة أحداث السياسة الدولية بالدرجة الأولى، ثم النشاط السياسي الرسمي (الحكومي)، ثم نشاطات المجتمع المدني ،

فنشاطات الشخصيات السياسية، وأخيرا بدرجة أقل نشاطات الأحزاب السياسية، وهو ما يعكس انفتاح فئة الشباب على مجريات الأحداث السياسية العالمية، واهتمامه بها أكثر من مجريات الأحداث الداخلية لبلاده، باعتبار أن العالم اليوم عبارة عن قرية كونية على حد تعبير مارشال ماكلوهان، حيث يعج العالم بالعديد من الصراعات الدولية والإقليمية .

ويعكس اهتمام الشباب الجزائري بالنشاط السياسي الرسمي (الحكومي) في الدرجة الثانية من حيث الاهتمام وعي الشباب بالأوضاع السياسية الرسمية لبلاده الجزائر، وحساسية الظروف السياسية التي تعيشها الجزائر، باعتبارها مقبلة على استحقاقات سياسية مصيرية، تتطلب الوعي واليقظة، وهو ما أدى إلى ما يسمى بالحراك السياسي فيما بعد ، والذي كان من نتائجه استقالة رئيس الجمهورية عبدالعزيز بوتفليقة بعد أن ترشح لعهدة رئاسية خامسة، كما أدى لتوقيف الانتخابات الرئاسية، من خلال الخروج في مسيرات ملونية سلمية شملت جميع ولايات الوطن.

أما عن نشاطات المجتمع المدني فهو يغطي نطاقًا واسعًا يشكل فضاءً عامًا بين الدولة والسوق والأسرة العادية، إذ يمكن لناشطي المجتمع المدني نقاش قضايا محددة والتحرك من أجلها، وقد يمثلون تكوينات وفئات وشرائح اجتماعية مختلفة.

يمكن أن يشمل ذلك أي نشاط جماعي طوعي يجتمع فيه الناس لتحقيق تغيير في قضية معينة، باستثناء الأحزاب السياسية التي تضمها بعض التعاريف إلى المجتمع المدني إن لم تكن مشاركة في الحكومة، وتستثنيها بعض التعاريف الأخرى، ولكن بكل الأحوال تجمع التعريفات على البعد السياسي للمجتمع المدني.

وفقًا للبنك الدولي يشير تعبير المجتمع المدني إلى مجموعة واسعة من المنظمات: المجموعات الأهلية، المنظمات غير الحكومية، النقابات العمالية، مجموعات السكان الأصليين، المنظمات الخيرية والدينية، الجمعيات المهنية، المؤسسات.

أما الأمم المتحدة، فتعرف **المجتمع المدني** على أنه: القطاع الثالث من قطاعات المجتمع مع الحكومة وقطاع الأعمال، ويتكون قطاع المجتمع المدني حسب الأمم المتحدة من منظمات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية.

يشمل المجتمع المدني أيضًا جماعات الضغط الدينية، وبشكل عام يضم المنتديات الاجتماعية والثقافية والشبابية، والحركات النسوية والطلابية، والهيئات الحرفية والمراكز البحثية ومراكز الدراسات غير الحكومية والمؤسسات الدينية غير الخاضعة لسلطة الدولة، وغرف التجارة والصناعة والنقابات والاتحادات وغيرها[1].

وقد التصقت عبارة المجتمع المدني بالأصل لوصف الحركات الشعبية في أمريكا اللاتينية، التي سعت إلى إحداث توازن مع القوى الظالمة للحكومات من جهة، والمصالح المالية الدولية الاستغلالية من ناحية أخرة، لكن توسع هذا الاصطلاح، بحيث أصبح العديد من الأطراف واللاعبين غير الحكوميين، بما في ذلك المنظمات الرسمية، الشبكات غير الرسمية، والحركات الاجتماعية ، ومنذ نهاية الحرب الباردة على وجه الخصوص ازدهرت المنظمات غير الحكومية وانتعشت، وهناك اعتراف متزايد بها على اعتبار أنها طرف ولاعب مهم وحيوي في حلبة السلام والأمن[2].

[1] منصور العمري، المجتمع المدني.. تعريفه ومهامه، جريدة عنب بلدي، تاريخ التصفح 18 أفريل 2019، على الرابط:
https://www.enabbaladi.net/archives/226450

[2] سانام ناراجي وجودي البشرا، المجتمع المدني، تاريخ التصفح 18 أفريل 2019، على الرابط:
https://www.international-alert.org/sites/default/files/library/TKCivilSocietyArabic.pdf

ومن أهم خصائص المجتمع المدني الاستقلالية عن الحكومة، فيجب أن تتمتع مؤسساته ومنظماته باستقلالية حقيقية عن سلطة الحكومة سواء في النواحي المالية أو الإدارية أو التنظيمية، وأن يكون لديها هامش من الحرية لا تتدخل الحكومة فيه، بالإضافة إلى عدم السعي إلى تحقيق الربح المالي المقصود، أي إن مؤسسات المجتمع المدني لا تقوم على أساس تجاري غايته الربح كما هو الحال في قطاع الأعمال أو القطاع الخاص[1].

حيث يشارك المجتمع المدني في الدفاع عن حقوق الشعب ورغباته، مثل الحقوق الصحية والبيئية والاقتصادية، يؤدي المجتمع المدني واجبات مهمة في ضبط وتوازن الديمقراطيات، لذلك لديه القدرة على التأثير على الحكومة وتحميلها المسؤولية. المجتمعات المدنية الحرة والنشطة هي مؤشر على ديمقراطية تشاركية سليمة. عندما يتم تعبئة المجتمع المدني الذي يطلق عليه أحيانًا "القطاع الثالث" (بعد قطاعي الحكومة والتجارة)، يكتسب القدرة على التأثير في تصرفات صناع السياسة المنتخبين وقطاع الأعمال، مع ذلك، لا يمكن لمنظمات المجتمع المدني العمل بفاعلية كبيرة، إلا في الأماكن التي تضمن حرية الكلام والتجمع.

أما نشاطات الأحزاب السياسية فنجد أنها جاءت في الترتيب الأخير من حيث درجة المتابعة لدي أفراد العينة المبحوثة ، وذلك راجع حسب رأيي إلى أزمة الثقة المستفحلة بين الأجيال وبين مؤسسات الدولة والشباب، **حيث** تترجم شبكات التواصل الاجتماعي نظرة الشباب الجزائري للفعل السياسي وفقدانهم

[1] منصور العمري، المجتمع المدني.. المرجع السابق.

الأمل في الأحزاب والمنظمات السياسية[1]، ورغم ظهور بعض الوجوه الشبابية في بعض المواقع السياسية إلا أنهم مجرد واجهة شكلية ليس أكثر ولا يملكون أصواتا في عملية صنع القرار.

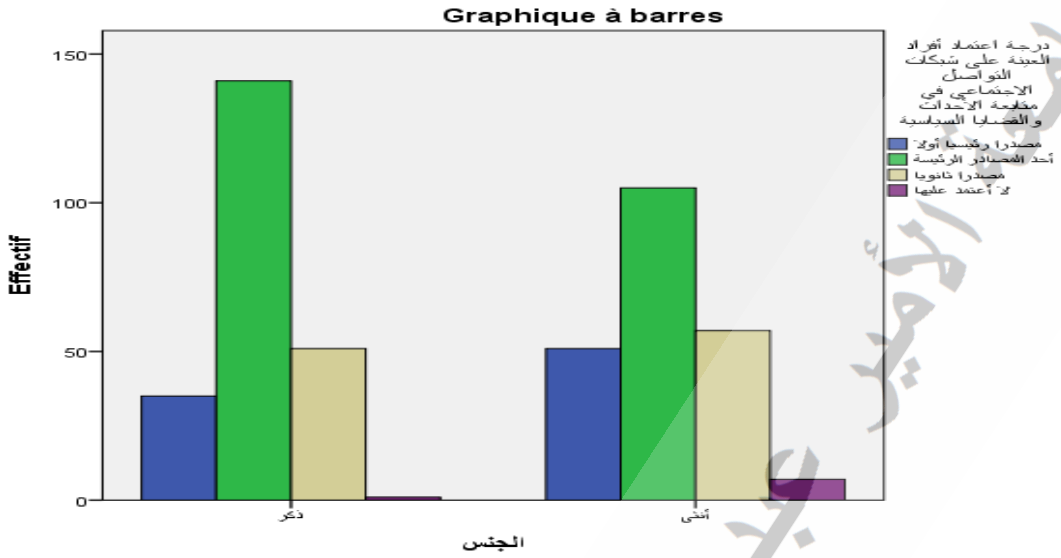
وتعكس شبكات التواصل الاجتماعي حجم الهوة السحيقة بين الشباب الجزائري والأحزاب السياسية، حيث تعج المنشورات والتعليقات بكل أنواع التهكم والسخرية بالمواعيد السياسية، وتحولت شبكات التواصل الاجتماعي إلى فضاء لإفراغ شحنات الرفض للواقع القائم، خاصة بعد تحول الأحزاب السياسية إلى شتى توصيفات الانتهازية والمصالح الضيقة، بدل الاهتمام بالشأن العام وخدمة المجتمع، وفق منظور الشباب.

ثالثا: درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير النوع:

النوع / متابعة الأخبار والأحداث السياسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مصدرا رئيسيا أولا	35	15.4	51	23.2	86	19.2
أحد المصادر الرئيسة	141	61.8	105	47.7	246	54.9
مصدرا ثانويا	51	22.4	57	25.9	108	24.1
لا أعتمد عليها	1	0.4	7	3.2	8	1.8
المجموع	228	100	220	100	448	100
كا^2 المحسوبة 12.940 درجة الحرية 3 كا^2 الجدولية 07.81 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.						

[1] صابر بليدي، حضور الشباب الجزائري في الحياة السياسية يقتصر على الشعارات ، جريدة العرب، أول صحيفة عربية يومية ، تأسست في لندن عام 1977، الأحد : 2018/09/02، السنة 41، العدد 11096، ص 19. رابط النسخة الإلكترونية https://i.alarab.co.uk/s3fs-public/2018-09/11096_0.pdf?MnPHuVpAPc7tyyW4NnkVn21mRHOzm8K_#page=19

شكل رقم (17) يبين درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير النوع



جدول رقم (18) يبين درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير النوع

بالرجوع إلى نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بدرجة اعتماد الشباب الجزائري أفراد العينة المدروسة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والأحداث السياسية حسب متغير النوع يتضح أن أكثر من نصف العينة المدروسة 54.9 % (246 مبحوثا) يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد المصادر الرئيسة، حيث يتفوق الذكور في ذلك على الإناث، إذ بلغت النسبة لدى الذكور 61.8 % (141 ذكرا)، مقابل 47.7 % لدى الإناث (105 أنثى)، في حين أجاب 24.1 % من أفراد العينة أنهم يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والأخبار السياسية باعتبارها مصدرا ثانويا، و نلاحظ التقارب بين نسبة الذكور ونسبة الإناث في ذلك، حيث بلغت النسبة لدى الإناث 25.9 %، مقابل 22.4 % لدى الذكور، بينما يرى 19.2 % من المبحوثين أنهم يعتمون على شبكات التواصل في متابعة الأخبار والأحداث السياسية باعتبارها مصدرا رئيسا أولا، إذ تتفوق الإناث في ذلك على الذكور بنسبة 23.2 % لدى الإناث، مقابل 15.4 % لدى الذكور.

في الوقت الذي لا تعتمد فيه نسبة ضئيلة جدا، وهي 1.8 % من أفراد العينة المبحوثة على شبكات التواصل في متابعة الأحداث والأخبار السياسية على شبكات التواصل الاجتماعي ، إذ سجلنا نسبة 3.2 % لدى الإناث مقابل نسبة 0.4 لدى الذكور.

وتعكس هذه النتائج أهمية شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع وأدوات الاتصال على شبكة الإنترنت كمصدر حيوي ومهم للمعلومات إزاء الأحداث والقضايا السياسية ، والكشف عن القضايا والمشكلات الغائبة، والتعبير عن الآراء ووجهات النظر، وكلما زاد استخدام هذه المواقع بين أفراد المجتمع أدى ذلك الى ارتفاع مستويات المشاركة والمساهمة واتساع دائرة التعبير عن الرأي. فمع اتساع حجم المشاركة والمساهمة في المواقع الإلكترونية التي وفرت لهذه المجتمعات بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية. مما أدى الى اتساع مساحة النقاش والحوار بين فئات المجتمع ومواطنيه بعيدا عن قيود السلطة ومؤسسات الهيمنة والسيطرة في الدولة الى ساحات الفضاء المعلوماتي في المجتمعات الافتراضية، حيث تتبادل الآراء بحرية مع ضمان تدفق المعلومات ونشرها بعيدا عن أجهزة الضبط والسيطرة والهيمنة وتوجيه الرأي، دون التزام الصمت نتيجة القيود السياسية أو الأمنية التي تحول دون إبداء وانتشار الرأي الحر والإعلان عنه، فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بجيل الأنترنت، وأصبحت هذه المواقع تتسم بعناصر الفورية، والتفاعلية، وتعدد الوسائط، والتحديث، والذي جعلها مصدرا رئيسا للحصول على المعلومات،

وتقترب نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسة التي قام بها الباحثان الدكتور معد عاصي علي ، والدكتور دحام علي حسين [1] ، والتي أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على المعلومات إزاء قضايا الفساد، إذ أشار 46، 1% من مجموع أفراد العينة إلى ذلك، كما أشار 26، 2%منهم بأنها مصدر ثانوي إلى جانب المصادر الأخرى، بينما أوضح 4، 2%من مجموع أفراد العينة بأنها مصدر غير مفيد، ولا يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 12.940، وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 07.81 تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين من حيث درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.

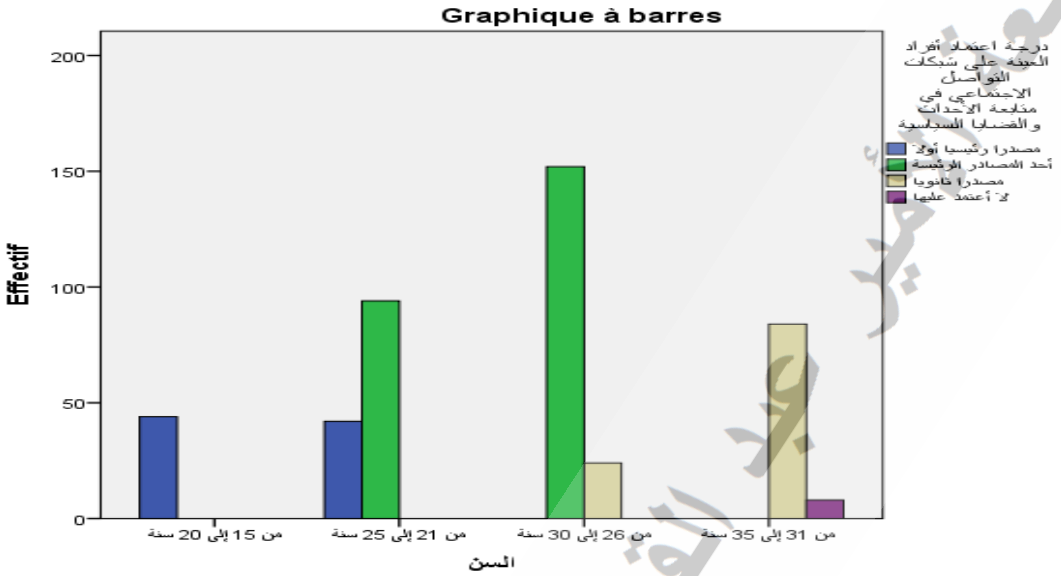
رابعا: درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية:

الفئة العمرية	20- 15		25 -21		30 - 26		35 - 31		المجموع	
الاسم	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مصدرا رئيسيا أولا	8	18.2	8	5.9	36	20.4	34	37	86	19.2
أحد المصادر الرئيسة	12	27.3	84	61.7	102	58	48	52.2	246	54.9
مصدرا ثانويا	24	54.5	36	26.5	38	21.6	10	10.8	108	24.1
لا أعتمد عليها	00	00	8	5.9	0	00	00	00	8	1.8
المجموع	44	100	136	100	176	100	92	100	448	100
كا^2 المحسوبة 576.840 درجة الحرية 9 كا^2 الجدولية 16.92 مستوى الدلالة 0.05										

[1] معد عاصي علي ، و دحام علي حسين أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، Journal of college of Law for Legal and Political Sciences، تاريخ التصفح 12 جانفي 2019، على الرابط: https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=109005

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (18) درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية



شكل رقم (19) يبين درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية

ويوضح الجدول أعلاه درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية، حيث تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة ممن ينتمون للفئة العمرية 15-20 سنة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا ثانويا في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، وذلك بنسبة قدرت بـ 54.5 % (24 مبحوثا)، **وأن 27.3** % (12 مبحوثا) منهم يعتدونها كأحد المصادر الرئيسة، وأن 18.2 % (8 مبحوثا) يعتمدون عليها باعتبارها المصدر الرئيس الأول في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.

أما الشباب المنتمين للفئة العمرية من 21-25 سنة فإن النسبة الأكبر منهم 61.7 % (102 مبحوثا) فيعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية كأحد

المصادر الرئيسة في المقام الأول، يليها 26.5 % (36) منهم يعتمدونها كمصدر ثانوي، بينما يعتمدها 5.9 % فقط كمصدر رئيسي أول، وترى نفس النسبة منهم (أي 5.9 %) أنها لا تعتمد على شبكات التواصل في متابعة الأحداث والقضايا السياسية، بواقع 8 مبحوثين.

أما الشباب من ذوي الفئة العمرية26-30 سنة فإن النسبة الغالبة منهم 58 % (102 مبحوثا) فيعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية كأحد المصادر الرئيسة في المقام الأول، تليها في المركز الثاني أولئك الذين يعتمدون عليها مصـــــــدرا ثانويا بواقع 21.6 % (38 مبحوثا)، ثم أولئك الذين يعتمدون عليها مصدرا رئيسا أولا بواقع 20.4 % (36 مبحوثا).

أما الشباب من الفئة العمرية 31-35 سنة فيعتمد 52.2 % منهم (48 مبحوثا) على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية كأحد المصادر الرئيسة، وفي المقام الثاني يعتمدها 37 % منهم (34 مبحوثا) مصدرا رئيسا أولا، وفي المقام الثالث يرى 10.8 % منهم (10 مبحوثين) فيعتمدون عليها كمصدر ثانوي فقط.

وعلى العموم يمكن القول أن الشباب من 31-35 سنة أكثر الفئات اعتمادا على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية كمصدر رئيس أول، وأن الشباب من ذوي الفئة العمرية 21-25 سنة ، و 26- 30 سنة أكثر اعتمادا عليها كأحد المصادر الرئيسة، في حين أن الشباب من ذوي الفئة العمرية 15-20 أكثر اعتمادا عليها باعتبارها مصدرا ثانويا.

لقد انتقلت شبكات التواصل الاجتماعي إلى مسؤولية أن تكون مصدرا أساسيا للمعلومات، ولأشرطة الفيديو، وشهادات الناس، فالمواطن الصحفي لجأ إلى تصوير الأحداث على جواله أو كاميرته الرقمية، ومن ثم تنزيل أشرطة الفيديو على شبكات التواصل الاجتماعي، حتى غدت شبكات إعلامية

كبرى ، مثل CNN و BBC NEWS تأخذ قدرا كبيرا من المعلومات الموجودة على التويتر، وعددا من الأشرطة المحملة على اليوتيوب ، وأصبح الأفراد اليوم يمارسون سيطرة لم يسبق لها مثيل على كيفية حصولهم على المعلومات، ووقت حصولهم عليها، وعلى اختيار الأشخاص الذين يريدون مشاطرتهم إياها، وبذلك سبب الإعلام الرقمي تمزقا عميقا في مصالح أي مؤسسة، ترتكز إلى منطق السلطة والسيطرة، وصار لوسائل إعلام النحن قوة سوف تتفوق على نفوذ المؤسسات المسيطرة على الأنباء والمعلومات، وهي توحي بأن الصوت، أي التعبير الثقافي الأصيل للفرد بدأ يبرز مجددا في طريقة عمل وسائلنا الإعلامية[1].

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 576.84 وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 16.92 تحت تسع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الفئة العمرية ودرجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية.

خامسا: دوافع تعرض المبحوثين للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

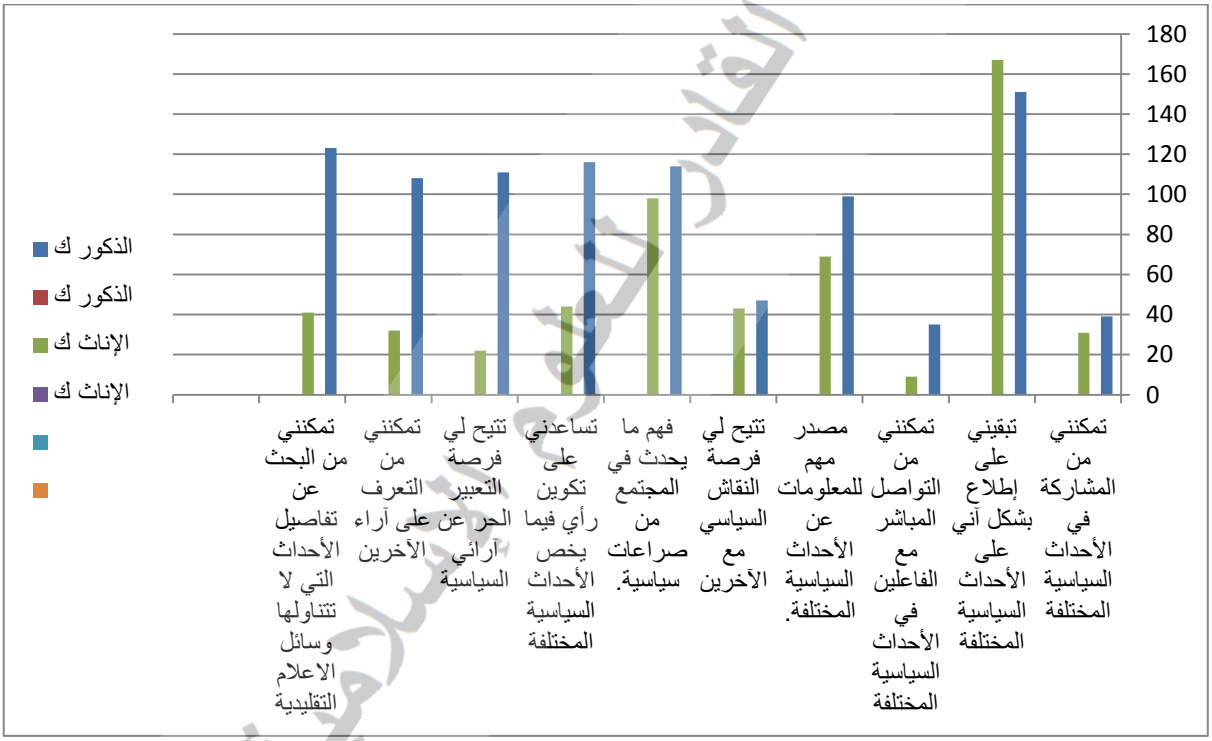
النوع / العبارة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
تمكنني من المشاركة في الأحداث السياسية المختلفة	39	4.1	31	5.6	60	4.7
تبقيني على إطلاع بشكل آني على الأحداث السياسية المختلفة	151	16	167	30	44	21.2
تمكنني من التواصل المباشر مع الفاعلين في الأحداث السياسية المختلفة	35	3.7	9	1.6	336	2.9
مصدر مهم للمعلومات عن الأحداث السياسية المختلفة.	99	10.5	69	12.4	172	11.2
تتيح لي فرصة النقاش السياسي مع الآخرين	47	5	43	7.7	96	6

[1] خسين دبي الزويني، الحرب الإعلامية بين تكنيكات تشظية الوعي وسيكولوجية تشكيله، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015، ص 131- 132.

فهم ما يحدث في المجتمع من صراعات سياسية.	114	12.1	98	17.6	204	14.2
تساعدني على تكوين رأي فيما يخص الأحداث السياسية المختلفة	116	12.3	44	7.9	160	10.7
تتيح لي فرصة التعبير الحر عن آرائي السياسية	111	11.8	22	4	120	8.9
تمكنني من التعرف على آراء الآخرين	108	11.5	32	5.8	140	9.3
تمكنني من البحث عن تفاصيل الأحداث التي لا تتناولها وسائل الاعلام التقليدية	123	13	41	7.4	164	10.9
المجموع	943	100	556	100	1496	100

جدول رقم (19) يبين دوافع تعرض المبحوثين للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

ملحوظة: ظهر المجموع أكبر من حجم العينة وهذا بسبب أن الاجابة على هذا السؤل بأكثر من إجابة.



شكل رقم (20) دوافع تعرض المبحوثين للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

من بين المفاهيم المفصلية في مقترب الاستخدامات والإشباعات نجد مفهوم الدافع، أو دوافع التعرض، والذي انطلاقا من اعتبار الجمهور المستخدم لوسائل الإعلام جمهور نشط حوّل دراسة علاقة

الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى الإجابة على سؤال (لماذا؟) للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، في محاولة للتعرف على الاشباعات التي يحققها هذا التعرض بالنسبة الجمهور، وبذلك تم تحويل اهتمام الباحثين من الاهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور إلى ما يفعله الجمهور بالرسالة، ومن هنا اختلف هذا المدخل عن المداخل التي سبقته، حيث ركز هذا المدخل على الجمهور: خصائصه، ودوافعه، انطلاقا من مفهوم الجمهور النشط (الايجابي) الذي يختار رسالة إعلامية معينة لتحقيق منفعة ما.[1]

وتوجد الدوافع على مستوى الأفراد وتتحدد بعوامل بيولوجية ونفسية واجتماعية، يشبعها الأفراد تبعا لظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية كالدافع إلى التفاعل الاجتماعي يمكن أن يتم بصفة طبيعية من خلال الاتصال في وضعية الوجه للوجه، لكن إذا تعذرت الوسائل الطبيعية يلجأ الأفراد إلى إشباعها عن طريق التعرض إلى وسائل الإعلام[2]

وقد أوضحت إجابات المبحوثين عن دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي كما يوضحها الجدول أعلاه :

- دافع تبقيني على اطلاع بشكل آني على الأحداث السياسية المختلفة في المركز الأول بنسبة 21.2 % ، وفي المركز الثاني دافع فهم ما يحدث في المجتمع من صراعات سياسية بنسبة 14.2%، وفي المركز الثالث دافع مصدر مهم للمعلومات عن الأحداث السياسية المختلفة بنسبة 11.2 % ، ثم في المركز الخامس جاء دافع تمكنني من البحث عن تفاصيل الأحداث التي لا تتناولها وسائل الاعلام التقليدية بنسبة قدرت بـ 10.9%، وفي المركز السادس دافع تساعدني على تكوين رأي فيما يخص الأحداث السياسية المختلفة

[1] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، مرجع سبق ذكره، ص297.

[2] السعيد بومعيزة، عزي عبد الرحمان، الإعلام والمجتمع، مرجع سبق ذكره، ص67.

بنسبة 10.7%، ثم في الترتيب السابع تمكنني من التعرف على آراء الآخرين 9.3 %، بعدها في الترتيب الثامن دافع: تتيح لي فرصة التعبير الحر عن آرائي السياسية بنسبة 8.9 %، والدافع العاشر: تتيح لي فرصة النقاش السياسي مع الآخرين 6 %، وفي الترتيب الحادي عشر جاء دفع تمكنني من المشاركة في الأحداث السياسية المختلفة 4.7 %، ليحل في المرتبة الأخيرة دافع تمكنني من التواصل المباشر مع الفاعلين في الأحداث السياسية المختلفة 2.9 % .

وفي دراسته حول مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر توصل الباحث حمدي أحمد عمر علي [1] إلى أن دافع الحصول على معلومات عن القضايا السياسية والاجتماعية المختلفة احتل المرتبة الأولى في مواقع التواصل الاجتماعي، بنسبة 13.8 % ، وفي المرتبة الثانية جاء دافع متابعة التغييرات السياسية والاجتماعية على الصعيد العربي والدولي بنسبة 10 % ، ثم دافع الحصول على المتعة والتسلية بنسبة 9.8 % ، وفي المرتبة الرابعة الحصول على معلومات متنوعة عن النظم السياسية والاجتماعية بنسبة 8.6% ، ثم دافع قضاء وقت الفراغ لدى الشباب بنسبة 8 % ، ثم جاء دافع تكوين صداقات جديدة بعيدة عن صداقات الواقع الحقيقي بنسبة 7.8 % ، ثم دافع مناقشة القضايا السياسية والاجتماعية بنسبة 7.6 % ، ثم جاء دافع إشباع الرغبات السياسية والاجتماعية بنسبة 7.1 % ، ثم دافع تكوين راي عام نحو الأحداث وقضايا التغيير السياسي والاجتماعي بنسبة 6.9 %، ثم جاء دافع التفاعل الاجتماعي للشباب على اختلاف توجهاتهم السياسية بنسبة 6.2 % ، وأخيرا جاء دافع الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدافع الحشد والمناصرة للقضايا الاجتماعية والسياسية بنسبة 4.2% .

[1] حمدي أحمد عمر علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر ،

- وفي دراستهما حول أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي توصل الباحثان[1]: الدكتور معد عاصي علي ، والدكتور دحام علي حسين إلى أن أسباب التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في معرفة الأحداث السياسية والاجتماعية ، وتتيح لي الاطلاع على فضائح السياسيين والفساد الإداري حلت بالمرتبة الأولى من إجابات المبحوثين ، بعدهما السبب الرئيس لتعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي إذ حصل كل منهم على تأييد 11 % من مجموع المبحوثين، وخلص إلى تصدر هذين الفئتين أسباب متابعة الجمهور واهتمامه بالأحداث السياسية والاجتماعية ومعرفة الفساد المستشري بين السياسيين لما يمر به البلد(العراق) من أوضاع صعبة من الناحية الاقتصادية ، ومعركته مع المجموعات الارهابية، وجاء سبب تساعدني على التحدث مع الاخرين وتكوين رأي عام إزاء القضايا السياسية والاجتماعية في المرتبة الثانية ، إذ أشار 10.8 %من المبحوثين إلى ذلك، و قد حصل سبب تزودني بالمعلومات إزاء العديد من القضايا المختلفة على المرتبة الثالثة وبنسبة تأييد 2،10 %من إجمالي إجابات المبحوثين، في حين حل سبب سهولة البحث عن المعلومات في المرتبة الأخيرة بنسبة 3.7 % .

ونخلص إلى أن الشباب الجزائري المبحوث يجد في شبكات التواصل الاجتماعي ضالتهم السياسية، إذ أنها : تمكنهم من المشاركة في الأحداث السياسية المختلفة، وتبقيهم على إطلاع بشكل آني على الأحداث السياسية ، وتمكنهم من التواصل المباشر مع الفاعلين في الأحداث السياسية المتنوعة، كما أنها مصدر مهم للمعلومات عن الأحداث السياسية ، وتتيح لهم فرصة النقاش السياسي مع الآخرين، وتجعلهم

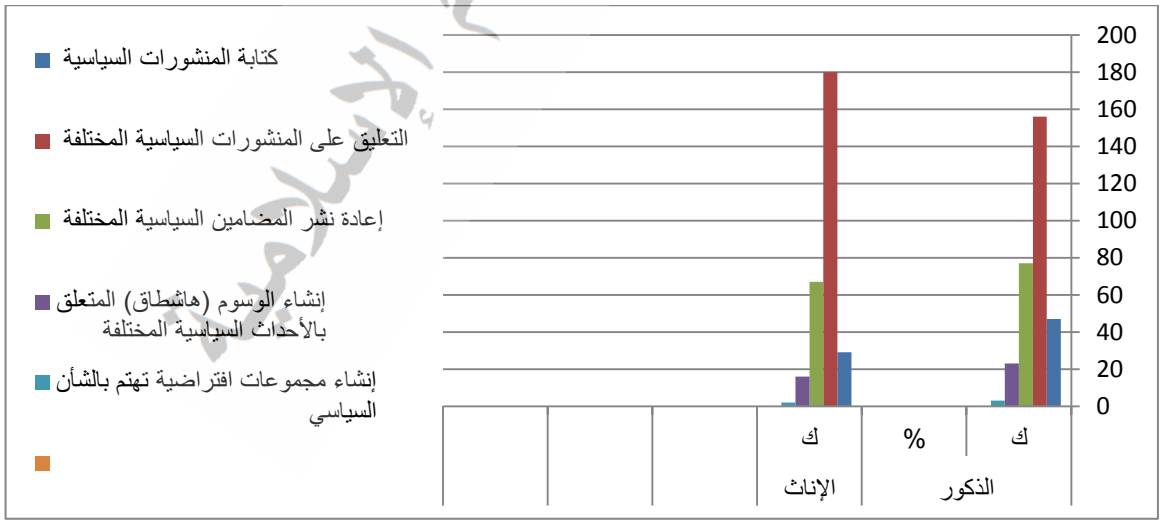
[1] معد عاصي علي ، و دحام علي حسين أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، Journal of college of Law for Legal and Political Sciences، تاريخ التصفح 12 جانفي 2019، على الرابط: https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=109005

يفهمون ما يحدث في المجتمع من صراعات سياسية، وتساعدهم على تكوين رأي فيما يخص الأحداث السياسية المختلفة، وتتيح فرصة التعبير الحر عن آرائهم السياسية، وتمكنهم من التعرف على آراء الآخرين، والبحث عن تفاصيل الأحداث التي لا تتناولها وسائل الاعلام التقليدية.

سادسا: النشاطات السياسية التي يمارسها المبحوثون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

النوع / العبارة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
كتابة المنشورات السياسية	47	15.3	29	9.9	76	12.7
التعليق على المنشورات السياسية المختلفة	156	51	180	61.2	336	56
إعادة نشر المضامين السياسية المختلفة	77	25.2	67	22.8	144	24
إنشاء الوسوم (هاشطاق) المتعلق بالأحداث السياسية المختلفة	23	7.5	16	5.4	39	6.5
إنشاء مجموعات افتراضية تهتم بالشأن السياسي	3	1	2	0.7	05	0.8
المجموع	306	100	294	100	600	100

جدول رقم (20) يبين النشاطات السياسية التي يمارسها المبحوثون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع



شكل رقم (21) يبين النشاطات السياسية التي يمارسها المبحوثون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع:

يتبين نتائج الجدول أعلاه والمتعلقة بالنشاطات السياسية التي يمارسها أفراد العينة المبحوثة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي أن النشاط الأكثر استخداما من طرفهم هو التعليق على المنشورات السياسية، وذلك بنسبة بلغت 56 **%** (336 تكرارا)، إذ سجلت أعلى نسبة لدة الإناث، بواقع 61.2 % (180 تكرارا)، مقابل نسبة 51 % لدى الذكور (156 تكرارا).

أما النشاط الذي حل في المركز الثاني فهو إعادة نشر المضامين السياسية المختلفة بنسبة بلغت 24 % (144 تكرارا)، حيث تقترب نسبة الإناث من نسبة الذكور في ذلك، إذ قدرت النسبة لدى الذكور 25.2 % (77 تكرارا)، مقابل 22.8 % (67 تكرارا) لدى الإناث.

يأتي في المركز الثالث من حيث ترتيب الأنشطة السياسية كتابة المنشورات السياسية بواقع 12.7 % (76 تكرارا)، أعلى نسبة سجلت لدى الذكور 15.3 % (47 تكرارا)، مقابل 9.9 % (29 تكرارا) لدى الإناث.

وفي الترتيب الرابع جاء نشاط إنشاء الوسوم (هاشطاق) المتعلق بالأحداث السياسية المختلفة بنسبة بلغت 6.5 % (39 تكرارا)، إذ قدرت النسبة لدى الذكور7.5 % (23 تكرارا)، مقابل نسبة 5.4 % لدى الإناث (16 تكرار).

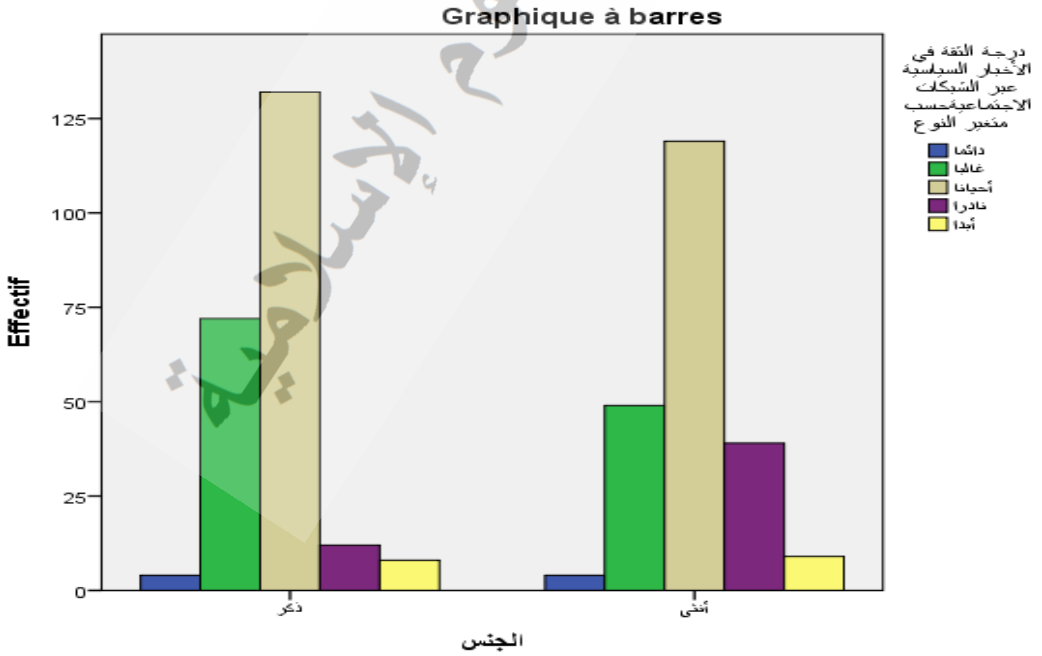
أما النشاط الذي حل في الترتيب الأخير من حيث الأنشطة السياسية الأكثر استخدما لدى أفراد العينة المبحوثة فجاء نشاط إنشاء مجموعات افتراضية تهتم بالشأن السياسي بسبة بلغت 0.8 % فقط، إذا قدرت لدى الذكور بـ 1 % (3 تكرارات) ، ولدى الإناث 0.7 % (2 تكرارات).

وعلى العموم يمكن القول بأن النشاط الأكثر ممارسة لدى أفراد العينة المبحوثة هو نشاط التعليق على المضامين السياسية ، يليه في مرتبة أقل نشاط إعادة نشر المضامين السياسية المختلفة ، حيث تتقارب النسب في ذلك بين الذكور والإناث.

سابعا: درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير النوع:

النوع / درجة الثقة في الأخبار السياسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	4	1.8	4	1.8	8	1.8
غالبا	72	31.6	49	22.3	121	27
أحيانا	132	57.9	119	54.1	251	56
نادرا	12	5.2	39	17.7	51	11.4
أبدا	8	3.5	9	4.1	17	3.8
المجموع	228	100	220	100	448	100
كا^2 المحسوبة 19.261 درجة الحرية 4 كا^2 الجدولية 09.49 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.						

جدول رقم (21) يبين درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير النوع



شكل رقم (22) يبين درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير النوع

تشير نتائج الجدول أعلاه، فيما يخص درجة الوثوقية في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع إلى أن أكثر من نصف من العينة المبحوثة يثقون في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا فقط بنسبة 56 % (251 مفردة)، مع تقارب النسبة بين الذكور والإناث في ذللك، إذ بلغت لدى الذكور 57.9 % (132 ذكرا) مقابل 54.1 %لدى الإناث (119 أنثى)، وفي المرتبة الثانية تأتي درجة غالبا بواقع 27 % (121 مبحوثا)، حيث يتفوق الذكور في هذه الدرجة على الإناث، حيث سجلنا نسبة 31.6 % لدى الذكور (72 ذكرا)، مقابل نسبة 22.3 % لدى الإناث (49 أنثى) ، وفي المرتبة الثالثة جاءت الدرجة نادرا بنسبة 11.4 % (51 مبحوثا)، حيث بلغت النسبة لدى الإناث 17.7 % (39 أنثى)، مقابل نسبة 5.2 % لدى الذكور (123 ذكرا)، ، في الوقت الذي بلغت فيه نسبة من لا يثقون في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي مطلقا 3.8 % (17 مبحوثا)، إذ سجلنا نسبة 4.1 % لدى الإناث (9 إناث)، مقابل نسبة 3.5 % لدى الذكور (8 ذكور)، أما من يثقون في الأخبار السياسية المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي دائما فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 1.8 % (8 مبحوثين)، وبنفس النسبة لدى الجنسين 1.8 %، ونفس التكرارات أيضا .

وفي سؤالهما حول مدى ثقة الجمهور في المعلومات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي توصل الباحثان[1] الدكتور معد عاصي علي ، والدكتور دحام علي حسين إلى أن نصف أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يثقون بدرجة كبيرة بالمعلومات التي يحصلون عليها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، كما أوضح

[1] معد عاصي علي ، و دحام علي حسين أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، Journal of college of Law for Legal and Political Sciences، تاريخ التصفح 12 جانفي 2019، على الرابط: https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=109005

39، 6 % إلى انهم يثقون بدرجة متوسطة، بينما أشار12%، 4 من مجموع أفراد العينة إلى أنهم لا يثقون بالمعلومات التي تعرضها مواقع التواصل الاجتماعي.

فرغم المزايا والإيجابيات العديدة التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي ألا أن هذه الإيجابيات تترافق مع سلبيات تتمثل في عدم ضمان المستوى المطلوب من المصداقية في كل ما ينشر، وعدم الحيلولة دون استغلال منصات التواصل الاجتماعي لنشر أفكار متطرفة وهدامة والتحريض على الحروب والنزاعات والإرهاب والعنف.

كما تعاني وسائل التواصل الاجتماعي من فوضى فكرية وثقافية هائلة، وتفتقر إلى الوضوح فيما يخص تصنيفها في خانة وسائل "الإعلام البديل" أو "النيو ميديا"، ومن الخطأ اعتبار وسائل التواصل الاجتماعي أساساً للتغير في المجتمعات، لاسيما في المجتمعات التي مازالت تعاني من عدم تبلور بنية المجتمع المدني في الواقع والحياة اليومية، وهو ما عليه الحال في المجتمعات العربية بشكل متفاوت، وبعض تلك المجتمعات غرقت في دوامة انهيار الدولة الوطنية وتفكك البنية الاجتماعية، وبروز مظاهر العنف والتطرف والإرهاب التي تهدد الدولة والمجتمع ككل.

وفي دراسته حول مصداقية مضامين وسائل إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015، خلص الباحث مُحَمَّد عبد العزيز إلى **مدى الانفلات الإعلامي** الذى تتسم به منظومة إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة موقع الفيس بوك، حيث قيام المواطنون العاديون غير محترفي العمل الإعلامي بنشر المضامين الواردة وغيرها دون الاستناد إلى مصادر موثوقة، وهو ما ظهر جلياً في البلبلة الاعلامية التي يعانى منها المجتمع المصري في ظل غياب وعى الحكومة المصرية عن خطورة وسائل الاعلام الجديدة على التماسك المجتمعي وصلابة الموقف الوطني لمواجهة الأزمات السياسية والاقتصادية والأمنية

وغيرها، ومما زار الأمر خطورةً اعتماد بعض البرامج الحوارية على أخبار مستقاة من مواقع التواصل الاجتماعي دون التحقق من صدقيتها[1].

فقد منحتنا **شبكات التواصل الاجتماعي** فرصة البقاء على اطلاع على آخر الأخبار من خلال حركة أصبعنا البسيطة بالتمرير بينها، في الوقت نفسه، وغدت مكاناً يمكن من خلاله أن نحصل على معلومات مضللة، والأسوأ من ذلك، أن نتبادل هذه الأخبار وننشرها بالرغم من أننا لم نتأكد من مصداقيتها، وبذلك غدت المعلومات غير الجديرة بالثقة على شبكات التواصل الاجتماعي أمرا مثيرا للقلق، نظراً لأن العديد من المستهلكين يعتمدون بشكل كبير على الشبكات الاجتماعية للحصول على الأخبار، ففي **الولايات المتحدة الأمريكية** على سبيل المثال يرى 67 % من المشاركين في الاستطلاع أنهم يحصلون على أخبارهم من وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام، ويقول 45 %منهم أنهم يحصلون عليها من موقع الفيس بوك وحده، والوضع في أوروبا أفضل قليلاً، لكنه لا يزال يدعو إلى القلق. ففي الاتحاد الأوروبي قال 13 % من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي أنهم يظلون على دراية بالسياسات الأوروبية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع ارتفاع الرقم إلى 16% فيما يتعلق بالسياسات الداخلية .

وبالرغم من هذه الأرقام المرتفعة، هنالك أدلة تشير إلى أن المستهلكين يشككون في المعلومات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي، ووفقا لتقرير قامت به كونسومر لاب تبين أن واحد من كل خمس أشخاص

[1] محمد عبد العزيز، مصداقية مضامين وسائل إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015: دراسة تحليلية.، تاريخ التصفح 13 فيفري 2019، متاح على الرابط:
https://www.researchgate.net/publication/319696645_msdaqyt_alam_almwatn_br_mwaq_altwasl_alajtmay_walbramj_alhwaryt_balqnwat_alfdayyt_almsryt_kma_ydrkha_alshbab_almsry/citation/download

يصدق المعلومات التي يقرؤونها على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن الوثوق في هذه المواقع إلى حد ما، لكنه حتماً لا يتضمن الأخبار التي لا مصدر موثوق لها[1] .

وإذا كان لا يمكن فصل تراجع الثقة بالإعلام التقليدي عن الوضع السياسي والمؤسساتي المتردي في العديد من البلدان العربية، فإنه لا يمكن استعادة الثقة بـ(صاحبة الجلالة)، التي هزت عرشها وسائل التواصل الاجتماعي، إلا بتطوير الإعلام التقليدي وامتلاكه للمهنية والشفافية والجاذبية، وتوسيع هوامش الحوار والتفاعل مع مختلف الفئات المجتمعية، وخاصة المهمشة منها، وهذا يحتاج إلى بيئة سياسية مواتية تؤمن بالتغيير والتطور وتعمل على تحقيقه، لتأسيس خطاب سياسي جديد، وبناء مؤسسات المجتمع المدني وتمكينها، وعندها سيكون لوسائل التواصل الاجتماعي الدور المطلوب في تنمية الوعي السياسي وعملية التغيير[2].

لقد أصبحنا اليوم، في عصر التواصل الاجتماعي، نعيش في بيئة إعلامية مختلفة، حيث تنتشر الأخبار بكثافة أكثر وبسرعة أكبر، ومن مصادر متعددة جدًّا، ويبدو أن شهية الناس للأخبار المفبركة ازدادت بشكل كبير ، ويرى عالم النفس كيث آبلو (Keith Ablow) أن "نشر وتصديق الأخبار المفبركة ظاهرة لها جذورها الثقافية القديمة، ولكن منصات التواصل الاجتماعي جعلتنا هدفًا أسهل، وسلبتنا الوقت الكافي للتَّحقُّق من الأخبار بسبب كثافة وسرعة الشبكات الاجتماعية"؛ فقد كانت صناعة الأخبار

[1] الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ الزيارة 13 فيفري 2019، على الرابط:
انتشار-الأخبار-الكاذبة-على-وسائل-التواصل-الاجتماعية-https://www.hellooha.com/articles/1330

[2] عامر راشد، وسائل التواصل الاجتماعي تهز عرش صاحبة الجلالة، الرابط السابق.

والقصص الخيالية في الماضي تحدث بوتيرة أقل، وانتشارها كان يستغرق سنين طويلة ليصل إلى المدى الذي يؤثر في مجموعات كبيرة من البشر كي يغير أحداث التاريخ أو ينتج أخرى جديدة[1].

ويذهب الكاتب الصحفي والمحلل السياسي عوض بن سعيد باقوير إلى من الصعب إيقاف ما يحدث من اختراق وتضليل في نشر المعلومات حتى في الدول الغربية؛ لأن العالم أصبح يشهد ظاهرة كونية إلكترونية، سمحت لمواطني العالم شرقه وغربه بالتواصل من خلال تلك المنصات، كما أن الشركات التقنية تأتي بالمزيد من الاكتشافات، التي تغري بالمزيد من الانغماس في المحادثات والمشاركات، تصل إلى حد الإدمان لبعض الفئات العمرية، بل إن شعوب المنطقة العربية أصبحت أكثر تفاعلا مع تلك المنصات خاصة الهواتف الذكية، مما تراجع بسببها التواصل الاجتماعي التقليدي، وأصبح الهاتف الذكي هو الأداة التي يتحكم في السلوكيات وفي معظمها سلبي، حيث ضياع الوقت وسلب الإرادة وضعف الإنتاجية والسيطرة التقنية على عقول وقلوب الأفراد والجماعات[2].

وعلى ضوء ما تقدم ورغم النقاش المتواصل في المنتديات والمؤتمرات الإعلامية العربية والدولية عن موضوع منصات التواصل الاجتماعي وعشرات التوصيات والآليات التي تحد من اندفاعها وخطورتها على الأجيال الجديدة، إلا أن الأمر كما يبدو من متابعة هذه الظاهرة الإعلامية والاجتماعية، يحتاج إلى مزيد من الجهود الجماعية بهدف الحد من تلك الظاهرة الخطيرة والتي تسببت ولا تزال في أضرار كبيرة بالقيم والمثل وحتى

[1] عبد الرزاق الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، تاريخ الزيارة 12 جانفي 2019، على الرابط: http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180726114550136.html

[2] عوض بن سعيد باقوير، مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي، تاريخ التصفح 1" فيفري 2019، على الرابط: http://alwatan.com/details/215795

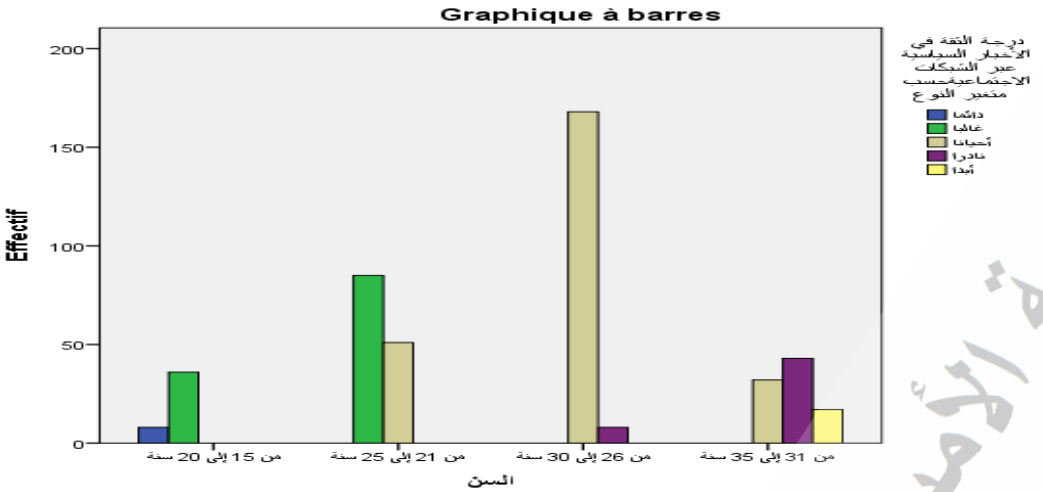
بزعزعة الأمن والاستقرار، وزرع ثقافة الكراهية، مما يتطلب استراتيجيات وطنية لمحاربة هذه الظاهرة وردع مرتكبيها .

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **19.261** وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية **09.49** تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنس **ودرجة الثقة في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.**

ثامنا: درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير الفئة العمرية:

الفئة العمرية	20- 15		25 -21		30 - 26		35 - 31		المجموع	
الاسم	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	4	9.1	00	00	4	2.3	00	00	8	1.8
غالبا	8	18.2	47	34.6	36	20.4	30	32.6	121	27
أحيانا	20	45.4	66	48.5	108	61.4	57	61.9	251	56
نادرا	12	27.3	21	15.4	16	9.1	2	2.2	51	11.4
أبدا	00	00	2	1.5	12	6.8	03	3.3	17	3.8
المجموع	44	100	136	100	176	100	92	100	448	100
كا^2 المحسوبة 541.955 درجة الحرية 12 كا^2 الجدولية 21.03 مستوى الدلالة 0.05										
النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين الفئة العمرية ودرجة الثقة في الأخبار السياسية.										

جدول رقم (22) درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير الفئة العمرية



شكلل رقم (23) درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير الفئة العمرية

تشير نتائج الجدول أعلاه والمتعلقة بدرجة الثقة في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية أن الذين يثقون فيها دائما ينتمون للفئة العمرية من 15-20 سنة بنسبة 9.1 % (4 تكرارات)، والنسبة الباقية منهم ينتمون للفئة العمرية 26-30 سنة بواقع 2.3 % (4 تكرارات).

- أما من يثقون فيها غالبا فأعلى نسبة سجلت لدى الفئة العمرية 21-25 سنة بنسبة بلغت 34.6%، وفي الترتيب الثاني من ينتمون للفئة العمرية 31-35 سنة بنسبة بلغت 32.6 %، تليها الفئة العمرية 26-30 سنة بنسبة 20.4 %، وفي الأخير حل ذوو الفئة العمرية 15-20 سنة بنسبة 18.2 %.

- أما من يثقون فيها أحيانا فسجلت أعلى نسبة لدى أفراد العينة من ذوي الفئة العمرية 31-35 سنة بواقع 61.9 %، متبوعين بذوي الفئة العمرية من 26-30 سنة بنسبة بلغت 61.4 %، وفي الترتيب الثالث أصحاب الفئة العمرية من 21-25 سنة، وفي الترتيب الأخير حل لأصحاب الفئة العمرية 15-20 سنة بنسبة بلغت 45.4 %.

- أما من يثقون في يثقون في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي نادرا فسجلت أعلى نسبة لدى الفئة العمرية 15-20 سنة بنسبة 27.3 %، متبوعين بذوي الفئة العمرية 21-25 سنة

بنسبة 15.4 %، ثم أصحاب الفئة العمرية 25-30 سنة بنسبة 9.1 %، وفي الترتيب الأخير أصحاب الفئة العمرية من 31-35 سنة بنسبة 2.2 % فقط.

- أما من لا يثقون في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعية ابدا فسجلت أعلى نسبة لدة الفئة العمرية 26-30 سنة بنسبة 6.8 %، متبوعين بأصحاب الفئة العمرية 31-35 سنة بنسبة 3.3 %، ثم أصحاب الفئة العمرية من 21-25 سنة بنسبة 1.5 %، في الوقت الذي انعدمت فيها النسبة لدى ذوي الفئة العمرية من 15-20 سنة.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **541.955** وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية **21.03** تحت حرية 12 درجة، وعند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الفئة العمرية ودرجة الثقة في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل.

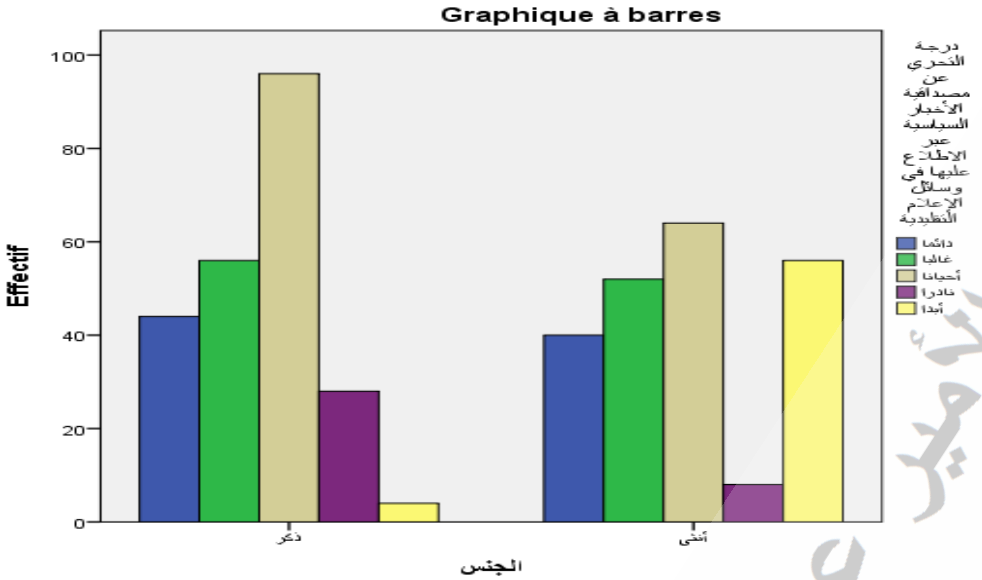
تاسعا: درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع:

النوع / درجة التحري	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	44	19.3	40	18.2	84	18.8
غالبا	56	24.6	52	23.6	108	24.1
أحيانا	96	42.1	64	29.1	160	35.7
نادرا	28	12.3	8	3.6	36	8
أبدا	4	1.7	56	25.5	60	13.4
المجموع	228	100	220	100	448	100

كا^2 المحسوبة 62.794 درجة الحرية 4 كا^2 الجدولية 09.49 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (23) درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع



شكل رقم (24) درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع

تشير العديد من الدراسات الحديثة إلى أن مصداقية الإعلام التقليدي لا تزال هي الأعلى مقارنة مع منصات الإعلام التقني وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعود بشكل أساسي لأسباب موضوعية أهمها :

- حسب المبدأ المهني للصحافة والإعلام فإن أي خبر أو معلومة لا بد أن تستند إلى مصدر موثوق وصريح ومعروف، وهنا تكمن الإشكالية في شبكات التواصل الاجتماعي التي تفتقر في معظم الأحيان ولأسباب متباينة إلى مصداقية المصدر الذي يحدد مسار المعلومة في الاتجاه الصحيح أو عكس ذلك.
- التدفق السريع والمكثف للمعلومات على مدى الثواني وإعادة النشر لتلك المعلومات في شبكات مختلفة، ومن خلال مصادر غير مؤكدة يجعل من أمر التشكيك وعدم المصداقية أمرا متوقعا في ظل الدعايات المغرضة وسريان الإشاعة بشكل لافت ورغبة الجمهور في سماع أخبار مثيرة حتى لو كانت غير دقيقة.

- هناك ملايين الحسابات الوهمية في شبكات التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يخرج عن السيطرة وعدم معرفة مصادر تلك المعلومات، وهذه إشكالية تواجه الدول والمجتمعات، ما يعزز تدني المصداقية[1].

وفيما يخص درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع فقد أكد حوالي ثلث العينة المبحوثة 35.7 % (160 مبحوثا) أنهم يتحرون عن مصداقية الأخبار السياسية التي يصادفونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور في هذه الدرجة من التحري 42.1 % (96 ذكرا) ، مقابل نسبة 29.1 % لدى الإناث (64 أنثى) ، في حين أجاب 24.1 % (108 مبحوثا) أنهم غالبا ما يتحرون عن المصداقية في وسائل الإعلام التقليدية، وذلك بنفس جد متقاربة بين الجنسين، إذ بلغت لدى الذكور 24.6 % (ذكرا)، ولدى الإناث 23.6 % (52 أنثى)، وأجاب 18.8 % (84 مبحوثا) من المبحوثين أنهم يتحرون عن الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي دائما، مع تقارب بين نسبة الذكور والإناث أيضا ، حيث بلغت النسبة لدى الذكور 19.3 %، وبلغت 18.2 لدى الإناث، وفي الدرجة الرابعة حل الذين لا يتحرون عن المصداقية أبدا بنسبة بلغت 13.4 % (60 مبحوثا)، مع تباين بين الجنسين في هذه الدرجة من التحري، إذ بلغت لدى الإناث 25.5 % (56 أنثى)، مقابل ما نسبته 1.7 % فقط لدى الذكور (4 ذكور)، وفي الدرجة الأخيرة جاء من يتحرون عنها بدرجة نادرا بنسبة 8 %، حيث أجاب عن هذه الدرجة 12.3 % من الذكور (28 ذكرا)، مقابل 3.6 % فقط من الإناث (8 إناث).

[1] عوض بن سعيد باقوير، مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي، الموقع السابق.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **62.794** وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية **09.49** تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 .

وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين متغير النوع ودرجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية، حيث يميل الذكور إلى التحري عن مصداقية الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أحيانا في المقام الأول، وبدرجة غالبا في المقام الثاني، أما الإناث فتتوزع درجات التحري بين أحيانا وأبدا وغالبا. حيث سجلنا أكثر من ربع عينة الدراسة لدى الإناث لا يتحرين عن المصداقية في وسائل الإعلام أبدا، في الوقت الذي كادت نسبة من لا يتحرون عن المصداقية تنعدم لدى الذكور.

وبالجملة فالذكور أكثر ميلا للتحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية من الإناث، ويرجع السبب في ذلك حسب اعتقادنا إلى اختلاف طبيعة واهتمامات الذكور عن الإناث، إذ الإناث لديهن من الاهتمامات والمشاغل أكثر من الذكور ما يجعلهن لا يتحرين عن مصداقية الأخبار عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية، وعلى اعتبار أن الذكور أيضا أكثر ميلا للموضوعات ذات الطابع السياسي من الإناث، خاصة في مجتمعاتنا العربية على الأقل، وهو ما سبق وأن أشرنا إليه من أن الذكور أكثر اعتمادا على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية من الإناث.

إن الأمر يتطلب آليات محددة لاكتشاف زيف المعلومات، علاوة على أهمية سن مزيد من التشريعات والقوانين التي تحد من ظاهرة عدم المصداقية في شبكات التواصل، رغم أن هناك مواد قانونية تجرم الزيف ونشر الإشاعة، إلا أن الأمر يحتاج إلى مزيد من الرقابة القانونية على ضوء الانحدار الكبير والأضرار المستمرة

من جراء الاستخدام غير الرشيد لشبكات التواصل الاجتماعي، وقد تحدث أمور أكثر فداحة في المستقبل مع المزيد من التطورات التقنية.

إضافة إلى أهمية الآليات وسن المزيد من القوانين المشددة لردع تلك الممارسات فإن نشر الوعي بين الأجيال الجديدة على مستوى الأسرة والمدرسة، وجلسات التثقيف، ودور وسائل الإعلام التي تحذر من تلك الممارسات، هي أمور في غاية الأهمية خاصة وأن الهوس الإلكتروني يزداد شراسة، والأبعاد الاجتماعية على الشباب تزداد خطورة.

ولا شك أن جيل الشباب هو المستهدف الأكبر بهدف تدمير روح الابتكار والإبداع وروح المسؤولية الوطنية، خاصة وأن هذا الجيل ينتظر منه الكثير لخدمة وطنه ومجتمعه، ومن هنا تأتي أهمية تحصين الجيل الجديد من هذه الأخطار المحدقة والتي أصبحت تأثيراتها السلبية مشاهدة، خاصة وأن هذا الجيل هو الأكثر انخراطا ومشاركة في شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور الرابع: تمثلات الشباب المبحوث لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي:

يستخدم مصطلح التمثلات ليشير إلى فكرة معينة توجه الفهم، وهناك منظورات مختلفة للتمثلات، في العلوم الاجتماعية حيث تعتبرها أدوات تستخدم في البحث، يفكر الباحث في ضوئها، فهي مركبات عقلية، تعكس وجهة نظر معينة، وتركز على بعض جوانب الظواهر، في الوقت الذي تتجاهل فيه ظواهر أخرى، ولذلك فإن التمثلات التي يستخدمها شخص معين لها تأثير هام في إدراكه للواقع[1].

إذ التمثل في معناه العام هو الكيفية التي ينظم بها الفرد فهمه للواقع وللحقيقة التي يعكسها، لكن هذا التنظيم الذاتي، أو غعادة البناء ذهنيا لحقيقة اجتماعية لا يتم اعتباطيا، وغنما يستند إلى أطر مرجعية تستمد قوتها من حضورها كفاعل، ضمن مجالات عديدة في المجتمع، بمعنى أن الرموز التي يستند إليها الفرد تشكل صورة ذهنية عن موضوع ، أو عن حدث غائب يستحضره الفعل حاليا، هي في واقع الأمر رموز محددة تاريخيا، ثقافيا، اجتماعيا، وهذا يؤكد أن المعايير تمثل مكونات التمثل الاجتماعي، والتمثلات بهذا تكون عبارة عن مواقف توجه السلوك، وتحدد عددا من الاستجابات التي يتعين أن يصدرها الفرد كرد مباشر، أو غير مباشر تجاه مثير داخلي أو خارجي، وهذا ما يعطيها طابع المعنى والدلالة[2].

والتمثل هو عملية استرجاع ذهني لموقف أو ظاهرة مؤثرة في حياة الفرد بواسطة صورة أو رمز أو علامة، وبالنسبة لقاموس علم الاجتماع تعد التمثلات الاجتماعية شكلا من أشكال المعرفة الفردية والجماعية المتميزة عن المعرفة العلمية، فالتمثلات الاجتماعية حسب المنظور الاجتماعي هي نمط من التفكير التعميمي

[1] محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، الإسكندرية، مصر ، 2002، ص ص 89-90.

[2] بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، دراسة ميدانية على صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2016 – 2017، ص 223.

والوظيفي من طرف جماعة اجتماعية بهدف التواصل مع محيطها الاجتماعي وبتأثير منه، بغية فهم هذا المحيط ومحاولة التحكم فيه.

ويرجع الفضل في اكتشاف عبارة التمثل الاجتماعي إلى إميل دوركايم سنة 1898، حينما قارن بين التمثلات الفردية والتمثلات الجماعية، وذلك في مقال مشهور له نشر في مجلة المتافيزيقيا والأخلاق[1]، حيث يرى دوركايم أن الفرد يتصرف من خلال الجماعة، ويعتبر التمثل أو التصور كتأثير من طرف مظاهر المجتمع على أفكار الفرد، فهو معرفة اجتماعية متعلقة بالتنشئة الاجتماعية وناتجة عنها للبناء الاجتماعي وما يحمله من ظواهر[2].

حيث يرى دوركايم أن الفرد يتصرف من خلال الجماعة، ويعتبر التمثل كتأثير من طرف مظاهر المجتمع على مظاهر الفرد، ولا يقتصر التمثل الاجتماعي على تصور الأفراد الذين يكونون المجتمع، فهو يتكون من مجموعة ظواهر نفسية واجتماعية تقتضي عزل الجانب الفردي عن الجانب الاجتماعي، والتمييز بين الجانب الإدراكي والجانب العقلي للعمل الجماعي.

وبناء على ما تقدم من معلومات نظرية حول مفهوم التمثل، سنحاول في هذا العنصر معرفة تمثلات الشباب الجزائري عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال معرفة نظرتهم لهذا الوسيط الإلكتروني المستحدث من جهة، ومدى اهتمامهم بهذه الشبكات من جهة أخرى في المجالات السياسية ، ومدى اهتماماتهم حيال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، والتصور الذي يحملونه عنها، وهو ما قصدنا به التمثلات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي.

[1] Ferréol Gilles: Dictionnaire de sociologie, 2eme ed, Armand collin, paris, 1995, pp 242-249.

[2] Mireille Duponthieux: La représentation, Ed hachette supérieur, 2001, p 08.

أولا: التمثلات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين:

الرأي / العبارة	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
شبكات التواصل الاجتماعي مصدر مهم للمعلومات السياسية	318	71	110	24.5	20	4.5
تشكل شبكات التواصل الاجتماعي منبرا للحرية السياسية	325	72.5	103	23	20	4.5
شبكات التواصل الاجتماعي ساحة واسعة للتعبير عن آرائي واتجاهاتي السياسية	302	67.4	127	28.4	19	4.2
تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقة للأوضاع السياسية للبلاد	234	52.3	165	36.8	49	10.9
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي الحرية الكاملة في كشف أو إخفاء شخصية العضو أو المشارك	250	55.8	142	31.7	56	12.5
تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية	330	73.7	79	17.6	39	8.7
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي اختصار المسافات الجغرافية	398	88.8	43	9.6	07	1.6
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التخلص من الضغوط السياسية	163	36.4	189	42.2	96	21.4
شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي	297	66.3	132	29.5	19	4.2
أستعين بشبكات التواصل الاجتماعي من أجل تكوين آرائي واتجاهاتي السياسية	179	39.9	206	46	63	14.2
تسمح بالاطلاع على بعض الآراء العامة تجاه بعض القضايا السياسية التي يتم طرحها عبر وسائل الإعلام	382	85.3	66	14.7	00	00
متوسط شدة الاتجاه العام : 3.71					**النتيجة : اتجاه إيجابي**	

جدول رقم (24) يبين التمثلات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين

وفيما يخص بالسؤال المتعلق بتمثلات أفراد العينة المبحوثة من الشباب الجزائري لشبكات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي، جاءت إجابات أفراد العينة المبحوثة كالآتي:

- فيما بتعلق بعبارة : شبكات التواصل الاجتماعي مصدر مهم للمعلومات السياسية أجاب 71 % من أفراد العينة المبحوثة أن موافقون، وبلغت نسبة المحايدين منهم 24.5 %، فيما عراض العبارة 20 %

من أفراد العينة المبحوثة، بمعنى أن أكثر من ثلثي العينة المبحوثة يرون أن شبكات التواص الاجتماعي تعد مصدرا مهما للمعلومات السياسية، ومن ما سبق وأن أشرنا إليه من خلال الحديث عن مدى متابعة الأحداث والقضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لدى العينة المبحوثة.

- فيما يتعلق بعبارة: تشكل شبكات التواصل الاجتماعي منبرا للحرية السياسية أجاب أكثر من ثلثي العينة 72.5 % أنهم موافقون ، في حين عبر 23 % منهم أنهم محايدون، فيما عارض البقية بنسبة 20 %، أي خمس العينة المبحوثة، وهوما يؤكد وعي أفراد العينة بأن شبكات التواصل الاجتماعي تعد منابر حرة لإبداء الرأي ومناقشة القضايا بحرية بالغة بعيداّ عن الإكراهات والحدود التي يرسمها المجتمع ووسائل إعلامه التقليدية في الواقع[1].
- وفيما يخص عبارة: "شبكات التواصل الاجتماعي ساحة واسعة للتعبير عن آرائي واتجاهاتي السياسية" فقد عبر أكثر من ثلثي العينة المبحوثة أي 67.4 % بالموافقة، وبلغ عدد المحايدين 19% ، بينما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 4.2 % فقط.
- وفيما يخص عبارة: " تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقة للأوضاع السياسية للبلاد " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 52.3 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 36.8% ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 10.9 %.
- وفيما يخص عبارة: " تتيح شبكات التواصل الاجتماعي الحرية الكاملة في كشف أو إخفاء شخصية العضو أو المشارك " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 55.8 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 31.7 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 12.5 %.

[1] عائشة لصلج، العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية، قراءة في بعض صور العنف عبر الفيسبوك، مؤسسة مؤمنون بلا حدود ، الرباط، أكدال، المملكة المغربية، 28يونيو 2016، ص 5.

- وفيما يخص عبارة: " تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 73.7 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 17.6 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 8.7 %.
- وفيما يخص عبارة: " تتيح شبكات التواصل الاجتماعي اختصار المسافات الجغرافية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 88.8 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 9.6 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 1.6 % فقط.
- وفيما يخص عبارة: " تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التخلص من الضغوط السياسية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 36.4 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 42.2 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 21.4 %.
- وفيما يخص عبارة: " شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 66.3 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 29.5 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 4.2 % فقط.
- وفيما يخص عبارة: " أستعين بشبكات التواصل الاجتماعي من أجل تكوين آرائي واتجاهاتي السياسية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 39.9 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 46 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 14.2 %.
- وفيما يخص عبارة: " تسمح بالاطلاع على بعض الآراء العامة تجاه بعض القضايا السياسية التي يتم طرحها عبر وسائل الإعلام " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 85.3 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 14.7 % ، فيما انعدمت نسبة المعارضين للعبارة .

يقاس تقدم المجتمعات سياسيا بمستوى وعيها السياسي، الذي يساعدها على تطوير تجربتها الديمقراطية، ويساهم في إثراء الحراك السياسي الذي تتمتع به، فعلى سبيل المثال لا يمكن أن تكون هناك مشاركة سياسية في أي عملية انتخابية دون أن يكون لدى الأفراد الوعي التام الذي يدفعهم للتصويت أو حتى للترشح، وكذلك الحال بالنسبة للجمعيات السياسية التي لا يمكن أن يكون لها دور قوي، فاعل ومؤثر في المجتمع دون أن يتمتع أفرادها بالوعي السياسي.

وتتسم ملامح ضعف الوعي السياسي في أزمة الهوية حيث يجهل أفراد المجتمع هوية نظامهم وطبيعته، فهل هو نظام قبلي أم ديني أم علماني، أم غير ذلك، الأمر الذي يجعل الصورة غير واضحة ومشوشة لدى الأفراد، مما يجعلهم غير قادرين على تحديد حقوقهم، وكيفية التعامل مع المواقف والاختلافات السياسية، الأمر الذي يسبب أزمة المشاركة السياسية، نتيجة شعور أفراد المجتمع بأن الواقع السياسي الجديد لم يحل مشاكلهم الاجتماعية والاقتصادية، وأن النخب السياسية منشغلة بالصراع على السلطة ومكاسبها، كل ذلك جعل الأفراد يعزفون عن المشاركة السياسية، وبذلك تصبح العملية الديمقراطية غير ناجحة[1].

وعليه يعتبر ارتفاع مستوى وعي الأفراد بمتغيرات الحياة السياسية، الاجتماعية والاقتصادية مطلبا أساسيا لتحقيق المشاركة السياسية الفعالة، فهو بمثابة الأساس التطبيقي والفعلي للديمقراطية، وعلى اعتبار الوعي السياسي بأنه مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد المشاركة في حل مشاكل مجتمعه، وتحديد موقفه من لأوضاع والقضايا السياسية السائدة، وقد تعددت أدوات تشكيل هذ

[1] سمية حوادسي، جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي: بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل للبحث العلمي تعنى بالدراسات السياسية والعلاقات الدولية ، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العدد 16، أفريل 2018، ص 84-85.

الوعي، فنجد الأسرة، المؤسسات التعليمية، الأحزاب السياسية، ومؤسسات المجتمع المدني، وسائل الإعلام، ومنها شبكات التواصل الاجتماعي ، والتي من خلالها يكتسب الفرد معلوماته، قيمه ومثله السياسية ويكون بواسطتها مواقفه واتجاهاته الفكرية التي تؤثر في سلوكه وممارسته اليومية.

ويمكننا أن نخلص إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تلقى قبولا كبيرا لدى الشباب الجزائري في المجالات السياسية، من حيث مساهمتها في :

- اعتبارها مصدرا مهما للمعلومات السياسية، وكونها منبرا للحرية السياسية، وساحة واسعة للتعبير عن آراء الشباب واتجاهاتهم، وإتاحة الحرية الكاملة في كشف أو إخفاء شخصية العضو أو المشارك .
- مساهمتها في نقل الصورة الحقيقة للأوضاع السياسية للبلاد، والتخلص من الضغوط السياسية.
- مساهمتها في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية، واختصارها المسافات الجغرافية، وكونها أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي، **وتكوين** الآراء والاتجاهات السياسية.
- تسمح بالاطلاع على بعض الآراء العامة تجاه بعض القضايا السياسية التي يتم طرحها عبر وسائل الإعلام.

المحور الخامس: الموضوعات السياسية التي تحظى باهتمام الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

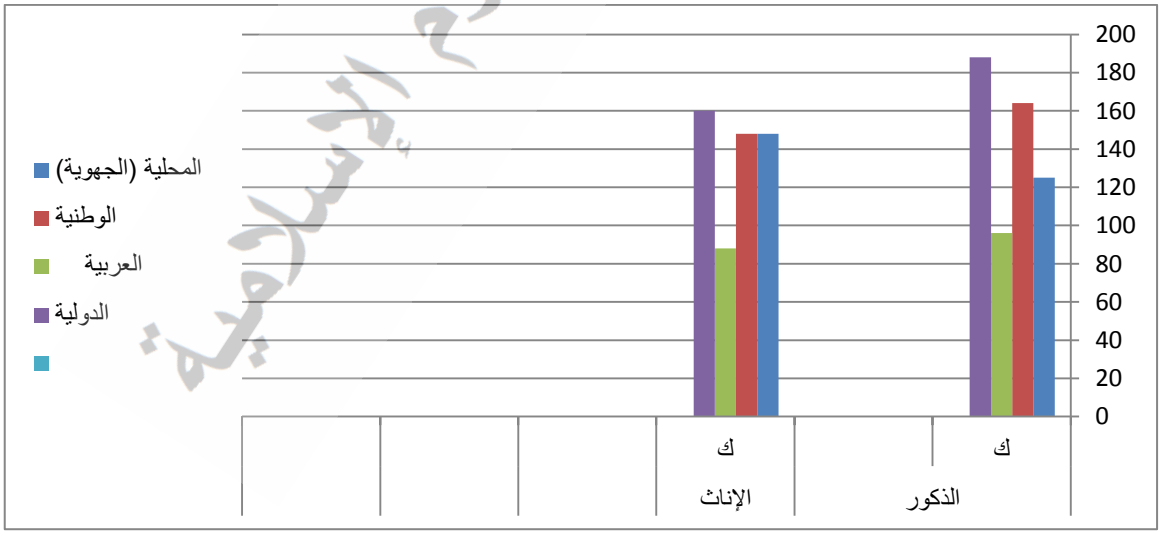
أولا: الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

النوع / الموضوعات والأحداث السياسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
المحلية (الجهوية)	125	21.8	148	27.2	273	24.4
الوطنية	164	28.6	148	27.2	312	27.9
العربية	96	16.8	88	16.2	184	16.5
الدولية	188	32.8	160	29.4	348	31.2
المجموع	573	100	544	100	1117	100

كا^2 المحسوبة 05.098 درجة الحرية 3 كا^2 الجدولية 07.81 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع والموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (25) يبين الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع



شكل رقم (25) يبين الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

يبين الجدول أعلاه الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة المبحوثة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، حيث تشير النتائج إلى أن الموضوعات والأحداث السياسية الدولة تحظى باهتمام أفراد الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة أكثر من غيرها، بنسبة بلغت 31.2%، مع تسجيل تقارب كبير بين الذكور والإناث، إذ بلغت النسبة لدى الذكور 32.8 %، مقابل نسبة 29.4 % لدى الإناث،

- وفي المركز الثاني جاءت الموضوعات والأحداث السياسية الوطنية بنسبة 27.9 %، مع ملاحظة التقارب الكبير بين الذكور والإناث أيضا، حيث النسبة لدى الذكور 28,6 %، مقابل 27.2 % لدى الإناث .
- وفي المركز الثالث حلت الموضوعات والأحداث المحلية (الجهوية) بنسبة 24.4 % ، حيث سجلنا تفوقا طفيفا في النسبة لدى الإناث بواقع 27.2 %، مقابل 21.8 % لدى الذكور.
- وحلت الموضوعات والأحداث السياسية العربية في الترتيب الأخير بنسبة 16.5 %، مع تقارب كبير جدا بين الجنسين، إذ بلغت النسبة لدى الذكور 16.8 %، مقابل 16,2 % لدى الإناث.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **05.098** وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 07.81 تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع.

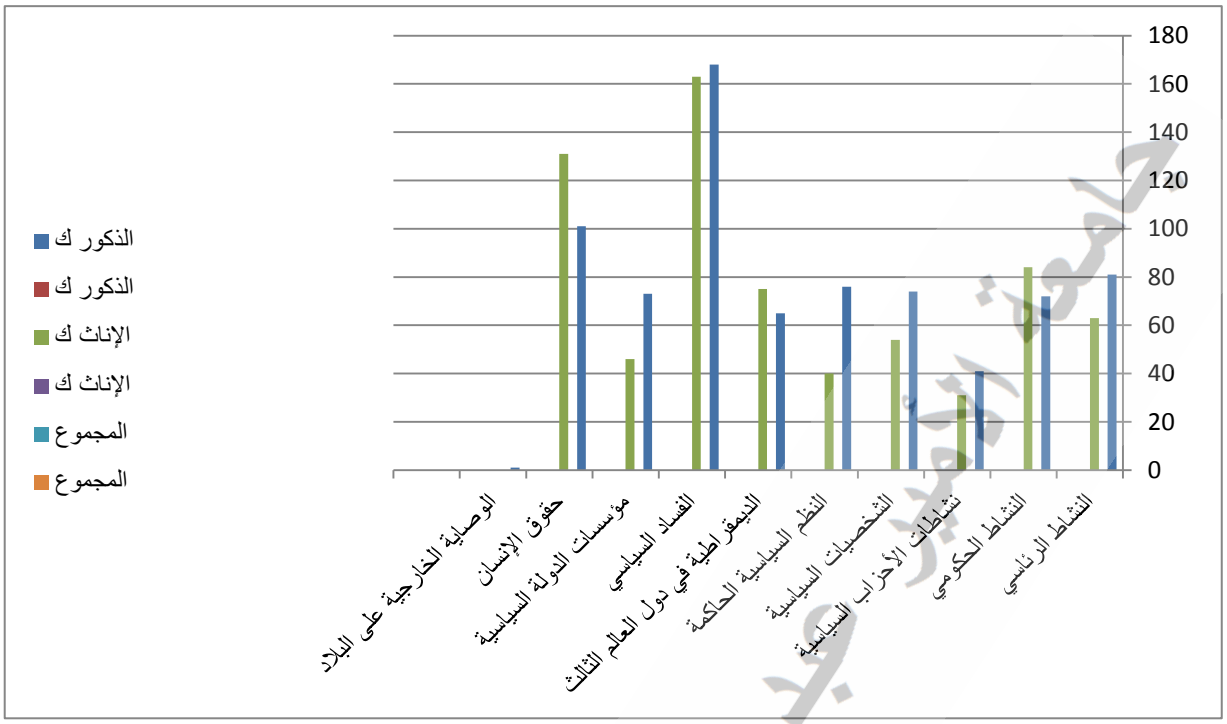
ثانيا: طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

النوع / طبيعة المواضيع السياسية	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
النشاط الرئاسي	81	10.8	63	9.2	144	10
النشاط الحكومي	72	9.6	84	12.2	156	10.8
نشاطات الأحزاب السياسية	41	5.5	31	4.5	72	5
الشخصيات السياسية	74	9.8	54	7.9	128	8.9
النظم السياسية الحاكمة	76	10.1	40	5.8	116	8.1
الديمقراطية في دول العالم الثالث	65	8.7	75	10.9	140	9.7
الفساد السياسي	168	22.3	163	23.7	331	23
مؤسسات الدولة السياسية	73	9.7	46	6.7	119	8.3
حقوق الإنسان	101	13.4	131	19.1	232	16.1
الوصاية الخارجية على البلاد	1	0.1	00	00	1	0.1
المجموع	752	100	687	100	1439	100

كا^2 المحسوبة 01.456 درجة الحرية 9 كا^2 الجدولية 16.92 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (26) طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي



شكل رقم (26) طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي

يتناول الجدول أعلاه طبيعة الموضوعات السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع، فتشير إلى أن قضايا الفساد السياسي تحتل الصدارة بنسبة قدرت بـ 23 % (331 تكرارا) ، مع تسجيل تقارب بين الذكور والإناث فيها، إذ بلغت نسبة الإناث اللائي يرغبن في متابعتها 23.7 % (163 أنثى) ، مقابل 22.3 % (168 ذكرا) .

- وفي المركز الثاني حلت حقوق الإنسان بنسبة 16.1 % (232 تكرارا)، حيث سجلنا أن الإناث أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الذكور، إذ بلغت النسبة لديهن 19.1 % (131 أنثى)، مقابل نسبة 13.4 % لدى الذكور (101 ذكرا).
- وفي المركز الثالث جاء النشاط الحكومي بنسبة 10.8 % (156 تكرارا)، حيث الإناث أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات بنسبة 12,2 % (84 أنثى)، مقابل 9.6 % لدى الذكور (72 ذكرا).

- وفي المركز الرابع حل النشاط الرئاسي بنسبة 10 % (144 تكرارا)، حيث الذكور أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الإناث ، بنسبة 10.8 % (81 ذكرا)، مقابل 9.2 % لدى الإناث (63 أنثى).
- وفي المركز الخامس جاء نشاط الديمقراطية في دول العالم الثالث بنسبة 9.7 % (140 تكرارا)، حيث الإناث أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات بنسبة 10.9 % (75 أنثى)، مقابل 8.7 % لدى الذكور (65 ذكرا).
- وفي المركز السادس جاء نشاط الشخصيات السياسية بنسبة 8.9 % (128 تكرارا)، حيث الذكور أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الإناث ، بنسبة 9.8 % (74 ذكرا)، مقابل 7.9 % لدى الإناث (54 أنثى).
- وفي المركز السابع جاء نشاط مؤسسات الدولة السياسية بنسبة 8.3 % (119 تكرارا)، حيث الذكور أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الإناث ، بنسبة 9.7 % (73 ذكرا)، مقابل 6.7 % لدى الإناث (46 أنثى).
- وفي المركز الثامن جاء نشاط النظم السياسية الحاكمة بنسبة 8.1 % (116 تكرارا)، حيث الذكور أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الإناث ، بنسبة 10.1 % (76 ذكرا)، مقابل 5.8 % لدى الإناث (40 أنثى).
- وفي المركز التاسع جاء موضوع نشاطات الأحزاب السياسية بنسبة 5 % (72 تكرارا)، حيث الذكور أكثر إقبالا على هذا النوع من الموضوعات من الإناث ، بنسبة 5.5 % (41 ذكرا)، مقابل 4.5 % لدى الإناث (31 أنثى).

- وفي المركز الأخير حل نشاط الوصاية الخارجية على البلاد نسبة 0.1 % فقط، حيث أجاب بذلك ذكر واحد فقط.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **01.456** وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 16.92 تحت تسع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين النوع طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ويعرف الفساد السياسي بمعناه الأوسع بانه إساءة استخدام السلطة العامة (الحكومية) لأهداف غير مشروعة، وعادة ما تكون سرية لتحقيق مكاسب شخصية، وكل أنواع الأنظمة السياسية معرضة للفساد السياسي، التي تتنوع أشكاله، إلا أن أكثرها شيوعاً المحسوبية والرشوة والابتزاز، وممارسة النفوذ والاحتيال ومحاباة الأقارب، ورغم أن الفساد السياسي يسهل النشاطات الإجرامية من قبل تجارة بالمخدرات وغسيل الأموال والدعارة، إلا أنه لا يقتصر على هذه النشاطات ولا يدعم أو يحمي بالضرورة الجرائم الأخرى

وتعرف الجزائر في السنوات الأخيرة استشراء هذه الظاهرة داخل إدارات الدولة وفي مختلف مستوياتها السياسية والحكومية والمالية والاقتصادية، وعن حالة تلاعب فاضح بالمال العام ومقدرات الدولة، مما دفع القضاء إلى ملاحقة وحبس رؤساء حكومات ووزراء سابقين وحاليين[1]، لذا لا غرابة في أن نجد

[1] عثمان لحياني، بد العزيز بوتفليقة وقضايا الفساد: استثناء مرجّح من المساءلة، تاريخ الزيارة 14 ماي 2019، متاع على الرابط: https://www.alaraby.co.uk/politics/2019/6/25/

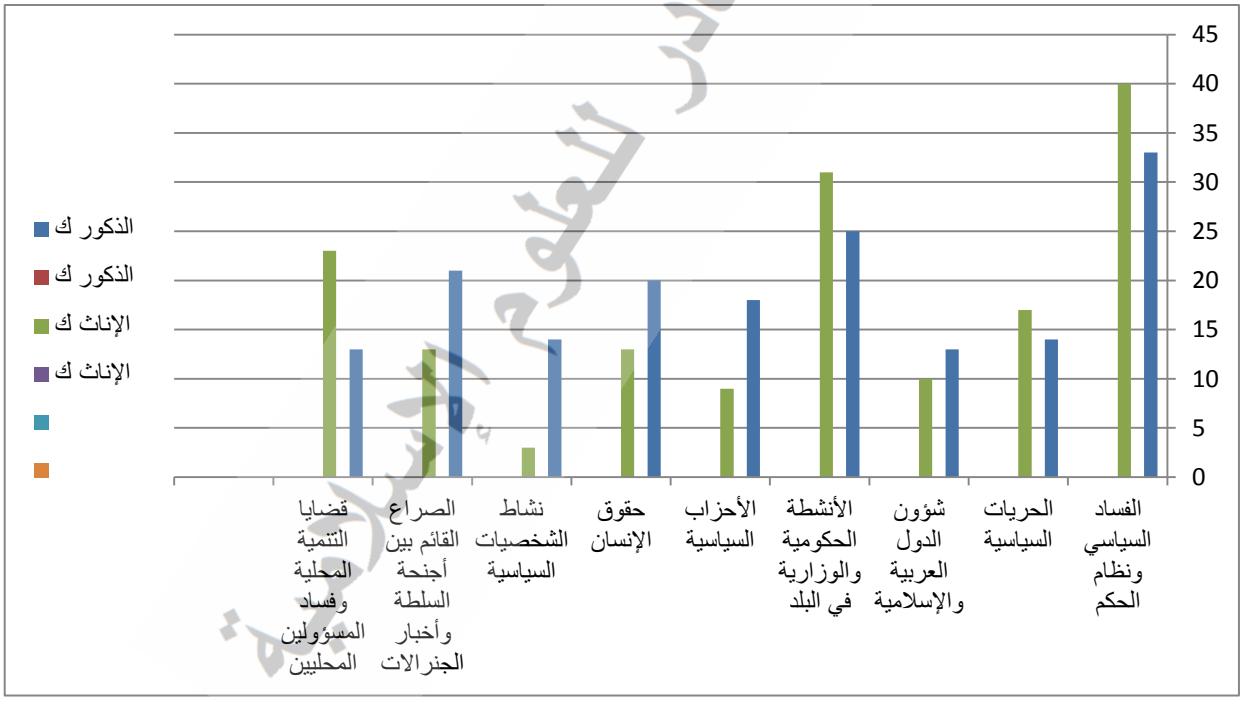
الشباب الجزائري يهتم أكثر بقضايا الفساد عبر شبكات التواصل الاجتماعي بسبب تهميش هذه الشريحة الهامة من المجتمع، وفي ظل إحجام الإعلام التقليدي عن تناول هذه القضايا بالتفصيل، ومن جهة أخرى سجل المختصون والملاحظون ظاهرة عزوف الشباب عن الممارسة السياسية والنشاط الجمعوي، ما دفع العديد من الجمعيات إلى غلق أبوابها، وحتى الأحزاب لم تجد محركا لقواعدها النضالية غير المتقاعدين والمسنين أو أصحاب المصالح، مما دعا المختصين إلى دق ناقوس الخطر فيما يتعلق بمستقبل الجزائر السياسي الذي لم يعد من اهتمامات الشباب، والأخطر من ذلك هو افتقار تنظيمات المجتمع المدني إلى قوة الشباب، ما جعلها عناوين تختفي وراء المكاتب، وأن الوعود الانتخابية "الكاذبة" أفقدت الشباب الثقة في المسؤولين بمختلف مستوياتهم، و أن الشباب الجزائري لم تعط له الفرصة الحقيقية لإثبات ذاته، وفرض نفسه، بسبب احتكار الشيوخ للمناصب المختلفة في الإدارات والهيئات الحكومية، فضلا عن أن الحياة السياسية في الجزائر تتسم بالتعقيد، وهو ما ساهم في فك الارتباط بين الشباب والسياسة، لأن هذه الفئة باتت لا تفقه لعبة السياسة وأهدافها، وبالتالي أدت بهؤلاء الشباب إلى التنازل عن حقوقهم السياسية.

ثالثا: الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع:

النوع / الموضوعات ا التي تفضل مشاركتها مع غيرك	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الفساد السياسي ونظام الحكم	33	19.3	40	25.2	73	22.1
الحريات السياسية	14	8.2	17	10.7	31	9.4
شؤون الدول العربية والإسلامية	13	7.6	10	6.3	23	7
الأنشطة الحكومية والوزارية في البلد	25	14.6	31	19.5	56	17
الأحزاب السياسية	18	10.5	09	5.6	27	8.2

حقوق الإنسان	20	11.7	13	8.2	33	10
نشاط الشخصيات السياسية	14	8.2	03	1.9	17	5.1
الصراع القائم بين أجنحة السلطة وأخبار الجنرالات	21	12.3	13	8.2	34	10.3
قضايا التنمية المحلية وفساد المسؤولين المحليين	13	7.6	23	14.4	36	10.9
المجموع	171	100	159	100	330	100
كا^2 المحسوبة 09.216 درجة الحرية 8 كا^2 الجدولية 15.51 مستوى الدلالة 0.05						
النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.						

جدول رقم (26) يبين الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع



شكل رقم (26) يبين الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع

يتناول الجدول أعلاه الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع حيث جاء موضوع الفساد السياسي ونظام الحكم على رأس الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة بلغت 22.1 % (73 تكرارا) ، حيث لاحظنا أن الإناث أكثر إقبالا على مشاركة هذا النوع من الموضوعات السياسية من الذكور، حيث بلغت نسبتهن 25.2 % (40 أنثى)، مقابل 19.3 % لدى الذكور (33 ذكرا).

- وفي الترتيب الثاني حلت الأنشطة الحكومية والوزارية في البلد بنسبة 17 % (56 تكرارا)، حيث سجلنا أن الإناث أكثر مشاركة لها مع أصدقائهن من الذكور، إذ بلغت النسبة لديهن 19.5 % (31 أنثى)، مقابل نسبة 14.6 % لدى الذكور (25 ذكرا).
- وفي المركز الثالث جاء قضايا التنمية المحلية وفساد المسؤولين المحليين بنسبة 10.9 % (36 تكرارا)، حيث الإناث أكثر مشاركة لها مع أصدقائهن من الذكور بنسبة 14.4 % (23 أنثى)، مقابل 7.6% لدى الذكور (13 ذكرا).
- وفي المركز الرابع حل الصراع القائم بين أجنحة السلطة وأخبار الجنرالات، بنسبة 10.3 % (34 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث، بنسبة 12.3 % (21 ذكرا)، مقابل 8.2 % لدى الإناث (13 أنثى).
- وفي المركز الخامس جاء نشاط حقوق الإنسان بنسبة 10 % (33 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث، بنسبة 11.7 % (20 ذكرا)، مقابل 8.2 % لدى الإناث (33 أنثى).

- وفي المركز السادس جاء موضوع الحريات السياسية بنسبة 9.4 % (31 تكرارا)، حيث الإناث أكثر مشاركة لها مع أصدقائهن من الذكور بنسبة 10.7 % (17 أنثى)، مقابل 8.2 % لدى الذكور (14 ذكرا).
- وفي المركز السابع جاء موضوع الأحزاب السياسية بنسبة 8.2 % (27 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث ، بنسبة 10.5 % (18 ذكرا)، مقابل 5.6 % لدى الإناث (9 ذكور).
- وفي المركز الثامن جاء موضوع شؤون الدول العربية والإسلامية بنسبة 7 % (23 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث ، بنسبة 7,6% (13 ذكرا)، مقابل 6.3 % لدى الإناث (10 إناث).
- وفي المركز التاسع والأخير جاء موضوع نشاط الشخصيات السياسية بنسبة 5.1 % (17 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث ، بنسبة 8.2 % (14 ذكرا)، مقابل 1.9 % لدى الإناث (3 إناث).

وكما سبق الإشارة إليه في نتائج الجدول السابق من أن الموضوعات السياسية التي تحظى باهتمام الشباب الجزائري عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي هي قضايا الفساد السياسي في البلاد، فمن الطبيعي أن تكون هذه الموضوعات هي أكثر ما تتم مشاركته مع الأصدقاء عبر صفحات العالم الافتراضي. وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **09.216** وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 16.92 تحت ثماني درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود

فروق دالة **إحصائيا بين النوع** والموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

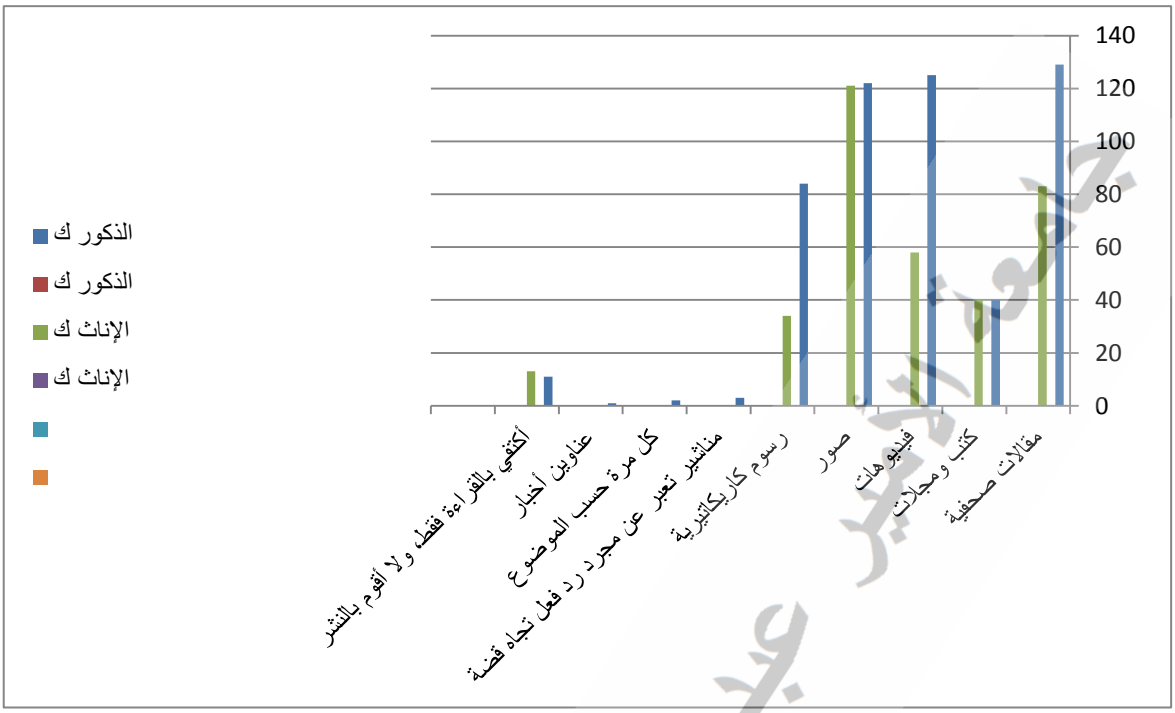
رابعا: نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية:

النوع / نوع المشاركات	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مقالات صحفية	129	25	83	23.8	212	24.5
كتب ومجلات	40	7.7	40	11.5	80	9.3
فيديوهات	125	24.2	58	16.6	183	21.1
صور	122	23.6	121	34.7	243	28.1
رسوم كاريكاتيرية	84	16.2	34	9.7	118	13.6
مناشير تعبر عن مجرد رد فعل تجاه قضة	3	0.6	00	00	3	0.3
كل مرة حسب الموضوع	2	0.4	00	00	2	0.2
عناوين أخبار	1	0.2	00	00	1	0.1
أكتفي بالقراءة فقط، ولا أقوم بالنشر	11	2.1	13	3.7	24	2.8
المجموع	517	100	349	100	866	100

كا^2 المحسوبة 12.387 درجة الحرية 8 كا^2 الجدولية 15.51 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين نوع المشاركات التي يفضل أفراد العينة على صفحاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع.

جدول رقم (27) نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية حسب النوع



شكل **رقم (27) نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية حسب النوع**

يوضح الجدول أعلاه نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية حسب متغير النوع، حيث سجلنا أن الشباب الجزائري عينة الدراسة يفضلون مشاركة الصور في المقام الأول بنسبة بلغت 28.1 % (243 تكرارا)، حيث لاحظنا أن الإناث أكثر مشاركة للصور على صفحاتهم الشخصية من الذكور، حيث بلغت نسبتهن 34.7 % (121 أنثى)، مقابل 23.6 % لدى الذكور (122 ذكرا).

- وفي الترتيب الثاني جاءت المقالات الصحفية بنسبة 24.5 % (212 تكرارا)، حيث سجلنا أن الذكور أكثر مشاركة لها على صفحاتهم الشخصية من الإناث، إذ بلغت النسبة لديهم 25 % (129 ذكرا)، مقابل نسبة 23.8 % لدى الإناث (83 أنثى).
- وفي المركز الثالث جاءت مشاركة الفيديوهات بنسبة 21.1 % (183 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لها على صفحاتهم الشخصية من الإناث، إذ بلغت النسبة لديهم 24.2 % (125 ذكرا)، مقابل نسبة 16.6 % لدى الإناث (58 أنثى).

- وفي المركز الرابع جاءت مشاركة الرسوم الكاريكاتورية بنسبة 13.6 % (118 تكرارا)، حيث الذكور أكثر مشاركة لهذا النوع من الموضوعات مع أصدقائهم من الإناث، بنسبة 16.2 % (84 ذكرا)، مقابل 9.7 % لدى الإناث (34 أنثى).
- وفي المركز الخامس جاءت مشاركة الكتب والمجلات بنسبة 9.3 % (80 تكرارا)، حيث الإناث أكثر مشاركة لها مع أصدقائهن من الذكور بنسبة 11.5 % (40 أنثى)، مقابل 7.7 % لدى الذكور (40 ذكرا).
- وفي المركز السادس أجاب 2.8 % من الفئة المبحوثة أنهم يكتفون بالقراءة فقط، ولا يقوم بنشر أي منشورات على صفحاتهم الشخصية ، إذ أجاب بذلك 3.7 % من الإناث (13 أنثى)، مقابل 2.1 % من الذكور (11 ذكرا) .
- وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **12.387** وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 16.92 تحت ثماني درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة **إحصائيا بين** المشاركات التي يفضل أفراد العينة على صفحاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير النوع.

وعليه تكون المقالات والفيديوهات والصور هي أكثر ما يقوم الشباب بمشاركته عبر صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نظرا لما تحمله من معلومات.

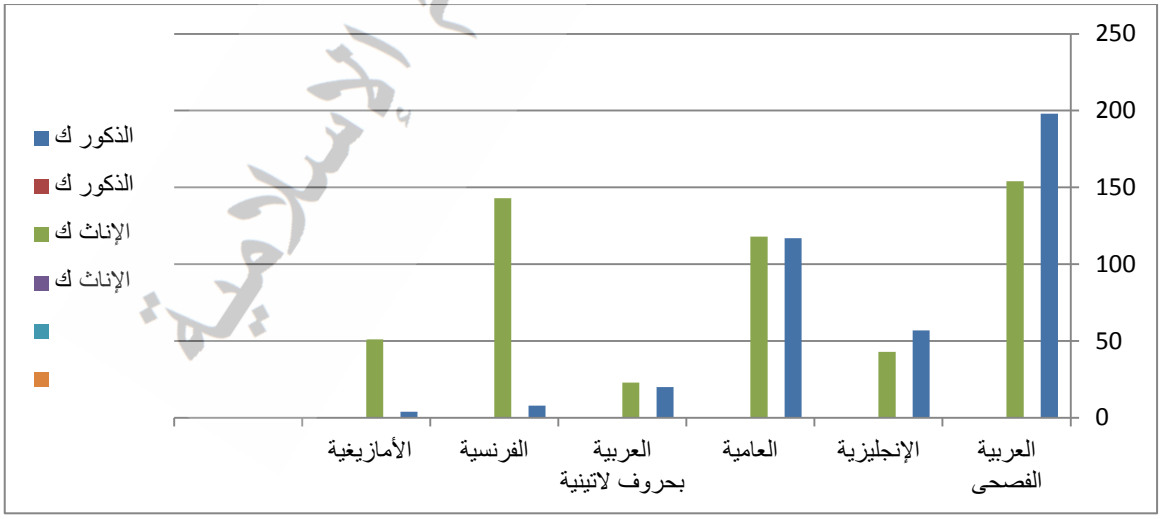
خامسا: اللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

النوع / اللغة المستخدمة	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
العربية الفصحى	198	49	154	28.9	352	37.6
الإنجليزية	57	14.1	43	8.1	100	10.7
العامية	117	29	118	22.2	235	25.1
العربية بحروف لاتينية	20	4.9	23	4.3	43	4.6
الفرنسية	8	2	143	26.9	151	16.1
الأمازيغية لغتي الأم	4	1	51	9.6	55	5.9
المجموع	404	100	532	100	936	100

كا^2 المحسوبة 13.678 درجة الحرية 5 كا^2 الجدولية 11.07 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع واللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (28) يبين اللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:



شكل رقم (28) يبين اللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

يبين الجدول أعلاه اللغة التي يفضل المبحوثون استخدامها في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والملاحظ هو مجيئ اللغة العربية الفصحى في الترتيب الأول بنسبة 37.6 %، حيث النسبة لدى الذكور أعلى منها لدى الإناث، فلدى الذكور بلغت النسبة 49 % (198 تكرارا)، مقابل 28,9 % لدى الإناث (154 تكرارا).

- وتأتي في المرتبة الثانية مباشرة اللغة العامية بنسبة بلغت 25.1 % (235 تكرارا)، حيث النسبة لدى الذكور أعلى منها لدى الإناث، فلدى الذكور بلغت النسبة 29 % (117 تكرارا)، مقابل 22.2 % لدى الإناث (118 تكرارا).
- وتأتي في المرتبة الثالثة اللغة الفرنسية بنسبة بلغت 16.1 % (151 تكرارا)، حيث النسبة لدى الإناث أعلى منها لدى الذكور، إذ بلغت لديهن 26.9 % (143 تكرارا)، مقابل 2% فقط لدى الذكور (8 تكرارات).
- وتأتي في المرتبة الرابعة اللغة الإنجليزية بنسبة بلغت 10.7 % (100 تكرارا)، حيث النسبة لدى الذكور أعلى منها لدى الإناث، فلدى الذكور بلغت النسبة 14.1 % (57 تكرارا)، مقابل 8.1 % لدى الإناث (43 تكرارا).
- وتأتي في المرتبة الخامسة اللغة الأمازيغية بنسبة بلغت 5.9 % (55 تكرارا)، حيث النسبة لدى الإناث أعلى منها لدى الذكور، إذ بلغت لديهن 9.6 % (51 تكرارا)، مقابل 1 % فقط لدى الذكور (4 تكرارات).

- وتأتي في المرتبة السادسة اللغة العربية بحروف لاتينية بنسبة بلغت 4.6 % (43 تكرارا)، حيث النسبة متقاربة بين الذكور والإناث، فلدى الذكور بلغت 4.9 % (20 تكرارا)، مقابل 4.3 % لدى الإناث (23 تكرارا).

الملاحظ تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية، فقد أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية ، بدل الحروف العربية الفصحى، خاصة على شبكات التعارف والمحادثة، فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام، وباتت الحاء 7، والعين 3، وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنون ثقافة الشباب العربي[1]".

لا يخفى علينا ما أَحْدثَتْه هذه الشبكات التفاعليَّة مِن نقلات نوعية في حياة الناس، فأصبحوا مهووسين بها، ويجدون صعوبةً في الإقلاع عنها؛ بسببِ ما وفَّرَتْه لهم من إمكانات، غير أنه لا يمكن أنْ ننكر تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدام اللغة العربية، ومِن تجليَّات ذلك – مثلًا – ابتداعُها كلماتٍ تثير الاستغراب، عزَّزت الهوة بين الجيل الجديد مِن مستخدمي هذه الوسائل ولغة الضاد، حيث أن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائما في مسار متواز؛ فالإعلام هو الطرف الأقوى؛ ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغا للدرجة التي تُضعف الخصائص المميزة للغة، وتلحق بها أضرارا تصل أحيانًا إلى تشوهات تفسد جمالها، حيث ظهرت ظاهرة اللغة الشبابية الجديدة، وزاد انتشارها، من خلال إدخال رموز وأرقام، سواء على المستوى الحرفي أو المجازي، وغدت الحروف العربية تكتب بحروف فرنسية وإنجليزية، فضلا عن إدماج اللهجة العامية بكتابة عربية فصحى، إضافة إلى التعبير عن أفكارهم ومشاعرهم وحالاتهم النفسية

[1] عادل عبد الصادق ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط:
http://accronline.com/article_detail.aspx?id=10

بالرسومات البسيطة، ووصل الأمر لحد استعمال لغة الأعداد والأرقام[1] ، بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثة فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام[2] باتت الحاء "7" والعين "3".

وفيي الدراسة التي قام بها الباحثان نصر الدين عبدالقادر عثمان، مريم مُحَّد صالح، حول إشكالية اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، توصل فيها إلى أن 5% فقط من المبحوثين يستخدمون اللغة العربية الفصحى، مقابل 55 % يستخدمون العامية، وأن 20 % منهم يستخدمون اللغتين معا. كما أشارت الدراسة إلى أن 20 % من مجتمع البحث يكترثون لمستوى اللغة العربية التي يكتبون بها على الشبكات الاجتماعي، في حيث بلغت نسبة من لا يكترثون 55 % [3].

وبتطبيق اختبار كا[2] على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا[2] تساوي **13.678** وهي أكبر من قيمة كا[2] الجدولية 16.92 تحت خمس درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي

[1] فطيمة بوهاني، شبكات التواصل الاجتماعي وتاثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائرين دراسة ميدانية لكيفية مساهمة استخدام الفيس بوك في اندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط:

http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-1038756416-1407832061-320.pdf

[2] حمد مُحَّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق، ص 300- 301.

[3] نصر الدين عبدالقادر عثمان، مريم مُحَّد صالح، إشكالية اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، بحث مقدم للمؤتمر الدولي للغة العربية، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية تحت عنوان، اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها، 7-10 ماي 2013، ص ص 30- 33. تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط:

http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-948741639-1407831978-318.pdf

نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين النوع واللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يفضل الذكور بالدرجة الأولى التواصل باللغة العربية الفصحى، أما الإناث فإنهم يفضلن التواصل باللغتين العربية والفرنسية بنسب متقاربة جدا.

المحور السادس : شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية:

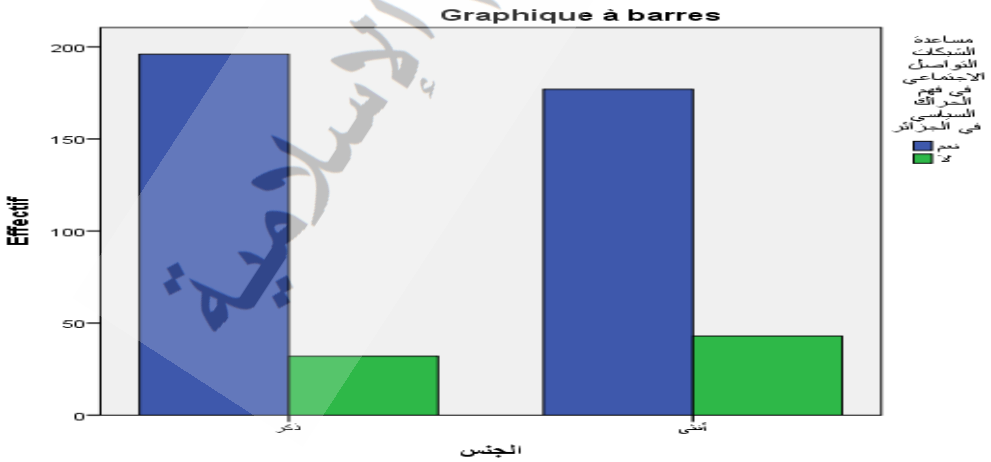
أولا: مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الجنس:

النوع / الرأي	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	196	86	177	80.5	373	83.3
لا	32	14	43	19.5	75	16.7
المجموع	228	100	220	100	448	100

كا^2 المحسوبة 02.439 درجة الحرية 1 كا^2 الجدولية 03.84 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (29) مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الجنس



جدول رقم (29) مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الجنس

تشير نتائج الجدول أعلاه والمتعلقة بمدى مساعدة ومساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة حسب متغير الجنس إلى أن 83.3 % منهم يرون بأنه ساهمت بشكل كبير في فهمهم للحراك السياسي الدائر في بلادهم، حيث تتقارب النسبة بين الذكور والإناث في ذلك، إذ بلغت أعلى نسبة لدى الذكور 86 %، مقابل 80.5% لدى الإناث، بينما أجاب 16.7 % من العينة المبحوثة أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تساعدهم في فهم الحراك السياسي، أعلى نسبة كانت لدى الإناث بـ 19.5 %، مقابل 14 % لدى الذكور.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 2.439 وهي أقل من قيمة كا^2 الجدولية 9.49 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في رايهم حول مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي بالجزائر.

وهذه النسب العالية تشير إلى مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي، بل تعتبر بمثابة سلاح الشباب في فهم الحراك السياسي، من خلال إمدادهم بالمعلومات الضرورة التي تساعدهم على فهم آليات الصراع وأدواته، واستيعاب المعطيات السياسية ن رغم ما يقال عن عدم اهتمام الشباب بالمجالات السياسي، وعزوف عن الانخراط في مختلف الأنشطة السياسية، مع تسجيل تقارب بين نسب الذكور والإناث في ذلك.

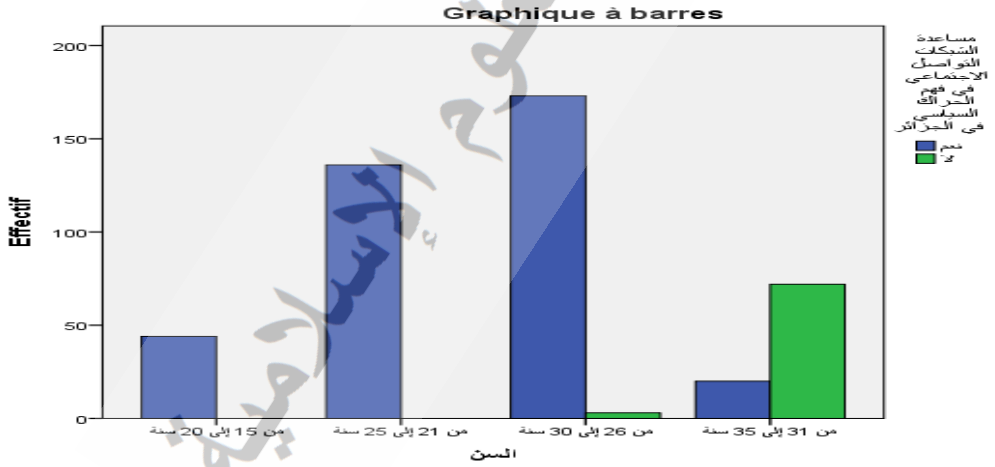
ثانيا: مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الفئة العمرية:

الفئة العمرية / الرأي	20– 15		25 –21		30 – 26		35 – 31		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	44	100	136	100	173	98.3	20	21.7	373	83.3
لا	00	00	00	00	03	1.7	72	78.3	75	16.7
المجموع	44	100	136	100	176	100	92	100	448	100

كا^2 المحسوبة 314.549 درجة الحرية 4 كا^2 الجدولية 09.49 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وسنوات الاستخدام.

جدول رقم (30) يبين مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الفئة العمرية



شكل رقم (30) مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الفئة العمرية

تشير نتائج الجدول أعلاه والمتعلقة بمدى مساعدة ومساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر لدى الشباب الجزائري عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية إلى أن الشريحة العمرية

15 – 20 وكذا الفئة العمرية من 21 – 25 أجابوا كلهم بنسبة 100 % بأن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في فهمهم للحراك السياسي الدائر في بلادهم، وأجاب 98.3 % من الذين ينتمون إلى الفئة العمرية 26-30 بنفس الرأي، في الوقت الذي أجاب فيه 21.7 % فقط بأنها ساهمت في فهمهم للحراك السياسي.

أما من يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي لم تساهم في فهمهم للحراك السياسي في البلاد فنجد أن النسبة ترتفع لدى من ينتمون للفئة العمرية 31- 35 بما نسبته 78.3 % ، وتكاد تنعدم لدى المنتمين للفئة العمرية 26- 30، حيث بلغت النسبة 1.7 % فقط، وتنعدم النسبة لدى باقي الفئات العمرية الأخرى.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الشباب الذين ينتمون إلى الفئات العمرية 15-20 ،حديثو عهد مع شبكات التواصل الاجتماعي بحكم سنهم الصغيرة، ومحدودية ثقافتهم السياسية، وعدم اكتمال نضجهم العقلي، الذي يؤهلهم لفهم تفاصيل ودقائق القضايا السياسية، ولا يميلون إلى تفاصيل الأحداث السياسية التي تسهم في فهم الحراك السياسي، وكذا الأمر بالنسبة للفئتين 21-25، والفئة من 26-30 ، عكس الفئة العمرية 31 – 35 ، والتي تسعى أكثر من غيرها، بحكم خصائصها من نضج معرفي، واستعداد للانخراط أكثر في معترك الحياة، وفهم المعادلة السياسية للبلاد أكثر، فهي أكثر نضجا ووعيا بالأحداث السياسية، وأكثر اطلاعا على تفاصيل الأحداث السياسية الجارية، وأكثر إقبالا عليها، وبالتالي فأغلبهم يرون بأن شبكات التواصل الاجتماعي رغم ما تسهم ، إلا أنها لا تسهم في فهمهم للحراك السياسي في الجزائر.

وبذلك لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي وسائل بديلة للتعبير عن الرأي فقط، أو وسيطا يتم عبره التواصل السياسي لإبلاغ الرسائل للفئات الاجتماعية المختلفة، بل عاملًا أساسيًّا من عوامل تشكيل الفضاء العام المؤثِّر على عموم الشعب، والمؤثِّر أيضًا على الحياة السياسية والتشريعية، بالمفهوم الذي وضعه يورغن هابرماس

(Jürgen Habermas)، كما باتت تلك الشبكات واقعًا افتراضيًّا للفعل وللحراك السياسين بأشكالهما المختلفة، انطلاقًا من إنتاج الخطاب والترويج له بأساليب مختلفة، مرورًا بتنظيم النشاط السياسي والتعبئة له، وصولًا إلى الحراك السياسي الميداني، وقد توصل الدكتور كمال حميدو رئيس قسم الإعلام بجامعة قطر [1] إلى حصر مؤشرات مهمة تسمح بفهم طبيعة وآلية التأثير السياسي المتعاظم، الذي باتت وسائل الإعلام البديلة تحظى به في الحياة السياسية العامة بالجزائر في سياق الحراك السياسي الشعبي، فمن حيث القدرة على التأثير، دفعت المؤشرات المجمَّعة الباحث لأن يخلص إلى أن وسائل الإعلام المواطنة البديلة، باتت في زمن الويب الثاني تلعب دورًا فاعلًا كمثير اجتماعي، يسهم بقوة في لحظة من لحظات تاريخ المجتمعات في خلق ما أسماه بـ"النشوة الجماعية" الناتجة عن الحراك الجماعي الساعي للدفاع عن الصالح العام، خاصة في مراحل عدم التكامل الاجتماعي، أو في حالة التفكك الاجتماعي التي تنشأ في المجتمعات نتيجة لفقدان النخب الحاكمة للشرعية السياسية من جهة، ثم لانحسار الاتصال بين الحاكم والمحكوم، ولعدم أخذ الحاكم تطلعات الشعب السياسية في الحسبان، أو نتيجة لما أسماه هابرماس بالتواصل المشوَّه.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 314.549 وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 09.49 تحت أربع درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج وجود فروق دالة إحصائيا بين الفئة العمرية ومساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر .

[1] كمال حميدو، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، معهد الجزيرة للإعلام، ص ص 2 – 7 ، تاريخ التصفح 20 أكتوبر 2019، متاح على الرابط:
http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/10/191010090016033.html

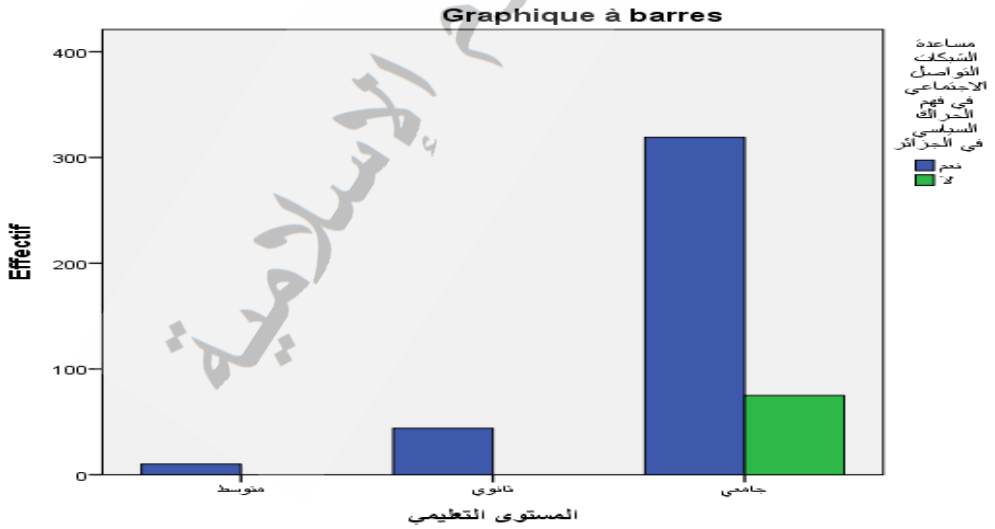
ثالثا: مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي	متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
الرأي	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	10	100	44	100	319	81	373	83.3
لا	00	00	00	00	75	19	75	16.7
المجموع	10	100	44	100	394	100	448	100

كا^2 المحسوبة 05.098 درجة الحرية 3 كا^2 الجدولية 07.81 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع والموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (31) ثالثا: مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي



شكل رقم (31) ثالثا: مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي:

أما فيما يخص العلاقة بين مدى مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر و متغير المستوى التعليمي فيرى أفراد العينة من المستوى التعليمي المتوسط والثانوي بما نسبته 100 % أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعدهم في فهم الحراك السياسي، أما المبحوثون من المستوى التعليمي الجامعي فيرون بما نسبته 81 % أنها تساعدهم في فهم الحراك السياسي، ويرى 19 % منهم أنها لا تساعدهم في ذلك.

وهذه النتائج أيضا منطقية بحكم أن المستوى التعليمي يجعل اهتمامات النخبة بالقضايا السياسية أكثر من غيرهم، وأن منسوب تدفق ما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد لا يكفي للمساهمة في فهم الحراك السياسي في البلاد.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي 05.098 وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 07.81. تحت ثلاث درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج أنه لا توجد فروق دالة إحصائيا بين المستوى التعليمي ومساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر .

رابعا: ما درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية:

الرأي / العبارة	موافق		محايد		معارض	
	ك	%	ك	%	ك	%
زاد اهتمامي بمختلف القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي	308	68.7	119	26.6	21	4.7
تشجعني المضامين السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية	169	37.7	199	44.4	80	17.9
زادت شبكات التواصل الاجتماعي من وعيي السياسي حول العديد من القضايا المحلية والوطنية والدولية	344	76.8	91	20.3	13	2.9
تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين	384	85.7	55	12.3	9	2
ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في دفعي نحو التعبير عن رأيي في الكثير من الفعاليات السياسية الداخلية	232	51.8	187	41.7	29	6.5
ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسة الحكومية لأنها تمارس ضغطا على المسؤولين	172	38.4	172	38.4	104	23.2
عزّزت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية	172	38.4	205	45.8	71	15.8
عدّلت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية	136	30.3	253	56.5	59	13.2
غيّرت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية	124	27.7	224	50	100	22.3
زاد إحساسي بالمشكلات الراهنة بعد استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي	304	67.9	134	29.9	10	2.2
متوسط شدة الاتجاه العام : 3.23					النتيجة : اتجاه إيجابي	

حدول رقم (32) درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية

يشير الجدول أعلاه إلى مدى اعتماد الشباب الجزائري أفراد العينة المبحوثة على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية، حيث تشير النتائج بخصوص العبارة الأولى :"زاد اهتمامي بمختلف

القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي" إلى أن 68.7 % يوافقون على هذه العبارة، فيما عبر 26.6 % منهم أنهم محايدون، بينما عارض العبارة 4.7 % فقط من أفراد العينة.

- فيما يتعلق بعبارة : " تشجعني المضامين السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية " أجاب 37.7 % من أفراد العينة المبحوثة أن موافقون، وبلغت نسبة المحايدين منهم 44.4 %، فيما عارض العبارة 17.9 % من أفراد العينة المبحوثة.
- فيما يتعلق بعبارة: "زادت شبكات التواصل الاجتماعي من وعيي السياسي حول العديد من القضايا المحلية والوطنية والدولية "أجاب أكثر من ثلثي العينة 76.8 % أنهم موافقون ، في حين عبر 20.3 % منهم أنهم محايدون، فيما عارض العبارة النسبة المتبقية، وهي 2.3 %.
- وفيما يخص عبارة: " تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين " فقد عبر أكثر من ثلثي العينة المبحوثة أي 85.7 % بالموافقة، وبلغ عدد المحايدين 12.3% ، بيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 2 % فقط.
- وفيما يخص عبارة: " ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في دفعي نحو التعبير عن رأيي في الكثير من الفعاليات السياسية الداخلية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 51.8 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 41.7 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 6.5 %.
- وفيما يخص عبارة: " ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسة الحكومية لأنها تمارس ضغطا على المسؤولين " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 38.4 %، وبلغت نسبة المحايدين للعبارة 38.4%، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 23.2 %.

- وفيما يخص عبارة: " عزّزت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية " فقد عبر أكثر من ثلثي العينة المبحوثة أي 38.4 % بالموافقة، وبلغ عدد المحايدين 45.8 % ، بينما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 15.8 %.
- وفيما يخص عبارة: " عدّلت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 30.3 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 56.5% ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 13.2 %.
- وفيما يخص عبارة: " غيّرت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 27.7 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 50 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 22.2 %.
- وفيما يخص عبارة: " زاد إحساسي بالمشكلات الراهنة بعد استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي
- " فقد بلغت نسبة الموافقين على العبارة 67.9 % ، وبلغت نسبة المعارضين للعبارة 29.5 % ، فيما بلغت نسبة المعارضين للعبارة 2.2 % فقط.

المحور السابع: سلبيات ومعيقات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية :

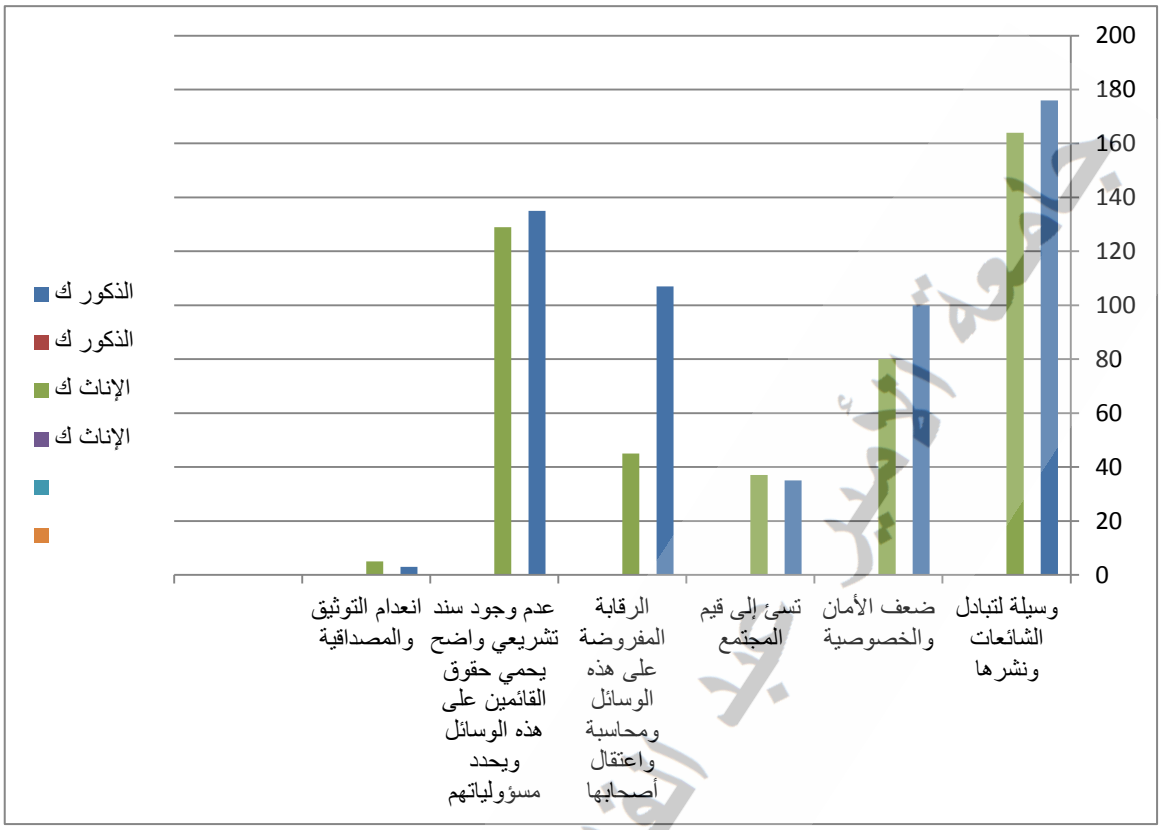
أولا: سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية:

النوع / السلبيات	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها	176	31.6	164	35.7	340	33.4
ضعف الأمان والخصوصية	100	18	80	17.4	180	17.7
تسئ إلى قيم المجتمع	35	6.3	37	8	72	7.1
الرقابة المفروضة على هذه الوسائل ومحاسبة واعتقال أصحابها	107	19.2	45	9.8	152	15
عدم وجود سند تشريعي واضح يحمي حقوق القائمين على هذه الوسائل ويحدد مسؤولياتهم	135	24.3	129	28	264	26
انعدام التوثيق والمصداقية	3	0.5	5	1.1	8	0.8
المجموع	556	100	460	100	1016	100

$كا^2$ المحسوبة 03.786 درجة الحرية 5 $كا^2$ الجدولية 11.07 مستوى الدلالة 0.05

النتيجة: لا توجد فروق دالة إحصائيا بين النوع وبين سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية.

جدول رقم (33) **سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية حسب النوع**



شكل رقم (32) سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية حسب النوع

يتناول الجدول أعلاه أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى أفراد عينة الدراسة حسب متغير النوع ، حيث يرى 33.4 % أنها وسلة لتبادل الشائعات ونشرها، إذ بلغت النسبة لدى الإناث 35.7 %، **بينما بلغت لدى الذكور 31.6 %.**

- وثاني سبب ذكره المبحوثون فهو عدم وجود سند تشريعي واضح يحمي حقوق القائمين على هذه الوسائل ويحدد مسؤولياتهم، وذلك بنسبة 26 **%**، إذا أجاب بذلك 28 **% من الإناث مقابل 24.3 % من الذكور.**
- **وثالث سبب ذكره المبحوثون هو** ضعف الأمان والخصوصية، بواقع 17.7 **%**، وبلغت النسبة لدى الذكور 18 **%**، **و 17.4 % لدى الإناث.**

- أما السبب الرابع فهو الرقابة المفروضة على هذه الوسائل ومحاسبة واعتقال أصحابها بنسبة بلغت 15%، حيث ذكر ذلك 19.2 **% من الذكور، مقابل 9.8 % من الإناث.**
- والسبب الخامس حسب أفراد العينة المدروسة هو أنها تسيء إلى قيم المجتمع بنسبة 7.1 %، نسبة الإناث منهن 8 %، أما نسبة الذكور فهي 6.3 %.
- أما السبب الأخير فهو انعدام التوثيق والمصداقية بنسبة 0.8 % من العينة المدروسة، حيث النسبة لدى الإناث 1.1 %، ولدى الذكور 0.5 %.

وهي نسب تشير إلى مدى ما تتمتع به شبكات التواصل الاجتماعي من سلبيات على تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب، رغم المزايا والإيجابيات العديدة التي تتمتع بها.

وبتطبيق اختبار كا^2 على بيانات الجدول أعلاه، نجد أن قيمة كا^2 تساوي **03.786** وهي أكبر من قيمة كا^2 الجدولية 11.07 تحت خمس درجات حرية عند مستوى الدلالة 0.05 وبالتالي نستنتج عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين النوع ومساعدة وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي تشكيل آراء الشباب السياسية .

ثانيا: أهم المقترحات لتكون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب

- التأكد من الاخبار وعدم المساهمة في نشر الشائعات والتوظيف الإيجابي لهذه المواقع .
- الابتعاد عن نشر قضايا كاذبة ، وضرورة الالتزام بالمصداقية والشفافية
- وضع ضوابط وقوانين لاستخدام شبكات التواصل في المجال السياسي،

- حماية المدونين على هذه الشبكات من الاعتقال وعدم التضييق عليهم، وسن تشريعات من أجل حمايتهم.
- وضع قانون يحدد أخلاقيات النشر مع فرض الرقابة على كل ما ينشر عبر هذا الفضاء الافتراضي.
- ضرورة التواصل بالحسابات الحقيقية لا المستعارة .
- أن تُعطى الحرية اللازمة للأشخاص من أجل إبداء آرائهم دون خوف.
- دعوة الشباب للمشاركة السياسية بالرأي والنقد، وتكريس الديمقراطية التشاركية.
- إنشاء مجموعات وصفحات خاصة ينشر فيها مستجدات الرأي العام وسبر الآراء .
- على المنظومة التربوية أن تقوم بدورها من خلال توعية الطفل حتي يكون عضو فاعلا في الميدان السياسي مستقبلا، من أجل ضمان الاستعمال الإيجابي والنافع لمواقع التواصل الاجتماعي.
- دعوة الناشطين السياسيين عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى التحلي بالأمانة في نقل المشاغل المهمة، والتي تمس حقوق المواطن، و المشاكل الاجتماعية وإيصالها للمسؤولين وللرأي العام، مع تقديم البدائل العملية قصد المساهمة في التغيير الإيجابي والسلمي، أما التشهير بالفساد لمجرد الكلام فلن يسمن ولن يغني من جوع.
- أن تكون هناك صفحات رسمية صادقة من جهات مختصة تهتم بالمجال السياسي.
- أن تفتح الجهات السياسية أبواب الحوار والنقاش والانتقاد للشباب، كما يجب على الإعلام بأنواعه أن يهتم بشبكات التواصل الاجتماعي، ويحاول من خلالها التواصل مع الشباب وفتح مجال النقاش والتحاور وإبداء الآراء، بما أن الشباب يجد حرية أكبر على هذه المنصات كما أنه يقضي وقتا طويلا في تصفحها.

- عدم الانسياق خلف الاشاعات المغرضة، وعدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لغرض تصفية الحسابات الشخصية و المصالح الضيقة و الهدامة.
- مواقع التواصل الاجتماعي تسعى إلى نشر الوعي وتعميقه من خلال الوظائف الأساسية للإعلام الجديد. و لتشكيل رأي عام فعال يجب أن تكون أكثر فاعلية و مصداقية، وجرأة في نشر مواضيع و إبداء حرية الرأي بأتم معنى الكلمة .
- الاستخدام العقلاني والواعي لهذه الشبكات.
- التحلي بروح المسؤولية والتدقيق فيما ينشر، حتى لا يتحول المنبر الالكتروني إلى أداة دعائية لحشد الأتباع والتأثير في الجمهور المخاطب.
- أن يكون الهدف من النشر هو التنوير والإعلام والنقاش الجاد و الهادف و المؤسس، لا من أجل الجدال العقيم و تبادل التهم و الكلام الذي يبتعد في كثير من الأحيان عن أسس و مبادئ الحوار و الاتصال.
- ضمان المشاركة السياسية الفعالة التي تبدأ من الميدان عبر المواطنة الإيجابية، و لا يجب أن تقتصر على شعارات و كلام نظري عبر منصات الشبكات الاجتماعية .
- تخصيص مجموعات خاصة للشباب عبر شبكات التواصل الاجتماعي تهتم بكل الآراء السياسية.
- ضرورة فرض رقابة على الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتسليط عقوبات على القائمين بنشر الأخبار الكاذبة وترويج الشائعات.

النتائج العامة للدراسة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

النتائج العامة للدراسة:

بعد تحليل وتفسير بيانات الدراسة الميدانية المتمحورة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري، ومحاولة قراءتها في سياق الإرث النظري المتعلق بالوعي السياسي وطرق اكتسابه وتشكيله، وسجالاته عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وخصوصية العلاقة بين مرحلة الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي، توصلت دراستنا إلى مجموعة من النتائج يمكن إجمالها فيما يأتي:

- تبين أن متوسط عدد سنوات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة المبحوثة هو أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 91.1 %، وتعطي هذه النسبة مؤشرات ودلائل على أن أغلب أفراد العينة قد تعدوا مرحلة الانبهار بشبكات التواصل الاجتماعي، أو الاستعمال السطحي لها، وأضحت بمتوسط زمني معتبر ممارسة يومية اعتيادية دخلت وأدمجت في النشاطات اليومية للمبحوثين.
- توصلت الدراسة إلى أن البيت هو المكان المفضل لدى غالبية أفراد العينة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي ، نسبة بلغت 66.7 % ، لتوافر البيئة الآمنة للاتصال التي تتيح للمبحوث البقاء مدة طويلة مستخدما الموقع، والتي لا توفرها باقي الأماكن.
- شبكات التواصل الاجتماعي التي يفضل الشباب الجزائري عينة الدراسة تصفحها في المجال السياسي يأتي موقع فيس بوك في المقام الأول بنسبة 80.4 %، ثم تويتر بنسبة 7.3 % .
- أظهرت الدراسة تعدد وتنوع الأجهزة المستخدمة من طرف المبحوثين في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، ويحتل الصدارة جهاز الهاتف المحمول بنسبة 69%، يليه الكمبيوتر المحمول بنسبة 23.3 %، وبنسبة ضئيلة الكمبيوتر الثابت 03.5 %.

- أن النسبة العظمى من أفراد العينة لا يمتلكون أكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته، وذلك بنسبة بلغت 71.4 % ، في حين بلغت نسبة أولئك الذين يمتلكون أكثر من حساب في الموقع ذاته بحوالي 28.6 %، مع عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في ذلك.
- أكثر من ثلثي العينة المبحوثة يفضلون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأسمائهم الحقيقية بنسبة قدرت بـ 71.4 % ، مما يعني أن أفراد العينة يرغبون في الظهور كما هم في الواقع باعتبار الاتصال الافتراضي امتداد للواقع ، وليس خلق هوية جديدة، وهو تعزيز للاتصال الاجتماعي الواقعي وليس بناء تجارب جديدة منقطعة عن الواقع.
- أهم الأسباب والدوافع التي جعلت نسبة معتبرة من الشباب عينة الدراسة يتواصلون عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأسماء مستعارة جاء في الترتيب الأول السبب المتمثل في التعبير عن آرائي بكل حرية وجرأة بنسبة بلغت 34.8 %، يليه سبب الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية ، وسبب الرغبة في إقامة علاقات مفتوحة بنفس النسبة ، وهي 20.8 % لكل منهما ، ثم سبب حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية بنسبة قدرت بـ 15.7 %، ثم جاء سبب الهروب من الرقابة والمتابعة القضائية بنسبة بلغت 5.2 %.
- يفضل 44.4 % من أفراد العينة المبحوثة استخدام صورهم الحقيقية على حساباتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، وتبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الجنسين في ذلك.
- النسبة الغالبة من العينة المبحوثة تتابع الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 38.4 %، نظرا للأوضاع السياسية الحرجة التي تمر بها البلاد، مما شجعهم على مناقشة الأوضاع السياسية وتبادل الآراء السياسية بخصوصها.

- الشباب الجزائري عينة الدراسة المبحوثة أكثر ميلا لمتابعة أحداث السياسة الدولية بالدرجة الأولى، ثم النشاط السياسي الرسمي (الحكومي)، ثم نشاطات المجتمع المدني ، فنشاطات الشخصيات السياسية، وأخيرا بدرجة أقل نشاطات الأحزاب السياسية، وهو ما يعكس انفتاح فئة الشباب على مجريات الأحداث السياسية العالمية، واهتمامه بها أكثر من مجريات الأحداث الداخلية للبلاد.
- أكثر من نصف العينة المدروسة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها أحد المصادر الرئيسة بنسبة 54.9 % ، مما يعني أنها انتقلت إلى مسؤولية أن تكون مصدرا أساسيا للمعلومات، أن الشباب من 31-35 سنة أكثر الفئات اعتمادا على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية كمصدر رئيس أول، وأن الشباب من ذوي الفئة العمرية 21-25 سنة ، و 26-30 سنة أكثر اعتمادا عليها كأحد المصادر الرئيسة، في حين أن الشباب من ذوي الفئة العمرية 15-20 أكثر اعتمادا عليها باعتبارها مصدرا ثانويا.
- أوضحت إجابات المبحوثين عن دوافع تعرض الشباب عينة الدراسة للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن دوافع تبقيني على اطلاع بشكل آني على الأحداث السياسية المختلفة في المركز الأول ، وفي المركز الثاني دافع فهم ما يحدث في المجتمع من صراعات سياسية، وفي المركز الثالث دافع مصدر مهم للمعلومات عن الأحداث السياسية المختلفة.
- النشاط الأكثر استخداما من خلال شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجزائري هو التعليق على المنشورات السياسية بنسبة بلغت 56 **%**، **يليه نشاط** إعادة نشر المضامين السياسية المختلفة بنسبة بلغت 24 %، ثم كتابة المنشورات السياسية بواقع 12.7%.

- أن أكثر من نصف من العينة المبحوثة يثقون في الأخبار السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا.
- أكد حوالي ثلث العينة المبحوثة يتحرون عن مصداقية الأخبار السياسية التي يصادفونها عبر شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا. مع وجود فروق دالة إحصائيا بين متغير النوع ودرجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية، حيث يميل الذكور إلى التحري عن مصداقية الأخبار السياسية في وسائل الإعلام التقليدية بدرجة أحيانا في المقام الأول، وبدرجة غالبا في المقام الثاني، أما الإناث فتتوزع درجات التحري بين أحيانا وأبدا وغالبا، حيث سجلنا أكثر من ربع عينة الدراسة لدى الإناث لا يتحرين عن المصداقية في وسائل الإعلام أبدا.
- طبيعة الموضوعات السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي تحتل قضايا الفساد السياسي تحتل الصدارة، ثم حقوق الإنسان، ثم النشاط الحكومي، ثم النشاط الرئاسي.
- الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي جاء موضوع الفساد السياسي ونظام الحكم، ثم الأنشطة الحكومية والوزارية في البلد ، ثم قضايا التنمية المحلية وفساد المسؤولين المحليين، الصراع القائم بين أجنحة السلطة وأخبار الجنرالات.
- الشباب الجزائري عينة الدراسة يفضلون مشاركة الصور في المقام الأول، وفي الترتيب الثاني جاءت المقالات الصحفية ، وفي المركز الثالث جاءت مشاركة الفيديوهات، وفي المركز الرابع جاءت مشاركة الرسوم الكاريكاتورية، وفي المركز الخامس جاءت مشاركة الكتب والمجلات.
- تشير النتائج المتعلقة بمدى مساعدة ومساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر أن 83.3 % منهم يرون بأنه ساهمت بشكل كبير في فهمهم للحراك السياسي الدائر في بلادهم.

- يرى مدى 68.7 % من الشباب الجزائري أن اهتمامهم بمختلف القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي قد زاد .
- أجاب 37.7 % من الشباب الجزائري عينة الدراسة أن المضامين السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تشجعهم على المشاركة السياسية.
- عبر أكثر من ثلثي العينة المبحوثة أي 85.7 % أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين .
- عبر نصف أفراد العينة المبحوثة أن شبكات التواصل الاجتماعي لم تعمل على تغير قناعاتهم السياسية ، عبر 67.9 % من أفراد العينة المبحوثة أن إحساسهم بالمشكلات الراهنة بعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي قد زاد.
- أهم سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى أفراد عينة الدراسة أنها وسلة لتبادل الشائعات ونشرها، عدم وجود سند تشريعي واضح يحمي حقوق المستخدمين لهذه الوسائل ويحدد مسؤولياتهم.
- أهم المقترحات لتكون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب: التأكد من الاخبار وعدم المساهمة في نشر الشائعات والتوظيف الإيجابي لهذه المواقع، والابتعاد عن نشر قضايا كاذبة ، وضرورة الالتزام بالمصداقية والشفافية ، ووضع ضوابط وقوانين لاستخدام شبكات التواصل في المجال السياسي، وحماية المدونين على هذه الشبكات من الاعتقال وعدم التضييق عليهم، وسن تشريعات من أجل حمايتهم، ضرورة التواصل بالحسابات الحقيقية لا المستعارة ، دعوة الشباب للمشاركة السياسية بالرأي والنقد، وتكريس الديمقراطية التشاركية، إنشاء

مجموعات وصفحات خاصة ينشر فيها مستجدات الرأي العام وسبر الآراء ، وأن على المنظومة التربوية أن تقوم بدورها من خلال توعية الطفل حتي يكون عضو فاعلا في الميدان السياسي مستقبلا، من أجل ضمان الاستعمال الإيجابي والنافع لمواقع التواصل الاجتماعي.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خـــــاتمـــــــــة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خاتمة:

حاولت هذه الدراسة استكشاف الأدوار التي تؤديها شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب، لما تمثله هذه الفئة من أهمية في تفاعلاتها مع الإنترنت وتطبيقاتها الحديثة كتكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها تحتل حيزا مهما ومعتبرا في النشاط الاجتماعي لفئة الشباب، نظرا للخدمات التي توفرها، والإغراءات التي تتيحها، والتأثيرات التي تحدثها في علاقاتنا الاجتماعية، وسلوكياتنا اليومية، وأحوالنا الاقتصادية، وظروفنا السياسية ... فقد أضحت هذه الشبكات فاعلا رئيسا في بناء الوعي، وتبعاتها تتزايد يوما بعد يوم، وإسهاماتها في بناء الرأي العام وتشكيل الوعي والآراء السياسي، لدى مختلف أطياف المجتمع وشرائحه.

ويمثل الشباب الفئة الاجتماعية الأكثر أهمية وحساسية، بسبب خصائصها النفسية والاجتماعية والثقافية، والفئة الأكثر انجذابا نحو المستحدثات التقنية والفكرية والسلوكية، وبالنظر إلى أهميتها كعنصر أساسي في بناء المجتمع وتنميته واستمراريته، فهي أيضا محل رهانات سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية، لذا حاولت الدراسة فهم العلاقة بين الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي من خلال زاوية مهمة جدا في التفاعل البيني، وهي زاوية تشكيل الآراء السياسية أو كيف تسم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل أو تعديل أو تغيير الآراء السياسية لدى الشباب، ولمقاربة هذا الموضوع الشديد التعقيد استعنا بالعديد من المقاربات النظرية، من مقاربة التفاعلية الرمزية ، ومقترب الاعتماد على وسائل الإعلام، ومقاربة الاستخدامات والإشباعات.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج ، أهمها : أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل كبير في فهم فئة الشباب للحراك السياسي الدائر في بلادهم، و أن اهتمامهم بمختلف القضايا السياسية قد زاد، أن إحساسهم بالمشكلات الراهنة بعد استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي قد زاد أيضا، وأن المضامين السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي تشجعهم على المشاركة السياسية، كما أنها تساهم في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين .

ونخلص في الأخير إلى أنه من الضروري مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية في مجال علوم الإعلام والاتصال، وخاصة الإعلام الجديد، وإعادة النظر في أوضاعنا وقضايانا الراهنة بصفة عامة، من خلال تسليط الضوء على الخطاب الذي ينتجه المستخدمون عبر فضاءات الإعلام الجديد ومنصات التواصل الاجتماعي، تأخذ بعين الاعتبار السياق التاريخي والسياسي والاجتماعي والثقافي للشباب، وضرورة تبني العديد من المناهج في هذه الدراسات، مما يسهم في فهم وتفسير العلاقة بشكل أفضل.

والله المستعان وهو ولي التوفيق.

قائمة المصادر والمراجع

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: المعاجم والقواميس:

1- إبراهيم مدكور: معجم العلوم الاجتماعية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975.

2- ابن منظور: لسان العرب، المجلد15، دار طارد، بيروت، لبنان، 2000.

ثانيا : الكتب:

3- أبو الحسن عبد الموجود، التنمية وحقوق الإنسان-نظرة اجتماعية، المكتب الجامعي الحديث. مصر2006..

4- إحسان مُحَمَّد الحسن، علم الاجتماع السياسي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.

5- إحسان مُحَمَّد شفيق العاني، الملامح العامة لعلم الاجتماع السياسي، مطبعة جامعة بغداد، العراق، 1968 .

6- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2005.

7- أحمد جمال ظاهر، دراسات الفلسفة السياسية، دار الكندي، الأردن ، ط 1، 1988.

8- أحمد حسين اللقاني، علي الجمل: معجم المصطلحات التربوية: المعرفة في المناهج وطرق التدريس، عالم الكتب ، القاهرة، 1996.

9- أحمد كمال أحمد، الخدمة الاجتماعية والمجتمع، مكتبة القاهرة الحديثة. القاهرة1963.

10- أحمد كمال أحمد، الخدمة الاجتماعية والمجتمع، مكتبة القاهرة الحديثة، القاهرة، 1963.

11- إيان كريب، النظرية الاجتماعية، من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة مُحَمَّد حسين غلوم، مراجعة مُحَمَّد عصفور، د ط، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، العدد 244، نيسان 1999.

12- باري جونتر، نهى ميلور، وآخرون، الإعلام العربي في عالم مضطرب، جمع وتنسيق، خالد الجابر، خالد عبدالرحيم السيد، The Peninsula Publishing, 2013.

13- بلقاسم بن روان، وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2007.

14- تيسير أبوعرجة وآخرون، وسائل الإعلام أدوات تغيير وتغيير، بحوث علمية محكمة من منشورات جامعة البترا، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.

15- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ط1، 1998.

16- حسن محمود هيتي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان، ط1، 2015.

17- حمد مُحَّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق،، المرجع السابق.

18- حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام ،دار الفكر العربي، مصر ، 1991.

19- حميد جاعد محسن الدليمي، علم الاجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2000.

20- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر، عمان، الأردن ط1، 2013.

21- خالد وليد محمود، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك للنشر، بيروت، 2011.

22- خسين دبي الزويني، الحرب الإعلامية بين تكنيكات تشظية الوعي وسيكولوجية تشكيله، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2015.

23- خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام و الاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر،2001.

24- خليل الفاعوري، الشباب قضية ورعاية ودور.مديرية الوثائق والمكتبات الوطنية، عمان، 1985.

25- ربحي مصطفى عليان، عثمان مُحَّد غنيم، أساليب البحث العلمي، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008.

26- رضا الفرج، شرح قانون العقوبات الجزائري، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط2، 1983.

27- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ط1 ، 2007.

28- السعيد بومعيزة، عزي عبد الرحمان، الإعلام والمجتمع، رؤية سوسيولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية والإسلامية ، دار الورسم، الجزائر، ط1، 2010.

29- سناء مُحَمَّد الجبور، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

30- شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2015.

31- صادق عباس، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.

32- عادل عبد الصادق، الفضاء الإلكتروني والرأي العام، تغير المجتمع والأدوات والتأثير، مؤسسة الأهرام.

33- عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ط1. 2011.

34- عبدالحميد صلاح مُحَمَّد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر، القاهرة، 2011.

35- عبدالرحيم درويش، مقدمة إلى علم الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، فلسطين، 2005.

36- عزت حجازي، الشباب العربي ومشكلاته، عالم المعرفة، سلسلة كتب ثقافية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ع 06، فبراير 1985، الكويت،

37- على خليل شقرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2014.

38- عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، د ط ، الجزائر، 1985.

39- غسان منير حمزة سنو، علي أحمد الطراح، الهويات الوطنية والمجتمع العالمي والإعلام، دراسات في إجراءات تشكل الهوية في ظل الهيمنة الإعلامية العالمية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط2، 2002.

40- فرد ميلسون، الشباب في مجتمع متغير، ترجمة يحي مرسي. دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، 2007.

41- فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري مخبر علم الاجتماع الاتصال، قسنطينة ،2003، ص32.

42- ماجد الزيود الشباب والقيم في عالم متغير، دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان، الأردن، ط1، 2006 .

43- ماهر الكيلاني وآخرون، موسوعة السياسة، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت،ج7، د س.

44- مُحَمَّد الجوهري، الشباب والحق في الاختلاف، المكتب الجامعي الحديث. مصر. ب س ن.

45- مُحَمَّد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي العشماوي، العلاقات الاجتماعية بين دردشة الإنترنت والفيسبوك، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، مصر، ط1، 2011.

46- مُحَمَّد خواجة، الشباب العربي-دراسات في المجتمع العربي المعاصر، الأهالي للطباعة والنشر. د س ن.

47- مُحَمَّد زيان عمر، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 4، الجزائر، 1983.

48- مُحَمَّد سيد فهمي، العولمة والشباب من منظور اجتماعي، دار الوفاء للطباعة والنشر. مصر، د ط، 2007..

49- مُحَمَّد شفيق، البحث العلمي والخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998.

50- مُحَمَّد شوقي الزين، الذات والآخر، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2014.

51- مُحَمَّد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع ، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر، الإسكندرية، مصر ، 2002.

52- مُحَمَّد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996.

53- مُحَمَّد عبد الحميد :البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة،2000 .

54- مُحَمَّد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، بيروت، علام الكتب، 1993.

55- مُحَمَّد عبد الحميد، مناهج البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، مصر، ط5، 2015.

56- مُحَمَّد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، ط2، 2000.

57- مُحَمَّد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004.

58- مرزوق عبد الحكيم العادلي: الإعلانات الصحفية – دراسة في الاستخدامات والاشباعات القاهرة، دار الفجر، ط1 ،2004.

59- مرزوق عبد الحكيم، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباعات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.

60- مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، قراءة معاصرة في نظرية علم الاجتماع، ترجمة ، مصطفى خلف عبد الجواد، مطبوعات مركز البحوث والدراسات الاجتماعية، القاهرة، د ط ، 2002.

61- ملكة أبيض، الثقافة وقيم الشباب، دراسات ميدانية، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق 1984. السورية .

62- منال أبو الحسن، أساسيات علم الاجتماع الإعلامي – النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2006.

63- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 2012.

64- مهدي مُحَمَّد القصاص، التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss، عامر للطباعة والنشر، المنصورة ، ط1. 2007.

65- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، الجزائر، دار القصبة ، ط 2، 2006.

66- ميلفين دوفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائب الإعلام، ترجمة كمال عبدالرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ط 5، القاهرة، 2004.

67- نبيل علي، تحديات عصر المعلومات، مكتبة الأسرة، الأعمال العلمية، القاهرة، مصر، ط1، 2003.

68- نور الهدى عبادة، العلاقات الاجتماعية الافتراضية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، دار الماهر للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2019.

69- هادي نعمان الهيتي: إشكالية المستقبل في الوعي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003.

70- وائل خضر فضل الله: أثر الفيس بوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، السودان، ط1 ، 2011.

ثالثا: الرسائل الجامعية:

71- أحمد حسن سلمان، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، رسالة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن، 2017.

72- أحمد عبدلي، استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2011-2012 .

73- بضياف سهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر – دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيس بوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة العلوم في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، 2017 – 2018.

74- بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار، دراسة ميدانية على صحفيي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، 2016 – 2017.

75- بوجمعة رضوان، الاتصال التقليدي في الجزائر، مقاربة أنثربولوجية، ط1، مخبر علم الاجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.

76- بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2007.

77- رامي حسين حسن الشرافي حول دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميداني على عينة من طلبة الجامعات في قطاع غزة، رسالة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط من كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر، غزة.

78- رامي حسين حسني الشرافي، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في قطاع غزة، مذكرة في إطار الحصول على درجة الماجستير في دراسات الشرق الأوسط من كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة غزة، 1433/ 2012م.

79- السعيد دراحي، عادات وأنماط مشاهدة الأطفال للبرامج التلفزيونية، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين ، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة، الجزائر، 2003.

80- سعيدة خيرة بن عمار، تمثلات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2015-2016.

81- صابر لامية، وسائط الإعلام الجديد ودورها في تشكيل الوعي السياسي لدى المجتمع المدني الجزائري، دراسة استطلاعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017 – 2018.

82- الطيب البار، البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات العربية وتشكيل الفضاء العمومي الجزائري – دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2016-2017.

83- عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الدعوة والإعلام والاتصال كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبدالقادر، قسنطينة 2017 – 2018.

84- عبد الحكيم عبد الله مكارم، دور وسائل الإعلام في تكوين الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، رسالة ماجستير ، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2003.

85- عبد الكريم بابوري، عادات وأنماط مشاهدة طلبة جامعة سكيكدة للفضائيات العربية، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة، الجزائر، 2005.

86- عبدالله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

87- عبير أرشيد الخالدي، اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012-2013.

88- عبير حمدي، دور الإنترنت والراديو والتليفزيون في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001 .

89- لمياء سمير سيد، تأثير التعرض للأخبار والبرامج الإخبارية بالقنوات الفضائية على المستوى المعرفي للجمهور المصري: دراسة مسيحية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، جامعة القاهرة 2007 .

90- مُحَمَّد سلطان الفضلي، دور القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي، رسالة قدمت لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الإعلام، عمان، الأردن، أفريل 2010.

91- مُحَمَّد عبدالله مُحَمَّد الحورش، الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطن اليمني، دراسة ميدانية (دراسة حالة لأمانة صنعاء) ، رسالة قدمت استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، مارس 2012.

92- مُحَمَّد مرواني، أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة عبدالحميد بن باديس، مستغانم، 2018 – 2019.

93- نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة مُحَّد خيضر بسكرة، 2015-2016.

94- نوال بركات، انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية، أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع الاتصال والعلاقات العامة، جامعة مُحَّد خيضر بسكرة، 2015-2016.

95- ياسين بوذراع، دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

96- يحياوي عبدالحق، نشرات قناة الجزيرة الإخبارية والوعي السياسي بالصراع العربي الإسرائيلي، دراسة عينة من أساتذة المرحلة الثانوية بمدينة الجلفة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2010-2011.

رابعا: المجلات:

97- أحمد زايد، عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية، عالم الفكر، مجلد 32، الكويت سبتمبر، 2002.

98- أسامة غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجا» المملكة العربية السعودية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلة علمية محكمة ـ جامعة السلطان قابوس، المجلد 3، العدد 2، أغسطس 2016.

99- أماني السيد فهمي، "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتليفزيون "، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، أكتوبر ـ ديسمبر، 1999.

100- أماني جمال مجاهد، استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، جمعية المكتبات والمعلومات السعودية، الرياض، السعودية، العدد 8، ماي 2010.

101- باديس بوشحمة، علم الاجتماع السياسي الجذور التاريخية والفلسفية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت ، سكيكدة، الجزائر، العدد08، 2014.

102- باديس بوشحمة، علم الاجتماع السياسي الجذور التاريخية والفلسفية، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت ، سكيكدة، الجزائر، العدد08، 2014.

103- بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 18، 2013.

104- تيسير عبد الحميد أبو ساكور، دور الجامعات الفلسطينية في جنوب الضفة الغربية في تنمية الوعي السياسي ونشره لدى الشباب الجامعي، مجلة جامعة الخليل للبحوث، المجلد4، العدد1، 2009.

105- حمدان رمضان مُحَمَّد، على أحمد خضر، تاثير العوامل الاجتماعية تكوين المواقف السياسية (دراسة ميدانية في مدينة الموصل)، دراسات موصلية ، مجلة فصلية محكمة يصدرها مركز دراسات الموصل تعنى ببحوث الموصل الأكاديمية في العلوم الإنسانية، العدد الثاني عشر، أفريل 2006.

106- حمزة عثمان عمر، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، المجلة السودانية لدراسات الرأي العام، مجلة دورية محكمة تصدر عن مركز الرؤية لدراسات الرأي العام، الخرطوم، السودان، العدد 2، مارس 2012.

107- دليلة غروبة، الأنترنت الشبكات الاجتماعية وثورة الإعلام الجديد، مجلة الباحث الاجتماعي، مجلة علمية سنوية أكاديمية محكمة، تصدر عن قسم علم الاجتماع، جامعة قسنطينة 2، عبدالحميد مهري، العدد 11، مارس 2015.

108- رضوان قطبي بعنوان، شبكات التواصل الاجتماعي والحراك السياسي بالمغرب ، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات الإعلامية، مجلة دولية محكمة تصدر من ألمانيا، برلين عن المركز الديمقراطي العربي، تعنى بنشر الدراسات والبحوث في ميدان علوم الإعلام والاتصال، العدد الأول، جانفي 2018.

109- رفيق المصري، مستوى الوعي السياسي لدى أعضاء حركة التحرير الوطني الفلسطيني ، مجلة جامعة الأقصى، المجلد 11، ع2، جوان 2007.

110- زهير عابد:، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، دراسة وصفية تحليلية، مجلة جامعة النجاح الوطنية للأبحاث، مجلة علمية محكمة

تعنى بنشر البحوث العلمية الأصيلة في مجال العلوم الإنسانية، باللغتين العربية والإنجليزية، مجلد 26 ع 6، نابلس، فلسطين، 2012.

111- سلوى مُحَمَّد العوادلي، "صورة الولايات المتحدة الأمريكية لدى الشباب الجامعي بعد أحداث 11 سبتمبر: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة القاهرة " ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير ـ مارس 2002.

112- سمية حوادسي، جدلية دور مواقع التواصل الاجتماعي، بين نشر الوعي السياسي والاجتماعي وثقافة العنف والتطرف الإرهابي في المجتمع العربي، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل للبحث العلمي تعنى بالدراسات السياسية والعلاقات الدولية ، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، العدد 16، أفريل 2018.

113- صونية عبديش، الشبكات الاجتماعية على الإنترنت" رؤية ابستمولوجية"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، دورية دولية أكاديمية محكمة تصدر عن جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 20، ديسمبر 2016 .

114- طه عبد العاطي نجم، أنور بن مُحَمَّد الرواس، العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسية "دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الإنترنت" ، مجلة دفاتر السياسة والقانون ، مجلة إلكترونية متخصصة تعنى بالدراسات القانونية والقضائية ، جامعة ورقلة، العدد الرابع، جانفي 2011.

115- عائشة لصلج، أشكال التعبير عن الهوية عبر الفيسبوك، دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجزائري،

116- عائشة لصلج، العنف الرمزي عبر الشبكات الاجتماعية الافتراضية، قراءة في بعض صور العنف عبر الفيسبوك، مؤسسة مؤمنون بلا حدود ، الرباط، أكدال، المملكة المغربية، 28يونيو 2016.

117- عبد الكريم علي الدبسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية – دراسة وصفية مسحية ، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، المجلد 40، العدد 1، 2013.

118- علي غربي، أبحديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009.

119- فاطمة الزهراء، منهجية وتقنيات البحث الاجتماعي، سلسة المحاضرات العلمية، تصدر عن مركز جيل للبحث العلمي، البليدة، الجزائر، يونيو 2015.

120- كمال المنوفي، الثقافة السياسية وأزمة الديموقراطية في الوطن العربية، مجلة المستقبل العربي، ع 167، 1980.

121- مختارية خديجي، شرف المرأة في الثقافة الجزائرية بين الثابت والمتغير (رصد لمحددات تمثل القيمة)، مركز جيل البحث العلمي، مجلة علمية دولية محكمة تصدر شهريا عن مركز جيل للبحث العلمي تعنى بالدراسات الإنسانية والاجتماعية، لبنان، ، العدد 45، سبتمبر 2018.

122- مشتاق طلب فاضل، وسائل الإعلام الاجتماعي وتوجهها العدواني في التجنيد والدعاية للإرهاب، مجلة تكريت للعلوم السياسية، دورية فصلية محكمة تصدر عن كلية العلوم السياسية ، العراق، أوت 2018، السنة 4، العدد 13.

123- مشري مرسي، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، العدد 359، 2012.

124- ميلود سفاري، الاسس المنهجية في توظيف الدراسات السابقة، مجلة جامعة قسنطينة للعلوم الإنسانية، عدد خاص ، 1995.

125- نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث. السنة 5، العدد 11، جوان 2013.

126- ناصر زين العابدين أحمد، وليلى عيسى أبو القاسم، مفهوم وأهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع، مجلة تكريت للعلوم السياسية، دورية فصلية محكمة تصدر عن كلية العلوم السياسية، العراق، المجلد 3، أكتوبر 2017، المجلد 3، السنة 3، العدد 9.

127- نصر الدين العياضي، الشباب في دولة الإمارات والانترنت: دراسة في التمثلات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود الرياض، المملكة العربية المتحدة، العدد الثامن، ماي 2012.

128- هويدا مصطفى، الإعلام والمشاركة السياسية "المقومات والإشكاليات"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، أفريل 2000.

خامسا: المؤتمرات والملتقيات:

129- نصر الدين عبدالقادر عثمان، مريم مُحَّد صالح، إشكالية اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، بحث مقدم للمؤتمر الدولي للغة العربية، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية تحت عنوان، اللغة العربية في خطر الجميع شركاء في حمايتها، 7-10 ماي 2013، ص ص 30- 33. تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط:
http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-948741639-1407831978-318.pdf

130- أشرف جلال حسن مُحَّد: دور دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في(مصر-تونس-ليبيا- سوريا- اليمن)، مقدمة في المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال : "شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام" جامعة الملك سعود –الرياض 23-24 جمادي الأولي 1433 الموافق 15- 16 أبريل 2012 ، تاريخ الدخول: 12 ماي 2015. على الرابط:
http://www.meu.edu.jo/ar/images/Papers/Media

131- أمال قرامي، قراءة في محتوى بعض المدونات العربية من منظور الجندر، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أفريل 2009، منشورات جامعة البحرين، 2009.

132- أمل نصر الدين سليمان عمر، تصور مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعلم القائم على المشروعات وأثره في زيادة دافعية الإنجاز والاتجاه نحو التعلم عبر الويب، مطبوعات المؤتمر الدولي الثالث للتعلم الإلكتروني والتعليم عبر الويب، المركز الوطني للتعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد، جامعة أم القرى،2013 .

133- عبده مُحَمَّد دوؤد حافظ، تواصل الشباب الجامعي من خلال الشبكات الاجتماعية، ظاهرة اجتماعية أم ضرورة تقنية، المؤتمر العلمي وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، كلية الإعلام، جامعة البتراء، عمان، الأردن، 2011.

134- ليلى حسين مُحَمَّد السيد، "دور وسائل الاتصال في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام "،بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، في الفترة من 25 . 27 مايو 1998.

135- نائلة إبراهيم عمارة "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر ديسمبر 2005، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، 4.2 مايو، 2006.

المراجع باللغة الأجنبية

136- Baran ،Stanley J. &Daves ،Dennis. K." Mass Communication Theory: foundations ،ferment ،& future " ،(Canada: Thomson width worth ،2003.

137- Bottomore,T.B. Classesin modern Society,London,1960،p 10.

138- Charles Kadushin, Understanding Social Networks: Theories, Concepts, and Findings. New York: OXFORD University Press, 2012, pp 135-189.

139- Danah Boyd & Nicole Ellison: "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship",Journal of Computer-Mediated Communication, N° 13, (2007).

140- **Ebrahim Abdulrahman Al-Shaikh Hasan** : "News Media and Political Socialisation of Young People: The Case of Bahrain", **Thesis Submitted for the degree of Doctor of Philosophy**, **Department of Media and Communication ; at the University of Leicester.United Kingdom**, **2013**.

141- Fadi Salem, the Arab social media report, social media and the internet of things, towards data – driven policymaking in the Arab world ,vol7,dubai MBR school of government,2017.

142- Ferréol Gilles: Dictionnaire de sociologie, 2eme ed, Armand collin, paris, 1995.

143- Halpern ،p. "Media Dependency and Political Perceptions in an Authoritarian Political system " ،Journal of communication ،(Vol. 4 ، No. 4 ، 1994) .

144- Jennings Bryant , Susan Thompson " Fundamentals of Media Effects " (New York: McGraw Hill , (2002.

145- Laurent collée, sécurité et vie privée sur les réseaux sociaux, mémoire pour l'obtention du diplôme de master en gestion de la sécurité des systèmes d'information, université de Luxembourgm, 2009.

146- Loges . W. E. "Canaries in The Coal Mire ،Perception of Threat and Media system Dependency Relations" ،in Communication Research ،(Vol. 21 ، 75.1 ، 1994) .

147- Mariano. M.Ariola, priciples&methods of research , 1ed, Rex Book Store publishing, Manilla ,2007.

148- Maurice Angers, initiation prataique a' la méthodologie des sciences hummaines, Alger, Casbah édition 1997.

149- Melvin ،l. Defleur ،sandarac ،J. Ball Rokeach ،" Theories of Mass communication ،(U. S. A: N. y ،long man ،5 Th Ed ،1989.

150- Mireille Duponthieux: La représentation, Ed hachette supérieur, 2001.

151- ndré Donart et Yacqué Bourneuf: Le Petit LAROUSSE de la Médcine, tome1, 1983.

152- Noelle J. Hum, Perrin E. Chamberlin , et al, A picture is worth a thousand words: A content analysis of Facebook profile photographs, op cit, p 1828.

153- Philippe Breton, le culte de l'internet une menace pour le lien social, casbah édition, Alger, 2004 .

154- ROMAN GERODIMOS : "NEW MEDIA, NEW CITIZENS, THE TERMS AND CONDITIONS OF ONLINE YOUTH CIVIC ENGAGEMENT" ; A thesis for the degree of Doctor of Philosophy submitted in partial fulfilment of the requirements of Bournemouth University , 2010.

155- **Romina** Cachia , (2008), **Social Computing**: **Study on The Use and Impact of Online Social Networking**, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities , 2008.

156- Thomas, Kiehne, Social Networking, Systems: History, Critique, and knowledge Management Potentials School of Information , University of Texas at Austin, 29 April 2004.

157- Wasine Kittiwongvivat,Pimonpha Rakkanngan. Facebook your dream,Master Thesis, 2010.

المواقع الإلكترونية :

158- إبراهيم بعزيز، دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية، موجود على الرابط: http://arabsfordemocracy.org/democracy/pages/view/pageId/1504

159- إبراهيم عبدالله، حول مفهوم الرأي، مجلة الرائد، مجلة شهرية تصدر عن الدار الإسلامية للإعلام، العدد 188، ألمانيا، أفريل 1997، تاريخ التصفح 17 جوان 2018، انظر الرابط: www.alraid.net/Word/a188ai84n07.doc

160- أحلام باي، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2017، على الرابط: http://constantine3.blogspot.com/2013/12/mass-media-dependency-theory.html

161- بكر نوفل، "الفيس بوك" وأخلاقيات الأسماء المستعارة ، تاريخ الزيارة 18 جانفي 2019، على الرابط: https://www.paldf.net/forum/showthread.php?t=1119246

162- بيرق حسين جمعة الربيعي، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز القيم لدى الشباب. تاريخ التصفح 12 ديسمبر 2018 على الرابط:

https://portal.arid.my/Publications/67fad074-efd8-41.pdf

163- تعريف و معنى رأي في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي ، تاريخ الزيارة 14 جوان 2018، انظر الرابط:

https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/%D8%B1%D8%A3%D9%8A/

164- التفاعلية الرمزية، تاريخ الزيارة 13 مارس 2019، متاح على الرابط:

https://alameed70.wordpress.com/2015/06/02/

165- الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي، تاريخ الزيارة 13 فيفري 2019، على الرابط:

https://www.hellooha.com/articles/1330-انتشار-الأخبار-الكاذبة-على-وسائل-التواصل-الاجتماعية

166- حسني عوض: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب، جامعة القدس المفتوحة،ص4، دراسة منشورة على الموقع تاريخ الولوج 12 جويلية 2013.

www.qou.edu/.../socialResponsibilityConf/dr_hou

167- حسين فاروق، الشبكات الاجتماعية العربية.. نظرة تقييمية، تاريخ الزيارة 14 ماي 2018، متاح على الرابط: https://www.alukah.net/culture/0/23781/

168- خالد حامد عمر، شبكات التواصل الاجتماعي: إدمان بلا حدود، تاريخ الولوج : 14نوفمبر 2018، على الرابط: https://www.alukah.net/culture/0/105034/#ixzz5cu4kmMh2

169- خالد وحيد، إحصائية استخدام الفيسبوك في الوطن العربي شهريًا، تاريخ الزيارة 13 جانفي 2019، على الرابط:

https://vapulus.com/blog/ar/الفيسبوك-في-الوطن-العربي/

170- دولة تتفوق على الولايات المتحدة الأمريكية في عدد مستخدمي الفيسبوك ؟!

https://www.androydi.com/دولة-تتفوق-على-الولايات-المتحدة-الأمر/

171- رضوان قطبي ، شبكات التواصل الاجتماعي و الحراك السياسي بالمغرب : دراسة ميدانية، تاريخ الزيارة 14 جانفي 2019، على الرابط: https://democraticac.de/?p=46788

172- زيرفان سليمان البرواري: الوعي السياسي وتطبيقاته – الحالة الكردستانية نموذجا- مطبعة هاني دهوك، العراق، ط1، موجود على الرابط:
www.qudwa1.com/articles/20/alwayi-alsyasi.doc

173- سانام ناراجي وجودي البشرا، المجتمع المدني، تاريخ التصفح 18 أفريل 2019، على الرابط:
https://www.international-alert.org/sites/default/files/library/TKCivilSocietyArabic.pdf

174- سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية.. خطر أم فرصة، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المسابقة الثانية، فرع الدراسات والأبحاث، تاريخ الولوج 27 جويلية 2015، رابط الموضوع:
https://www.alukah.net/publications_competitions/0/40402/

175- سليمان فرج بن عزون، الوضع الديمغرافي والسكاني للشباب في الجمهورية اليمنية، دراسة عن معارف واتجاهات الشباب، وزارة الشباب والرياضة، اليمن، تاريخ التصفح 15 أوت 2018، متاح على الرابط: https://www.yemen-nic.info/files/sport/studies/sliman.pdf

176- سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية، مقاربة لفهم العلاقة بين البناء والترهل، مجلة العلوم الإنسانية، مقاربات المجلد 56, تاريخ الزيارة 11 ماي 2018، متاح على الرابط:
https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/14231

177- الشبكات الاجتماعية، تاريخ الولوج23 جويلية 2013.، على الرابط:
http://chaimaareda.forumegypt.net/t3-topic

178- شبكة الدعوة، أهمية الوعي السياسي في العمل الاسلامي، تاريخ الزيارة 14 ماي 2018، على الرابط:
http://www.daawa.net/display/arabic/efuqh/efuqhdetail.aspx?eid=16&etype=3

179- شبكة فلسطين فلسطين للحوار: دروس في صناعة الوعي السياسي ، تاريخ الزيارة على الرابط:
https://www.paldf.net/forum/showthread.php?t=211224

180– صابر بليدي، حضور الشباب الجزائري في الحياة السياسية يقتصر على الشعارات ، جريدة العرب، أول صحيفة عربية يومية ، تأسست في لندن عام 1977، الأحد : 2018/09/02، السنة 41، العدد 11096، ص 19. رابط النسخة الإلكترونية :

https://i.alarab.co.uk/s3fs-public/2018-09/11096_0.pdf?MnPHuVpAPc7tyyW4NnkVn21mRHOzm8K_#page=19

181- الصادق الحمامي : كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية؟ إحدى عشرة مسألة أساسية ، تاريخ الولوج 23 جويلية 2015، موجود على الرابط:

http://cybervues.blogspot.com/2012/07/blog-post.html

182- صحيفة عين الرياض، 6.1 مليار مستخدم للهواتف الذكية مع حلول 2020، تاريخ التصفح 13 مارس 2019، على الرابط:

https://www.eyeofriyadh.com/ar/news/details/6-1-billion-smartphone-users-worldwide-by-2020

183- طه عبد العاطي نجم: العلاقة بين تعرض الشباب العماني لوسائل الإعلام الجديدة ومستوى المعرفة السياسي، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الأنترنت ن دفاتر السياسة والقانون، موجود على الرابط:

http://www.univ-ouargla.dz/pagesweb/PressUniversitaire/PGs/da_n4.html

184- عادل عبد الصادق، قيم وسلوك الشباب فى عصر الشبكات الاجتماعية ، تاريخ التصفح 15 جانفي 2019 على الرابط: http://aitmag.ahram.org.eg/News/92028.aspx

185- عادل عبد الصادق ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الأمن والحرية، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط: http://accronline.com/article_detail.aspx?id=10

186- عامر راشد، وسائل التواصل الاجتماعي تهز عرش صاحبة الجلالة، تاريخ التصفح 23 جانفي 2019، على الرابط:

https://arabic.sputniknews.com/analysis/201607291019768523

187- عبد الرزاق الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، تاريخ الزيارة 12 جانفي 2019، على الرابط:

http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/07/180726114550136.html

188- عبدالرحمن أحمد حريري، الاستبيانات الإلكترونية، تاريخ الزيارة 2018/11/25 على الساعة 22:45، على الرابط: https://educad.me/34 /

189- عبدالرحمن السليمة، غرائب الأسماء المستعارة وظاهرة التخفي لدى مستخدمي التواصل الإجتماعي، تاريخ الزيارة 18 جانفي 2018، https://www.magltk.com/nicknames

190- عثمان لحياني، بد العزيز بوتفليقة وقضايا الفساد: استثناء مرجّح من المساءلة، تاريخ الزيارة 14 ماي 2019، متاع على الرابط: https://www.alaraby.co.uk/politics/2019/6/25 /

191- عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر يتجاوز 20 مليون مستخدم ، تاريخ الزيارة 16 مارس 2019، على الرابط:

https://www.androydi.com/عدد-مستخدمي-الأنترنت-في-الجزائر-يتجاوز/

192- على أسعد وطفة، تأملات في مفهومي الشباب وثقافة الشباب، ص 276.، تاريخ الزيارة 14 جوان 2017، متاح على الرابط :

http://tourathtripoli.com/old/phocadownload/dirasset_fi_3ilm_alijtima3_al3am/ta2amoulat%20fi%20mafhoumie%20alchabab.pdf

193- على سعد وطفة: التحديات السياسية والاجتماعية في الكويت والوطن العربية، بحث في مضامين الوعي السياسي عند طلاب جامعة الكويت، موجود على الرابط :

http://www.tourathtripoli.org/phocadownload/dirasset_fi_syassa/12.pdf

194- علي هاشم، تكوين الهوية الرقمية للشباب الجزائري – مقاربة سوسيولوجية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، موقع أرنتروبوس، الموقع العربي الأول في الأنثروبولوجيا، تاريخ التصفح 15 جوان 2018، متاح على الرابط:

http://www.aranthropos.com/%d8%aa%d9%83%d9%88%d9%8a%d9%86-%d8%a7%d9%84%d9%87%d9%88%d9%8a%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%82%d9%85%d9%8a%d8%a9-

%d9%84%d9%84%d8%b4%d8%a8%d8%a7%d8%a8-
%d8%a7%d9%84%d8%ac%d8%b2%d8%a7%d8%a6%d8%b1%d9%8a-3/

195- عوض بن سعيد باقوير، مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي، تاريخ التصفح 1" فيفري 2019، على الرابط: **http://alwatan.com/details/215795**

196- فتيحة بوغازي، التأثير و نظرية الاستخدام والاشباع، تاريخ الزيارة 13 فيفري 2019، متاح على الرابط:

http://audience-studies.over-blog.com/article-32639333.html

197- فطيمة بوهاني، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللغة العربية عند الشباب الجزائريين دراسة ميدانية لكيفية مساهمة استخدام الفيس بوك في اندثار ونسيان اللغة العربية عند الجامعيين، تاريخ الزيارة 14 أفريل 2019، على الرابط:

http://www.alarabiahconference.org/uploads/conference_research-1038756416-1407832061-320.pdf

198- كمال حميدو، التواصل الاجتماعي والنشاط السياسي في الحراك الجزائري: من دوامة الصمت إلى دوامة التعبير، معهد الجزيرة للإعلام، ص ص 2 – 7 ، تاريخ التصفح 20 أكتوبر 2019، متاح على الرابط:

http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/10/191010090016033.html

199- مازن الدراب :مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي 2015. موجود على الرابط: http://knol.google.com/mazen-aldarrab

200- مازن الدراب :مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، تاريخ الدخول 14 ماي 2014، الرابط: http://knol.google.com/mazen-aldarrab

201- مُحَمَّد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية نموذجا، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال ، الأكاديمية العربية في الدانمارك، 2012، انظر الرابط: http://arabsi.org/attachments/article/2095/

202- مُحَمَّد أوجار: ندوة الوعي السياسي واختيارات الناخب، معهد البحرين للتنمية السياسية، موجود على الرابط: http://www.bipd.gov.bh/PDF/Nadawat/nadawat4.pdf

203- مُحَمَّد بن عبدالله بن سليمان الدخيل، حق التعبير عن الرأي: دراسة شرعية تأصيلية، تاريخ الزيارة 17 جوان 2018، على الرابط:

http://safahet.blogspot.com/2011/09/blog-post_944.html

204- مُحَمَّد سعيد عبد المجيد، ممدوح عبد الواحد الحيطي ، شبكات التواصل الاجتماعي والثقافة السياسية للشباب الجامعي – دراسة ميدانية، تاريخ التصفح : 14 أفريل 2018، متاحة على الرابط:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiGltSytuzlAhUo4YUKHX9UAlIQFjABegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Ferepository.cu.edu.eg%2Findex.php%2FARTS-Conf%2Farticle%2Fview%2F5153%2F5067&usg=AOvVaw3D6OVmT15TmWILJCd7J4u_

205- مُحَمَّد عبد العزيز، مصداقية مضامين وسائل إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015: دراسة تحليلية.، تاريخ التصفح 13 فيفري 2019، متاح على الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/319696645_msdaqyt_alam_almwatn_br_mwaq_altwasl_alajtmay_walbramj_alhwaryt_balqnwat_alfdayyt_almsryt_kma_ydrkha_alshbab_almsry/citation/download

206- مُحَمَّد مُحَمَّد عبدالمنعم، الرشيد إسماعيل الطاهر، زينب عبد الرزاق، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، ص 301 – 302. ، تاريخ التصفح 13 ماي 2018، متاح على الرابط:

http://mj.minia.edu.eg/edu/images/Scientific-Journal/first-volume-2016/syed.pdf

207- معد عاصي علي ، و دحام علي حسين أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات إزاء قضايا الفساد السياسي، تاريخ التصفح 12 جانفي 2019، على الرابط:

https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=109005

208- مليكة جابر حمداوي، النظرية التفاعلية الرمزية، تاريخ الزيارة 13 مارس 2019، متاح على الرابط:

http://damascusuniversity.edu.sy/human/FCKBIH/file/

209- منصور العمري، المجتمع المدني.. تعريفه ومهامه، جريدة عنب بلدي، تاريخ التصفح 18 أفريل 2019، على الرابط: **https://www.enabbaladi.net/archives/226450**

210- مهند حبيب السماوي، آخر احصائيات العالم الرقمي، جريدة إيلاف الإلكترونية، العدد 6505، الخميس 14 مارس 2019 تاريخ الزيارة 15 مارس 2019، على الرابط: https://elaph.com/Web/Opinion/2018/3/1196481.html

211- موسى مُحَمَّد آل طويرش: الوعي السياسي كعنصر أساس في بناء النظام السياسي الديمقراطي: موجود على الرابط: http://thenewiraq.com/?p=2512

212- موقع الإذاعة الجزائرية، أكثر من 13 مليون جزائري يتصفحون يوميا الانترنت، تاريخ التصفح 16 مارس 2019، على الرابط:

http://www.radioalgerie.dz/news/ar/node/109131

213- موقع نيوز الآن، بالأرقام.. عدد مستخدمي الهواتف الذكية في الجزائر، تاريخ التصفح 16 مارس 2019، على الرابط:

https://www.alanenews.dz/بالأرقام-عدد-مستخدمي-الهواتف-الذكية-في الجزائر/

214- نها عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الأسس والمنطلقات، المعهد المصري للدراسات، تقارير 21 نوفمبر 2018، ص14 ، تاريخ الزيارة: 14 جويلية 2019، على الرابط:

https://eipss-eg.org/wp-content/uploads/2018/11/

215- هبه مُحَمَّد خليفة: مواقع الشبكات الإجتماعية.. ما هي؟ تاريخ الولوج: 22 أوت 2015. موجود على الرابط: http://www.alyaseer.net/vb/showthread.php?t=17775

216- وليد رشاد زكي، نظرية الشبكات الاجتماعية من الأيديولوجيا إلى الميثولوجيا، المركز العربي لأبحاث القضاء الإلكتروني، سلسلة قضايا استراتيجية، مارس 2012، تاريخ الولوج:13ماي 2018، متاح على الرابط: **http://www.accronline.com/article_detail.aspx?id=2593**

217- ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، الوعي http://ar.wikipedia.org/

218- Amy Y. Chou, David C: Information System Charcteristics and sosial network Software, 2009. تاريخ الولوج 26 جويلية 2015 www.swdsi.org/swdsi2009/9k02.pdf

219- Internat Society , Global Internet Raport 2014, تاريـــخ الزيارة 13 جوان 2018 متاح على الرابط:
https://www.internetsociety.org/sites/default/files/Global_Internet_Report_2014_0.pdf

220- Kiehne ،T , Social Networking Systems: History ، Critique،and Knowledge Management Potentials ", University of Texas at Austin:2018 مـاي تاريـخ الـزيارة، متـاح علـى الـرابط ،
https://www.academia.edu/25179680/Social_Networking_Systems_History_Critique_and_Knowledge_Management_Potentials

221- Megan E. Hershey, ,"**A social media revolution**", تاريخ الزيارة 13 جوان 2018 متاح على الرابط:
http://www.personal.psu.edu/jcm364/blogs/liberal_arts_200_-_spring_2011/essays/Social%20Media%20Revolution.pdf

222- Megan E. Hershey, ,"**A social media revolution**", تاريخ الزيارة 13 جوان 2018، متاح على الرابط:
http://www.personal.psu.edu/jcm364/blogs/liberal_arts_200_-_spring_2011/essays/Social%20Media%20Revolution.pdf

الملاحـــــــــق

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة

كلية أصول الدين قسم الدعوة والإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

استمارة استبيان حول: شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري– دراسة ميدانية

إعداد: **إشراف الأستاذ:**

رمضان بن بخمة **د. أحمد عبدلي**

أخي الشاب، أختي الشابة :

هذه استمارة استبيان ضمن متطلبات إعداد رسالة دكتوراه حول استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب الجزائري – دراسة ميدانية .

لذ نكون شاكرين لكم إجابتكم عن الأسئلة، ونعلمكم بأنه لن يتم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي، ضمن متطلبات إعداد أطروحة دكتوراه، وسيحرص الباحث على حفظ سرية البيانات الخاصة بكل مشارك في هذا الاستبيان، بما تقتضيه أخلاقيات البحث العلمي.

ملاحظة:الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

نرجو منكم تحويل الاستمارة عبر البريد الالكتروني التالي: ramdane2909@yahoo.fr

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس:

- ذكر ☐
- أنثى ☐

2- السن

- من 15 سنة إلى 20 سنة. ☐
- من 21 سنة إلى أقل من 25 سنة. ☐
- من 26 سنة إلى أقل من 30 سنة. ☐
- من 31 سنة إلى 35 سنة. ☐

3- المستوى التعليمي:

- ابتدائي ☐
- متوسط ☐
- ثانوي ☐
- جامعي ☐

المحور الثاني : عادات وأنماط الاستخدام الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي:

4- منذ متى وأنت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

- أقل من سنة ☐
- من سنة إلى 3 سنوات . ☐
- أكثر من 3 سنوات ☐

5- ما هو عدد الساعات التي تقضيها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يوميا؟

- أقل من ساعة ☐
- من ساعة إلى أقل من ساعتين يوميا ☐
- من ساعتين إلى 4 ساعات يوميا ☐
- أكثر من 4 ساعات يوميا ☐

6- ما هو مكان تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟

- البيت ☐
- الجامعة ☐
- العمل ☐
- مقهى الانترنت ☐

- أخرى تذكر.....

7– رتب الشبكات الآتية حسب أولوية استخدامك لها في المجال السياسي:

الشبكة	الترتيب
Facebook	
Twitter	
Instagram	
WhatsApp	
Google +	
Linkedin	
Snapchat	
youtube	
أخرى تذكر:....	

8– من أي جهاز(وسيلة) تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

- هاتف محمول ☐
- لوحة رقمية ☐
- كمبيوتر محمول ☐
- كمبيوتر ثابت ☐

9– هل تملك أكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته ؟

- نعم ☐
- لا ☐

10– ما هو الاسم الذي تتواصل به عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

- اسمي الشخصي (الحقيقي) ☐
- اسم مستعار ☐

11– إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي فما هي الأسباب؟

- الظهور بهويتك الحقيقة ☐
- ليتمكن معارفك من العثور عليك بسهولة ☐
- كسب ثقة المشتركين معك أكثر ☐

- التواصل بالاسم الحقيقي يعطي مصداقية أكثر لحسابي ☐
- التواصل بالاسم الحقيقي يغلق باب التلاعب ☐
- أخرى تذكر : .....

12– إذا كنت تستخدم اسما مستعارا لماذا؟

- الرغبة في تقمص شخصية غير شخصيتك الحقيقية ☐
- حتى لا يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية ☐
- الرغبة في إقامة علاقات مفتوحة ☐
- الهروب من الرقابة والمتابعة القضائية ☐
- التعبير عن آرائي بحرية أكثر ☐
- أخرى تذكر: .....

13– ما الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك؟

- صورتي الحقيقية ☐
- ممثل أو فنان ☐
- لاعب كرة قدم ☐
- شخصية سياسية ☐
- شخصية دينية ☐
- أخرى تذكر: .....

المحور الثالث :دوافع الاستخدام السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي:

14– هل تتابع الاخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي :

- دائماً ☐
- غالبا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- أبدا ☐

15– حدد درجة متابعتك للأنشطة السياسية الآتية :

درجة المتابعة / النشاط السياسي	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
النشاط السياسي الرسمي (الحكومي)					
نشاطات الأحزاب السياسية					
نشاطات المجتمع المدني					
نشاط الشخصيات السياسة					
أحداث السياسة الدولية					

16– هل تعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية :

- مصدرا رئيسيا أولا ☐
- أحد المصادر الرئيسة ☐
- مصدرا ثانويا ☐
- لاأعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية ☐

17– ما دوافع تعرضك للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

- تمكنني من المشاركة في الأحداث السياسية المختلفة ☐
- تبقيني على إطلاع بشكل آني على الأحداث السياسية المختلفة ☐
- تمكنني من التواصل المباشر مع الفاعلين في الأحداث السياسية المختلفة ☐
- مصدر مهم للمعلومات عن الأحداث السياسية المختلفة. ☐
- تتيح لي فرصة النقاش السياسي مع الآخرين. ☐
- فهم ما يحدث في المجتمع من صراعات سياسية. ☐
- تساعدني على تكوين رأي فيما يخص الأحداث السياسية المختلفة ☐
- تتيح لي فرصة التعبير الحر عن آرائي السياسية . ☐
- تمكنني من التعرف على آراء الآخرين ☐
- تمكنني من البحث عن تفاصيل الأحداث التي لا تتناولها وسائل الاعلام التقليدية ☐

18– ماهي النشاطات السياسية التي تمارسها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي؟

كتابة المنشورات السياسية ☐

التعليق على المنشورات السياسية المختلفة ☐

إعادة نشر المضامين السياسية المختلفة ☐

☐

إنشاء الوسوم (هاشطاق) المتعلق بالأحداث السياسية المختلفة .

إنشاء مجموعات افتراضية تهتم بالشأن السياسي. ☐

19- هل تثق دائما في الأخبار السياسية التي تجدها في الشبكات الاجتماعية ؟

- دائماً ☐
- غالبا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- أبدا ☐

20- هل تتحرى عن صدقتيها عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية ؟

- دائماً ☐
- غالبا ☐
- أحيانا ☐
- نادرا ☐
- أبدا ☐

المحور الرابع: تمثلات الشباب المبحوث لشبكات التواصل الاجتماعي:

21- ماذا تمثل شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لك؟

الرقم	الرأي / العبارة	موافق	محايد	معارض
01	شبكات التواصل الاجتماعي مصدر مهم للمعلومات السياسية			
02	تشكل شبكات التواصل الاجتماعي منبرا للحرية السياسية			
03	التواصل الاجتماعي ساحة واسعة للتعبير عن آرائي واتجاهاتي السياسية			
04	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الصورة الحقيقة للأوضاع السياسية للبلاد			
05	تتيح شبكات التواصل الاجتماعي الحرية الكاملة في كشف أو إخفاء شخصية العضو أو المشارك			
06	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام تجاه بعض القضايا السياسية			
07	تتيح شبكات التواصل الاجتماعي اختصار المسافات الجغرافية			
08	تتيح شبكات التواصل الاجتماعي التخلص من الضغوط السياسية			
09	تسمح بالاطلاع على بعض الآراء العامة تجاه بعض القضايا السياسية التي يتم طرحها عبر وسائل الإعلام			
10	شبكات التواصل الاجتماعي أداة للتعبير المباشر عن الموقف السياسي			

11	أستعين بشبكات التواصل الاجتماعي من أجل تكوين آرائي و اتجاهاتي السياسية			
12	تسمح شبكات التواصل الاجتماعي بالتعرف على العديد من الشخصيات السياسية الفاعلة			

المحور الخامس: الموضوعات السياسية التي تحضى باهتمام الشباب الجزائري عبر شبكات التواصل الاجتماعي

22– ما الموضوعات والأحداث السياسية التي تتابعها عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي ؟

- المحلية (الجهوية) ☐
- الوطنية ☐
- العربية ☐
- الدولية ☐

23– ما طبيعة المواضيع السياسية التي ترغب في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

- النشاط الرئاسي ☐
- النشاط الحكومي ☐
- نشاطات الأحزاب السياسي ☐
- الشخصيات السياسية ☐
- النظم السياسية الحاكمة ☐
- الديمقراطية في دول العالم الث ☐
- الفساد السياسي ☐
- مؤسسات الدولة السياسية ☐
- حقوق الإنسان ☐
- حرية الرأي والتعبير ☐

أخرى تذكر:..... ☐

24– ما الموضوعات السياسية التي تفضل مشاركتها مع غيرك عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

.....

.....

25– ما نوع المشاركات التي تنشرها على صفحتك الشخصية ؟

- مقالات صحفية ☐
- كتب ومجلات ☐
- فيديوهات ☐
- صور ☐
- رسوم كاريكاتيرية ☐
- أخرى تذكر : .....

26– ما اللغة التي تستخدمها في تواصلك مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- العربية الفصحى ☐
- الفرنسية ☐
- الإنجليزية ☐
- العامية ☐
- العربية بحروف لاتينية
- اخرى تذكر : .....

27– كيف تتعامل مع المضامين السياسية التي تصادفها على شبكات التواصل الاجتماعي؟

الرقم	الرأي / العبارة	موافق	محايد	معارض
01	أعلق على مشاركات الآخرين			
02	أعيد مشاركتها عبر صفحتي الخاصة			
03	أقوم بالنشر على حسابي وأتواصل مع الأصدقاء لمعرفة آرائهم			
04	أحتفظ بها في حاسوبي الشخصي			
05	أناقشها مع الأهل والأصدقاء			
06	الدخول في نقاشات جماعية			
07	إضافة صور أو فيديو			
08	إبداء الإعجاب بمشاركات الآخرين			
09	أتجاهلها			

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

المحور السادس : شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الآراء السياسية:

28– هل تساعدك شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر؟

- نعم ☐
- لا ☐

29– ما درجة اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية:

الرقم	الرأي / العبارة	موافق	محايد	معارض
01	زاد اهتمامي بمختلف القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي			
02	تشجعني المضامين السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية			
03	زادت شبكات التواصل الاجتماعي من وعيي السياسي حول العديد من القضايا المحلية والوطنية والدولية			
04	تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في كشف وفضح الممارسات السياسية الخاطئة للمسولين			
05	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في دفعي نحو التعبير عن رأيي في الكثير من الفعاليات السياسية الداخلية			
06	ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير السياسة الحكومية لأنها تمارس ضغطا على المسؤولين			
07	أثق في المعلومات السياسية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي			
08	عززت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية .			
09	عدلت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية .			
10	غيرت شبكات التواصل الاجتماعي من قناعاتي السياسية .			
11	زاد إحساسي بالمشكلات الراهنة بعد استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي			

المحور السابع: سلبيات ومعيقات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية :

30– برأيك ما هي سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية ؟ "يمكن اختيار أكثر من إجابة"

- وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها ☐
- ضعف الأمان والخصوصية ☐
- تسئ إلى قيم المجتمع ☐
- الرقابة المفروضة على هذه الوسائل ومحاسبة واعتقال أصحابها ☐

- عدم وجود سند تشريعي واضح يحمي حقوق القائمين على هذه الوسائل ويحدد مسؤولياتهم ☐
- أخرى تذكر:

.....

31– ما هي مقترحاتك لتكون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر فاعلية في تشكيل الآراء السياسية لدى الشباب؟

.....

.....

.....

شكرا على كريم تعاونكم معنا

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	201
2	توزيع أفراد العينة حسب متغيري السن والجنس	206
3	توزيع أفراد العينة حسب متغير ي المستوى التعليمي والجنس	209
4	مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	215
5	مكان تصفح شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	218
6	أكثر شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع	221
7	جهاز(وسيلة) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	230
8	امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير النوع	236
9	امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير الفئة العمرية	237
10	الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	240
11	الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية	244
12	أسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	247
13	أسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع	250
14	الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع	253
15	متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	261
16	درجة متابعة المبحوثين للأنشطة السياسية	265
17	درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير النوع	270
18	درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية	273

19	دوافع تعرض المبحوثين للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	277
20	النشاطات السياسية التي يمارسها المبحوثون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع	281
21	يبين درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير النوع	283
22	درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير الفئة العمرية	289
23	درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع	291
24	التمثلات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين	298
25	الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	303
26	طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي	305
27	الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	310
28	نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية حسب النوع	313
29	اللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي	316
30	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الجنس	320
31	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الفئة العمرية	322
32	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي	325
33	درجة اعتماد المبحوثين على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية	327
34	سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية حسب النوع	330

فهرس الأشكال البيانية

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	تطور الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت	126
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	201
3	توزيع أفراد العينة حسب متغيري السن والجنس	206
4	توزيع أفراد العينة حسب متغيري المستوى التعليمي والجنس	210
5	مدة استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	215
6	مكان تصفح شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	219
7	أفضل شبكات التواصل الاجتماعي تصفحا في المجال السياسي لدى أفراد العينة حسب متغير النوع	222
8	جهاز(وسيلة) استخدام **شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع**	231
9	امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير النوع	236
10	امتلاك أفراد العينة لأكثر من حساب في شبكات التواصل الاجتماعي في الموقع ذاته حسب متغير الفئة العمرية	238
11	الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	241
12	الاسم الذي يتواصل به المبحوثون عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الفئة العمرية	244
13	أسباب استخدام الاسم الحقيقي عبر شبكات التواصل الاجتماعي	248
14	أسباب استخدام الاسم المستعار عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع	250
15	الصورة الشخصية التي تظهر على بروفايلك أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي والنوع	254
16	متابعة الأخبار والأحداث السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير	261

	النوع	
17	درجة متابعة المبحوثين للأنشطة السياسية	265
18	درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير النوع	271
19	درجة اعتماد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب متغير الفئة العمرية	274
20	دوافع تعرض المبحوثين للمضامين السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	277
21	النشاطات السياسية التي يمارسها المبحوثون من خلال شبكات التواصل الاجتماعي حسب النوع	281
22	يبين درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير النوع	283
23	درجة الثقة في الأخبار السياسية عبر الشبكات الاجتماعية حسب متغير الفئة العمرية	290
24	درجة التحري عن مصداقية الأخبار السياسية عبر الاطلاع عليها في وسائل الإعلام التقليدية حسب متغير النوع	292
25	الموضوعات والأحداث السياسية التي يتابعها أفراد العينة عادة عبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	303
26	طبيعة المواضيع السياسية التي يرغب أفراد العينة في متابعتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي	306
27	الموضوعات السياسية التي يفضل المبحوثون مشاركتها مع غيرهم عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير النوع	310
28	نوع المشاركات التي ينشرها المبحوثون على صفحاتهم الشخصية حسب النوع	314
29	اللغة التي يستخدمها المبحوثون في تواصلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي	316

30	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الجنس	320
31	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير الفئة العمرية	322
32	مساعدة شبكات التواصل الاجتماعي في فهم الحراك السياسي في الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي	325
33	سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية حسب النوع	331

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

The Algerian Republic Democratic popular
Ministery of High education and scientific research

University Emir Abdel Kader
Of Islamic sciences
Constantine

Faculty of Ossol Dine
Department of Dawa,
communication and information

Serial Number:.....

Registration number: .....

The social networks and forming the political opinions of the Algerian youth

Empirical study

Thesis submitted in partial fulfillment for the degree of Doctorate of science in Dawa communication and information

Prepared by :
Ramdane Benbekhma

Supervised by :
Dr: Ahmed Abdelli

Jury Membres :

Name and First Name	Academic class	Class	Original University
Noureddine Soukhal	prof	Presdent of comity	Emir abd alkader University
Ahmed Abdelli	prof	Supervisor	Emir abd alkader University
Aissa Bouafia	M C	Member	Emir abd alkader University
Rachid Khedir	M C	Member	hama Lakhdar Eloued University
Sonia Abdiche	M C	Member	Soltan chebout Alegria 3 Universiy
Yassin Kernani	M C	Member	M.Amine Debbagine Setif University

Academic year 2019 - 2020