

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الجزائر 2 - أبو القاسم سعد الله -

قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا

تخصص : علم الاجتماع السياسي

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الثقافة

السياسية لدى الطالب الجزائري

دراسة مطبقة على عينة من طلبة الماستر علم النفس و علم الاجتماع

بجامعة الجزائر -2- ابو القاسم سعد الله

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع السياسي

- إشراف الدكتورة :

* زيدي عائشة

- إعداد الطالب :

* العوفي حمزة

الموسم الجامعي : 2015 / 2016.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

" قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا انك أنت العليم الحكيم "

سورة البقرة الآية 32

شكر وعرفان

بعد الانتهاء هذا العمل المتواضع و الذي نتمنى أن يكون في المستوى
نتوجه بالشكر الجزيل لكل من مد لنا يد العون من قريب أو من بعيد
خاصة لأستاذتي المحترمة "زبيدي عائشة" والتي رافقتني طوال فترة انجاز
هذا البحث المتواضع بكل صبر وتواضع واشهد لها أنها أدت الأمانة بكل صدق
و إخلاص و أتمنى لها التوفيق .

إهداء

اشكر الله شكرا جزيلا يليق بجلاله وعظيم سلطانه على أن وفقني في إتمام هذا العمل ، والحمد لله والصلاة و السلام على رسول الله ، اللهم إني أسئلك خير المسئلة وخير الدعاء وخير النجاح وخير العلم وخير العمل .

أتقدم بالشكر الجزيل إلى الوالدين الكريمين ، اللذان لم يبخلا علي بالدعاء والعطاء وكانا سر نجاحي وتوفيقي طيلة حياتي حفظهما الله ورعاهما وأطال في عمرهما .

اللهم ارحمهما في الدنيا والآخرة .

إلى كل أفراد العائلة وكل أبناء إخوتي وأخواتي .

إلى أستاذتي المشرفة الدكتورة : زيبي عائشة.

إلى جميع الأصدقاء .

إلى جميع الطلبة .

والى كل من مد يد العون والمساعدة .

العوفي حمزة

ملخص الدراسة :

لقد تناولت الدراسة دور الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري وهي دراسة ميدانية بجامعة الجزائر -2- لعينة من طلبة الماستر في علم الاجتماع وعلم النفس .

وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك متابعتها للمواضيع السياسية التي قد تنمي ثقافته السياسية من خلال هذه المواقع .

وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

- ما هو الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي الذي يناسب موضوع الدراسة ، كما استخدمنا الاستمارة كأداة لجمع المعطيات .

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج :

- تبين الدراسة أن جميع المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ونجد معظمهم يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أكثر من المواقع الاجتماعية الأخرى .

- تبين الدراسة أن الوسيلة المفضلة لمتابعة المواضيع و الأحداث السياسية هو موقع اليوتوب .

- تبين الدراسة أن اغلب المبحوثين لا ينشرون المواضيع السياسية في صفحاتهم الشخصية ولا يتفاعلون مع أصدقائهم حول هذه المواضيع .

- تبين الدراسة أن معظم المبحوثين لا يتقنون في المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي، كما نجدهم لا ينتمون للمجموعات السياسية في هذه المواقع .

Abstrait :

- L'étude portait sur le nouveau rôle des médias dans la formation de la culture politique de l'étudiant de l'université algérienne , une étude à l' université d'Alger – 2 – d'un échantillon de la maîtrise en sociologie et en psychologie .

- L'étude visait à déterminer l'étendue de l'utilisation des étudiants des sites de réseautage social, ainsi que le suivi des sujets politiques qui peuvent se développer la culture politique à travers ses sites .

- L' étude a commencé du problème suivant :

- Quel est le role des nouveaux médias dans la formation de la culture politique de l'étudiant de l' université algérienne à travers des sites de réseautage social ?

- L'étude reposait sur une méthode d'analyse descriptive et l'approche statistique qui correspond à l'objet de l'étude , nous avons utilisé un questionnaire comme un outil pour recueillir des donnés .

- L'étude a révélé les résultats les plus importants :

- L'étude a révélé que tous les répondants utilisent des sites de réseautage social **Facebook** plus que les autres sites sociaux .

- L'étude montre que la meilleure façon de suivre les sujets et les événements politiques est un site **youtube** .

- L'étude montre que la plupart des répondants ne publient pas des sujets politiques dans les pages personnelles et d'interagir avec leur amis sur ces sujets.

- L'étude montre que la plupart des répondants ne font pas confiance l'information prévu dans les sites de réseautage social comme nous les trouvons ne appartiennent à des groupes politiques dans ces endroits .

- فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
- مقدمة.....	أ.....
- الباب الأول : الإطار النظري للدراسة .	
- الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة .	
1- أسباب اختيار الموضوع	07.....
2- أهمية الدراسة	08
3- أهداف الدراسة.....	08
4- الإشكالية	09.....
5- الفرضيات	11.....
6- تحديد المفاهيم	12
7- المقاربة السوسيولوجية	16.....
8- الدراسات السابقة	22.....
9- صعوبات الدراسة	34.....
الفصل الثاني : الاطار التصوري للثقافة السياسية .	
تمهيد	36.....
- المبحث الأول : الثقافة السياسية.....	37.....
1-1- مفهوم الثقافة السياسية	37.....

- 39.....1-2- تصورات لمفهوم الثقافة السياسية.
- 39.....2-1- التصور السيكولوجي لمفهوم الثقافة السياسية.
- 40.....2-2- التصور الثقافي لمفهوم الثقافة السياسية.
- 40.....2-3- التصور السوسيولوجي لمفهوم الثقافة السياسية.
- 42.....2-4- التصور السياسي لمفهوم الثقافة السياسية.
- 43.....- المبحث الثاني : أبعاد الثقافة السياسية
- 43.....2-1- المعرفة السياسية
- 44.....2-2- الاتجاهات السياسية
- 46.....2-3- القيم السياسية
- 49.....- المبحث الثالث : أنواع الثقافة السياسية
- 49.....3-1- الثقافة السياسية المشاركة
- 50.....3-2- الثقافة السياسية الخاضعة
- 50.....3-3- الثقافة السياسية الثورية
- 51.....3-4- ثقافة اللامبالاة السياسية.
- 53..... خلاصة الفصل
- الفصل الثالث : أنماط و عوامل الثقافة السياسية.
- 56..... تمهيد
- 57.....- المبحث الأول : تصنيف أنماط الثقافة السياسية.

- 1-1- التصنيف حسب خصائص المجتمع.....57
- 1-2- تصنيف الثقافة السياسية حسب النوع (الجنس).....57
- 1-3- تصنيف الثقافة السياسية حسب الإقليم (ريف ، مدينة).....58
- 1-4- تصنيف الثقافة السياسية حسب السن59
- 1-5- تصنيف الثقافة السياسية حسب الدين60
- المبحث الثاني : التصنيف حسب مضمون الثقافة السياسية61
- 1-2- تصنيف غابر يال الموند وسيدني فيربا61
- 2-2- تصنيف واتر روزنبوم64
- 3-2- تصنيف دانيال الازار65
- المبحث الثالث : التصنيف حسب طبيعة الثقافة السياسية66
- 1-3- الثقافة السياسية المسيطرة (الدكتاتورية).....66
- 2-3- الثقافة السياسية المشاركة (الديمقراطية).....67
- المبحث الرابع :عوامل الثقافة السياسية69
- 1-4- التنشئة الاجتماعية70
- 2-4- التنشئة السياسية71
- 3-4- المشاركة السياسية75
- 4-4- جماعة الرفاق79
- 5-4- وسائل الإعلام81

82.....	4-5- الأيدولوجيا
84.....	4-6- الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية
86.....	خلاصة الفصل
الفصل الرابع : الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي.	
89.....	تمهيد
91.....	- المبحث الأول : الانترنت
91.....	1- تعريف الانترنت
92.....	2- نشأة وتطور الانترنت
95.....	3- خدمات الانترنت
97.....	4- خصائص الانترنت
100.....	- المبحث الثاني : الإعلام الجديد
100.....	2-1- تعريف الإعلام الجديد
102.....	2-2- أصناف الإعلام الجديد .
103.....	2-3- مميزات الإعلام الجديد
105.....	2-4- مدا خيل نظرية لفهم الإعلام الجديد .
108.....	2-5- خصائص الإعلام الجديد
110.....	- المبحث الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي
110.....	3-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

- 112.....2-3- تاريخ ظهور مواقع التواصل الاجتماعي
- 114.....3-3- مكونات مواقع الاجتماعية
- 115.....4-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 117.....5-3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي
- 117.....1-5- المدونات
- 117.....1-1- تعريف المدونات
- 118.....2-1- أنواع المدونات
- 119.....3-1- مميزات المدونات
- 121.....2-5- الفيسبوك
- 121.....1-2- تعريف الفيسبوك
- 122.....2-2- نشأة موقع الفيسبوك
- 122.....3-2- خصائص الفيسبوك
- 123.....4-2- مميزات الفيسبوك
- 125.....3-5- تويتر
- 125.....1-3- تعريف تويتر
- 125.....2-3- نشأة تويتر
- 126.....3-3- مميزات تويتر
- 128.....4-5- اليوتوب

128.....	1-4 - تعريف اليوتوب
128.....	2-4 - نشأة اليوتوب
129.....	3-4 - مميزات اليوتوب
131.....	خلاصة الفصل
الفصل الخامس : الأدوار السياسية لمواقع التواصل الاجتماعية .	
134.....	تمهيد
135.....	- المبحث الأول : الإعلام و السياسة السياسي الجديد
135.....	1-1 - الإعلام السياسي الجديد
136.....	2-1 - التأثير السياسي لوسائل الإعلام
136.....	1-2 - وظائف وسائل الإعلام
137.....	2-2 - حكومات 2.0
139.....	3-2 - المدونات السياسية
142.....	4-2 - الإعلام و التنشئة السياسية
143.....	5-2 - تعزيز المشاركة السياسية
145.....	6-2 - التسويق السياسي
146.....	7-2 - دور الإعلام و تشكيل الاتجاهات السياسية
148.....	- المبحث الثاني : اثر مواقع التواصل الاجتماعية على الحياة السياسية.....
149.....	1-2 - مميزات مواقع التواصل الاجتماعية الداعمة للنشاط السياسي.....

151.....	2-2- كيفية التواصل السياسي في مواقع التواصل الاجتماعية
152.....	المبحث الثالث: نماذج عن دور مواقع التواصل الاجتماعية سياسيا (ثورات الربيع العربي)
152.....	3-1- الثورة التونسية
154.....	3-2- الثورة المصرية
156.....	خلاصة الفصل
	- الباب الثاني : الجانب الميداني .
	- الفصل السادس : الجانب الميداني للدراسة .
160.....	- تمهيد
161.....	- المبحث الأول : المناهج المستخدمة
161.....	1- المنهج الوصفي التحليلي
162.....	2- المنهج الإحصائي
162.....	- المبحث الثاني: جمع وتحليل المعطيات .
162.....	1- الملاحظة
163.....	2- الاستمارة .
164.....	- المبحث الثالث : مجالات الدراسة .
164.....	1- العينة وكيفية اختيارها
166.....	2- المجال المكاني
166.....	3- المجال الزمني

- المبحث الخامس : عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية 167
- 1- تحليل البيانات الشخصية 167
- 2- تحليل بيانات الفرضية الأولى 172
- 3- تحليل بيانات الفرضية الثانية 189
- 4- تحليل بيانات الفرضية الثالثة 206
- الاستنتاج العام 226
- خاتمة 228

- فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
165	يبين توزيع الطلبة (مجتمع البحث)	1
167	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	2
168	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص	3
168	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن	4
169	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	5
170	يبين المستوى التعليمي للوالدين	6
171	الدخل الأسري للوالدين	7
172	استخدام الانترنت من طرف المبحوثين	8
173	مكان استخدام الانترنت من طرف المبحوثين	9
175	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين مع متغير التخصص	10
176	طريقة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين حسب متغير التخصص	11
177	المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما بالنسبة للمبحوثين ومتغير التخصص	12

179	الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين حسب متغير التخصص	13
181	الأوقات المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين وفق متغير التخصص	14
183	عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين	15
185	الأسباب التي تدفع الطلبة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	16
189	الموضوعات المتصفح من طرف المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي	17
191	متابعة المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين	18
192	الوسيلة المفضلة في متابعة المواضيع السياسية من طرف المبحوثين	19
194	مساهمة المبحوثين في نشر المواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي	20
196	نوعية التفاعل بين المبحوثين حول القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	21
198	القضايا السياسية الأكثر متابعة من طرف المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
199	متابعة الأحداث السياسية الدولية من طرف المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	23

201	متابعة الأحداث السياسية العربية من طرف المبحوثين	24
202	متابعة الأحداث السياسية المحلية من طرف المبحوثين	25
206	دور مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين	26
208	الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	27
210	رأي المبحوثين حول طبيعة المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعية	28
212	الاستفادة من المواضيع السياسية من طرف المبحوثين	29
214	انتماء المبحوثين إلى مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي	30
216	دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى المبحوثين	31
218	نوعية النشاطات السياسية التي يشارك فيها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	32
220	مساهمة المواقع في تنمية الوعي السياسي	33
222	تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الاتجاهات السياسية في المستقبل	34

مقدمة

مقدمة :

لقد شهد العالم تطورا سريعا في مجال الإعلام و الاتصال ، وحدث ثورة حقيقية في مجال نقل المعلومات ، مما أدى إلى تغيرات جوهرية مست جميع مجالات الحياة ، بحيث أصبح العالم قرية كونية ورقمية صغيرة ، بحيث يطلق على عصرنا بعصر المعلومات .

إن التطور الذي حدث في مجال الاتصال أنتج لنا الانترنت التي تطورت بشكل كبير والتي أحدثت الكثير من التغيرات في مختلف المجالات ، لقد جمعت الانترنت الملايين من البشر وأقامت جسور عديدة تلتقي فيها جميع اللغات و الثقافات و الحضارات ، كما أفرزت الانترنت تكنولوجيا جديدة في مجال الاتصال ونقل المعلومات سميت بالشبكات الاجتماعية هذه الأخيرة أنتجت أشكالا عديدة للتواصل والتفاعل .

كما سهلت هذه الشبكات عملية الاتصال بين الأفراد ، كما لعبت دورا كبيرا في جمع وتحرير وتحليل الأخبار و تداولها بين المستخدمين .

لقد أضحت مواقع التواصل الاجتماعي من وسائل الاتصال المؤثرة في كل الأحداث اليومية ، بحيث نجد الملايين من المعلومات المتدفقة في هذه المواقع وفي مختلف الميادين .

إن دور مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد مقتصر على بث وتداول المعلومات فقط وربط وتكوين الصداقات والدرشة في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك ، بل تعدت واتسعت نطاقاتها لتشمل مختلف القضايا الاجتماعية و الثقافية ، الاقتصادية... الخ

لقد أتاحت الفرصة لمعظم الأفراد لاستخدامها ، وعلى وجه الخصوص فئة الشباب للتعبير عن أفكارهم وميولهم واهتماماتهم بكل حرية حيث نجد العديد من الشباب يتفاعلون مع القضايا السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي

ومن أهم المواضيع التي تهتم بها هذه المواقع (الفيسبوك ، تويتر ، اليوتوب) نجد الثقافة السياسية ، فقد زاد الاهتمام بها في ظل التطورات التكنولوجية السريعة التي حدثت مؤخرا في مجال الإعلام والاتصال وتبادل المعلومات بشكل مباشر ، بعد إن كان وصول الأخبار و جميع النشاطات السياسية للدولة مرتببا بتوجهات القنوات الحكومية التي تتحكم فيها .

كما نجد إن معظم مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر اليوتوب وغيرها بدأت تواكب التطورات الحاصلة في العالم بحيث أصبحت تغطي كل الأحداث السياسية الراهنة بحيث فتحت تفاعل الجمهور مع بعضه ، فأصبحت من الوسائل التي تطرح المواضيع السياسية المختلفة على المستخدمين خاصة فئة الشباب عموما والطلبة الجامعيين خصوصا لأنهم من أكثر متصفحها على المستوى المحلي و العالمي .

وقد شملت الدراسة على مقدمة عامة وبابين ، الأول هو الاطار النظري و البناء المنهجي للدراسة ، والباب الثاني هو الاطار الميداني للدراسة ، ففي الباب الأول تناولنا خمسة فصول وهي كالآتي :

الفصل الأول تناولنا الاطار النظري و البناء المنهجي للدراسة حيث تطرقنا إلى أسباب اختيار الموضوع وأهمية وأهداف الدراسة ، ثم قمنا بصياغة الإشكالية وتم تحديد الفرضيات و كذلك تحديد المفاهيم والتعريفات الإجرائية ، وبما أن لأي دراسة اجتماعية لا بد من مقارنة سوسيولوجية ، وفي الأخير قمنا بعرض الدراسات السابقة التي تناولت جانب من جوانب موضوعنا .

أما الفصل الثاني لقد بينت الدراسة الاطار العام التصوري لمفهوم الثقافة السياسية، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى تعريف الثقافة السياسية من طرف الباحثين ، كما أعطينا تصورات مختلفة للثقافة السياسية من خلال تداخلها مع بعض العلوم الإنسانية ثم انتقلنا في المبحث الثاني إلى أبعاد الثقافة السياسية التي تشكلها وفي الأخير تطرقنا

في المبحث الثالث إلى أنواع الثقافة السياسية الموجودة في المجتمعات ، والتي تختلف باختلاف الثقافات في المجتمعات .

وفي الفصل الثالث تناولنا أنماط وعوامل الثقافة السياسية ، فنجد في المبحث الأول تصنيف أنماط الثقافة السياسية ، فتصنف حسب خصائص المجتمع ويتفرع هذا الأخير إلى التصنيف حسب الجنس والإقليم وحسب السن وفي الأخير حسب الدين ، أما المبحث الثاني فتصنف حسب مضمون الثقافة السياسية ، فنجد تصنيف كل من "غابر يال الموند" و "سبيدني فيريا " وتصنيف " واطر روزنبوم " وكذلك تصنيف " دانيال الازارد " وفي المبحث الثالث فتناولنا التصنيف حسب طبيعة الثقافة السياسية فنجد الثقافة السياسية المسيطرة والثقافة السياسية المشاركة ، أما المبحث الرابع فتطرقنا إلى عوامل الثقافة السياسية فلما عوامل كثيرة من أهمها التنشئة الاجتماعية والسياسية ، المشاركة السياسية ، جماعة الرفاق وكذلك الايديولوجيا وفي الأخير التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية .

أما الفصل الرابع تطرقت الدراسة إلى الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي ، ففي المبحث الأول تناولنا تعريف الانترنت ونشأتها وتطورها وخدماتها وخصائصها ، أما المبحث الثاني فتناولنا تعريف الإعلام الجديد وأصنافه ومميزاته ، وكذلك مفاهيم نظرية لفهم الإعلام الجديد وفي الأخير تطرقنا إلى خصائص الإعلام الجديد ، وفي المبحث الثالث تناولت الدراسة تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وتاريخ ظهورها ومكوناتها وخصائصها وفي الأخير أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تخدم الدراسة فتناولنا تعريف المدونات وأنواعها ومميزاتها ، ثم قمنا بتعريف الفيسبوك نشأته خصائصه ومميزاته ، ثم قمنا كذلك بتعريف موقع التواصل الاجتماعي تويتر ، نشأته ومميزاته، وفي الأخير تناولنا موقع اليوتوب نشأته ومميزاته .

وفي الفصل الخامس تناولت الدراسة الأدوار السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي فتطرقنا في المبحث الأول إلى الإعلام السياسي الجديد و كذلك التأثير السياسي لوسائل الإعلام الجديدة ، أما المبحث الثاني فتناولت الدراسة أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية ، فبينت الدراسة مميزات التواصل السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك كيفية التواصل السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي أما المبحث الثالث فتناولنا نماذج عن دور مواقع التواصل الاجتماعي سياسيا وهما نموذج الثورة المصرية ونموذج الثورة التونسية .

أما الباب الثاني فتناولت الدراسة الجانب الميداني ففي المبحث الأول تطرقنا إلى المناهج المستخدمة وهي المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي ، أما في المبحث الثاني تطرقنا كيفية جمع وتحليل المعطيات واستخدمنا الملاحظة و الاستمارة ، وفي المبحث الثالث تناولنا مجالات الدراسة وقمنا باختيار عينة الدراسة (طلبة الماجستير علم النفس وعلم الاجتماع) وكذلك المجال الزمني و المكاني ، وفي المبحث الرابع تناولنا صعوبات الدراسة ، أما المبحث الخامس تطرقنا لعرض وتحليل بيانات الدراسة في شكل جداول إحصائية ، فقمنا بتحليل البيانات الشخصية للمبحوثين ، وتحليل الفرضية الأولى والفرضية الثانية وكذلك تحليل الفرضية الثالثة ، وفي الأخير قمنا باستنتاج عام حول موضوع الدراسة .

الباب الأول

الجانب النظري للدراسة

- الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة .

1- أسباب اختيار الموضوع .

2- أهمية الدراسة .

3- أهداف الدراسة .

4- الإشكالية .

5- الفرضيات .

6- تحديد المفاهيم .

7- المقاربة السوسيولوجية .

8- الدراسات السابقة .

9- صعوبات الدراسة .

1- أسباب اختيار الموضوع :

لكل دراسة أسباب يتم على أساسها اختيار الموضوع الذي يراد دراسته ومن أهم هذه الأسباب ذاتية وموضوعية :

- الأسباب الذاتية :

- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت ، وهي من أهم الوسائل المستعملة في وقتنا الحالي .

- السعي لدراسة هذه الوسائل السهلة والمجانية ودورها الإعلامي لدى الطلبة الجزائريين .

- الاهتمام بالاتصال و التطورات التي تحصل في هذا الميدان وكذلك تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع وما تخلقه من سلوكيات وتغيرات مختلفة على الفرد من أهمها السلوك السياسية .

- الأسباب الموضوعية :

- تعتبر الدراسة من المواضيع الجديدة نظرا لحداتها وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت في العشرية الأخيرة وهي من إنتاج التكنولوجيات الحديثة.

- محاولة التعرف على أثر الإعلام الجديد على تكوين الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين وذلك من مواقع التواصل الاجتماعي و الدور الذي تقوم به سياسيا .

- إن مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي فرضت وجودها داخل المجتمعات ، وخاصة فئة الشباب وعلى وجه الخصوص الطلبة الجامعيين وذلك لسهولة استخدامها من طرفهم ، والدور الذي لعبته على المستوى السياسي من خلال بث مختلف المواضيع السياسية سواء كانت مكتوبة أو سمعية أو بصرية .

- لقد لعبت مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما في التغيير السياسي ، خاصة دول الربيع العربي .

2- أهمية الدراسة :

- يستمد الموضوع أهميته من الدور الذي يقوم به الشباب عموما وعلى وجه الخصوص فئة الطلبة الجامعيين من خلال اهتمامهم بالنشاط السياسي داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

- الوقوف على معرفة أهم المواضيع السياسية التي يهتم بها الطالب الجامعي الجزائري من خلال تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي .

- محاولة التعرف على السلوك السياسي للطلاب الجامعي الجزائري و التي تعكس ثقافته السياسية داخل المجتمع الجزائري .

3- أهداف الدراسة :

- التعرف على مدى استخدام الطالب الجامعي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي و الحصول على المعارف السياسية التي تشكل ثقافته السياسية من خلال عملية الاستخدام و التفاعل .

- محاولة التعرف على الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي الجزائري .

- التعرف على مدى استفادة الطالب الجامعي الجزائري من الأنشطة المتعلقة بالمجال السياسي المطروحة في فضاءات مواقع التواصل الاجتماعي .

- محاولة توعية الطلبة بأهمية الثقافة السياسية داخل المجتمع من خلال المشاركة في مختلف الأنشطة السياسية لأنها تعكس ثقافة المجتمع عموما وعلى وجه الخصوص هذه الفئة المهمة و التي تعتبر جيل المستقبل .

4- الإشكالية :

لقد تغير الإعلام في العقدين الأخيرين تغيرا كبيرا ، فنجد مراحل تطور وصناعة الإعلام حيث بدا بالإعلام المقروء كالكتب و الجرائد ثم المسموع كالراديو ، فالمرئي كالتلفاز ، كما ساهم في هذا التغيير المتسارع عدة عوامل أهمها تطور تكنولوجيا الاتصالات و نقل المعلومات وانخفاض تكاليف البث و النشر المباشر ، وتغير الأنظمة و القوانين الضابطة لصناعة الصحافة و الإعلام و النشر ، مما أعطى المزيد من حرية التعبير للكتاب و الناشرين و القنوات العامة و الخاصة .

لقد فرضت التكنولوجيا الجديدة سيطرتها في كل المجالات مما أدى إلى ازدياد أعداد المستخدمين لوسائل الإعلام المتعددة للوصول إلى المعلومة أو الخبر أو الاطلاع عليها كاستعمال الحاسوب و الهاتف النقال ، فكل هذه التكنولوجيات ساهمت بلا شك من طريقة تواصل المجتمعات عبر التاريخ ، خاصة مع ظهور الإنترنت ومواقعها الالكترونية و خدماتها التقنية المستخدمة و التي أدت إلى تسهيل و تسريع التواصل المتعدد الأهداف ، ليصل الإنسان إلى قمة الحضارة ، إن استمرار تطور الانترنت أدت إلى ظهور ابتكارات جديدة ألا وهي مواقع التواصل الاجتماعي .

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعية و مختلف تطبيقاتها المساعدة كالفيس بوك وتويتر، يوتوب ... و غيرها ، والتي مكنت الملايين من البشر من التواصل مع بعضهم البعض وقت ما يشاءون ومن أي مكان في العالم ، بل نجحت مواقع التواصل الاجتماعي في جمع مختلف فئات المجتمع على اختلاف ثقافتهم و لغاتهم و عقائدهم في تجميعهم عبر هذه الشبكات الاجتماعية ، وصهرتهم مشكلة بذلك أكبر مجتمع الكتروني على وجه الأرض.

لقد أدى تطور مواقع التواصل الاجتماعي ، خاصة مع دخول أدوات جديدة كخدمات البث المباشر الأفلام الفيديو المجانية على اليوتوب ، و الصفحات المخصصة للأخبار السياسية و التعليق عليها من خلال تطبيقات مواقع التواصل كالفيس بوك و تويتر ، وكذلك المدونات الإلكترونية لتصل حرية التعبير إلى مستويات متقدمة وكل هذا بفضل مواقع

التواصل الاجتماعي التي تتميز بسهولة التعليق و تحليل الأخبار و تحريرها و تبادلها بين الجمهور ، بحيث تنتشر بسرعة فائقة ليقراه أو يراه الملايين حول العالم و بكل اللغات .

ففي البداية استخدم الشباب مواقع التواصل الاجتماعي للدرشة و تفريغ الشحن العاطفية ، لكن مع موجة النضج أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر المختلفة منها المطالبة بتحسين الحياة الاجتماعية و الاقتصادية... الخ .

لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعية لها تأثير كبير على مستوى الميدان السياسي في مختلف دول العالم وعلى وجه الخصوص البلدان العربية ، و الدور الذي لعبته في التفاعل بين المستخدمين ، مما أدى إلى ثورة حقيقية وتغيرات جوهرية مست جميع مجالات الحياة.

إن هذه المواقع الاجتماعية أصبحت وسيلة اتصال مؤثرة في الأحداث اليومية حيث أتاحت الفرصة لجميع الشباب و السياسيين ، الباحثين و غيرهم لنقل أفكارهم و مناقشة مختلف القضايا الاجتماعية ، الاقتصادية ، السياسية.... الخ .

لقد أضحت الشبكات الاجتماعية في الجزائر تشهد حركة تطور مستمرة حيث ازداد عدد المسجلين ، حيث أسهمت هذه الأخيرة في تسهيل عملية استخدامها و تحقيق رغبة كل المستخدمين في نشر اهتماماتهم و التفاعل فيما بينهم .

كما نجد معظم متابعي شبكات التواصل الاجتماعي الشباب عموما وعلى وجه الخصوص الطلبة الجامعيين حيث لم يعد يقتصر الاهتمام بربط الصداقات و الدرشة بين الطلبة بل تعداه إلى الاهتمام بمجالات أخرى مشتركة فيما بينهم من أهمها المجال السياسي فأصبحت وسائل الإعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي) تهتم بالمواضيع السياسية والتي تنمي المعارف و الثقافة السياسية داخل المجتمع محليا و عالميا ، وتعتر مواقع التواصل الاجتماعي الفضاء الجديد لتداول المعلومات السياسية سواء كانت مكتوبة أو مسموعة ومرئية ، حيث أدت إلى تنمية الثقافة السياسية لدى هذه الشريحة المهمة في المجتمع.

وعليه تتدرج مشكلة الدراسة حول السؤال التالي :

- ما هو الدور الذي يؤديه الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي الجزائري من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ؟

ويمكن استخلاص الأسئلة الفرعية التالية :

- ما هي الأسباب التي دفعت الطالب الجامعي الجزائري إلى استخدام الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) ؟

- ما هي المواضيع و الأحداث السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة الجامعيين الجزائريين ؟

- هل ينمي الطالب الجامعي الجزائري ثقافته السياسية من مواقع التواصل الاجتماعي ؟

5- الفرضيات :

- هناك عوامل و أسباب عديدة دفعت الطلبة الجامعيين إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

- هناك مواضيع وأحداث سياسية مختلفة تنشرها مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية للطلبة الجامعيين للاطلاع عليها .

- تساهم المواضيع السياسية في تنمية الطالب الجامعي و تثقيفه سياسيا من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي.

6- تحديد المفاهيم :

تعتبر الثقافة السياسية أحد المفاهيم الجديدة في علم الاجتماع السياسي وفي العلوم السياسية.

إن هذا المفهوم مركب ويتسم بقدر من الاتساع وعدم التحديد و هما الثقافة و السياسة فسوف نتعرف أولاً على مفهوم الثقافة ثم مفهوم الثقافة السياسية .

6-1- مفهوم الثقافة :

للثقافة تعريفات متعددة من بينها :

- تعريف إدوارد تايلور: "هي ذلك الكل المركب الذي يشمل العقائد ، الفن ، القانون ، العادات ، و القدرات الأخرى التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع"¹.

- وعرفها سعيد عوض و آخرون :بأنها " التراث الاجتماعي لجماعة من الناس يرثونه جيلا بعد جيل كأفراد وجماعات "²

- **الثقافة** : "منظومة مدلولات يتقاسمها عادة أعضاء جماعة اجتماعية و يستخدمونها في تفاعلاتهم " ³

6-2- مفهوم الثقافة السياسية :

تعريف سيدني فيربا " **Sidney verba**:" الثقافة السياسية بأنها المعتقدات و الرموز التعبيرية و القيم التي تحدد الموقف الذي تحدث من خلاله الحركة السياسية " ⁴

كما عرفها غابر يال الموند "**Gabriel almond** بأنها : " نمط محدد من التوجهات أو الاتجاهات إزاء النشاط السياسي "⁵ .

¹- احمد سليمان أبو زيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي " . دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 164 .

²- سيد عوض و آخرون ، معجم العلوم الاجتماعية . الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1975 ، ص 547 .

³-غي هرميه و آخرون ، معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية .ت هيثم للمع ، المؤسسة الجامعية للنشر ، لبنان ، ط1، 2005، ص163.

⁴-Sidney verba :culture and political développement(new jersey , university.1965)p 513

⁵- Gabriel almond : cooperative political Systems , the journal of politics , vol, 18,no , august, 1965,p396.

و افترض فيريرا إن الثقافة السياسية تتميز باستقلال معين ، ومع ذلك فإنها ترتبط بالثقافة العامة في المجتمع لأنها تنظم نماذج للتوجهات إزاء الظاهرة السياسية .

وبعد دراسة امبريقية مسحية للاتجاهات في خمس دول أعاد كل من فيريرا و الموند تعريفهما للثقافة السياسية بأنها : " الاتجاهات و التوجهات السياسية لدى الأفراد في علاقتهم بالنظام السياسي ، ويضاف إلى ذلك إنها تتضمن ادراكات ومشاعر و تقييمات الأفراد " ¹ .

إن التوجهات الإدراكية بالنسبة إلى كل من فيريرا و الموند تتضمن معرفة ومعتقدات الأفراد حول النظام السياسي و عملياته وقياداته ، بينما التوجهات الوجدانية تتضمن المشاعر حول النظام كالانتماء أو الاغتراب عنه ، أما تقييمات الأفراد فتشمل الأحكام و الآراء بشأن النظام السياسي .

تعريف فليب برو Philipe prou: " تتكون الثقافة السياسية من مجموعة معارف و معتقدات تسمح للأفراد بإعطاء معنى للتجربة الروتينية لعلاقتهم بالسلطة التي تحكمهم ، كما تسمح لكل منهم بتحديد موقعه في مجاله السياسي المركب ، وذلك من خلال تعبئة حد ادني من المظاهر أو غير الواعية ، التي ترشده في سلوكه " ² .

من خلال هذه التعاريف سنحاول صياغة تعريف خاص بدراستنا .

التعريف الإجرائي : الثقافة السياسية هي تلك المعارف و الاتجاهات و المعتقدات و الرموز التي اكتسبها الطالب الجامعي من خلال الثقافة السائدة في المجتمع . ³

¹ - Gabriel Almond, Sidney Verba, The Civic Culture (Poston Little Brown and Company, 1965, p. 12 .

² - مولود زايد الطيب : علم الاجتماع السياسي . جامعة السابع ابريل ، الزاوية ، ليبيا ، ط 1 ، 2007 ، ص 63

6-3- الإعلام الجديد :

قبل تعريف الإعلام الجديد لا بد من تعريف الإعلام ، الإعلام الجديد ، ثم مواقع التواصل الاجتماعي .

3-1- مفهوم الإعلام :

- لغة : من الفعل اعلم وعلم بالشيء ، أي شعر به ، ويقال استعلم لي خبر فلان واعلمنه وعلم الأمر وتعلمه أي أتقنه ويقال علمت الشيء بمعنى عرفتة وخيرته¹.

- اصطلاحاً : انه نشر الحقائق و الأخبار و الأفكار و الآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة ، الإذاعة ، السينما و المحاضرات و الندوات و المؤتمرات و المعارض وغيرها بغية التوعية و الإقناع وكسب التأييد².

كما يعرف الإعلام انه : اتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية الى جمهور عريض³.

3-2- الإعلام الجديد :

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة High- Tech dictionary الإعلام الجديد بشكل مختصر و يصفه بأنه : " اندماج الكمبيوتر و شبكات الكمبيوتر و الوسائط المتعددة " .

كما عرفها ليستر **lester**: " الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام ، الطباعة التصوير الفوتوغرافي و الصوت و الفيديو⁴.

كما يشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت و تبادل المنافع

¹-ابن منظور ، لسان العرب_ المجلد الأول ، دار صادر ، بيروت، لبنان، 2005، ص 264
²-احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام . دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1994 ، ص 84 .
³-فضيل دليو ، الاتصال (مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله) . دار الفجر ، القاهرة ، ط 1 ، 2003 ، ص 21 .
⁴-عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد (المفاهيم ، الوسائل ، التطبيقات) دار الشروق، عمان ، ط 1 ، 2008 ، ص 31 .

و المعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم الى العالم اجمع¹.

التعريف الإجرائي : "الإعلام الجديد هو الذي نشأ في ظل البيئة الرقمية ويتميز بالتفاعلية و التنوع في مختلف أشكال تكنولوجيا الاتصال".

- سوف نقوم بتعريف كل من : الشبكات الاجتماعية ، مواقع التواصل الاجتماعية .

تعرف على أنها : "إحدى تطبيقات الويب التي تتركز على إنشاء مجتمعات من الأفراد ذو اهتمامات مشتركة ، توفر طرقا متعددة للتفاعل بين مستخدمي الشبكة و تنحصر في الشبكات الشهيرة كالفيسبوك "facebook" و ماي سبايس² "myspace" و اوركت "orkut" و فرندستر "friendster"

مفهوم الشبكات الاجتماعية : "إنها مواقع تتشكل من خلال الانترنت و تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة ، و إتاحة الفرص للاتصال بقائمة المسجلين و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال و تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر"³.

*مفهوم المواقع الاجتماعية : "هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين و الأصدقاء و مشاركة الأنشطة و الاهتمامات ، أو البحث عن تكوين صداقات و البحث عن اهتمامات و أنشطة لدى أشخاص آخرين"⁴.

¹-عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد مرجع سابق، ص 32

²- احمد سليمان أبو زيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي " . دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 ، ص 164 .

³- سيد عوض و آخرون ، معجم العلوم الاجتماعية . الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1975 ، ص 547

⁴- غي هرميه و آخرون ، معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية . بت هيثم للمع ، المؤسسة الجامعية للنشر ، لبنان ، ط1 ، 2005 ، ص 165

من خلال هذه التعاريف سنحاول صياغة تعريف إجرائي

التعريف الإجرائي : هي شبكات تواصل اجتماعية تهدف إلى تكوين صداقات ، وتساعد على تبادل الملفات و المعلومات ومقاطع الفيديو الخاصة بالميدان السياسي ، وتهدف إلى التعليق و التفاعل معها وكذلك إمكانية الدردشة المباشرة أو غير المباشرة التي تتطرق حول مختلف الأنشطة السياسية.

7- المقاربة السوسولوجية :

تعتبر النظرية السوسولوجية خطوة ضرورية في تحديد المرجعية النظرية لأي بحث علمي و ذلك من اجل وصفها و تفسيرها بطريقة علمية ، و التفسير السوسولوجي للمعطيات و البيانات الإحصائية .

والتفسير السوسولوجي هو الذي ينقل البحث من الحالة الوصفية إلى الحالة التفسيرية .

وعليه اندرجت هذه الدراسة على ثلاث نظريات رئيسية هي :

- النظرية البنائية الوظيفية :

تنظر النظرية البنائية الوظيفية إلى الظاهرة أو الحادثة الاجتماعية على إنها وليدة الأجزاء أو الكيانات البنوية التي تظهر في وسطها ، وان لظهورها وظيفة اجتماعية لها صلة مباشرة أو غير مباشرة بوظائف الظواهر المشتقة من الأجزاء للبناء الاجتماعي.¹

ومن أهم رواد النظرية "هربرت سبنسر" ، "تالكوت بارسونز" ، "هانزكيرث وسي" ، "رايت ميلز" .

وسنحاول في هذه الدراسة تبين أهم إسهامات "بارسونز" في نظرية البنائية الوظيفية في كتابيه "النسق الاجتماعي" و "نحو" نظرية عامة للحدث" ، إن نظرية الحدث الذي بلور

¹ - إحصان محمد حسن ، النظريات الاجتماعية المتقدمة ، دار وائل للنشر ، لبنان ، ط1 ، 2005 ، ص51 .

لها معالمها بارسونز تدرس الأنساق الثلاثية وهي الثقافة و الشخصية و النظام الاجتماعي¹

علما بان التكامل الموضوعي بين الأنساق الثلاثة ، أي أن الثقافة لا يمكن فهمها إلا عن طريق الشخصية و النظام الاجتماعي ، وان النظام الاجتماعي لا يمكن بدون فهم و دراسة و استيعاب الثقافة و الشخصية .

كما بين كل من " هانز كيرث وسي" و"رايت ميلز" ، حيث قاما بدراسة المجتمع دراسة تحليلية وظيفية حيث يعتقد الباحثان انه لا تستطيع فهم المؤسسة و الدور والبناء دون دراسة الشخصية ، علما بان الشخصية تتأثر بالنسق الاجتماعي و العوامل الحضارية و الثقافية .

كما يرى كل "هانز" و"ميلز" أن البناء الاجتماعي هو مجموعة الأحكام و الضوابط التي تحدد علاقات الأفراد و ممارستهم في المؤسسات الاجتماعية التي يتكون منها البناء ، علما انه لا يمكن أن يعمل ويستمر و يتطور دون وجود الرموز و الإشارات و نظام الاتصال و التكنولوجيا و التعليم²

و اعتمدت الدراسة على النظرية البنائية الوظيفية لأنها تلائم الموضوع ، أي يمكن تطبيقها على دور الإعلام الجديد في تنمية الثقافة السياسية لدى الطلبة ، حيث نجد أن الثقافة والشخصية و البناء الاجتماعي تعمل على تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، فالطالب يتأثر بالثقافة السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه ، منها الثقافة السياسية .

إن الثقافة السياسية تؤثر في شخصية الأفراد من خلال تفاعله داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد يؤثر و يتأثر بالأحداث السياسية السائدة في المجتمع ، كما إن البناء الاجتماعي يفرز ثقافات مختلفة منها السياسية و هذا حسب طبيعة النظام السياسي ،

¹ - إحصان محمد حسن ، النظريات الاجتماعية المتقدمة . مرجع سابق ، ص53 .

² - نفس المرجع السابق ، ص54 .

ويعتبر الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) وسيلة اتصال مؤثرة في الأحداث اليومية فهي تهتم بالأحداث السياسية الراهنة في المجتمع و تثبت لمستخدميها .

- نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

كما تقوم هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات و الاشباعات بحيث تعرف بأنها : " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة"¹

وتعتمد هذه النظريات على مجموعة من فروض أساسية وضعها كل من " الياهو كاتر و "بلومر " و "جوفيتش" ويمكن إجمالها في ما يلي:²

- إن جمهور وسائل الإعلام يتسم بالإيجابية و الفاعلية و يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهداف معينة وخاصة .

- إن جمهور الإعلام هو الذي يقوم بالدور الرئيسي في إشباع احتياجاته و اختياره لوسائل الإعلام التي تشبع حاجاته المختلفة .

- إن جمهور وسائل الإعلام قادر على تحديد أهدافه و اهتماماته ، فهو قادر على اختيار المضمون الذي يلبي حاجاته .

وتحقق نظرية الاستخدامات و الاشباعات ثلاث أهداف رئيسية هي:³

- السعي لاكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته .

- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام ، و التفاعل الذي يحدد نتيجة هذا التعرض .

- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الإعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

¹- مرزوق عبد الحكيم العادلي ، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات و الاشباعات) . دار الفجر ، مصر ، ط1 ، 2004 ، ص109 .

²- محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال . دار الفجر ، القاهرة ، ط1 ، دت ، ص299 .

³- نفس المرجع السابق ، ص300 .

وقد اعتمدت الدراسة على هذه النظرية بحيث تبحث عن الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي وكيف يؤثر على جمهور الطلبة الجامعيين وكيفية استخدامهم لهذه الوسيلة و كيفية انتقائه للمعلومات و المواضيع السياسية و الأحداث السياسية التي يرغب فيها من خلال عملية الاتصال ، كما يقوم الطالب الجامعي بتنمية ثقافته السياسية لتحقيق أهداف معينة كل حسب اهتماماته وطريقة اختياره و متابعته للأحداث السياسية أو عن طريق تفاعله مع مؤسسات سياسية كالأحزاب السياسية من خلال مواقعها .

- نظرية التفاعلية الرمزية :

كما اعتمدت الدراسة أيضا على نظرية التفاعلية الرمزية ، ومن أهم روادها " جورج هيربرت " حيث ساهم في إرساء المبادئ و الأفكار الأساسية للنظرية من خلال دراسته للذات في المجتمع في كتابه " العقل، الذات ، المجتمع " ¹

فالتفاعلية الرمزية ترى بوجود شخص أو أكثر متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها فالسلوك ة زمنية معينة ، فكل منهما يريد التعرف على سمات الآخر من خلال المعاني و الرموز .

فالأفراد يؤثرون ويتأثرون فيما بينهم وهذا يعتمد على اللغة و الاتصال ، فاللغة تعبر عن الألفاظ الرمزية التي يستعملها الأفراد ، كما إن التفاعل لا يتم بدون ادوار .

كما تهتم النظرية بتفسير سلوكيات الإنسان واتجاهاته ومدى توترها بوسائل الإعلام و الاتصال باعتبار عملية التفاعل القائمة بين المشاهد وهذه الوسائل .

كما تعتبر النظرية التفاعلية الرمزية أن الأفراد يبنون معاني مشتركة للواقع المادي و الاجتماعي من

¹- إحصان محمد حسن ، النظريات الاجتماعية المتقدمة. مرجع سابق ، ص47 .

خلال ما يقرؤونه أو يسمعونه أو يشاهدونه ، وبالتالي فان سلوكهم يمكن ان يتجدد جزئياً من خلال التفسيرات التي يقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية و القضايا التي لا توجد مصادر معلومات عنها¹.

التفاعل عملية حركية دائمة ومستمرة نتيجة التأثير المتبادل ، طالما يستمر الموقف الاجتماعي.

كما إن من مميزات الإعلام الجديد التفاعل ، فاعتمدت الدراسة على هذه النظرية التفاعلية الرمزية .

بحيث إن معظم الطلبة الجامعيين يستخدمون الإعلام الجديد ومختلف تطبيقاته المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية ثقافتهم السياسية من خلال المواضيع المشتركة التي تجمعهم في فضاءاته ، لذلك فإنهم يتفاعلون فيما بينهم في مختلف الاهتمامات السياسية سواء كانت مكتوبة كالمدونات الالكترونية أو السمعية كصوت مواقف سياسية معينة حول موضوع سياسي يلقى صدى داخل هذه المواقع أو بصرية مثل الفيديوهات بحيث يعلقون عليها ويتبادلون المعلومات عنها كل بطريقته الخاصة ، فمن مميزات الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) المشاركة و التفاعل فيما بينهم ، فقد يقومون بتسجيل آرائهم وعرضها كما يضيفون رموز معينة حول موضوع سياسي مثل الرسومات الكاريكاتورية للتفاعل معها .

إن من مميزات الإعلام الجديد الانفتاح وإبداء الرأي بين مستخدميهم (الطلبة الجامعيين) حول مختلف المواضيع السياسية ذات الاهتمام المشترك .ولذلك فان النظرية التفاعلية تساعد في فهم الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تنمية وتشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجامعي .

¹ - حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة . الدار المصرية اللبنانية ، مصر ، ط1 ، 2001 ، ص154

- النظرية السياسية :

كما تقوم الدراسة أيضا على النظرية السياسية وهي نظرية علمية اجتماعية ، حيث ولدت في إطار جهد علماء الاجتماع و السياسة لإضفاء طابع العلمية على الدراسات التي تتعلق بالشأن السياسي كالحرية و المساواة ، الأنظمة السائدة... الخ¹.

حيث يرى فوجلين أن النظرية السياسية هي علم تجريبي منظم يقدر على القدرة الكلية للكائن البشري الموجود ، ومهمتها صياغة مشاكل التنظيم تجريبيا ونقدا و التي تشتق من الانثروبولوجيا السياسية².

كما يعرفها "هيرسون" الذي ينظر إلى النظرية السياسية كمشروع ذهني يمكن ربطه بدائرتين متقاطعتين من الأفكار التي تتقابل في جملة واحدة مؤداها على أنها مجموعة من الملاحظات أو التأكيدات المرتبطة منطقيا بعضها ببعض ، و القائمة على أساس امبريقي ، وان إحدى هاتين الدائرتين تسمى عادة بالنظرية الفرضية لأنها تقيم فروضا في حين تسمى الأخرى بالنظرية الوصفية ولكل منهما أساسهما العقلي الخاص وكذلك أسلوبهما البحثي او المنطقي الذي يصاحبها .

أما "جيمس دورتي" و " روبرت بفالتسغراف" فقد عرضا المعاني الكثيرة للنظرية السياسية نذكر أهمها:

- هي نظام استنتاجي يقدم مجموعة متماسكة منطقيا ، وليس بالضرورة أن تكون مقولات النظرية متطابقة مع الواقع ولكنها تصلح للمقارنة مع الواقع .

- قد تكون النظرية مجموعة من الفرضيات حول السلوك السياسي يتم التوصل إليه بالاستقراء من دراسات تجريبية أو دراسات مقارنة .

- النظرية السياسية هي مجموعة من البيانات أو التصريحات حول السلوكية العقلانية المرتبطة بعناصر القوة ويطلق عليها النظرية الواقعية .

¹- إبراهيم أبراش ، النظرية السياسية بين التجريد و الممارسة . دار الجندي للنشر و التوزيع ، القدس ، ط1 ، 2012 ، ص 47.

²- نفس المرجع السابق ، ص 49 .

- قد تكون النظرية ذات طابع أخلاقي لا ترتبط بالسلوك الواقعي بقدر ما تعبر عما يجب ان يكون وتسمى في هذه الحالة بالنظرية المثالية فهي مجموعة من القيم وقواعد السلوك و المبادئ التي تدل على ما يجب أن يكون عليه السلوك السياسي .

فالنظرية السياسية هي قادرة على التعامل مع الواقع وفهمه وتغييره وقادرة على تكيف مقولاتها مع مستجدات الواقع¹.

فالنظرية السياسية هي ذات قدرة على الربط ما بين الماضي و الحاضر و التنبؤ بأفاق المستقبل ، وهي من خصائصها ، كما تسعى لتحليل الظواهر السياسية الواقعة في المجتمع .

ومن خلال هذه النظرية نحاول تفسير وفهم الثقافة السياسية المروجة في الإعلام الجديد (مواقع التواصل الاجتماعي) سواء كانت الثقافة المعبر عنها نصية أو مسموعة أو في شكل فيديوهات فهي بذلك تعكس الثقافة السائدة في المجتمع ، كما نقوم بتحليل مختلف القيم و الاتجاهات السياسية و الإيديولوجية التي تروج في مواقع التواصل الاجتماعي ويقوم باستخدامها كل شرائح المجتمع عموما وعلى وجه الخصوص الطلبة الجامعيين ، و معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين وتنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي الجزائري .

8- الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة الدعامية الأساسية للبحث ، بحيث توفر معلومات كثيرة يمكن الاستفادة منها في بناء الموضوع لقد اعتمدنا لانجاز هذا البحث على عدد من الدراسات التي لها ارتباط بالموضوع وبما إن موضوع الدراسة تحتوي على مصطلحين وهما الإعلام الجديد و الثقافة السياسية فسوف نقدم دراستين حول كل مصطلح وفي الأخير نبين أهم الدراسات التي ربطت بينهما .

¹ - إبراهيم أبراش ، النظرية السياسية بين التجريد و الممارسة . مرجع سابق ، ص 51.

- دراسات عن الإعلام الجديد :

1- دراسة مبارك زودة¹ حول : دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام (الثورة التونسية نموذجا) .

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي و استخدمت الدراسة العينة العشوائية كأسلوب لجمع البيانات .

وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

- ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي ؟

وانطلقت من الفرضيات التالية :

* يعتبر الإعلام الاجتماعي من أهم البدائل الإعلامية و الاتصالية الحديثة على الساحة الإعلامية الدولية نظرا لمميزاته وخصائصه وتأثيراته الفورية على مستخدميه .

* يعتبر الإعلام الاجتماعي أهم محرك ودافع اتصالي و إعلامي في تعبئة الجماهير و صناعة الرأي العام التونسي .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- يعتبر موقع الفيسبوك facebook أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما لدى المبحوثين بنسبة 79.68 % ويأتي باقي الشبكات الأخرى كتويتر .

- يعد موقع اليوتوب youtube الأكثر استخداما بصفة مطلقة من طرف المبحوثين .

- التصفح اليومي لمواقع الإعلام الاجتماعي هي الصفة الأكثر استخداما لدى التونسيين بنسبة 71.31% من العينة .

1- مبارك زودة ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام (الثورة التونسية نموذجا) . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2012 .

- ثلثي المبحوثين تقريبا يتعرضون لمواقع الإعلام الاجتماعي لأنها تتضمن معلومات مختلفة عما تنشره وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 65 % .

- أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن وسائل الإعلام الاجتماعي تعبر عن الواقع بصدق بنسبة 79.68 % و أكثر من نصف المبحوثين ينشرون تعليقات وكتابات سياسية بنسبة 56.56 %.

- أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الاجتماعي أيام الثورة التونسية بنسبة 60 % وهو ما يؤكد متابعة المبحوثين للأحداث السياسية في تونس .

- لقد عبر المبحوثين عن رأيهم أيام الثورة التونسية من خلال نشر مضامين و شعارات مساندة للثورة التونسية بنسبة 64.06 % .

- أكثر من نصف المبحوثين قاموا باعتصام ضد السلطة بنسبة 52.18 % من خلال التواصل الاجتماعي، وكان هدفهم إسقاط النظام بنسبة 87.50 % .

2- دراسة الخامسة رمضان¹:

حول : استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت و انتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي .

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي في مجال دراسة جمهور المتلقين على عينة من الشباب الجامعي ، واعتمدت على أدوات جمع المعطيات و البيانات تتمثل في الملاحظة و الاستبيان .

1 - الخامسة رمضان ، استخدام شبكات الانترنت و انتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي .مذكرة ماجستير في الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2012.

و انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

- ما هي الاستخدامات و الاشباعات التي يحصل عليها الشباب الجامعي الجزائري من خلال الشبكات الاجتماعية على الانترنت ؟ وما علاقتها بانتشار قيم العولمة الثقافية لديهم ؟

واندرجت منها التساؤلات التالية :

- ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للشبكات الاجتماعية على الانترنت ؟
- ما هي الاشباعات المحققة لدى الشباب الجامعي الجزائري من استخدام هذه الشبكات ؟
- ما لعلاقة بين استخدام الشبكات الاجتماعية و انتشار قيم العولمة و ما مظاهرها على سلوك الشباب الجامعي الجزائري ؟

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- تعد الشبكات الاجتماعية على الانترنت بمثابة مجتمعات افتراضية تسمح للأفراد الالتقاء و التمازج وتكوين العلاقات الاجتماعية مع أفراد من مختلف دول العالم مما يمكن من تبادل وجهات النظر و تقاسم الاهتمامات .

- يعد موقع الفيسبوك ثم اليوتوب أكثر الشبكات الاجتماعية استخداما من طرف الشباب الجامعي نظرا لما يوفرانه من خدمات ومزايا ، وتعتبر الدردشة أهم الأسباب التي تجعل الشباب الجامعي يقبل على هذه المواقع وكذلك لتحميل الملفات وإنشاء المجموعات .

- يبين اغلبه أفراد العينة أن مواقع الشبكات الاجتماعية تحمل قيما غربية كما اتفقوا على أهم القيم الايجابية وهي الحرية ، العدالة... الخ ، أما القيم السلبية فهي التي تخص الجنس ، العنف ، التطرف ...

- تمثل الموضوعات الرياضية هي الأولى من حيث المتابعة تليها الموضوعات الثقافية ثم بعدها الموضوعات السياسية من طرف الشباب الجامعي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية .

- يتجسد انتشار قيم العولمة الثقافية الغربية في الماديات المتمثلة في السيارات، المنازل... الخ ، ثم تليها السلوكيات و التصرفات .

- يفضل أغلبية أفراد العينة تحميل الملفات السمعية البصرية أكثر من الملفات النصية وهو ما يجسد التأثير الكبير لثقافة العولمة التي يعد من أهم خصائصها التركيز على ثقافة الصورة .

2- الدراسات المتعلقة بالثقافة السياسية :

1- دراسة علي بن طاهر¹ :

حول الثقافة السياسية ومسألة الديمقراطية في الجزائر (1989- 1992)

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التاريخي وتحليل المحتوى في معرفة أوضاع الثقافة خلال هذه الحقبة .

وانطلقت الدراسة من الإشكالية التالية :

- ما هي القيم التي تؤسس عليها الثقافة السياسية في الجزائر ؟ وما مدى علاقتها بالمسألة الديمقراطية ؟

ومن الفروض التالية :

- الثقافة السياسية في المجتمع الجزائري يرجع أصولها إلى ثقافة اجتماعية واقتصادية موروثة عن أنماط ثقافية ترجع جذورها إلى الاستعمار .

- رواسب الثقافة السياسية تؤثر على بنية النسق السياسي العام من خلال تبين وجهات النظر الإيديولوجية في فترة الدولة الوطنية ، وبروز توجهات سياسية جديدة خلال حقبة الانفتاح السياسي .

1- علي بن طاهر ، الثقافة السياسية و مسألة الديمقراطية التعددية في الجزائر 1989- 1992 . مذكرة ماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، كلية العلوم السياسية ، الجزائر ، 2001 .

- ظلت مسألة الصراع على السلطة هي القضية المركزية المحورية التي تتصدر مضمون الثقافة السياسية .

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ظلت مسألة الثقافة السياسية عالقة بمسألة استمرارية الانقسامات على مستوى علاقات القوى السياسية وباستمرارية تباين وجهات النظر الإيديولوجية خلال حقبة الانفتاح السياسي ، كما أبرزت طبيعة الممارسات السياسية التي اتسمت بتفاهم الولاءات الحزبية و الجهوية ، كما تفتقر إلى عملية تغيير داخلية في مواجهة مفاهيم قديمة على صعيد قنوات التنشئة .

- ظل موضوع الصراع على السلطة يتصدر مضمون الثقافة السياسية ويشكل محورا أساسيا ضمن بنية الخطاب السياسي الحزبي .

- الخطابات السياسية الحزبية التي تدعو إلى الديمقراطية تميل في عمومها إلى التهديد و الوعيد وعدم قدرتها في تقديم صيغة محددة ومستقلة لمشروع مجتمع ، لأن وظائفها تتجه نحو تشخيص السلطة و الدعاية للتوجهات المذهبية و السياسية .

-تقتصر معالجة واثق و أدبيات الأحزاب السياسية على مسألة السلطة ولا تطرح كيفية بناء مجتمع الدولة والعلاقة بينهما ، فهي توظف حالات الغضب الاجتماعي و السياسي بكل أبعاده ، فهي تفتقر إلى تراث فكري وسياسي واضح المعالم بالشكل الذي يسمح لها من أن تجذر الممارسة السياسية الديمقراطية .

ب- دراسة حليلو نبيل¹ :

حول : التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين .

وهي دراسة وصفية تحليلية واعتمدت على الاستمارة كأداة لجمع البيانات و المعطيات على عينة من الطلبة الجامعيين في 19 جامعة جزائرية .

1 - نبيل حليلو ، التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين . أطروحة دكتوراه في علم اجتماع التنمية ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2012.

وانطلقت من تساؤل رئيسي :

- ما هي نظرة الطلبة الجامعيين الجزائريين للتنمية من خلال ثقافتهم السياسية ؟

ومن الفروض التالية :

- وجهة نظر الطلبة الجامعيين نحو التنمية في بعدها السياسي .

- وجهة نظر الطلبة الجامعيين نحو التنمية في بعدها الاجتماعي .

- وجهة نظر الطلبة الجامعيين نحو التنمية في بعدها الاقتصادي .

وتوصلت إلى النتائج التالية :

- إن القيم و الاتجاهات و الأنماط السلوكية التي ميزت أفراد الدراسة هي في مجموعها تحمل مظاهر سلبية و النفور و الشك و اللامبالاة أحيانا ، إلى جانب مظاهر الإحباط و الاغتراب اتجاه السلطة وما يمثلها نتيجة الفجوة القائمة بين ما يتوقع أدائه و الالتزام به من طرف السلطة ، وبين ما هو كائن حي بالفعل على ارض الواقع .

- إن أفراد الدراسة ينظرون إلى من يتولى شؤونهم ومسؤولياتهم بمختلف مستوياتهم ومكانتهم من حيث حجم المسؤولية نظرة يغلب عليها التشاؤم و الشك .

- إن أفراد الدراسة يشاركون في الحملات التطوعية التي تنظمها السلطات في تسيير شؤون حياتهم بنسبة وذلك بدافع أنها واجب وطني . 98.97%

- بينت الدراسة إن غالبية أفراد العينة غابوا عن المشاركة في حضور الاجتماعات المختلفة بنسبة 98.97 % على الرغم من تعدد وتباين التبريرات التي فسرت عزوفهم عن الحضور فمنهم من يفسرها بغياب الثقة في المسؤولين بنسبة 42.42 % أو عدم جدوى الحضور بنسبة 28.43 % ، أو عدم الرغبة و الاهتمام بنسبة 8.76 % وهي تعبر عن غياب فاعلين في المجتمع .

- يرى أفراد الدراسة أن الأحزاب المعتمدة أصبح أداؤها و وظائفها (التنمية السياسية ، المشاركة السياسية.....) هي مجرد شعارات وعناوين لا علاقة لها بالواقع وبنسبة معبرة جدا 96.13 % وبالتالي انحرقت الأحزاب عن المبادئ التي أنشئت من اجلها .

- من الانعكاسات السلبية للتنمية في الجزائر هو انتشار قيمة عدم الثقة بين المواطن و السلطة التي تمثله ، وطغيان مشاعر الإحباط و اليأس اتجاه السلطة بنسبة 94.44 % .

ومن الدراسات التي اهتمت نوعا ما بالإعلام الجديد نجد :

- دراسة احمد أمين فورار¹ :

حول : أثر وسائل الإعلام الجديدة على تنمية الوعي السياسي للطلاب الجزائري .

وهي من الدراسات الوصفية و اعتمدت على الاستمارة في جمع البيانات حول الموضوع على عينة من طلبة جامعة الجزائر 3 .

وانطلقت من الإشكالية التالية :

- ما هي انعكاسات وسائل الإعلام الجديدة على تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين ؟

وتفرعت عنها التساؤلات التالية :

- كيف تساهم وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي للطلبة ؟

- ما هي الآليات التي يستخدمها الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي للطلبة ؟

- إلى أي مدى نجحت وسائل الإعلام الجديدة في تكوين الوعي السياسي للطلبة ؟

- هل تمكنت هذه الوسائل من تحجيم دور وسائل الإعلام التقليدية لتكوين الوعي السياسي ؟

1- احمد أمين فورار ، اثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلاب الجامعي . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، الجزائر ، 2011 ،

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- إن وسائل الإعلام الجديدة لم تكن معروفة كثيرا لدى الطلبة الجزائريين مقارنة مع نظرائهم في الدول الأكثر تقدما ، لكن بدأت تنتشر في أوساط الطلبة الجامعيين خاصة مع تحسن خدمات الانترنت و اقتناعهم بأهمية هذه الوسائل .

- يثق الطلبة الجامعيين فيما تنقله من أخبار في تغطيتها للأحداث و القضايا السياسية وهي في ارتفاع مستمر ، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية وهذا لعدم خضوعها للرقابة من طرف الأجنداث السياسية.

- تعاضم التأثير السياسي لوسائل الإعلام الجديدة مستقبلا من خلال طرح القضايا السياسية في هذه الوسائل سواء كانت في المدونات أو الشبكات الاجتماعية ومختلف التطبيقات المتاحة .

- تساهم وسائل الإعلام الجديدة في أداء وظيفة سياسية مهمة بإضافة الأخبار و النشر و التعليق والتقصي ، كل هذه التطبيقات تقوم بتنمية المعارف السياسية للطلبة الجامعيين في الجزائر وهي مهمة فشلت في أدائها وسائل الإعلام التقليدية .

- لا يعتقد الطلبة الجامعيين أن وسائل الإعلام الجديدة تلعب دورا حاسما في تشجيعهم على الانخراط في الشأن السياسي العام ، لكن لا يعكس طبيعة الوضع القائم فبمجرد دفع الطلبة إلى الاهتمام بمتابعة الأخبار السياسية والقضايا السياسية المحلية و الإقليمية و العالمية .

- هناك طلبة جامعيين يسجلون حضورهم في مواقع الإعلام الجديدة بالتحليل و المناقشة و التعليق و التفاعل داخل الشبكات الاجتماعية .

- دراسة رامي حسين حسني الشراقي¹ :

حول : دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الجامعي .

وهي دراسة وصفية وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لعينة تتكون من 442 طالب و طالبة من الجامعات في قطاع غزة .

وانطلقت من الإشكالية التالية :

- ما الدور التي تقوم به وسائل الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب ؟

وتفرعت عنها التساؤلات التالية :

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

2- ما أهم القضايا التي يطرحها الإعلام التفاعلي وتهم الشباب الجامعي ؟

3- ما إيجابيات وسلبيات الإعلام التفاعلي على تشكيل الثقافة السياسية لديهم ؟

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

وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج :

- أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين يستخدمون الإعلام التفاعلي بنسبة مرتفعة تقدر 93.5% .

- كشفت الدراسة أن الطلبة يثقون في الإعلام التفاعلي للحصول على معلومات و الدور التي تقوم به في تشكيل ثقافتهم السياسية بنسبة تصل إلى 70% .

1- رامي حسين حسني الشراقي ، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني .رسالة ماجستير في دراسات الشرق الأوسط ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر ، غزة ، 2012 .

- تبين الدراسة انه لا يوجد تأثير للإعلام التفاعلي على تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني بنسبة 55.40 % ، في حين نجد بالمقابل أن نسبة 44.66 % يؤكدون وجود هذا التأثير من طرف المبحوثين .

- أظهرت الدراسة أن هناك معيقات واجهت المبحوثين خلال استخدامهم للإعلام التفاعلي في تشكيل ثقافتهم السياسية بنسبة 80.20 % .

3- الدراسات الأجنبية :

3-1- دراسة Keith & Kampton¹:

تحت عنوان : مواقع الشبكات الاجتماعية وحياتنا .

حيث قام كل من كايت و هامبتون و آخرون بهذه الدراسة في جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الأبحاث الأمريكي Pew و American life Project بتاريخ 16 جوان 2011.

وتناولت الدراسة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل الفيسبوك وتويتر حيث تطرقت من الإشكالية التالية :

- هل عزلت الشبكات الاجتماعية الأشخاص وقطعت علاقتهم الاجتماعية ؟

- أم ساعدت في ربطهم بآخرين ؟

و توصلت إلى أهم النتائج التالية :

- بينت الدراسة أن 79% من البالغين الأمريكيين يستخدمون الانترنت ، كما يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة 92 % .

- بينت الدراسة أن العلاقات الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه من قبل عامين .

¹- Keith & Hampton . and al . social networking sites and our lives , Pew research center's American life project 2011 . www.pewinternet.org. 10/15/2015.

- بينت الدراسة أن موقع الفيسبوك ساعد بشكل كبير في توطيد العلاقات الاجتماعية بين الأفراد .

2- دراسة قامت بها مؤسسة Movement¹ :

تحت عنوان : مستخدمو الانترنت والشبكات الاجتماعية .

وقد شملت الدراسة 292 مستخدما في فرنسا في الفترة ما بين 02-14 اكتوبر 2007 .
لقد ركزت الدراسة على طريقة استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت معتمدة على المنهج المسحي و الاستثمار كأداة و وسيلة لجمع المعطيات .
كما ركزت على عادات استخدام الشبكات لدى أفراد العينة في كل المجالات كتتمية المعارف و التعارف وربط الصداقات ، البحث عن العمل الخ .
ومن أهم نتائج الدراسة :

- نسبة الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية على الانترنت هو 98.7% ، حيث نجد أكثر من 71 % يستخدمون موقع " لينكندن " Linkenden ثم تأتي بعدها الشبكات الأخرى (الفيسبوك ، فيادو...).

- الأغلبية يستخدمون الشبكات الاجتماعية لتنمية معارفهم بنسبة 78 % ، ثم بنسبة اقل البحث عن عمل أو تريض أو التعرف على أصدقاء جدد .

- الشبكات الاجتماعية المساهمة في تنمية معارف المستخدمين نجدها متقاربة بين لينكندن و فيسبوك وفيادو Viadio .

¹ - les internautes, les réseaux , leurs usage .étude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur échantillon de 292 internautes . www. Plog .movement , compwp-contentuploads,2007. 15/01/2015.

9- صعوبات الدراسة .

- لا توجد دراسة علمية إلا وكانت مليئة بالصعوبات وهذا يرجع إلى طبيعة الموضوع وخصوصية المجتمع الذي تتناوله الدراسة ومن أهم الصعوبات التي واجهتنا ما يلي :
- صعوبة في الدراسة الميدانية خاصة البحث عن طلبة ماستر السنة الثانية في كل من التخصصين وهذا بسبب عدم مزاولتهم الدراسة في الفصل الثاني من الموسم الدراسي.
 - هناك عدد من الاستثمارات لم يتم استرجاعها من طرف المبحوثين .

الفصل الثاني : الاطار التصوري للثقافة السياسية

تمهيد .

1- المبحث الأول : الثقافة السياسية.

1-1- مفهوم الثقافة السياسية

1-2- تصورات لمفهوم الثقافة السياسية

1-2-1- التصور السيكولوجي لمفهوم الثقافة السياسية

2-2- التصور الثقافي لمفهوم الثقافة السياسية.

2-3- التصور السوسيولوجي لمفهوم الثقافة السياسية

2-4- التصور السياسي لمفهوم الثقافة السياسية

- المبحث الثاني : أبعاد الثقافة السياسية

2-1- المعرفة السياسية

2-2- الاتجاهات السياسية

2-3- القيم السياسية ..

- المبحث الثالث : أنواع الثقافة السياسية

3-1- الثقافة السياسية المشاركة .

3-2- الثقافة السياسية الخاضعة .

3-3- الثقافة السياسية الثورية

3-4- ثقافة اللامبالاة السياسية.

خلاصة الفصل .

تمهيد :

إن الحديث عن الثقافة السياسية هو بمثابة رسم صورة ثابتة عن ثقافة وقيم أي مجتمع و مدى ترابطه وتوحده وتفككه ، ومدى ولائه وانتمائه للنظام ، وكذلك مدى صحة القيم و المعتقدات التي يتبناها الأفراد داخل المجتمع التي لها اثر على الاستقرار السياسي للنظام .

لقد بينت الدراسة الاطار العام التصوري لمفهوم الثقافة السياسية ، حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى مفاهيم الثقافة السياسية من طرف الباحثين ، كما أعطينا تصورات مختلفة للثقافة السياسية من خلال تداخلها مع بعض العلوم الإنسانية ، ثم انتقلنا إلى أبعاد الثقافة السياسية التي تشكلها وفي الأخير تطرقنا إلى أنواع الثقافة السياسية الموجودة في المجتمعات ، والتي تختلف باختلاف الثقافات في المجتمعات .

- المبحث الأول : الثقافة السياسية .

1-1- مفهوم الثقافة السياسية :

يعتبر مفهوم الثقافة السياسية احد أهم الرائدة في علم السياسة ، فقد كان ينظر إليه منذ ظهوره كمفهوم لان الأفراد ينشئون في إطار ثقافة ما ، كما ينتجون ثقافة معينة¹.

ولذلك نجد النقاء إشارات عديدة من الدراسات في وجود اختلاف في القيم و الاتجاهات و المعتقدات من بلد لآخر ، بل حتى داخل البلد الواحد تبعا لاختلاف تجارب الحياة ، الخبرات التاريخية ، المستوى التعليمي و الاقتصادي و الاجتماعي ، وهناك ارتباط بين طبيعة الثقافة السياسية في المجتمع مع طبيعة النظام السياسي القائم في المجتمع فضلا عن تأثيرها القوي على الاستقرار السياسي².

ويعود بداية ظهور مفهوم الثقافة السياسية من خلال الرؤية الشمولية التي تأخذ بعين الاعتبار البيئة الثقافية كضرورة لدراسة أي نمط سياسي ، ويعد العالم الأمريكي " غابريال الموند " أول من ابرز مفهوم الثقافة السياسية .

حيث عرفها : " بأنها نمط محدد من التوجهات و الاتجاهات إزاء النشاط السياسي".

وتعتبر الدراسة التي قام بها "غابريال الموند" و" سيدني فيريا" بشأن " الثقافة المدنية " عام 1965 ، واشتملت الدراسة في خمس دول (الوم ا ، المكسيك ، بريطانيا ، ألمانيا ايطاليا) وهي من أشهر الدراسات في هذا الميدان ، حيث يرى الباحثان أن الفصل التحليلي للثقافة السياسية عن سياقها العام (الثقافة) يسمح بالتركيز أكثر على التوجهات الأكثر ارتباطا بالسياسة ، كما يسمح باكتشاف العلاقة بين تفاعلها ، وعلاقات التأثير

¹-Stephen Chilton , defining political culture . in western political ,vol ,11,n : 3, 1988,p419.

2- Gabriel Almond : cooperative political Systems , the journal of politics , vol, 18,no , august, 1965,p396.

و التأثير ، مع التأكيد على أن الثقافة السياسية تعود إلى نظام المعتقدات حول أنماط التفاعلات السياسية و المؤسسات السياسية ، إضافة إلى مستويات معرفة المواطنين بالمستجدات السياسية .

وقد أعاد كل من فيربا و الموند تعريفهما للثقافة السياسية بأنها : " الاتجاهات و التوجهات السياسية لدى الأفراد في علاقتهم بالنظام السياسي ، ويضاف إلى ذلك إنها تتضمن ادراكات ومشاعر و تقييمات الأفراد¹ .

كما عرفها كل من "غابر يال الموند" و"بنجام بويل" و "روبرت مندت " : هي الاقتراب من نظام سياسي معين ووضع خريطة للأبعاد المهمة لثقافته السياسية ، إلى جانب رسم خريطة أخرى لبنى و وظائف ذلك النظام السياسي² .

و يعرفها كمال المنوفي : الثقافة السياسية هي تلك القيم السائدة في المجتمع والتي تتصل بعلاقة أفرادها مع النظام السياسي بصورة مباشرة أو غير مباشرة³ .

كما أصبح مفهوم الثقافة السياسية أهمية خاصة في معرفة مدى تطور وخلق المجتمعات من زاوية الوظائف الثقافية السياسية ضمن تأثيرات البيئة كالتنشئة الاجتماعية و الإيديولوجية في تفسير مسألة الديمقراطية و العنف السياسي من زاوية السلوك الثقافي و السياسي ، وكذلك المشاكل المتعلقة ببناء الأمة و الوحدة الوطنية بالنسبة لدول العالم المتقدمة ، وخاصة الدول المستقلة حديثا .

ويمكن استخلاص خصائص الثقافة السياسية من خلال التعاريف السابقة :

- الثقافة السياسية هي احد المفاهيم الأساسية في دراسة السلوك السياسي للأفراد و المؤسسات داخل المجتمع .

1- غابريال الموند وآخرون ، السياسية المقارنة (الاطار النظري) ، ت محمد بشير ، زاهي المغيزلي ، منشورات جامعة قار يونس ، بنغازي ليبيا، 1991، ص103 .

2- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية للفلاحين المصريين . دراسة ميدانية عن عينة من الفلاحين ، أطروحة دكتوراة غير منشورة ، كلية العلوم السياسية و الاقتصادية جامعة القاهرة، 1978، ص15 .

3- الصادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده) . منشورات جامعة العلوم السياسية ، العراق ، 1990 ، ص328 .

- الثقافة السياسية تمثل القيم و الاتجاهات و المعارف السياسية للأفراد و المؤسسات داخل المجتمع سواء كان من خلال عناصر مادية و غير مادية .
- الثقافة السياسية لا تعرف الثبات المطلق ، و تتغير نتيجة التأثيرات و العوامل المختلفة .
- الثقافة السياسية هي جزء من ثقافة المجتمع ولكنها تتميز بالاستقلالية عنها .

1-2- تصورات لمفهوم الثقافة السياسية :

1-2- التصور السيكولوجي للثقافة السياسية :

إن تحليل التصور النفسي للثقافة السياسية هو مجال اهتمام علم النفس السياسي بشكل رئيسي حيث يقوم بدراسة دوافع واتجاهات السلوك السياسي وهي تشكل جانبا من الثقافة السياسية ، و يقترب علم النفس و السياسة مع بعضهما فكلهما يبحث في النشاط البشري الذي يعبر عن أنماط سلوكية تحركها دوافع تعمل على بلوغ أهداف معينة ، لذلك فإن السلوك السياسي هو تعبير عن الدوافع التي يقوم بها الأفراد¹.

كما تؤثر الاتجاهات المختلفة في تنوع الثقافات السياسية داخل المجتمع ، فالثقافات السياسية قد تكون متوافقة أو متصارعة حول القضايا السياسية العامة وكذلك التوجهات السياسية الحكومية .

ففي الثقافة السياسية المتوافقة يميل المواطنين إلى أن تكون وجهات نظرهم مشتركة حول ماهية المشاكل الرئيسية في المجتمع و كيفية حلها ، أما في الثقافة السياسية المتصارعة فنجدهم منقسمين اتجاه النظام السياسي ، فعندما يكون انقسام عميق وحاد في الاتجاهات و القيم السياسية في بلد معين فإننا نتحدث عن الجماعات المتميزة على أنها ثقافات سياسية فرعية ، و المواطنون في الثقافة السياسية الفرعية لديهم وجهات نظر مختلفة².

¹ - إسماعيل ملحم ، علم النفس السياسي (الوجه الآخر لتوظيف العلم) .مجلة الفكر السياسي ، القاهرة ، العدد 3 ، 1998 ، ص168 .
² - غابريال الموند و آخرون ، السياسة المقارنة، مرجع سابق ، ص111.

2-2- التصور الثقافي لمفهوم الثقافة السياسية :

لقد أحدثت الدراسات حول الثقافة السياسية تغيرات أولية في مجال الأنظمة الاجتماعية و السياسية وذلك بالتركيز على العوامل الثقافية من اجل التعرف على العوامل الثقافية من اجل التعرف على نوعية السلوك الاجتماعي .

بدا هذا الاتجاه يؤكد خاصة على الدراسات المقارنة بين الأنظمة السياسية و الاستناد إليها في تفسير الثقافات المتبادلة ، وهو ما دفع " سيدني فيريا " و "غابريال الموند" إلى إعادة تعريف الثقافة السياسية وخلص إلى أنها تمثل الخصائص الثقافية للمجتمع و البحث عن عوامل الاستقرار السياسي ، مبينة انه توجد أكثر من ثقافة سياسية واحدة إذ هناك ثقافة المشاركة ، وثقافة الخضوع¹.

لقد حاول أصحاب هذا الاتجاه عزل العناصر الأخرى المكونة للواقع الاجتماعي باعتبارها عوامل أولية في تنمية المجتمع وتحديث اتجاهاته السياسية من خلال عملية التنشئة الثقافية للأسرة و التي تلعب دورا هاما في تشكيل الاتجاهات السياسية .

ويرى "سيدني فيريا " أن المعتقد السياسي و أنماط القيم في الثقافة تلعب عادة دورا رئيسيا في بناء الثقافة .

كما أن عملية التحضر و الثقافة و التعليم هي التي تحدد مدى تطور المجتمع أو تخلفه ، كما تفسر أيضا مسالة التحديث و التنمية السياسية².

2-3- التصور السوسيولوجي لمفهوم الثقافة السياسية :

ينظر إلى الثقافة السياسية من زاوية المجتمع ، باعتبارها تعد جزء من ثقافة المجتمع ، فهي تكتسب خصائصها من التوجهات المشتركة التي تكون النسق العام الشامل للغة و الدين و الجماعات و الأدوار الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و التنشئة السياسية كالأسرة ، المدرسة ، الأحزاب الخ

1- محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي (السياسة و المجتمع في العالم الثالث) . دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، ج3 ، 1986، ص134.

2- الحسيني وآخرون ، دراسة في التنمية الاجتماعية . دار المعارف ، القاهرة ، 1973 ، ص94 .

إن الثقافة السياسية من خلال السياق الاجتماعي الذي تتكون فيه باعتبارها جزء من الثقافة العامة للمجتمع بمعنى خصائص التي تكون المجتمع تؤثر في خصائص الثقافة السياسية على الأفراد و المؤسسات على حد سواء ، فيرى "بيير بورديو " إن مفهوم الثقافة السياسية لا ينظر إليه بمعزل عن المكونات و العناصر الأخرى لكل الاجتماعي فهي تشير الى المجموع الكلي لاتجاهات الأفراد في تفسير مخرجات النظام السياسي وبهذا الشكل فان الفصل بين الثقافة السياسية و الثقافات الأخرى قد يؤدي إلى تجريد المفهوم من أبعاده ومضامينه الاجتماعية ويصبح مجرد واقع أو فعل سلوك ذاتي فمفهوم الثقافة السياسية هو وليد الدراسات الاجتماعية أساسا ، و لذلك يأخذ بعين الاعتبار تأثير التفاعلات الاجتماعية داخل المؤسسة بجميع أبعادها دون التركيز على العناصر الإدراكية و العاطفية و القيمة¹.

إن مفهوم الثقافة السياسية يمثل جانب من جوانب الحياة الاجتماعية كما تبين نوع الأنظمة السائدة في المجتمع ، فالربط بين الثقافة السياسية و المجتمع ، فنجد المجتمع هو عبارة عن كل متكامل أو مجموعة من العناصر المتداخلة يستحيل الفصل بينهما فالسياسة و الاقتصاد و الدين وعلاقات العمل هي مظاهر متنوعة لنفس المجتمع ولا تشكل في حدها عوالم مغلقة ومنعزلة عن بعضها البعض².

ونتيجة لهذا الارتباط الكلي بين الوقائع الاجتماعية بدأت الدراسات السياسية و الاجتماعية تطبق جانب من التحليل المنهجي العلمي ، وأصبحت الظاهرة السياسية حلقة ضمن مكونات البناء الاجتماعي ، الأمر الذي جعل كمفهوم الثقافة السياسية يفترض الوحدة الجوهرية للمجتمع ككل و السياسة هي جانب منه³.

ومع ذلك فالتصور السوسيولوجي لمفهوم الثقافة السياسية لا يفسر حقيقة المفهوم الذي يحمل خصائص أخرى .

¹ - pierre Bourdieu , culture politique , paris ;ed , economica , 1983,p45.

² - جان بيار كوت و جان بيار موني ، من اجل علم اجتماع سياسي . ت محمد هناد ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1986 ، ص18.

³ - نفس المرجع السابق ، ص18 .

2-4 - التصور السياسي لمفهوم الثقافة السياسية :

يشير مفهوم الثقافة السياسية إلى مجموعة المعتقدات والقيم الأساسية السائدة في أي المجتمع و الذي يتميز عن غيره من المجتمعات ، وتخلق نوعا ما من الملائمة الاجتماعية لسلوك الأفراد وتعطي للعمليات السياسية شكلا و مضمونا بالطريقة نفسها والتي تعطى فيها الثقافة بوجه عام ملائمة الحياة الاجتماعية¹.

وهي بذلك تتضمن مجموعة من المكونات :

- **المرجعية** : أي الإطار الفكري المتكامل أو المرجع الأساسي للعمل السياسي الذي يحدد الأهداف و الرؤى ويبرر المواقف و الممارسات ويكسب النظام ا لشرعية و غالبا ما يحقق الاستقرار بإجماع أعضاء المجتمع على الرضا عن مرجعية الدولة ووجود قناعات بأهميتها و التي تعبر عن قيمهم و أهدافهم وعندما يحدث الاختلاف بين عناصر النظام حول المرجعية تحدث الانقسامات وتبدأ الأزمات التي تهدد شرعية النظام وبقائه و استمراره .

- **الإحساس بالمسؤولية** : أي التوجه نحو العمل العام و الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع و قضاياها بحيث تدفع المواطن إلى الإيجابية في التعامل مع القضايا و الموضوعات في ظل ثقافة سياسية مشابهة مؤداها الإحساس بالولاء للجماعة .

- **التوجه نحو النظام السياسي** : الاتجاه نحو النظام السياسي و الإيمان بضرورة الولاء له و التعلق به من ضرورات الإحساس بالمواطنة وما تنتظمه من حقوق و التزامات فكل ثقافة عليها أن تحدد النطاق العام للعمل السياسي و الحدود المشروعة بين الحياة العامة و الحياة الخاصة ، ويتضمن هذا النطاق تحديد الأفراد المسموح لهم بالمشاركة السياسية في العملية السياسية ووظائف المؤسسات السياسية كل على حدا فالثقافة السياسية هي التي تدعم النظام وتحدد أطره و تغذيه بالمعلومات المستمدة من واقع البيئة وخصوصيتها لتحافظ عليه و تضمن بقاءه .

1- ريتشارد داوسن و آخرون ، التنشئة السياسية (دراسة تحليلية) . ت مصطفى عبد الله الخشيم ، منشورات قار يونس ، بنغازي ، 1990، ص19،

- **الإحساس بالهوية** : يعتبر الإحساس بالانتماء من أهم المعتقدات السياسية وذلك كان شعور الأفراد بالولاء للنظام السياسي يساعد على إضفاء الشرعية للنظام ، كما يحافظ عليه ، بحيث نجد ثقافة سياسية قوية ومتينة بين أفراد المجتمع .

ويشير كمال المنوفي إلى هذه المكونات محل توافق بين علماء السياسة الذين اهتموا بدراسة الثقافة السياسية في حين أن هناك مساحة أخرى للاختلاف¹.

- **المبحث الثاني : أبعاد الثقافة السياسية .**

يقصد بأبعاد الثقافة السياسية بما تحويه من قيم واتجاهات ومعارف وعليه سنحاول تسليط الضوء على هذا المقام على هذه الأبعاد الثلاثة مع التركيز على مؤشرات كل بعد وذلك لان نمط القيم و الاتجاهات و المعارف الخاصة بالفرد و التي تتصل بعلاقته بالنظام السياسي بشكل مباشر أو غير مباشر تعكسها رموز تعبيرية لفظية مترجمة على شكل سلوكيات .

2-1- المعرفة السياسية :

تتضمن المعرفة السياسية بالنسبة للفرد على معرفة أسماء القادة السياسيين وطبيعة الوظائف التي يشغلونها ، و المعرفة بالمؤسسات السياسية و طبيعة عملها و أهمية الأدوار التي تؤديها و مكانتها بين السلطات الأخرى ، إلى جانب المعرفة بالقضايا السياسية و القدرة على تكوين الآراء بشأنها ، و بذلك تعني المعرفة السياسية كل ما يوجد لدى الفرد من معارف و آراء بخصوص القضايا و المؤسسات و القيادات السياسية في المجتمع .

بينما يرى بعض الباحثين أن المعرفة السياسية تمثل الوعي السياسي الذي يشير بدوره إلى ما لدى للأفراد من معارف وآراء سياسية و التي تتعلق بالجوانب ذات الطابع السياسي في حياتهم الاجتماعية .

¹ - كمال المنوفي ، مفهوم الثقافة السياسية ، مرجع سابق ، ص21.

وتشكل مؤشرات المعرفة السياسية في ما يلي¹:

- المعرفة بأسماء القيادات و الشخصيات السياسية .
- المعرفة بالمؤسسات السياسية الموجودة ومعرفة مهامها وأدوارها إلى جانب آليات اختيار المناصب القيادية داخل النظام السياسي .
- المعرفة بالقضايا السياسية و الأحداث و التواريخ الهامة في الحياة السياسية للمجتمع و القدرة على تكوين آراء بشأنها .
- معرفة بعض المفاهيم والمصطلحات السياسية .

2-2- الاتجاهات السياسية :

الاتجاهات السياسية هي تلك المواقف و الآراء التي يكونها الأفراد عن القضايا و الأحداث السياسية ، وتعتبر الاتجاهات السياسية عن ميول الأفراد ومواقفهم اتجاه الأحداث السياسية المختلفة والتي تنظم قبول أو عدم قبول الرسائل التي يتلقاها الفرد وتشمل الاهتمامات و القيم والخبرات التي تنظم الفرد بشأن القضايا السياسية².

وتتضمن الاتجاهات السياسية مجموعة من المشاعر و العواطف و المواقف و المعتقدات الخاصة السلبية منها و الإيجابية التي يحملها الأشخاص نحو الموضوعات السياسية ذات الطبيعة السياسية كمواقف أشخاص مثلا المشاركة في الانتخابات أو النشاط السياسي الحزبي أو الحكومي وموقفه من النضال و الانتماء السياسي وقضايا التحرر و كذلك مختلف الأحداث السياسية المحلية و الدولية .

فالالاتجاهات هي تلك المتعلقة بالقضايا السياسية التي يكونها الأفراد عن الموضوعات السياسية كالعامل السياسي و الحرية و العدالة ، السلطات السياسية و الأحزاب و دورها

1- مجاهد الصالح سعد الشعبي ، الثقافة السياسية للناخب اليمني و اثرها على سلوكه الانتخابي . معهد البحوث و الدراسات العربية ، القاهرة ، 2005 ص62 .

2- شيماء ذو الفقار زغيب ، نظريات في تشكيل الرأي العام . الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2004 ، ص108 .

في التعبئة نحو المشاركة السياسية في الأنظمة السياسية و جلب التأييد للمشاريع التنموية وبناء وتعزيز الشعور القومي¹.

ويشير مفهوم الاتجاه إلى قدرة الفرد و استعداداه للمواقف و المواضيع السياسية التي تتطلب رد فعل من خلال واقع خبرته الشخصية وتتضمن مايلي :

- **الاتجاه نحو السلطة** : و هو نظرة الفرد ومشاعره نحو السلطة ن ودرجة الثقة فيها و أهميتها بالنسبة له ومدى أهمية الخضوع لها².

كما تعود على النفع العام للمجتمع ، وما مدى قناعته بالدور التي تقوم به السلطة في تعاملها مع القضايا التي تهم المجتمع .

- **الاتجاه المحافظ** : ويشير إلى الحفاظ على العادات و التقاليد و التراث ، هذه العوامل تؤثر وترفض فكرة التغيير و كل ما هو جديد و التثبيت بالثقافة الماضية بكل ما تحمله من قيم تقليدية خوفا من المستقبل ، ويأتي هذا التمسك بدعوى احتوائها على المشكلات التي تواجه الفرد إلى جانب الالتزام بما يحدده القادة السياسيين في شتى الميادين لأنهم يعرفون مصالح الأفراد كما يعتقدون بأن التحرر هو سبب المفساد الموجودة في المجتمع³.

- **الاتجاه المتعصب** : التعصب هو اتجاه نفسي جامد مشحون انفعاليا بعقيدة أو حكم مسبق أو مع أو ضد جماعة أو شيء أو موضوع ، ولا يقوم على سند منطقي أو معرفة كافية أو حقيقة علمية⁴.

¹ -joseph la palombara , réflexions on poli tical parties and poli tical développement , forer década latter, party politics , vol,13, 2007 p149.

² - سمير محمد احمد العبدلي ، الثقافة السياسية الديمقراطية للقبائل اليمنية . دراسة ميدانية (أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية) ، معهد البحوث و الدراسات العربية ، القاهرة ن 2003 ، ص 21 .

³ - معتز سيد عبد الله ، الاتجاهات التعصبية ، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الاداب ، عالم المعرفة ، الكويت ، ماي 1989 ، ص 193 .

⁴ - حامد عبد السلام زهران ، علم النفس الاجتماعي ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1977 ، ص 176 .

ويرى الجابري بأنها : " رابطة سيكولوجية ، شعورية ولاشعورية تربط أفراد جماعة مع معينة قائمة على القرابة المادية و المعنوية ربطا مستمرا يبرز ويشد عندما يكون خطر يهدد أولئك الأفراد¹ .

ويدور مضمون التعصب السياسي حول تبني فكر سياسي معين ، و الإيمان بأنه هو الوحيد الصحيح ، و الإحساس بالحماس أثناء الحديث عنه ، و الشعور برسوخ هذه الأفكار و صعوبة تغييرها مع عدم تقبل أفكار أخرى مغايرة .

2-3- القيم السياسية :

تعد القيم السياسية من المفاهيم الجوهرية في كافة ميادين الحياة الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية لأنها تمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها فهي ضرورة اجتماعية لأنها معايير و أهداف لابد أن نجدها في كل مجتمع منظم سواء كان متقدما أو متخلفا ، يرى البعض أن الحياة الاجتماعية تستحيل بدون القيم و لا يمكن أن يحققوا ما يريدون وما يحتاجون إليه من الآخرين بغير القيم ، وتلعب هذه الأخيرة دورا كبيرا في إدراك الفرد للأمور من حوله ، وكذلك تصوراته للعالم المحيط به² .

يعرفها " حامد زهران " بأنها عبارة عن تنظيمات لإحكام عقلية انفعالية ، وهي مفهوم ضمني غالبا ما يعبر عن الفعل أو الامتياز أو درجة الفضل التي ترتبط بالأشخاص أو الأشياء أو أوجه النشاط³ .

و القيم تتضمن خاصيتين هما :

- تعتبر أكثر تجريدا و عمومية ومحددة لاتجاهات الفرد واهتماماته و سلوكه .
- تتسم بخاصية الوجوب و الإلزام التي تكتسب في ضوء معايير المجتمع و الاطار الحضاري الذي تنتمي إليه القيم .

1- محمد عابد الجابري ، فكرة ابن خلدون للعصبية و الدولة - معالم نظرية خلدونية في التاريخ الإسلامي ، الدار البيضاء ، المغرب ، ط4 ، 1984 ، ص459 .

2- فاروق يوسف ، القيم الاجتماعية وإدراك الحقائق السياسية ، مجلة النيل ، العدد6 ، القاهرة ، 1981 ، ص17 .

3- فيس عبد الفتاح و آخرون ، علم النفس الاجتماعي . مكتبة الزهراء ، القاهرة ، 2000 ، ص227 .

وبذلك فالقيم السياسية هي تلك الأحكام التي يصدرها الفرد بالترتيب أو عدمه للموضوعات السياسية أثناء تفاعله مع نظامه السياسي ، وهو ما يعني أن القيم السياسية تشمل توقعات الأفراد من حكوماتهم ، ويتركب نمط القيم من أفكارهم عن الصواب و الخطأ وعن الطيب و السيئ في الشؤون السياسية¹.

ومن أهم القيم السياسية التي تفيد الدراسة نجد المواطنة ، الحرية .

- **قيم المواطنة** : تقوم على المعرفة الحقيقية لأنفسنا ومعرفة ما يحيط من حولنا و تفاعلنا مع معطيات العصر ، وتعني المواطنة الابتعاد عن الفردية و الاهتمام بالصالح العام للوطن و العمل من اجل نهضته وتقدمه .

كما يرى "جون ديوي" أن المواطنة لا تعني أكثر و اقل على القدرة المشاركة في التجربة خلال الحياة

أخذا ز عطاء ، وهي تشمل كل ما يجعل الفرد أكثر فائدة ، أو ذات قيمة اكبر للآخرين وكل ما يتيح للمرء المشاركة بمزيد من الثراء في خبرات الآخرين².

و المواطنة ليست موضوعا قانونيا فحسب بل هي مالكة لقسط من السيادة الوطنية ، فالمواطن من خلال ثقافته يحب أن يكون مشاركا فعالا لا خاضعا ويتميز بديناميكية اجتماعية لا بركود اجتماعي و يتميز بالتماسك لا بالتنافر³.

- **قيم الحرية** : تعتبر الحرية إحدى السمات التي فطر عليها الإنسان و للحرية قيمة جوهرية ، وان غيابها ينتج تفتت قيم الشعب و ترهل الأمة و سقوطها في هوة من العجز و السلبية و الانحطاط .

ويعرفها "ديكارت" هي القدرة على فعل الشيء أو الامتناع عن فعله "

¹- حسين عبد الحميد رشوان ، في القوة و السلطة و النفوذ . مركز الإسكندرية للكتاب ، مصر ، 2007 ، ص 159

²- إبراهيم ناصر ، المواطنة . مكتبة الرائد العلمية ، عمان ، ط1 ، 2002 ، ص 45 .

³- هند غروب ، ثقافة المواطنة في بلاد الرعية - المجتمع المغربي نموذجا - مركز دراسات الوحدة العربية ، ط2006 ، ص 177 .

ويعرفها أيضا "جون ستيوارت ميل" : إطلاق العنان للناس ليحققوا خيرهم بالطريقة التي يرونها ، طالما لا يحاولون حرمان غيرهم من مصالحهم ولا يعرقلون جهودهم لتحقيق تلك المصالح .

ويمكن القول إن الحرية هي القدرة على اختيار ما نريد ، وفي الوقت نفسه التمتع بقدرة مماثلة على عدم اختيار ما لا نريد ، فالشخص الحر هو ذلك الذي لا يقيد عائق إزاء ما يريد عمله ، وتسيير الفرصة المتاحة للارتباط بنشاط أو تحقيق هدف معين¹ .

والحرية ثلاث مظاهر أساسية:

- مظهر الوجود : وهي الحرية الطبيعية وذلك من خلال ولادة الإنسان حرا .
- مظهر الاجتماع : وهي الحرية المدنية أي أن الإنسان له حقوق وعليه واجبات .
- مظهر العلاقات : وهي الحرية السياسية .

وتعد الحرية السياسية تنويجا لكل ما يمكن للفرد أن يتمتع به من مشاعر الحرية و الإحساس بها غي مجال حياته ، وتأتي قيمتها بين الحريات المدنية انطلاقا من مسؤوليتها عن ضمان باقي الحريات وصياغة اطر ممارستها ، فضلا عما يسمح به المجتمع من حق المبادرة نحو نظام الحكم² .

للحرية عدة مؤشرات منها حرية الفكر و التعبير، الحريات العامة ... الخ .

¹ - إبراهيم ناصر ، المواطنة . مرجع سابق ، ص 234 .
² - علي الدين هلال ، الديمقراطية وهموم الإنسان العربي المعاصر . مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط1 ، 1983 ، ص10 .

- المبحث الثالث : أنواع الثقافة السياسية .

إن الثقافة السياسية يأخذ أشكالاً متعددة ، وسوف نتعرف على أنواع الثقافة السياسية .

1-3 - الثقافة السياسية بالمشاركة :

حيث يكون المواطن على اعلي درجة من الوعي السياسي ، ويكون لديه ميول واهتمام بالعملية السياسية ، بالإضافة إلى قدرته في التأثير فيها ، حيث تعد هذه الثقافة إحدى الأدوات الأساسية في بناء المجتمع السياسي الذي أساسه اتفاق أبناء المجتمع على شكل العملية السياسية بالتزام النخب الحاكمة ، بعدم تجاوزها لحدود السلطة السياسية الشرعية مع التزام أفراد المجتمع بالمقابل بقرارات السلطة لتحقيق أهداف عامة ، تتجاوز المصالح الفرعية للقاعدة الاجتماعية¹ .

فالمواطن له وعي سياسي و لديه معلومات ، وله وضوح ورؤيا جديدة للنظام السياسي بكل مدخلاته ومخرجاته ، إضافة إلى مشاركته الفعالة في أمور السياسة ، وتصوره وإيمانه بأهمية دور الفرد و الجماعة في صنع السياسات و التأثير عليها² .

وفي إطار هذا النوع من الثقافة تكون السياسة العامة للدولة اقرب إلى النجاح لطبيعة العلاقة القائمة على التفاهم و الحوار بين النظام السياسي العام ، مقابل استجابته لمطالب المجتمع ، وهو ما يؤدي إلى ترسيخ شرعية النظام و استمراره واستقراره .

1- مها عبد اللطيف ، معوقات بناء ثقافة سياسية مشاركة في دول العالم الثالث . مجلة دراسات إستراتيجية ، مركز الدراسات الدولية ، العدد 3 ، 1998 ، ص 183 .

2- جيمس أندرسون ، صنع السياسة العامة . ت عامر الكبيسي ، دار المسيرة ، عمان ، 1999 ، ص 48 .

2-3 - الثقافة السياسية الخاضعة :

و يكون فيها المواطن واعيا على نحو قوي بالنظام السياسي وما يصدر عنه من أعمال فنجد أن المرء يحبها أو يكرهها ، وله شعور ضئيل بتطور المؤسسات التي تأخذ على عاتقها تحقيق المطالب الاجتماعية ، وكذلك شعور مجرد بفعالية السياسة شخصيا و الواقع أن المؤسسات في مثل هذه الثقافة ضئيلة الاستجابة اتجاه حاجات الأفراد¹.

و الفرد في هذا النوع من الثقافة يشك في قدرته على التأثير في السياسة العامة ، وهذا ما يجعله سلبيا وغير مؤمن بكل ما تصدره الحكومة من السياسات².

ويبرز هذا النوع من الثقافة في الدول النامية ، حتى تبقى حالة السلطة الفردية قائمة و احتكار السلطة ، فالنظام السياسي يستمد شرعيته من الاحتكار ، وقد تسمح بعض الأنظمة بقدر محدود من التعددية أحيانا ، ولكنها لا تسمح بالمعارضة المكشوفة ، و لا القيام بمنافسة سياسية منظمة من خارج الحزب الحاكم .

3-3 - الثقافة السياسية الثورية :

إن هذا النوع من الثقافة ينقسم المواطنون عن بعضهم البعض بحدة ، وغالبا ما يدور انقسامهم حول شرعية النظام وحل المشاكل الرئيسية ، كما تكون وجهات النظر مختلفة فيما بينهم وقد تكون خطيرة ومؤثرة على السياسة العامة للنظام ، فعدم التوحد في الثقافات الفرعية و الاختلاف في العرق القومية أو الدين ، كما هو الحال في لبنان ، حيث تكون الانقسامات خطيرة و لفترة طويلة³.

ويري التعارض بين الثقافة السياسية للمجتمع و الثقافة السياسية للنخبة الحاكمة ، أي التعارض بين الإيديولوجية المهيمنة و الثقافة السياسية الموجودة في المجتمع ، مما يؤدي إلى فشل السياسات العامة للدولة ، وهذا الاختلاف يؤدي شيوع حالات العنف وعدم الاستقرار الاجتماعي ، وهذا يبرز بشكل واضح امتلاك النظام السياسي لثقافة لا تعكس

¹- صادق الأسود ، علم الاجتماع السياسي ، مرجع سابق ، ص 345 .

²- جيمس أندرسون ، صنع السياسة العامة . مرجع سابق ، ص 49 .

³- غابريال الموند و آخرون ، السياسة المقارنة. مرجع سابق ، ص 75 .

خصوصية المجتمع وتعارض معه في القيم وعدم قدرة النظام السياسي على إيجاد قيم موحدة لتتاسب خصوصيته .

ويتضح هذه الثقافة السياسية في إفريقيا ، وما أحدثه الاستعمار من آثار سلبية على المجتمعات الإفريقية التي مازالت تعاني منها ، فالثقافة السياسية هي خليط من عناصر متضاربة و أهم تناقضاته هي القائمة على نظم وقيم غربية التي أدخلتها السلطات الاستعمارية لطمس الاتجاهات الثقافية السياسية المحلية وفي مختلف الأشكال فمثلا على المستوى الديني أحدثت مشاكل كان الإسلام يتعارض مع المسيحية ، وعلى المستوى الإيديولوجي نجد ظهور العديد من الاتجاهات السياسية كاليسارية ، الاشتراكية ، الليبرالية إضافة إلى الفوارق الإقليمية و العرقية.

3-4 - ثقافة اللامبالاة السياسية :

وهي نوع من الثقافة السياسية لا يقوم الأفراد أي علاقة مع النظام ، وذلك لضعف الوعي السياسي لديهم وعدم توفر معلومات سياسية كافية عن طبيعة العملية السياسية و اعتقادهم بأنهم لا يستطيعون التأثير في عمل الحكومة ، أو عدم الاهتمام أو الاكتراث بالعملية السياسية ، أو نتيجة لحالة الانتعاش والترف الاقتصادي وعدم الرغبة في إحداث التغيير ، وهذه الحالة تبرز في البلدان المتقدمة ، حيث أن اللامبالاة السياسية و التبدل والاعتراب السياسي ، إن وجد فيها فهو يعبر عن رؤية نجمت عن عوامل داخلية في الفرد نفسه وكذلك عن شخصية انعزالية ، هذه العوامل شكلت رؤيته للواقع الخارجي و وضعها أمامه ليبرر سلوكه و مشاعره ، لان الواقع الحقيقي يكون عكسيا ، فالنظام السياسي لا يمنع أحدا من المشاركة ، بل إن المناخ العام يرحب بها ، فإذا امتنع المواطن عن هذه المشاركة أو نفر منها ، فالمشكلة لا تكون في واقع النظام السياسي و الاجتماعي ، بل في شخصية المواطن ، او في طبيعة الاستقرار و الرفاهية الاقتصادية وسيادة الأمن و التي تجعل الفرد بعيدا عن العملية السياسية وليست لديه أي رغبة في تغيير وضع سياسي معين لما يحقق له من فائدة.

فهذا النوع من الثقافة الذي يسود الدول المتقدمة ، لا يسعى الفرد إلى التغيير أو التأثير في السياسات العامة للدولة طالما إنها تحقق مصلحة شخصية ضمن إطار المصلحة العامة للمجتمع¹.

أما في الدول النامية فان مظاهر اللامبالاة و التبلد السياسي تبرز من حيث كون توجهات المواطن نحو المواضيع السياسية ضعيفة للغاية ، فهو لا يربط نفسه بأي طريقة ايجابية بالمؤسسات السياسية الوطنية ولا لقضايا السياسة الوطنية ، إذ يشعر انه غير مؤثر فيها².

وهنا يكون رد فعل المواطن على المشاركة في السياسة العامة سلبي و ضعيف لقناعته بعدم القدرة على التأثير فيها من جهة و أن النظام السياسي لا يبيح تلك المشاركة من جهة أخرى ، ويعود إلى طبيعة الاطار السياسي الذي تعيش فيه غالبية البلدان النامية من حيث انعدام المناخ الديمقراطي السليم و ضعف العمل الدستوري وسيادة نمط الحكم الفردي فضلا عن أن البنية السياسية تتصف بغياب أو ضعف المؤسسات المشاركة كالمجالس السياسية المنتخبة ، الأحزاب السياسية و المنظمات الجماهيرية³.

¹- ثناء فؤاد عبد الله ، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي . مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1997 ، ص 92 .

²- صادق الأسود ، علم الاجتماع السياسي. مرجع سابق ، ص 344 .

³-كمال المنوفي ، السياسة و أزمة الديمقراطية في الوطن العربي . مجلة المستقبل ، العدد 135 ، 1985 ، ص 75 .

خلاصة الفصل :

تعتبر دراسة الثقافة السياسية داخل المجتمعات من أهم الأساسيات التي تساعد على فهم الثقافة السائدة في المجتمع ، فالمجتمعات التي لديها ثقافة سياسية قوية و متينة لدى أفرادها و تتميز بالاستقرار داخل النظام السياسي ، بينما المجتمعات التي لها ثقافة سياسية هشة وضعيفة ومحدودة ، فهي تتميز بحالة من الفوضى وعدم الاستقرار فهي معرضة للتغيير نتيجة الثقافة السياسية الضيقة أو لطبيعة النظام السياسي .

إن الاهتمام بالثقافة السياسية للمجتمع تزيد من مستوى الوعي السياسي لدى أفراد المجتمع اتجاه النظام السياسي ، الذي يعمل بدوره على تنظيم وتنمية الشؤون العامة للمجتمع .

الفصل الثالث : أنماط و عوامل الثقافة السياسية

تمهيد .

المبحث الأول : أنماط الثقافة السياسية .

1-1- التصنيف حسب خصائص المجتمع .

1-2- تصنيف الثقافة السياسية حسب النوع (الجنس) .

1-3- تصنيف الثقافة السياسية حسب الإقليم (ريف ، مدينة) .

1-4- تصنيف الثقافة السياسية حسب السن .

1-5- تصنيف الثقافة السياسية حسب الدين .

- المبحث الثاني : التصنيف حسب مضمون الثقافة السياسية .

2-1- تصنيف غابر يال الموند وسيدني فيربا .

2-2- تصنيف واثر روزنبوم .

2-3- تصنيف دانيال الازار .

- المبحث الثالث : التصنيف حسب طبيعة الثقافة السياسية .

3-1- الثقافة السياسية المسيطرة (الدكتاتورية) .

3-2- الثقافة السياسية المشاركة (الديمقراطية) .

- المبحث الرابع : عوامل الثقافة السياسية .

- 4-1- التنشئة الاجتماعية .
- 4-2- التنشئة السياسية .
- 4-3- المشاركة السياسية .
- 4-4- وسائل الإعلام.
- 4-5- جماعة الرفاق .
- 4-6- الايدولوجية .
- 4-7- التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية .
- . خلاصة الفصل .

تمهيد :

ترتبط الثقافة السياسية ارتباطا وثيقا بالثقافة السائدة في المجتمع ، التي تتضمن عادات وقيم و رموز تمثل النظام الاجتماعي بمختلف فئاته ومستوياته ، وهكذا تتنوع الثقافات السياسية داخل المجتمع .

فسنحاول في هذا الفصل معرفة و دراسة الأنماط التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد في مجتمعاتهم ، ففي المحور الأول قمنا بتصنيف أنماط الثقافة السياسية حسب خصائص المجتمع المتمثلة في نوع الجنس و السن والإقليم و حسب الانتماء الديني للأفراد ، ثم انتقلت الدراسة إلى تصنيف الثقافة السياسية إلى نماذج كنموذج "الموند وفيربا" و "روزنبوم" و"دانيال الازار" وكذلك التصنيف حسب نوع و طبيعة النظام السياسي ونجد الثقافة المسيطرة و الثقافة السياسية المشاركة .

وفي المحور الثاني فتطرقنا للدراسة إلى أهم العوامل التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد ومن أبرزها التنشئة الاجتماعية بمختلف قنواتها و مؤسساتها والتي لها دور مهم في تنشئة الأفراد سياسيا من خلال تلقينه القيم والمعتقدات و الاتجاهات السياسية السائدة في المجتمع هذه الأخيرة تؤثر على المشاركة السياسية للأفراد من خلال التفاعل مع جماعة الرفاق اللذين يتميزون بالاهتمام المشترك في مختلف الأنشطة السياسية ، التي بدورها تشكل الإيديولوجية العامة للجماعات داخل المجتمع كل حسب معتقداته وتكوينه الإيديولوجي ، كما نجد وسائل الإعلام تقوم بإبراز الثقافة العامة للمجتمع و التي تعكس ثقافته السياسية في شكل قيم ومعتقدات واتجاهات سياسية متنوعة للأفراد ، كما تؤثر أيضا التغيرات و الظروف الاقتصادية و الاجتماعية على الثقافة السائدة في المجتمع عموما ، وعلى الثقافة السياسية خصوصا و التي لها دور مهم في التغيير الاجتماعي وهذا حسب طبيعة واختلاف المجتمعات وكذلك حسب طبيعة الأنظمة السياسية السائدة .

- المبحث الأول : أنماط الثقافة السياسية .

تختلف الثقافة السياسية من مجتمع لآخر ، بل إنها تختلف حتى داخل المجتمع الواحد من جماعة لأخرى نظرا لعدم التجانس التي تفرضه الاختلافات بين الأجيال أو الجهات أو الدين أو المهنة ، وبالتالي لا توجد ثقافة سياسية متجانسة في أي مجتمع كان ، بل هناك ثقافات سياسية فرعية متعددة بتعدد الفئات الاجتماعية و الأجيال و الحرف و الانتماءات الفكرية¹ .

حيث يقول كل من "فيربا " و "باي " : لا يوجد في أي مجتمع كان ثقافة سياسية موحدة و في كل الأمور السياسية هناك تمييز بين ثقافة الحكام و آو اللذين يمسكون السلطة و بين ثقافة الجمهور² .

1-1- تصنيف الثقافة السياسية حسب خصائص المجتمع :

تتنوع الثقافة السياسية بتنوع الجنس و السن و الأقاليم و الدين ، وهذا حسب طبيعة المجتمعات .

1-1- التصنيف حسب الجنس (النوع) : تعرف المجتمعات قدرا كبيرا من التمايز بين الثقافة السياسية للرجل و المرأة و الثقافة السياسية للمرأة ، حيث نجد في العموم إن السياسة من شؤون الرجال أكثر من النساء ، حيث تتسم اتجاهاتها السياسية بعدم الاقتدار السياسي و الإحساس بفقدان التأثير في السلطة ، و بالتالي فهي تعتمد بشكل مطلق على السلطة في حل المشكلات التي تواجه المجتمع³ .

1- عبد الخالق عبد الله ، الثقافة السياسية لجامعة الإمارات . مجلة دراسة الخليج و الجزيرة العربية ، جامعة الكويت ، الكويت، العدد85، 1977، ص115 .

2- احمد بهي الدين قنديل ، الثقافة السياسية اليابانية. كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز الدراسات الأسيوية ، القاهرة، أوراق أسيوية ، العدد30، 2000، ص3 .

3- ضحى عبد الغفار المغازي ، الثقافة السياسية للمرأة الريفية "دراسة انثروبولوجية". كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز البحوث و الدراسات السياسية ، القاهرة، 1994، ص416 .

كما تشير الدراسات إن اتجاهات المرأة أكثر محافظة من الرجل ، وميلها للتعامل مع السلطة من منظور أخلاقي ، فضلا عن تأثير الرجال على إدراكها و نشاطها السياسي . حيث نجد إن الثقافة السياسية تختلف بين الرجل و المرأة بشكل هائل ومتفاوت حتى في المجتمعات المتقدمة .

1-2- تصنيف الثقافة السياسية حسب الإقليم (ثقافة الريف، ثقافة الحضر)

حيث تختلف الهوية بين ثقافة الريف و ثقافة الحضر باختلاف المجتمعات ، ففي الدول المتقدمة نجد انه لا يوجد اختلاف بين الريف و المدينة فهي ضيقة إلى حد كبير، بينما نجد العكس في الدول النامية حيث يمكن أن نميز نوعين هما عالم المدينة و عالم القرية ، بحيث يتصف أهل الحضر بأنهم أكثر وعيا و اهتماما بقضايا المجتمع ، وأكثر ميلا إلى تقبل الجديد ، أما الريفيين فهم أكثر انغماسا في مجتمعهم المحلي وتشبثا و افتخارا بالقيم¹.

ونجد أن الفجوة الثقافية بين أهل المدينة وأهل الريف و تكمن في ثقافة اللامشاركة خصوصا لرؤيتهم اتجاه السلطة السياسية ، حيث يشوبها التعقيد و الخوف و الشك مع قدرتهم على مجابهة الأفعال و العمليات السياسية و انخفاض مستوى الوعي السياسي و انتشار السلبية و اللامبالاة السياسية².

لكن هذه الفروق نقصت نوعا ما بتطور وسائل الإعلام و الاتصال كالتلفاز الرقمي و الهواتف النقالة ، مما أدى إلى تقليل الفجوة بين المناطق الريفية و المناطق الحضرية .

كما يوجد نمطين مختلفين من الثقافة السياسية داخل البيئة الحضرية نفسها وهما :

- النمط الحضري الحديث : حيث يمثل أسلوب الحياة الحديثة المعاصرة وعادة ما يكون في مناطق معينة ومحددة في المدينة (الأحياء الراقية).

¹- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية للفلاحين المصريين ، دراسة ميدانية في قرية مصرية ، مرجع سابق ،ص232

²- ماجد السيد حافظ ، دراسات في علم الاجتماع الحضري .مكتبة سعيد رأفت ، القاهرة، 1987 ، ص 155 .

- النمط الحضري التقليدي : ويمثل الأفراد المهاجرين من الريف إلى المدينة ، ولم يقدروا على التكيف مع أسلوب الحياة في المدينة فهم القرويون المتحضرون¹.

ويمتازون بثقافة سياسية معين كعدم الاهتمام بأمور السياسة ، وعدم المساهمة و الانخراط في المؤسسات و الأحزاب السياسية و الانتخابات .

إن هذا الاختلاف في الثقافة السياسية بين الريف و المدينة ، لا يعود إلى الاختلاف الجغرافي فقط وحدة كما يعود أيضا إلى اختلاف الظروف و الأنساق الاجتماعية و السياسية و الفكرية .

1-3- الثقافة السياسية حسب السن : تتطلب دراسة الثقافات السياسية الفرعية

لإجراء مقارنات بين الأجيال و متابعتها لمعرفة الخصوصية الثقافية لكل جيل ، حيث نجد التغيرات الاجتماعية السريعة تؤدي إلى فجوات ثقافية بين الأجيال ، فنج جيل الكبار عادة ما يكون محافظا على القيم القديمة ، بينما جيل الشباب يجد نفسه تحت تأثير عوامل اجتماعية جديدة ، كما يسمح له بتقبل القيم الجديدة بسهولة².

وهو ما يؤدي إلى الاختلاف في القيم بين الكبار و الشباب ، فقد أثبتت الدراسات حول ثقافة الشباب أنها تختلف في وجهات النظر مع الآباء حول الأمور السياسية ، وقدرة الشباب على تحمل العمل السياسي³.

ونستنتج إن الثقافة السياسية لكبار السن هي تقليدية محافظة ، و عادة ما يرفضون القيم الجديدة ، ويطيعون مثلا إلى أوامر السلطة و العكس نجد ثقافة الشباب تميل إلى التغيير في أشكال متعددة ، كنفذ سياسية الدولة وهم أكثر تطلعا إلى الحرية و المساواة و العدالة الاجتماعية و الديمقراطية⁴ .

¹- ماجد السيد حافظ ، دراسات في علم الاجتماع الحضري . نفس المرجع السابق ، ص ، 156.

²- علي ليلة ، الشباب في مجتمع متغير " تأملات في ظهور الأحياء " . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1995 ، ص 192 .

³- السيد عبد العاطي السيد ، صراع الأجيال - دراسة في ثقافة الشباب - دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1990 ، ص 231 .

⁴- علي ليلة ، مرجع سابق ، ص 198 .

وهكذا يمثل الشباب في كل مكان ثقافة خاصة تعكس اهتمامهم وطموحاتهم داخل بيئة متوافقة تقوم بوظيفة أساسية وهي دعم مكانة الشباب في المجتمع¹.

1-4- الثقافة السياسية حسب الدين و العرق : يعتبر الدين من أهم

مكونات ثقافة المجتمع ومعظم الأديان لم تتناول الحياة السياسية ، إلا أن مضمونها يعكس قيما و معايير سياسية لها آثار و دلالات سياسية عديدة تختلف من ديانة لأخرى الأمر الذي ينتج ثقافات سياسية فرعية تختلف باختلاف الدين ، وقد أشارت بعض الدراسات إلى اثر الإسلام ودوره كمحدد للشخصية و الثقافة السياسية لأفراده².

كما أشارت دراسات أخرى إلى الآثار التي تركتها القيادات الفرعية و المذاهب الإسلامية ، و الاجتهاد في تبلور ثقافات فرعية تختلف في رؤيتها للمجال السياسي و موقفها من السلطة و النظام السياسي بين أهل السنة و الشيعة ، لا سيما بين الفرق الكثيرة و المتباينة داخل المذهب الشيعي³.

وتختلف الثقافة السياسية لجماعة دينية لتصبح تعبر عن هوية متميزة داخل الدولة خصوصا إذا كان أصحاب هذه الثقافة في وضع مميز ، ويصير الانتماء إلى الجماعة اكبر وهكذا يزيد قيم الولاء لها على حساب الولاء الوطني كحزب الله في لبنان ، وفي هذا ضرب لاستقرار الوطن و تهديد لتماسك المجتمع السياسي .

¹ - محمد علي محمد ، الشباب و المجتمع (دراسة نظرية و ميدانية) . الهيئة المصرية العامة للكتاب ، الإسكندرية ، 1980 ، ص 77 .

² - علا عبد العزيز أبو زيد ، مقارنة الأدبيات الغربية للإسلام كأحد محددات الثقافة السياسية للمصريين . كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز البحوث و الدراسات السياسية ، القاهرة ، 1994 ، ص 41 .

³ - سليم العوا محمد ، النظام السياسي للدولة الإسلامية . دار الشروق ، القاهرة ، 1989 ، ص 104 .

- المبحث الثاني : التصنيف حسب مضمون الثقافة السياسية .

سوف نتحدث عن بعض نماذج الثقافة السياسية ومعرفة اتجاهات وقيم وتحديد ماهية وطبيعة الثقافة السياسية وفقا لمعايير معينة .

2-1- تصنيف "غابر يال الموند" و"سيدني فيربا" : لقد أسهم كتاب الثقافة

المدنية للباحثان في تحديد أنماط الثقافة السياسية ، وهي اقرب لمفهوم الثقافة المدنية في بعض جوانبها معتمدين في تقسيمهما لهذه الأنماط على أربعة متغيرات نابعة من نموذج البنائية الوظيفية المفسرة لعملية السياسية وهي :

* كيفية رؤية المواطنين لنظامهم السياسي بشكل عام ومدى قوة شعورهم الوطني ورؤيتهم لطبيعة الدولة التي ينتمون إليها فيما إذا كانت قوية أو ضعيفة .

* تقسيم المواطنين لوظائف المدخلات ، من خلال تحديد مدى إحساسهم و تفاعلهم وتأثيرهم على القرارات الحكومية سواء على المستوى المحلي أو الوطني ، وما هي الآمال التي يعلقونها على أصواتهم الانتخابية ، وما هي آرائهم حول آليات التعبئة السياسية للأحزاب و سائل الإعلام وغيرها .

* رؤية المواطنين و استجابتهم لمخرجات النظام السياسي من خلال معرفة آرائهم للقرارات الصادرة عن الحكومة ، فيما كانت مقبولة ليهم بشكل عام وتحقيق الصالح العام أم لا ؟

* نظرة المواطنين و استجابتهم لمخرجات النظام السياسي من خلال اهتمامهم بالمشاركة السياسية وقدرتهم على التأثير في القرارات الحكومية ، أم إنهم يعانون من اللامبالاة السياسية و الشك و الإحساس بالعجز في مواجهة هذه القرارات¹ .

كما حدد الموند و فيربا ثلاث أنماط مثالية للثقافة السياسية وهي :

1- حمدي عبد الرحمان حسن ، ثقافة المشاركة السياسية للفلاحين (دراسة ميدانية في قرية مصرية) . كلية الاقتصاد و العلوم السياسية مركز البحوث والدراسات السياسية ، القاهرة ، 1994، 340 .

- **الثقافة السياسية المحدودة** : يقصد بهذا النوع من الثقافة السياسية أن الناس لا يعرفون إلا القليل جدا من الأهداف السياسية ، كما أنهم لا يستطيعون تقديم أي من الأحكام الصحيحة على

هذه الأهداف أو السياسات العامة التي توجد في مجتمعهم ، كما إن هؤلاء لا يستطيعون تقديم أي نوع من التأييد أو المعارضة في السياسات العامة للنظام السياسي ، أو حتى من القيادات السياسية التي توجد في النسق السياسي ، كما يعكس هذا النمط من الثقافة الشعبية بأنها مجرد تجمع يسيطر على المعتقدات التي ترتبط بنوع من الثقافات المحلية السياسية المعزولة اجتماعيا و مؤسساتيا و التي توجد في المجتمعات القبلية و البدائية .

كما أن هذا النوع من الثقافات لا يمكن أن ينتج عنه ما يسمى بالثقافة السياسية الوطنية ويظهر في المجتمعات الجديدة التي تضم مجالات غير متجانسة و التي من الصعب خلق نوع من التكامل فيما بينها ، وهذا ما ظهر أيضا في العديد من الدول المتقدمة في مراحل نشأتها السياسية¹ .

وعليه فإدراك الأفراد للنظام السياسي ككل بمعنى المدخلات و المخرجات يعد بسيطا جدا لدرجة الانعدام.

- **الثقافة السياسية الرعوية أو التابعة** : هذا النمط من الثقافة يكون من ناحية الإدراك ايجابيا ، حيث يدرك الأفراد النظام من جانب المخرجات و تذبذب من جانب المدخلات أما من ناحية المشاعر و التقييم فان الأفراد قد يكونون مؤيدين أو معارضين ، أما سلوكهم فعادة ما يكون سلبيا نظرا لعدم قدرتهم أو شعورهم بعدم تأثيرهم على النظام فالكثير من هؤلاء لا يشاركون مشاركة فعلية في السياسية العملية بحيث ينصاغون بشكل سلبي للحكومة و المسؤولين و القوانين وفي نفس الوقت لا يصوتون ولا يتدخلون في السياسة .

¹ - عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم الاجتماع السياسي . دار النهضة العربية ، بيروت ، ط1 ، 2001 ، ص437 .

- **الثقافة السياسية المشاركة** : يتسم هذا النمط بوجود درجة عالية من الوعي والمشاركة السياسية لدى المواطنين ، كما يلاحظ فيه إن المؤسسات الحكومية تخضع لتأثير المواطنين و ترفع قدرتها على الاستجابة لمطالبهم و رغباتهم و مقترحاتهم ، وهو ما يقابله شعور المواطنين بالقدرة على ممارسة التأثير السياسي وتغيير البيئة السياسية المحيطة به مما يؤثر بصورة ايجابية على العمليات السياسية في هذا النمط الثقافي .

ويمكن القول إن مفهوم الثقافة السياسية يمكن أن يتحدد مع ما يسمى بالتوقعات الديمقراطية ومعرفة إلى أي حد يمكن أن تقوم النظم الحكومية السياسية للاستجابة وتغطية احتياجات ومصالح الأفراد داخل المجتمع باعتبارهم مشاركين بصورة فعالة .

لقد حرص كل من الموند وفيربا على تحديد لكل نمط ثقافي له علاقة مع نمط البناء السياسي ، فالثقافة الرعائية بصورة تلقائية ببناء النظم السياسية الديمقراطية ، لا سيما أن عنصر المشاركة يعتبر جزء هام في العملية السياسية بكل معانيها ، كما إنها تعتبر عنصر من عناصر المواطنة .

إن أنماط الثقافة السياسية عند كل من الموند وفيربا هي أنماط مثالية مجردة .

كما توجد ثلاث أنماط ثقافية أخرى وهي :

* **نمط رعوي مشارك** : حيث ينقسم المواطنون إلى جماعات متفاوتة حسب درجة الوعي و النشاط السياسي ، فنجد جماعة على درجة عالية من الوعي على حساب جماعات أخرى التي تعاني الخمول و السلبية السياسية .

* **نمط محدود - رعوي** : يبتعد المواطنون عن ارتباطاتهم السياسية المحلية طبقا لنمط الثقافة الضيقة وبيدؤون في تطوير نوع من الولاء و الارتباط ببعض المؤسسات الحكومية إلا انه في ظل هذه الثقافة يبقى إحساس الفرد بالعجز ، وعدم القدرة على ممارسة التأثير ، كما أن الأحزاب السياسية و جماعات المصالح يصعب تحديد دورها الوطني بشكل واضح¹ .

¹ - عبد الله محمد عبد الرحمان حسن ، علم الاجتماع السياسي. مرجع سابق ، ص 342 .

* **نمط محدود . مشارك** : حيث تتميز مؤسسات المدخلات بأنها محلية بالأساس كالمؤسسات القروية ، القبلية ، أو العروشية ، في حين تكون مؤسسات المخرجات الحكومية قد حققت قدرا معقولا من التطور ، كما يوجد تشجيع رسمي على المشاركة السياسية للجماهير في شكل تجمعات شعبية و مؤتمرات ، انتخابات وطنية ...الخ، الأمر الذي يقلل أو يضعف من انجازها كمؤسسات للمشاركة الوطنية¹.

وعلى ذلك يفترض الموند وفيريا ، أن الثقافة السياسية هي من تمكنا من توقع احتمالات وإمكانيات للديمقراطية و استقرار و تماسك و فاعلية النظام².

2-2 - تصنيف واتر روزنبوم : قسم أنماط الثقافة السياسية إلى نمطين هما :

- **نمط الثقافة السياسية المتكامل** : حيث يكون أغلبية الأفراد في المجتمع ايجابيين في توجهاتهم السياسية نحو النظام السياسي ونحو دورهم في المجتمع وكذلك نحو الآخرين بحيث أن الأفراد يشعرون أنهم قادرين على التأثير في النظام السياسي ، ولهم كفاءة و فعالية عالية ، وهم على ثقة بالآخرين وعلى استعداد للتعاون مع غيرهم من اجل المصلحة العامة .

- **نمط الثقافة المفتت** : يكون على عكس الأول بحيث أغلبية الأفراد في المجتمع سلبيين في توجهاتهم السلبية نحو النظام السياسي ونحو دورهم في المجتمع وكذلك نحو الآخرين ، بحيث لا يشعرون بالتأثير على النظام السياسي ، كما يشعرون بالاغتراب في وطنهم ولا يتقون في الآخرين ، لذلك لا يتعاونون معهم فهم غريبون عنهم³.

¹ - عبد الله محمد عبد الرحمان حسن ، علم الاجتماع السياسي. مرجع سابق ، ص 343 .

² - عبد الغفار رشاد القسبي ، التطور السياسي و التحول الديمقراطي (التنمية السياسية وبناء الأمة). دار الأصدقاء للطباعة و النشر ، الكتاب الأول ، القاهرة ، 2006 ، ص 187 .

³ - water resenbaum , political culture , presage Publisher , new York ,1975,p52.

2-3- تصنيف الازار¹:

لقد قدم الازار منظور آخر للثقافة السياسية ، أخذا بعين الاعتبار أنماط الثقافة السياسية في كل دولة على حدة أكثر من الاهتمام بتوزيعات التوجهات السياسية الخاصة بالأفراد فقد رأى لكل دولة تراث سائد يميزها اجتماعيا و سياسيا و ثقافيا ، وان هناك ثلاث جوانب تؤثر في تحديد طبيعة النظام السياسي للدولة وهي :

- مجموع مدركات المواطنين عن ماهية السياسة ، وما هو متوقع من الحكم لدى عامة الجماهير و السياسيين .

- نوع الأفراد الذين يصيرون أعضاء ناشطين في السياسة و الحكم .

- الطريق العملية التي مارسها من خلال فن الحكم في ضوء مدركات المواطنين و السياسيين .

و بالاعتماد على مفهوم إدراك الحكومة و النظام السياسي ، فقد صنف السياسة بذلك صنف السياسة استنادا إلى معيار إدراكها كسوق أو كثرة عامة فصنفها إلى :

- **ثقافة سياسية تقليدية** : تتسم بالازدواجية في إدراك السوق من طرف النخبة ، فيما تتسم الحكومة بالاجابية في دورها ، وان هذا الدور محدد بالحفاظ على الوضع الراهن و السلطة السياسية محتكرة بواسطة جماعة تسعى لتخليد وجودها ، كما أن الروابط العائلية و الاجتماعية تعد هامة جدا في هذا النمط السياسي مع توقع احتكار مختلف الأنشطة السياسية من طرف هذه الجماعات .

- **ثقافة سياسية فردية** : يؤكد هذا النمط على أهمية الدوافع النفعية في تنظيم عمل الحكومة ، وينظر إلى النظام السياسي انه محتكر من طرف أصحاب الأموال ، الذين لهم نفوذ في السلطة و ممارسة الأنشطة السياسية و التحكم فيها بما يخدم مصالحهم الخاصة .

1- مايكل ثومبسون و آخرون ، نظرية الثقافة . ت علي السيد الصاوي ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب ، عالم المعرفة ، الكويت ، 1998 ، ص 373 .

- **ثقافة سياسية أخلاقية** : يمثل هذا النمط من الثقافة السياسية (الديمقراطية) وينظر إلى النظام السياسي باعتباره ثروة مشتركة تهدف إلى تحقيق المصالح العامة للمجتمع و الاهتمام بقضاياها المختلفة ، فهو على عكس النمط الفردي ، إذ يرى أن الحكومة أداة للتقدم و التطور و لازدهار ، فهي تحت الجماهير على المشاركة السياسية في جميع الأنشطة داخل المجتمع وهي كأداة لصنع القرار .

إن ما يميز تصنيف الأزار هو انه غير شامل ، حيث اقتصر على عنصر واحد من العناصر التي يتضمنها مفهوم الثقافة ألا وهو رؤية المواطن للنظام السياسي ، أي الوعي بالنظام السياسي و اتجاه الفرد نحوه ، دون أن يمتد ليشمل بقية العناصر الأخرى كالمعتقدات و المعايير السائدة في المجتمع وغيرها¹ .

- المبحث الثالث : التصنيف حسب طبيعة الثقافة السياسية :

إن العلاقات الاجتماعية السائدة في المجتمعات تعكس الثقافة السياسية لهذه الجماعات و كذلك تكون حسب النظام السياسي السائد داخلها ويمكن تقسيمها إلى ما يلي :

3-1- الثقافة السياسية المسيطرة (الديكتاتورية) : وهي ثقافة تسلطية من قبل مجموعة ما على بقية المجموعات الأخرى ، توجد هذه الثقافة عند الأنظمة الديكتاتورية أو الملكية التي يتحكم فيها شخص واحد أو مجموعة تملك زمام الأمور إضافة إلى هذا تتعدم الحريات السياسية و المدنية وتتعدم المشاركة السياسية ، كل هذه العوامل تفرز ثقافة سياسية معينة حيث نجد أن الجماهير تصبح لها كراهية ضد الكل ما هو سلطة والخوف منها وعدم الاهتمام بكل ما هو سياسي وغياب روح المبادرة وتفشي النزعة الفردية² .

¹ -Conway M. Margaret, ((The political context of political behavior .)) Journal of Politics, Vol. 51, n°: 1, February 1989, p19.

² -كمال المنوفي ، الثقافة السياسية في الفقه السياسي المعاصر . مجلة مصر المعاصرة ، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي و التشريع ، العدد 374 ، اكتوبر 1978 ، ص 476 .

كما يظهر هيا النوع من الثقافة السياسية داخل ما يسمى بالمجتمعات أو الأنظمة التي تقوم بتكريس جميع السلطات في يد شخص واحد أو مجموعة حاكمة تملك زمام الأمور . إذ تبقى التوجهات العامة ترفض أي نوع من المعارضة ضد النظام السياسي القائم الذي يُنتظر منه تقديم إجابات عن التساؤلات التي تفرضها جملة المطالب الاجتماعية والسياسية.

ومن هنا نلتمس هذه الثقافة السياسية موجودة في المجتمعات العربية و ما أفرزته سياسة التسلط و الدكتاتورية التي إلى ظهور الثورات العربية وما نتج عنها من حروب .

3-2- الثقافة السياسية المشاركة (الديمقراطية) : يكاد يتفق علماء

السياسية على وان الديمقراطية هي مجموعة قيم واتجاهات و مشاعر تشجع على الممارسة الديمقراطية الفاعلة من جانب الحكام و المحكومين¹، إن معتقدات وآراء و اتجاهات المواطنين هم أساس الممارسة الديمقراطية ، فالكيفية التي يدرك بها الأفراد و يقيمون النظام السياسي و أدوارهم فيه فيؤثر على دعم السلطات و المؤسسات و العمليات التي تؤسس و تقيم النظام السياسي الديمقراطي ، فقد اتفقت نظريات الديمقراطية جميعا على إن غياب هذه المعتقدات و الاتجاهات لدى الساسة و الجماهير سيفشل ، بل سيؤدي إلى أفول النظام الديمقراطي على المدى الطويل ، لذلك يعبر الكثير عنها باسم الثقافة السياسية الديمقراطية .

إن التطرق لهذا النوع من الثقافة السياسية يؤدي إلى مدى التقرب أو الابتعاد عن الديمقراطية و مشاركة المواطنين في صنع القرارات ومدى انتشار الوعي السياسي لمفهوم التحديث السياسي الذي يتماشى و متطلبات التنمية الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية فقد أكد "لاري دياموند " L .diamond إن الديمقراطية تستوجب المرونة و الفاعلية و العقل المفتوح للإبداع و الخبرات الجديدة و التسامح و قبول الآخر ، و من خلال ذلك يمكن إن تجد السلطة معارضة ، ويمكن إن يوجد دعما من المواطنين الواعيين

1- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية و أزمة الديمقراطية في الوطن العربي . مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت العدد 8 ، اكتوبر 1985 ، ص65 .

بحقوقهم اتجاه السلطة ،ولديهم الإرادة للوقوف و الصراع و لاستبداد ، كما انه من الضروري لاستمرار الديمقراطية وان يتوفر الاعتقاد بشرعيتها ، أو إنها الشكل الملائم للحكم¹.

فالديمقراطية هي ممارسة تمثل الثقافة السياسية أو كما بين " روبرت دال " إنها تتطلب من المواطنين مجموعة خاصة من القيم و التوجهات السياسية مثل الاعتدال ، التسامح و الفاعلية و المعرفة و المشاركة خاصة وان الاعتقاد بشرعية النظام و القدرة على فهمه تعتبر عنصرا حاسما في تغيير النظام ، ولها تأثير كبير على استمرارية الديمقراطية أو انهيارها .

ويعتبر صامويل هنتيغتون (S. Huntington) أن الثقافة السياسية الديمقراطية تركز الاهتمام على العلاقة بين أداء الحكومات الديمقراطية ومدى فعاليتها وبين شرعيتها وبعبارة أخرى الثقافة السياسية هي مدى إيمان النخب و الجماهير بقيمة النظام الديمقراطي².

إن المفهوم الديمقراطي للثقافة السياسية يؤكد المساواة، ويفترض العقلانية ، و مواجهة القيم التقليدية السياسية و تحقيق التوافق و التعايش بين القيم التقليدية العبرة عن الأصالة وتلك التي تعبر عن الحداثة و المعاصرة ، ويفترض كذلك توازن القوى داخل المجتمع و التخلص من الأسلوب الأبوي للسلطة السياسية³.

وعليه تستند الثقافة السياسية الديمقراطية إلى الأبعاد التالية :

- تفترض الثقافة السياسية الديمقراطية تحقيق المساواة وإتاحة المشاركة السياسية أمام أفراد المجتمع بصرف النظر عن الاختلافات التي تنجم عن العقيدة أو الدين أو اللغة أو السلالة بين الأفراد .

¹ . diamond,op .cit ,p 12 -

2- صامويل هنتيغتون ، الموجة الثالثة للتحوّل الديمقراطي في أواخر القرن العشرين . ت عبد الوهاب علوب ، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية ، القاهرة ، ط1 ، 1993 ، ص 66

3- احمد شاطرباش ، الثقافة السياسية لطلاب الجامعات (دراسة ميدانية في جامعة الجزائر) . أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، كلية العلوم السياسية ، جامعة الجزائر3 ، 2011 ، ص 71 .

- تستند الثقافة السياسية إلى العقلانية وتنمية القيم و الإبداع و التزام الأسلوب العلمي فالشخصية الحركية الفاعلة و إمكانية التنظيم الذاتي و العمل الجماعي و التعاوني واحترام قدرات الإنسان وكرامته وحقوقه وتجنب العوامل السلبية ، كلها تمثل معالم المسار الوحيد الذي يؤدي إلى ثقافة سياسية ديمقراطية مفعمة بثقة المواطن في ذاته و جماعته و في النظام .

- تفرض الثقافة السياسية الديمقراطية الجمع بين الأصالة و المعاصرة ، أي أنها ثقافة تواجه الاتجاهات و المعايير و القيم التقليدية التي تشير إلى الجمود و السلبية ورفض الجديد و الميل إلى الاتكال على الآخر .

- لا يمكن للديمقراطية إن تتحقق مهما كانت رغبة أفراد المجتمع و جماعته ومهما كان المستوى الذي بلغته محاولات التحديث أو التغيير الثقافي ، دون أن يرافق هذه المحاولات تحقيق التوازن بين مختلف القوى في المجتمع ، بما يكفي لمنع أي قوة أو جماعة من فرض سيطرتها الحاسمة و النهائية .

فقد لاحظ "هاري اكشتاين" H. Eckstien في نظريته عن الديمقراطية المستقرة أن هناك عوامل تؤثر في علاقة السلطة لعل أهمها درجة التوازن بين البناءات الاجتماعية و الحكومية للأمة في تحقيق استقرار الديمقراطية¹ .

- المبحث الرابع : عوامل الثقافة السياسية :

هناك العديد من العوامل التي تشكل الثقافة السياسية للأفراد ، وهذا حسب طبيعة الثقافة السائدة في المجتمع ، وتعتمد هذه الدراسة على أهم المصادر التي تنمي الثقافة السياسية داخل المجتمع ، فأولها نجد التنشئة الاجتماعية والدور الفعال التي تؤديه في تكوين الثقافة من خلال مؤسساتها التي تعمل بدورها في التأثير على الأفراد من خلال عملية التنشئة السياسية وكذلك عامل المشاركة السياسية من خلال الأنشطة السياسية المختلفة و في الأخير نتطرق إلى عامل الايدولوجيا .

1- عبد الغفار رشاد محمد ، الثقافة السياسية بين الثابت و المتغير (دراسة استطلاعية). مطبعة الخطاب الحديثة ، الخرطوم ، 1991 ، ص

4-1- التنشئة الاجتماعية :

يشير مفهوم التنشئة الاجتماعية بأنها : "عملية تشكيل السلوك الاجتماعي للفرد أو عملية استدخال ثقافة المجتمع في بناء الشخصية"¹.

وفي معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ورد تعريف التنشئة الاجتماعية على إنها : " العملية التي يتم بها انتقال الثقافة من جيل لآخر و الطريقة التي يتم بها تشكيل الأفراد منذ طفولتهم حتى يمكنهم من المعيشة في مجتمع ذو ثقافة معينة ، ويدخل ذلك ما يلقنه الآباء المدرسة و المجتمع للأفراد من لغة ودين وتقاليد وقيم و معلومات "².

لقد حظيت التنشئة الاجتماعية كذلك باهتمام الكثير من الساسة وعلماء السياسة لما تحمله من هذه العملية من قيم المشاركة ، وما تركز عليه من علاقات بين الأفراد و غيره من أفراد المجتمع ، بما في ذلك النظام السياسي ، ولكونها عملية تعتمد أساسا على التربية و التعليم اللذان يلزمان الفرد عبر مختلف مراحل حياته ، ويكتسب من خلالهما مبادئ و قيم و سلوكا تساعده على التكيف مع محيطه الاجتماعي ، كما تشارك فيها مختلف المؤسسات الثقافية و الاجتماعية كل منهم بأسلوب معين ، وفي فترة محددة من فترات العمر .

ومع تعدد المؤسسات الثقافية و الاجتماعية زاد الاهتمام بعلاقة الأفراد بالمجتمعات وكيفية تعلم و اكتساب الأساليب و الأنماط السلوكية التي تحقق التكيف مع متطلبات الحياة الجماعية عامة و السياسية خاصة ، ففترة ما بعد الحرب ما بعد الحرب العالمية الثانية شهدت أحداث اجتماعية و سياسية هامة ، انهارت على إثرها إمبراطوريات و ظهرت أمم جديدة أخرى ، كما تطورت الدول القومية المستقلة حديثا من الاستعمار و أصبحت التغيرات الجارية في المجالات الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية هي الشغل الشاغل ، وشاعت مفاهيم التصنيع و التنمية الاجتماعية و السياسية ، و اخذ دارسو السياسة يهتمون أكثر بأنماط التغيير و الاستقرار للأنظمة السياسية ، كم لاحظوا

¹- محي الدين مختار ، محاضرات في علم النفس الاجتماعي . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ب ت . ص 128 .

²- احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية . مكتبة لبنان ، بيروت ، 1986 ، ص 400 .

أن الأمر يحتاج لصياغة مفاهيم جديدة وأدوات مناسبة لفهم وتحليل الأنظمة السياسية وكانت التنشئة السياسية هي الأداة الجديدة و الصالحة لتطوير ودعم النظام السياسي و الوسيلة لخلق وتطوير القيم السياسية الملائمة لاستمرار هذا النظام خلال الزمن¹.

وبما إن السياسة جزء من المجتمع ، فالتنشئة السياسية هي كذلك جزء من التنشئة السياسية أو فرع من فروعها يهتم بإعداد الفرد ليكون فعالا في الحياة السياسية خاصة بعد تبلور فكرة الدور السياسي للمواطن الديمقراطي وما تحمله من معاني المساواة و الحرية و المشاركة... الخ .

4-2- التنشئة السياسية : ظهر مفهوم التنشئة السياسية في تراث علم الاجتماع السياسي لأول مرة من طرف "هربرت هايمان " H.hyman في كتابه " التنشئة السياسية " الذي نشر عام 1959 .

فالتنشئة السياسية هي احد المفاهيم المحورية في الكتابات الاجتماعية و السياسية المعاصرة ، و تستقطب محاولات العديد من علماء الاجتماع السياسيين .

فيعرفها هايمان : إنها تعلم الفرد لأنماط اجتماعية عن طريق مختلف مؤسسات المجتمع التي تساعده على ان يتعايش مع هذا المجتمع سلوكيا ونفسيا².

وحسب كينت لانجتون : " التنشئة السياسية في أوسع مضامينها تعبر عن كيفية نقل المجتمع لثقافته السياسية من جيل إلى جيل " ، كما عرفها " انطوني اوريم " : هي عملية يتم من خلالها اكتساب الأفراد لنسق من المعتقدات و القيم و المعايير و الاتجاهات التي توجد في المجتمع³ .

¹- محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي . دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1986 ، ص226 .

²- عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم لاجتماع السياسي:النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة و المعاصرة . دار النهضة العربية، بيروت ، ط1، 2001، ص 444 .

³- محمود حسن إسماعيل ، التنشئة السياسية : دراسة في أخبار التلفزيون .دار النشر للجامعات ، مصر ، ط1 ، 1997 ، ص 22 .

ويعرفها محمد السويدي : "هي العملية التي يصبح الفرد من خلالها واعيا بالنسق السياسي و الثقافة ومدركا لها " ¹.

فالتنشئة السياسية هي عملية تكسب الفرد من خلالها قيما و اتجاهات سياسية وتمر بمراحل معينة تبدأ في سن مبكرة من الطفولة وتستمر طول حياته .

ويشير المفكر " لوسيان باي " إلى تطور التنشئة السياسية يتم عبر ثلاث مراحل وهي :

1- مرحلة الطفولة : يعتبر الأطفال جزء من المجتمع السياسي ، يتوجب على النظام السياسي الاهتمام بهم وتربيتهم ليصبحوا مواطنين قادرين على القيام بادوار سياسية و اجتماعية معينة في المستقبل ، لان سلوك الفرد الناضج هو عبارة عن مردود لعمليات التنشئة السياسية في مرحلتي الطفولة و المراهقة ² .

وتعتبر مرحلة الطفولة أصعب المراحل لعملية التأهيل السياسي " التطبيع " لأنها تمثل مرحلة نمو المفاهيم السياسية ، و قد أثبتت بعض الدراسات الأجنبية أن لمعرفة دور التنشئة السياسية ومدى اكتساب الأطفال الثقافة السياسية في هذه المرحلة ،إن الاتجاهات السياسية للأطفال تتكون خلال مرحلة التعليم الابتدائي ، ولا يحدث لها من التغيير في الكبر إلا قليلا ³.

مما يعني أن سنوات التعليم في هذه المرحلة تقع عادة بين 05-15 سنة بحيث تعد أهم السنوات اكتساب للمعارف السياسية وتنمية ثقافة سياسية معتبرة .

2- مرحلة المراهقة :تكتسب التنشئة السياسية للمراهقين اهتماما خاصا من قبل علماء الاجتماع السياسيين باعتبارهم الفئة التي تتحمل قيادة العمل السياسي عاجلا أم آجلا فهم مستقبل المجتمع ونجاحهم في تحمل مسؤولياتهم وقيامهم بأدوارهم المستقبلية مرهون

¹- محمد السويدي ، علم الاجتماع السياسي : ميدانه وقضاياه . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، د ت ، ص 168 .

²- محمود حسن إسماعيل ، التنشئة السياسية. مرجع سابق ، ص 31 .

³- احمد شاطر باش ، دور المدرسة في التنشئة السياسية للتلاميذ الطور الثالث من التعليم الأساسي (دراسة ميدانية بولاية الجزائر) رسالة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، معهد العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر 3 ، 2002 ، ص 71 .

بنجاح عملية تنشئتهم السياسية ومدى مشاركتهم في بناء وتغيير مجتمعهم وتكتسي هذه المرحلة أهميتها بتحمل الشباب لبعض واجبات المواطنة كالخدمة العسكرية ، الانتخاب والشعور بالمسؤولية الاجتماعية ، فتكثر محاولاتهم لفهم ومناقشة المشكلات الاجتماعية العامة والسياسية ، و تظهر لديهم أساليب الإدراك السياسي¹.

3- مرحلة الشباب : هي مرحلة الكفاح والتنافس من اجل إشباع الحاجات وتحقيق التطلعات وعلاقة الفرد بالنظام السياسي تتحدد في هذه المرحلة ، حيث يصبح على النظام إن يتعمق في فهم الشباب وان يدقق في كيفية توجيهه و العناية به حتى يتمكن من كسب تأييد فئة هامة في المجتمع ، ومقابل ذلك يتعين على النظام السياسي أن يكون قادرا بدوره على مساعدة هذه الفئة في بلوغ ما تحلم به من حاجات وما تصبوا إليه من تطلعات².

4-مرحلة النضج : إن مرحلة تنشئة الفرد الناضج حتى وان كانت تتوقف على تلقنه من قيم و اتجاهات ومعرفة سياسية خلال مرحلتي الطفولة و المراهقة إلا أنها تستمر إلى ابعد من هاتين المرحلتين إذ تضاف لهما الخبرات و مؤثرات جديدة تنشأ الفرد على قيم و اتجاهات قد تتعارض مع ما تراكم لديه من معارف ومعتقدات سابقة مما يؤدي إلى حدوث تغييرات وتعديلات جوهرية في السلوك السياسي³ ، إذ تلعب المهنة و عضوية الفرد في المنظمات ، وتطور وتنمو الآراء والاتجاهات بتأثير وسائل الإعلام ، كل هذه العوامل تؤثر على السلوك السياسي و الحياة السياسية للأفراد .

وللتنشئة السياسية أهداف معينة تسعى لتحقيقها وهي :

* تنمية المعرفة السياسية وتهدف إلى تكوين الفرد سياسيا وجعله يكتسب قدرا من المعرفة و الفهم بما يدور حوله من مسائل سياسية كنظام الحكم و تصرفات القادة ، مما ينمي

¹ - عبد الهادي الجوهري ، دراسة في التنمية الاجتماعية. مرجع سابق ، ص 46 .

² - احمد شاطر باش ، دور المدرسة في التنشئة السياسية لتلاميذ الطور الثالث من التعليم الأساسي . مرجع سابق ، ص 77 .

³ - محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي . مرجع سابق ، ص 251 .

قدراتهم ويساعد على تنظيم الخبرات وبناءها عن العالم السياسي الذي يحيط به ، وان نمو المعرفة احد العناصر الأساسية الهامة في تكوين الشخصية السياسية¹ .

* المشاركة و الاندماج في الحياة السياسية : إن مظاهر الارتباط بين التربية و التنظيم السياسي هي عملية تهيئة الأفراد إلى للمواقع السياسية الهامة أو اختيار أو انتقاء الصفوة كما يقول "مورفيك " وذلك من خلال عدة عمليات التي تنمي السياسة في المجتمع .

* عملية التعبئة و التجنيد السياسي ، أي اندماج الأفراد في الحياة السياسية بشغل مناصب سياسية أو أداء ادوار سياسية بطرق رسمية (كالانتخابات) أو بطرق غير رسمية كالتطوع² .

وانطلاقاً من تعريفات ومراحل و أهداف التنشئة السياسية يمكن تحديد أهم أساسياتها في ما يلي :

- التنشئة السياسية في جوهرها عملية تعلم واكتساب مختلف الأنشطة السياسية .
- يكسب هذا التعلم الفرد القيم و الاتجاهات السياسية من خلال الثقافة السائدة في المجتمع.
- إن التنشئة السياسية عملية مستمرة يتعرض لها الفرد من الطفولة إلى الشيخوخة بدرجات متفاوتة .
- إن التنشئة السياسية هي شرط ضروري لنشاط الفرد داخل المجتمع السياسي و يعود ذلك إلى الخبرات التي تنمي و تحدد السلوك السياسي .
- تلعب التنشئة السياسية أدواراً مهمة في نقل الثقافة السياسية عبر الأجيال ، كما تخلق ثقافة سياسية جديدة نتيجة التغيير حسب طبيعة الثقافة و النظام السياسي .

¹- إسماعيل علي سعد ، علم الاجتماع السياسي بين السياسة و الاجتماع . دار المعرفة الجامعية الأزاريطية ، الإسكندرية ، ط1 ، 1999، ص 372.

²- عبد الهادي الجوهري ، دراسة في التنمية الاجتماعية. مرجع سابق ، ص 60 .

بالإضافة إلى ذلك تتضمن التنشئة السياسية أيضا تطوير الثقافة السياسية بما تحمله من قيم واتجاهات ونظم واعتقاد وكل ما يترتب عن ذلك من أنماط السلوك السياسي¹.

وتتضمن التنشئة السياسية من وجهات نظر ثلاث عمليات وهي :

- عملية تلقين واكتساب القيم الثقافية و السياسية وغرس الاتجاهات السياسية في نفوس الأفراد عامة و الحفاظ على الوضع القائم .

- عملية تغيير وتبديل القيم السياسية وتعديل أنماط السلوك و الاتجاهات بصورة تلاءم أهداف النظام السياسي و القيام بإصلاحات داخل النظام .

- قد تقوم بعملية تمرد على القيم السائدة بغية التوصل إلى قيم جديدة ورفض الوضع القائم في المجتمع ، وقد يصل التمرد من القوة إلى حد الثورة الثقافية التي لا تقتصر أهدافها على مجرد التغيير أو التبديل ، بل تتعدى إلى التمرد الكامل على القيم السائدة .

4-3- المشاركة السياسية :

يشير مفهوم المشاركة السياسية إلى النشاطات السياسية المباشرة وغير المباشرة ومن أمثلة النشاطات السياسية المباشرة تقلد مناصب سياسية أو العضوية في الأحزاب السياسية وكذلك الترشح في الانتخابات و التصويت ،مناقشة الأمور العامة ، أما النشاطات غير المباشرة فهي تمثل المعرفة و الوقوف على المسائل العامة².

إن المشاركة السياسية تقوم على مجموعة من المبادئ³:

- تقوم المشاركة السياسية للأفراد على مختلف المستويات و الهيئات .
- إن اتخاذ القرار من اجل تصور المستقبل وأولويته لا يجب أن تنفرد به مجموعة واحدة وهم نخبة المجتمع دون غيرها من أفراد المجتمع .

¹- عبد المنعم النشاط ، التربية و السياسة . دار سعاد الصباح ، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية ، القاهرة ، ط1 ، 1992 ، ص 59 .

²- عبد الهادي الجوهري ، دراسة في التنمية الاجتماعية : مدخل إسلامي . مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، 1986 ، ص144 .

³- عبد الهادي الجوهري ، دراسة في التنمية الاجتماعية . نفس المرجع ، ص 145 .

• يجب أن تعكس المشاركة السياسية التصورات المستقبلية لآمال الجماهير و طموحاتها .

• أن عملية المشاركة السياسية تتطلب تبادلا في الرأي بين القمة و القاعدة .

وللمشاركة السياسة أشكال متنوعة ومختلفة ويمكن تقسيمها إلى ما يلي :

* **المشاركة الرسمية** : يقوم بها أصحاب المناصب الرسمية ، انطلاقا من واقع الحفاظ على مصالحهم من خلال تحقيق الدوام و الاستمرار و الاستقرار المنسق الذين يهيمنون عليه و يواجهون من خلال هذه العملية مصاعب أو صراعات مع الآخرين ذوي المصالح من أعضاء المجتمع وهؤلاء المشاركون الرسميون هم :

- أصحاب المناصب السياسية العليا حيث يشكلون المستوى الأول من المشاركة السياسية الرسمية ويأتون على قمة التدرج ، ويمتلكون الحق في اتخاذ أو صنع القرار الذي يؤثر على المجتمع ككل .

- البيروقراطيون الكبار ويمثلون المستوى الثاني من المشاركة أبرزهم النواب والوزراء ¹ .

* **المشاركة السياسية المنظمة (غير الرسمية)** : وتكون في إطار مؤسسات وتنظيمات قائمة تشكل حلقة وصل بين المواطن السياسي و النظام السياسي ، أي إنها الأجهزة التي تقوم بمهمة تجميع و دمج المطالب الفردية و التعبير عنها وتحويلها إلى اختيارات سياسية عامة ، ومن هذه الأجهزة المنظمة الأحزاب السياسية ، النقابات جماعات الضغط ² . وقد تم تسميتهم بغير الرسميين على الرغم من أهمية الدور الذي يلعبونه في الحياة السياسية وذلك لكونهم لا يشاركون بصفة رسمية ، أي أنهم لا يتمتعون بسلطة قانونية تعطيهم الحق في صنع قرارات ملزمة .

1- عامر صبيح ، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999-2004 . مذكرة ماجستير في التنظيمات السياسية و الإدارية ، كلية العلوم السياسية ، جامعة الجزائر ، 2008 ، ص 25 .

2- حورية بقدوري ، المشاركة السياسية للطلبات في الجزائر (دراسة ميدانية بجامعة الجزائر). مذكرة ماجستير في علم الاجتماع السياسي ، كلية علم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 2007 ، 52 .

ويعتبر هذا الشكل من المشاركة السياسية الأكثر شيوعا في المجتمعات الديمقراطية ، التي تركز بنيتها السياسية على مأسسة و تفعيل دور المجتمع المدني¹.

* **المشاركة السياسية المستقلة** : وهي المشاركة الفردية للمواطن بحيث يتمتع بحرية مطلقة في تحديد نوع المشاركة ودرجتها ، ويكون مميزا في أن يشارك أو لا يشارك ، وتكون المشاركة في المناسبات وتضم غالبا الناشطين الغير سياسيين من الجمهور ، وغير المؤطرين سياسيا وتتجلى مظاهرها في التصويت و الانتخابات و الاستفتاءات².

وللمشاركة السياسية مراحل من أهمها :

* **الاهتمام السياسي** : ويتمثل في متابعة والاهتمام بالقضايا العامة على فترات قد تطول أو تقصر ، إضافة إلى متابعة الأحداث السياسية ، حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في مناقشة القضايا السياسية في الوسط العائلي أو في الوسط المهني خاصة في فترة الأزمات أو في فترة الحملات الانتخابية .

* **المعرفة السياسية** : المقصود هنا هو معرفة القيادات السياسية في مختلف المناصب، وفي مختلف المستويات، سواءً على المستوى المحلي أو القومي، مثل أعضاء المجلس المحلي وأعضاء مجلس الشعب والشورى والشخصيات القومية كالوزراء .

* **التصويت السياسي** : يتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والمساندة المادية، عن طريق تمويل الحملات ومساعدة المرشحين أو بالمشاركة بالتصويت.

* **المطالب السياسية** : تتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية³.

¹ - عامر صبع ، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999-2004 . مرجع سابق ، ص 26 .
² - صونية العيدي ، المشاركة السياسية و التحول الديمقراطي في الجزائر . مذكرة ماجستير في علم الاجتماع والتنمية ، قسم علم الاجتماع ، جامعة بسكرة ، 2005 ، ص 59 .
³ - عبد العزيز إبراهيم عيسى ، محمد جاب الله عمارة ، السياسة بين النمذجة و المحاكاة . ت محمد أبو عامود، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ، 2004 ، ص 181 .

- خصائص المشاركة السياسية:

تتصف المشاركة السياسية والاجتماعية بجملة من الخصائص أهمها ما يلي :

-المشاركة سلوك تطوعي ونشاط إرادي، حيث يقوم المواطنين بتقديم جهودهم التطوعية نتيجة لشعورهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه القضايا والأهداف.

-المشاركة سلوك مكتسب، يتعلمه الفرد عن طريق تفاعله مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع.

-المشاركة سلوك إيجابي واقعي، أي أنها تترجم إلى أعمال وثيقة الصلة بحياة وواقع الجماهير.

-المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة، تهدف إلى إشراك كل أفراد المجتمع في كل مراحل التنمية، في المعرفة، الفهم، التخطيط، التنفيذ، الإدارة، الاشتراك، التقويم، تقديم المبادرات والمشاركة في الفوائد والمنافع.

- للمشاركة مجالات مختلفة اقتصادية، اجتماعية، سياسية، يمكن أن يشارك الفرد في أحدها أو في كلها في آن واحد، قد تكون المشاركة الجماهيرية محلية أو إقليمية أو قومية.

-المشاركة حق وواجب في آن واحد لكل فرد من أفراد المجتمع.

-المشاركة هدف ووسيلة في آن واحد، فهي هدف لأن الحياة الديمقراطية تقتضي مشاركة الجماهير في المسؤولية الاجتماعية، هذا ما يعني تغيير سلوكيات وثقافات المواطنين في اتجاه الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، كما أنها كذلك وسيلة لتمكين الجماهير من القيام بدور محوري في دفع عجلة التنمية، كما تقوم المشاركة بتوحيد الفكر الجماعي للجماهير، حيث تعمل على بلورة فكر واحد نحو الإحساس بوحدة الهدف والمصير المشترك، والرغبة في بذل الجهود لمساندة الحكومة والتخفيف عنها¹.

¹ - عبد العزيز إبراهيم عيسى ، محمد جاب الله عمارة ، السياسة بين النمذجة و المحاكاة . مرجع سابق ، ص 183 .

إن فالمشاركة السياسية هي عملية الاندماج الفعلي في الحياة السياسية التي من خلالها يتدرج الفاعل السياسي في ممارسة النشاط السياسي و الأدوار السياسية المعنية وفي هذه الحالة تقوم الثقافة السياسية بدور ضبط حدود المشاركة ، أي ضبط القواعد و الإجراءات القانونية المحددة لعملية الإشراف ضمن العلاقة القائمة بين المجتمع و الدولة وبهذه الصورة تصبح المشاركة السياسية أهم عناصر الممارسة السياسية التي تنمي بدورها الثقافة السياسية للأفراد .

4-4- جماعة الرفاق :

تضم هذه الجماعات المتقاربين في السن أو الوظيفة أو المستوى الاقتصادي... الخ وتبدأ منذ الطفولة إلى الكهولة و تتكون من زملاء الفصل أو الجامعة أو العمل ، واهم ما يميز علاقة الفرد بنده التكافؤ ، ولهذا تتزايد درجة الترابط بينهم ، وكذلك التأثير المتبادل ولا شك أن لتلك الجماعات دورا أساسيا في نقل و تعزيز القيم التي اكتسبها أعضاء هذه الجماعات .

ولقد برزت أهمية جماعة الرفاق ودورها في عملية التنشئة السياسية ، حيث تمارس تأثيرا كبيرا على قيم واتجاهات أعضائها ويتم ذلك من خلال طريقتين هما :

- نقل وتعزيز الثقافة السياسية : إذ عن طريق تلك الجماعات يمكن نقل الثقافات الفرعية سواء كانت طبقية أو مهنية ، فالطفل الذي نشأ في أسرة تنتمي إلى الطبقة العمالية يتعلم أسلوب حياة هذه الطبقة ، وإذا انظم إلى المدرسة يجد زملاء له من نفس الطبقة ، فان ذلك يؤدي إلى تأكيد و تعميق الاتجاهات التي سبق وان اكتسبها في الأسرة .

- غرس قيم ومفاهيم جديدة : فقد يتعلم الفرد عن طريق جماعة الرفاق اتجاهات ونماذج سلوكية جديدة ، حيث تتيح تلك الجماعة لأعضائها حرية التعبير عن أنفسهم و معايشة ادوار جديدة بعيدا عن التحكم الأسري¹ .

¹ - سمير خطاب ، التنشئة السياسية و القيم . إيتراك للطباعة و النشر ، مصر ، ط4 ، 2004 ، ص 52 .

ومن أهم العوامل التي تساعد على إعطاء مثل هذا الدور من جماعة لأخرى هي عملية التنشئة الاجتماعية و السياسية ما يلي :

- توفر ظروف خاصة كقرب السكن و المدرسة او النوادي ...الخ ، أو التقارب في الهواية ، وإشباع الحاجات المختلفة عن طريق الصداقة .

- يحصل الفرد من جماعة النظراء أصحاب المهارات المختلفة وهذا بحسب الأعمار المختلفة نسبيا على نماذج ومهارات مفيدة لمستقبلهم القريب عكس البالغين الذين يعكسون نماذج مستقبل بعيد .

- توفر جماعة الرفاق فرصة لان يصبح الفرد مستقلا عن والديه ومكان لتطوير معايير تقييمية للفرد بنفسه وبمعزل عن معايير البالغين .

- يستطيع الفرد أن يتبنى معتقدات نظرائه بحرية و بدون إكراه أو إجبار من طرف الوالدين أو المحيط الذي يعيش فيه .

كما تقوم جماعة النظراء بنجاح وتعزيز القيم الاجتماعية القائمة خصوصا عندما يأتي النظراء من خلفيات اجتماعية - سياسية تتطابق قيمها مع جماعة أخرى ، وعلى الصعيد السياسي فان الفرد البالغ يكون تفضيله السياسي مدعوم بشكل مستمر من قبل الجماعة التي ينتمي إليها ، كما يزداد اهتمام الفرد بالشؤون السياسية و الاتصال مع رفاقه ، وتزيد من المشاركة السياسية المستمرة داخل الجماعة وبذلك يكونون اتجاهات ومعارف سياسية مختلفة عن طريق التفاعل فيما بينهم .

وفي الوقت الذي تقوم جماعة النظراء بالمحافظة على الثقافة السائدة ، فإنها في الوقت نفسه يمكن أن تقوم بخلق ثقافة اجتماعية-سياسية خاصة بها تبتين مختلف اتجاهاتهم السياسية وتعبر عن اهتمامهم¹ .

1- نبيل حليلو ، التنمية في ضوء الثقافة السياسية (دراسة على عينة من الطلبة الجزائريين في الجامعات الجزائرية). أطروحة دكتوراة في علم اجتماع التنمية ، قسم علم الاجتماع ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2012 ، 134 .

4-4- وسائل الإعلام :

تقوم وسائل الإعلام المختلفة من صحف وتلفزيون و غيرها بدور لا يقل أهمية عن المؤسسات الاجتماعية الأخرى ، و ذلك لكونها رافدا رئيسيا في تشكيل الثقافة السياسية للفرد .

فوسائل الإعلام تلعب دورا مهما في تدويل الاتجاهات و القيم في جميع أنحاء المعمورة إضافة إلى نقلها للمعلومات الفورية حول الأحداث السياسية ، فهي تنقل بصورة أو أخرى القيم الرئيسية التي تسود المجتمع ، من بينها القيم السياسية خاصة وان تأثيرها ينعكس على كل من عالم الصغار و الكبار التي تصاحب الفرد طيلة حياته¹ .

وتلعب وسائل الإعلام دورا لا يقل أهمية عن دور الأسرة و المدرسة في عملية التنشئة الاجتماعية و السياسية ، فالصحف و الإذاعة و التلفزيون وغيرها تدعم القيم التراثية ، وفي الوقت ذاته فهي تنقل المعلومات و الأخبار المختلفة عن المجتمعات ككل فما يحدث في واشنطن يمكن أن يسمع في بومباي .

ونظرا لأهمية وسائل الإعلام فان لها ايجابيات تساهم في عمليات التنقيف السياسي للأفراد²، من خلال ما تقدمه و يمكن تلخيص بعض ايجابياتها :

- تعمل وسائل الإعلام على تأصيل وتأكيد شرعية النظام السياسي داخل المجتمع .
- تقوم على تحقيق التكامل وتنمية التقارب و الاتفاق بين أفراد المجتمع .
- تساهم في توسيع مجالات المناقشة والمشاركة وتحقيق التنمية الشاملة للمجتمع .
- تعمل على دعم العلاقات الاجتماعية و السلوك العامة داخل المجتمع .

1- كريمة حوامد ، دور الجامعة في التنشئة السياسية في الجزائر (دراسة ميدانية بجامعة باتنة) . مذكرة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، قسم العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2008 ، ص 56 .

2- احمد شاطرباش ، الثقافة السياسية لطلاب الجامعات (دراسة ميدانية بجامعة الجزائر) . مرجع سابق ، ص 181 .

كما لها تأثيرات سلبية على المجتمع من خلال السيطرة و الاحتكار من طرف الأجهزة السياسية و العسكرية لمختلف الدول ، وكذلك قلة الأنشطة و البرامج التي تبين الثقافة السائدة في المجتمع ، بالإضافة إلى تغليب الجمهور بحقائق سياسية مزيفة... الخ وهكذا يعتبر الإعلام من أهم المؤسسات التي تقوم بتشكيل الثقافة السياسية لأفراد من خلال توترهم وميولهم لبرامج إعلامية معينة تنميها سياسيا وهذا حسب العمر وحسب التنشئة السياسية للأفراد .

لقد أصبح الاهتمام كبيرا جدا في وقتنا الحاضر بوسائل الإعلام الجماهيرية لدورها المهم في عملية التنشئة الاجتماعية و السياسية ، ولعل التقدم التكنولوجي الذي زود الإعلام بوسائل جديدة أكثر فعالية وتأثيرا في حياتنا¹، خاصة مع ازدياد الطلب على الإعلام الجديد لدى أفراد المجتمعات في الوقت الحالي

ولهذا تجد الحكومات المعاصرة تعمل على إخضاع وسائل الإعلام إلى سيطرتها ، لتتمكن من تسخيرها لنشر معتقداتها السياسية ، ودعم شرعيتها ، وتبرير مواقف النظام السياسي لأنها تملك القدرة على اختراق الحواجز و توصيل رسائلها إلى المواطنين في منازلهم وبدون جهد منهم ، وتحاول التأثير فيهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة².

4-5 - الإيديولوجيا :

يشير المفهوم إلى مجموع الأفكار التي تعكس مصالح واهتمام النظام الاجتماعي (المثقف ، السلطة السياسية ، القوى السياسية و الاجتماعية) ، يشير أيضا إلى المذاهب السياسية التي يعتنقها المجتمع السياسي ، وتتخذها كمرجعية يتبناها نحو تفسير الظواهر السياسية ، وبهذه الصورة تصبح الإيديولوجية السياسية تعبر عن مجموع الثقافات السياسية³.

¹- مولود زايد الطيب : علم الاجتماع السياسي . مرجع سابق ، ص 178 .

²- كريمة حوامد ، دور الجامعة في التنشئة السياسية في الجزائر ، مرجع سابق ، ص 56 .

³- علي بن طاهر ، الثقافة السياسية ومسالمة الديمقراطية التعددية في الجزائر 1989 - 1992 . مذكرة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر ، الجزائر ، 2001 ، ص 26 .

وتكمن العلاقة بين الإيديولوجية و الثقافة السياسية من خلال طبيعة تعامل النظام السياسي مع المجتمع بما يحتويه من ثقافات وتفاعل الأخيرة معه ومقدار ما تكسبه إيديولوجية النظام السياسي نفسها من الخصوصية الثقافية للمجتمع ، لذلك يعمل النظام السياسي في إطار توحيد وتقوية علاقته مع المجتمع بإجماع و تعبئة الفئات المختلفة حوله من اجل النجاح في تنفيذ السياسات العامة ، وهو ما يسمى بالجمعة السياسية التي تشير إلى تلقين النظام السياسي لأفراده القيم و العواطف و التوجهات التي تتيح لهم تولى أدوارهم المطلوبة منهم ، كما أنها أداة لترسيخ الإجماع وهدفها الاستقرار العمودي لطبقة على أخرى في المجتمع من اجل ضمان الاستقرار في المجتمع و سيادة التناغم و التلاحم و السلام المدني¹.

وتتوقف نجاح الإيديولوجية في تقديم الثقافة السياسية التي يريد النظام السياسي نشرها بناء على مجموعة من العوامل²:

- الشمول : وينصب المفهوم على البناء الكلي للإيديولوجية ، حيث الإيديولوجية الناجحة لا تعاني أي نقص والتي تحدد مجموعة من الأهداف و الوسائل اللازمة لتحقيق تلك الأهداف .
- تحقيق حلول لمشاكل المجتمع وتلبية مصالح الأفراد الذين غالبا ما يكونون غير راضين عن الوضع القائم .
- السيادة : وتعني به مدى هيمنتها على الواقع الذي تعاشه ، إذ انجح الإيديولوجيات هي التي تثبت قدرتها على الاستمرارية لفترة زمنية طويلة .
- الانتشار : وهو معيار كمي بالأساس ، حيث كلما زاد معتنقو الإيديولوجيا (معينة) كان ذلك مؤشر على النجاح و العكس كلما تناقص عدد مؤيديها كانت اقل انتشارا.

¹ - مجموعة مؤلفين ، النظام السياسي و السياسة العامة ، مرجع سابق ،ص 11 .

² - جون ميلا منانز ، الإيديولوجيا : مفاهيمها وتطورها في الواقع التاريخي و السياسي . ت إسماعيل علي سعد ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 1990 ، ص 18 .

- الأساس الأخلاقي : لابد أن تكون للإيديولوجية أن تملك أساسا أخلاقيا حيث انه من الضروري للأفراد أن يجدوا أساسا أخلاقيا لمعتقداتهم و سلوكهم من الأفكار العامة لمفهوم الخطأ و الصواب ووجود ضوابط معيارية تتحكم في تشكيل سلوكهم ووجدانهم .

* الارتباط بالهوية الحضارية : إن الإيديولوجية الناجحة تعتبر ثمار ظروف تاريخية معينة وتمثيلا دقيقا للهوية الحضارية للمجتمع ، بحيث تتجح في خلق الارتباط القوي مع تلك الهوية .

* تمثل الإيديولوجية نموذجا للضرورة الاجتماعية ، فأركانها الهامة ضرورة اجتماعية وجزء مهم في حياة المجتمعات المعاصرة ، فهي تحاول غرس بعض القيم الضرورية في المجتمع كالحرية القانون ، العدالة... الخ ، وهذا من اجل الحفاظ على المجتمع¹ .

كما ترتبط الايدولوجيا بالرأي العام ارتباطا عضويا وثيقا ، فالرأي العام هو الفكر الشائع والنمط العقلي السائد الذي يحدد نوع الأفكار و الميول و الاتجاهات ، بل يكشف تفضيلات الناس الاجتماعية و السياسية .

4-6- الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية :

تلعب التغيرات الاقتصادية و الاجتماعية دورا هاما في أي مجتمع ، بحث تؤدي هذه الظروف إلى انتقاد و عزوف الأفراد عن الثقافة التقليدية و السعي إلى إيجاد ثقافة جديدة تتماشى مع المتطلبات الحديثة² .

لان عدم حدوث ذلك سيؤدي حتما إلى التعارض و التناقض بين القديم و الحديث فالظروف الاجتماعية تعمل على تزويد الفرد بالقيم و الخبرات من خلال مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالمدرسة ، الأسرة ، جماعة الرفاق... الخ ، وهو ما يسمح للفرد تشكيل الثقافة عموما و على وجه الخصوص الثقافة السياسية ، وأي تغيير في الظروف سيتبعه تغيير في الثقافة .

¹ - جون ميلا منانز ، الايديولوجيا : مفاهيمها وتطورها في الواقع التاريخي و السياسي . مرجع سابق، ص 19 .

² - سعاد الشراوي ، علم الاجتماع السياسي . دار النهضة العربية ، القاهرة ، ط2 ، 1991 ، ص 117 .

فالانتقال من حياة الريف و القرية إلى المدينة و الحضر يتطلب بالضرورة تغيير في الثقافة حسب الظروف الاجتماعية و الاقتصادية السائدة في المجتمع ، فأى بلد غير من فلسفته السياسية بالانتقال من الاشتراكية إلى الرأسمالية فالثقافة تتغير حتما بسبب تغير في العوامل الاقتصادية ، وتحل ثقافات جديدة وحديثة نتيجة التحولات الاقتصادية .

خلاصة الفصل :

ومن خلال ما سبق نجد أن الثقافة السياسية السليمة في المجتمع تكون بتوفير مختلف الجهود و العوامل التي تؤثر فيها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية و السياسية الصحيحة التي يتبناها النظام السياسي للمجتمع عن طريق قنواتها الأسرة ، المدرسة جماعة الرفاق ... الخ ، و التي تعمل على ترسيخ القيم و المعتقدات السياسية للمجتمع بحيث يكون الفرد عضوا فعالا في مجتمعه السياسي ، وذلك بفضل مساهمته النشطة و الانخراط في العملية السياسية و المشاركة في كافة مستوياتها والياتها بمساهمة النظام السياسي الديمقراطي الذي يكرس الحرية السياسية و العدالة الاجتماعية و المساواة بين أفراد المجتمع وهذا من اجل الحفاظ على النظام السياسي و العمل على استقراره و استمراره ومن ثم الحفاظ على القيم و الاتجاهات السياسية للمجتمع ، كل هذه العوامل تساعد على التنمية السياسية للمجتمع ، وتوجد هذه الثقافة السياسية في المجتمعات المتقدمة التي تعمل دائما على إشراك الفرد و المجتمع المدني في بناء النظام السياسي على أساس القيم والمعتقدات السائدة في المجتمع .

في حين نجد الثقافة السياسية الضعيفة توجد عند المجتمعات التي تعاني القهر وعدم المساواة و غياب العدالة الاجتماعية ، بحيث يصبح الفرد أكثر اغترابا في مجتمعه في مجتمعه ويعاني من اللامبالاة السياسية اتجاه النظام ، وعدم المشاركة في الأنشطة السياسية إن هذه المجتمعات معرضة إلى التغيرات الاجتماعية و السياسية في أي وقت نتيجة السياسات الخاطئة ، كما يوجد خلل داخل مؤسسات التنشئة السياسية وعدم الاهتمام بالقيم والمعتقدات الثقافية عموما و الثقافة السياسية خصوصا للأفراد وهذا بسبب احتكارها من طرف السلطة الحاكمة ، ويوجد هذا النموذج في دول العالم الثالث التي تعاني من عدة مشاكل اجتماعية واقتصادية وغيرها ، كل هذه العوامل تؤثر على الثقافة السياسية للأفراد داخل مجتمعاتهم وعلى النظام السياسي واستقراره واستمراره .

الفصل الرابع : الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد

- المبحث الأول : الانترنت (Internet).

1-1- تعريف الانترنت .

1-2- نشأة وتطور الانترنت .

1-3- خدمات الانترنت.

1-4- خصائص الانترنت .

- المبحث الثاني : الإعلام الجديد (New media).

2-1- تعريف الإعلام الجديد .

2-2- أصناف الإعلام الجديد .

2-3- مميزات الإعلام الجديد .

2-4- مدا خيل نظرية لفهم الإعلام الجديد .

2-5- خصائص الإعلام الجديد .

- المبحث الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media web).

3-1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي .

3-2- تاريخ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي.

3-3- مكونات الشبكات الاجتماعية .

3-4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي .

3-5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي .

5-1- المدونات (Blogs) .

1-1- تعريف المدونات .

1-2- أنواع المدونات .

1-3- مميزات المدونات الالكترونية .

5-2- الفيسبوك (FACEBOOK) .

2-1- تعريف الفيسبوك .

2-2- نشأة موقع الفيسبوك .

2-3- خصائص الفيسبوك .

2-4- مميزات الفيسبوك .

4-3- تويتر (TWITTER)

5-1- تعريف تويتر .

3-2- نشأة تويتر .

3-3- مميزات تويتر .

5-4- اليوتيوب (YOUTUBE) .

4-1- تعريف اليوتيوب .

4-2- نشأة اليوتيوب .

4-3- مميزات اليوتيوب .

خلاصة الفصل .

تمهيد :

يعتبر الإعلام الجديد من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تطورت بشكل ملفت للانتباه خاصة في العشرية الأخيرة ، حيث أثرت في كل القطاعات منها السياسية الاجتماعية الثقافية... الخ .

إن الإعلام الجديد يقوم على إمكانية الحوار وتبادل الأفكار و المشاركة و التفاعل في مختلف المواضيع و الاهتمامات المشتركة، بحيث أعطى لوسائل الإعلام معناها الحقيقي باعتبارها وجه من وجوه الحرية وحق من حقوق الأفراد و الجماعات المشاركة في العملية الاتصالية في شبكات تواصل اجتماعية متنوعة.

ففي هذا الفصل تطرقت الدراسة إلى الإعلام الجديد بمختلف تطبيقاته ، فالفضل أولاً يعود إلى ظهور الانترنت وتطورها الملحوظ ، فقدمت العديد من الخدمات الاتصالية لمستخدميها وتميزت بخصائص كالنفاذية و الكونية وسهولة استخدامها ، إن التطور الهائل للانترنت افرز وسائل إعلام جديدة منها الإعلام الجديد وهو إعلام رقمي تفاعلي يقوم على النص و الصورة و الفيديو وله عدة أنواع مختلفة كما يتميز بالانفتاح و الكونية و التفاعلية وغيرها من المميزات ، كما تطرقت الدراسة إلى أهم المنظرين الذين تناولوا الإعلام الجديد .

لقد أنتج الإعلام الجديد أشكال مختلفة للتواصل الاجتماعي منها المدونات و الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر و اليوتوب .

فتعتبر المدونات احد تطبيقات المتاحة على الانترنت ، فهي صفحة يكتب فيها المدون سيرته الذاتية أو خبرته في مجال معين ، أو التطرق إلى موضوعات اجتماعية ، سياسية وغيرها وتحتاج إلى النقاش

و التعليق عليها من طرف زائري المدونة ، ولها مميزات أهمها التواصل مع المعجبين بالصفحة كما تتيح تخزين المدونات و الرجوع إليها في أي وقت .

ومن أهم أشكال الإعلام الجديد نجد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك فظهر أول مرة في جامعة هارفارد على يد "مارك زاكربيرج" في 2004 ، وهو صفحة شخصية للمستخدم يقوم من خلالها التعريف بنفسه من خلال الصورة أو النص أو الفيديو وله مميزات أهمها سهولة الاستخدام من طرف كل شرائح المجتمع و المشاركة والتعليق على الموضوعات .

كما ظهر موقع آخر ألا وهو تويتر وهو احد المواقع الأكثر شهرة ، ظهر على يد " جاك دورسي " في 2006 في الولايات المتحدة الأمريكية ، بحيث يستخدم لإرسال الرسائل القصيرة وتسمى " تغريدة " لا تتعدى 140 حرف ، وله مميزات منها الفورية بحيث ينقل المعلومات الحصرية وله ميزة التتبع ، ويقوم باستخدامه السياسيين و الممثلين والإعلاميين وغيرهم .

وفي الأخير من الدراسة تطرقنا إلى موقع مهم جدا ألا وهو اليوتوب الذي له دور كبير لدى الأفراد في الاطلاع على الفيديوهات التي تبتث على شبكة الانترنت في مختلف الاختصاصات و المجالات السياسية الاجتماعية الاقتصادية وغيرها ، فظهر أول مرة على يد كل من " تشاد هيرلي " و " ستيف تشين " و " جاود كريم " في شركة باي بال pay pal ، ثم تطور بشكل كبير و أصبح لديه الملايير من الفيديوهات المتعددة في كل المجالات و يشاهده الملايين من الأشخاص و من أهم مميزاته الترويج لمختلف الأفكار و المنتجات وهو أداة تسويق فعالة .

- المبحث الأول الانترنت :

1-1- تعريف الانترنت :

ظهرت شبكة الإنترنت بشكل جماهيري في العقد الأخير من القرن العشرين ونظرا لحداتها وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة و المتلاحقة ، فقد اختلف الباحثون حول مفهومها الحقيقي ، وقد اقتضت اغلب التعريفات و المفاهيم التي أوردها الباحثون لشبكة الانترنت على الوصف دون أن يتعدى ذلك إلى أخلاقيات أو ضوابط الممارسة أو حتى مستخدمي الشبكة إضافة إلى كون الباحثين الذين حاولوا وضع تعريفات للانترنت حسب طبيعة استخدامهم أو حسب المجال التي تتم دراسته ، حيث اتفق الجميع على أن الانترنت " هي ثورة تفوق في أهميتها كافة وسائل الاتصال الحديثة¹ .

ولقد ذهب " عبد المالك ردمان الدناني" إلى تشعب الانترنت و اتساع دائرة استخدامها أسهم في تعدد تعريفاتها ويرى ريتشارد سميث "R. SMITH" و مارك جيتس "M. GATES" إن تعريف الانترنت يعتمد على عمل وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها حيث يرى الشخص العادي الانترنت بشكل مختلف عن ما يراه المهني أو المهندس² .

- لغة : أصل كلمة انترنت فهناك من يرى إنها اختصار للكلمة الانجليزية " INTERNATIONAL NETWORK " ومعناها شبكة المعلومات الدولية التي تتم فيها ربط مجموعة شبكات مع بعضها البعض في العديد من الدول عن طريق الأقمار الصناعية ، الهواتف... الخ³ .

¹ - ماجد سالم تربران ، الانترنت و الصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية" . الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2008 ، ص27 .

² - عبد المالك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت . دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط1 ، 2003 ، ص 111.

³ - عمر موفق بشير العياشي ، الإدمان و الانترنت . دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2007 ، ص45 .

- اصطلاحا : تعرف الانترنت على إنها مجموعة من آلاف الحواسيب تنتشر في جميع أنحاء العالم ويمكنها الاتصال فيما بينها عن طريق الألياف الضوئية ، الأسلاك الهاتفية و الأقمار الصناعية ، التي تسمح لها بالتحاور مع بعضها البعض وتبادل المعلومات و الرسائل¹.

ويعرفها محمد عبد الحميد على إنها : نظام للبيئة الأساسية التي توفر الربط وتدعيم الاتصال و نقل البيانات بين الشبكات ، بينما الشبكات الأخرى أيا كان موقعها على شبكة الانترنت فإنها تنظم للمحتوى و إدارته ، وتحكمه المعايير الخاصة بإدارة المحتوى ونشره على شبكة الانترنت² .

فخبراء الإنترنت ليسو متفقين فيما بينهم على تعريف جامع ، إلا أن معظم المشاركين فيها متفقون على أنها شبكة عالمية للآلاف من الحواسيب الآلية المترابطة التي تمرر المعلومات³ .

1-2- نشأة وتطور الانترنت :

عبر الزمن كانت هناك ابتكارات و إبداعات ساهمت في تغيير الحضارة البشرية وتطورها ومن أهم هذه الاكتشافات الانترنت التي هي نتاج الابتكارات التكنولوجية التي غيرت العالم ، ويرجع ظهور الانترنت إلى مشروع اربانت (ARPANET) الذي تبناه البنتاغون في وزارة الدفاع الأمريكية سنة 1969 إبان الحرب الباردة ، وكان التنسيق مع وكالة الأبحاث للمشروعات المتقدمة ARPA (Advanced recherc projects agency) حيث تم الربط بين أربعة هيئات حكومية في الولايات المتحدة الأمريكية .

¹ - احمد محمد المصري ، العلاقات العامة . مؤسسة شباب مصر ، مصر ، 2000 ، ص 122 .

² - محمد عبد الحميد ، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت . عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 ، ص 14 .

³ - عبد المالك ردمان الدناني ، الانترنت و الصحافة الالكترونية . مرجع سابق ، ص 39 .

وقد اتسعت الشبكة عام 1971 لتشمل 15 نواة (كل كمبيوتر يشكل نواة) ، ثم تطورت إلى 37 نواة خلال السنة الموالية¹.

وفي سنة 1973 قام كل من "يوب كان" و " سبيرت فنيت " بتطوير بروتوكولات للتحكم إرسال بروتوكول TCP/IP والتي تم اعتمادها رسميا من قبل (ARPANET) سنة 1982 وهو المفهوم التي قامت عليه شبكة الانترنت ، وفي عام 1983 أنشأت المؤسسة الوطنية للعلوم الأمريكية الشبكة باسم NSFnet لتخفيف العبء و تفادي الاكتضاض ، وقد تكلفت NSF بتمويل الشبكة التي عرفت تطورا كبيرا خاصة في مجال البحوث العلمية وهذا بعد ربط المدارس و الجامعات بشبكة الحاسوب².

وفي عام 1986 قامت مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية (NSF) أصبحت مهتمة بتحويل مشاريع الشبكات والمنظومات المقامة على أساس بروتوكولات (TCO/IP) لمصلحة المؤسسات الأكاديمية الرئيسية في أمريكا ، وبذلك ربطت مراكز الحاسوب المتقدمة مع اربانت الموجودة في السابق ، وبحلول عام 1988 انتهت (NSF) من إنشاء الانترنت فائقة السرعة وبشكل أوسع³.

وفي عام 1990 التفكير في مختبر فيزياء الجسيمات سيرن (CERN) بجنيف بسويسرا في تطوير شبكة الويب العالمية (W.W.W) (THE WORLD WILD WEB) من قبل تيم بارنرزي (TIM BERNERS-LEE) وروبرت كايلان (R. CAILAIN) اللذين اقترحا عملية وصل جميع الحواسيب الشبكية بنظام معلومات شعبي (HYPER TEXTE-BESED) بحيث تكون المعلومات منظمة

¹- يحي اليحيوي ، العولمة أية عولمة . إفريقيا الشرق ، المغرب ، 1999 ، ص 138 .

²- خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية . دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013 ، ص20.

³- محمد بوحوالي ، واقع الصحافة في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعية . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر -3- الجزائر ، 2014 ، ص 26-27 .

باستخدام مستندات تحتوي على وصلات وصفحات مرتبطة بها مباشرة ، إما بجهاز الحاسوب المستخدم نفسه ، أو في نظام آخر في مركز (CERN) وذلك لحل مشكلة ضخامة المعلومات واستعمالها بطريقة غير منظمة .

وتم بذلك كتابة أول عميل برمجي للويب (WWW.CLIENT) وهو عبارة عن محرر نصوص ، كما كتب أول خادم ويب (WWW.SERVER) وانتهى تطوير تقنية الويب الجديدة .

ومع دخول الوسائط المتعددة (MULTIMEDIA) عالم الويب و الانترنت زادت فعاليتها وانتشارها بسبب إمكانية إرسال النصوص و البيانات و الصور في مستند واحد بل و أيضا الصورة المتحركة و الصوت ، ناهيك عن عملية الإنزال والتحميل (DOWNLOAD) في الحاسوب المتصل .¹

وفي نهاية 1993 ظهر متصفح موزاييك (Mosaic) كأول متصفح للصور و الكتابات على الانترنت ، ثم ظهر متصفح مايكروسوفت (M.S.INTERNET EXPLORER) وذلك بإصدار نظام التشغيل العالمي الجديد المنتظر الوندوز (WINDOWS)² ، ومنذ ذلك الوقت عرفت الانترنت وشبكة الويب بالتحديد تطورات كبيرة ، جذبت إليها الملايين من المستخدمين في مختلف أنحاء العالم ، وبذلك غدت مكانا يزدهم بالناس و الأفكار وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي³ .

وفي نهاية عام 2004 قدر عدد مستخدميه عالميا نحو 480 مليون شخص أي ما يقدر 13% من إجمال عدد السكان مع وجود أعلى معدل لذلك في أوروبا و

¹ - محمد علي رحومة ، الانترنت و المنظومة التكنو- اجتماعية (بحث تحليلي في الآلية التقنية للانترنت و نمذجة منظومتها الاجتماعية) . مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط1 ، 2005 ، ص ص ، 147، 148 .

² - هاني شحادة الخوري ، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي و العشرين . مركز الرضا للكمبيوتر ، دمشق ، 1998 ، ص 107 .

³ - ماجد سلمان تريان ، الانترنت و الصحافة الالكترونية " رؤية مستقبلية " . الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2008 ، ص 41 .

الأمريكيتين ، كما زاد عدد الصفحات الالكترونية المبنوثة على الانترنت إلى بليون صفحة مع ارتفاع عدد الحواسب إلى خمسة ملايين حاسب ¹.

1-3- خدمات الانترنت :

- خدمات الانترنت : بفضل الانترنت أصبح من السهل تحقيق هذه الحاجات باعتبارها الأكثر تميزا وجودة في تحقيق جل احتياجات الجمهور ، ومن ابرز الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت ما يلي ²:

* البريد الالكتروني (EMAIL) : وهو من أقدم خدمات الانترنت ويسمح بتبادل الرسائل الالكترونية كيف ما كانت ، صور ونصوص ، حيث تصل نسبة مستعملها إلى 40 % من مستعملي الشبكة و يرجع ذلك إلى الأسباب التالية :

1- السرعة الفائقة : حيث تتطلب ثوان قليلة لإيصال الرسالة إلى هدفها .

2- التكلفة المنخفضة : فهي مساوية لاتصال داخلي أو محلي .

3- الإرسال الجيد فهو يمثل الصوت و الصورة .

4- التحكم في الرسالة وإمكانية تعديلها ، تسجيلها ، طبعها وتخزينها أو إلغائها .

5- الاتصال التفاعلي مما يسهل عمليات تقريب الأفراد و المجتمعات ويشمل ما يلي:

* الاتصال التلفوني : عن طريق تزويد جهاز الكمبيوتر ببعض المكونات الصلبة مثل الميكروفون و بعض المكونات غير الصلبة كالبرامج الخاصة بالاتصال التلفوني عبر الانترنت وتتيح هذه الخدمة استخدام الشبكة في الاتصالات التلفونية الدولية ³.

¹ - ماجد سلمان تريان، الانترنت و الصحافة الالكترونية " رؤية مستقبلية " .مرجع سابق،ص 43 .

² - احمد محمد محمود ريان ، خدمات الانترنت .مكتبة الإسكندرية ، أبو ظبي ، ط1 ، 2001 ، ص 33

³ - حسن محمد نصر ، الانترنت و الإعلام و الصحافة الالكترونية . مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ، الكويت ، ط1، 2003 ،ص44 .

* مجموعات الأخبار : وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص ذوي اهتمامات مشتركة تربط بعضها و يمكن وصف مجموعة الأخبار بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص آخر ¹ . و يمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص ، ويمكن للمشارك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به ، وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر عن هذه المجموعة من المعلومات والأخبار و البيانات .

وتتميز بعض المجموعات بأنها تخضع للمراقبة ، في حين تتيح معظم المجموعات للمشاركين حرية الرأي و التعليق على ما ينشر ، وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة وتوزع على المشاركين عبر البريد الإلكتروني ، ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية و التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير ² .

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية إلى عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمنتديات جماعية يمكن للمشاركين فيها الاتصال فيما بينهم ، و ازدادت شعبية هذه الخدمة سنة 1985 نتيجة إنشاء الجامعات و المؤسسات العلمية مجموعات إخبارية بأعداد كبيرة على الشبكة .

* الاتصالات المتفاعلة عبر الانترنت : وتشمل مجموعة من الخدمات تتمثل فيما يلي :

¹ - برايان اندرادل ، الانترنت ، دار الفاروق للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2001 ، ص 484 .
² - محمد بوحوالي ، واقع الصحافة في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعية ، مرجع سابق ، ص 29 .

- مواقع الدردشة : تفيد العديد من المواقع هذه الخدمة لدعم الحوار ، إذ تغطي هذه المواقع نطاقا واسعا من خدمات الانترنت نظرا لإمكانية التخاطب و المحادثة و الدردشة وهناك عدة أنواع من المحادثة أهمها¹ :

- المحادثة عبر الانترنت باستخدام خدمة (IRC) internet relay chate .

- المحادثة (TALK) : باستخدام هذا النوع يستطيع احد المستخدمين كتابة رسائل للمستخدم الآخر واستقبال رسائل منه ويتم التحدث في الوقت نفسه دون تداخل بين الرسائل المرسلة من المستخدم الأول و الرسائل المستقبلة من المستخدم الآخر .

1-4- خصائص الانترنت :

للانترنت خصائص اتصالية مميزة وهي كالآتي :

1- التفاعلية (INTERACTIVITY) : عرف رفايلي (REFAILI) التفاعلية بأنها "احد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة " ومن هنا تعد الانترنت أكثر وسائل الاتصال تفاعلية حيث تتيح انتقال المعلومات في اتجاهين عكس وسائل الإعلام الأخرى التي يكون فيها الانتقال في اتجاه واحد ، فالانترنت تتيح للمستخدم التحول من مجرد متلقي الى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته² .

¹ - نهلة حفيظي ، تكنولوجيا الاتصال و الحملات السياسية .رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، قسم العلوم الإنسانية ، جامعة باتنة الجزائر ، 2012 ، ص 43 .

² - رحيمة الطيب عيساني ، العولمة الإعلامية و آثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية . عالم الكتب الحديث ، الأردن ، 2010 ، ص 66 .

2- الوسائط المتعددة (MultiMedia) : يشير إلى الوسائط الحاملة للمعلومات كالورق و الأشرطة و الأقراص السمعية و البصرية الممغنطة وغيرها¹ ، وتوضح الوسائط المساعدة في إيضاح وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة و المتحركة بالأصوات و التأثيرات المختلفة لتوصيل الأفكار و المعاني .

وأسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الانترنت على اكتساب المهارات و الخبرات و المعرفة ، كما ساعدت الجمهور للتفاعل مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص للقطات مسموعة ومرئية وصورا ورسوما كاريكاتورية² .

3- الافتراضية (Virtualité) : ويعرف أيضا بالواقع الافتراضي وهو مفهوم جديد ظهر مع تكنولوجيا المعلومات للتعبير عن عالم وهمي يحاكي الواقع وبنظرة إلى درجة التخيل بحيث هي في الحقيقة صوراً اصطناعية ثلاثية الأبعاد تمتزج فيها الحقيقة بالخيال ويحصل عليها المبدع عن طريق الحاسوب ، ليتمكن المستخدم من الغوص بكل حواسه في هذه البيئة المصطنعة لاستكشاف الصور المعروضة لمعايشة عالم المحاكاة و الخيال كما لو كان واقعا فعليا³ .

4- الكونية : حيث تتميز بقدرتها تخطي حواجز الزمان و المكان ، وتمكن أي فرد من التجول عبر العالم و الاتصال بالنقطة التي من خلالها الضغط أزرار لوحة التحكم متفوقة كذلك على كل الوسائل الأخرى .

5- الديناميكية (Dynamisme) : بدأت شبكة الانترنت في سنواتها الأولى بإتاحة المعلومات من خلال تبادل الملفات في شكل ثابت ، لكن مع ارتقاءها الفني بخروج

¹ - علاء عبد الرزاق ، تكنولوجيا المعلومات . دار المناهج ، عمان ، 2000 ، ص 411 .

² - فيصل أبو عيشة ، الإعلام الالكتروني . دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010 ، ص 93 .

³ - ربيعة فندوشي ، الإعلان عبر الإنترنت . . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم لسياسية و الإعلام ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر-3- الجزائر ، 2005 ، ص 130 ..

موادها الالكترونية عن النصوص و الأشكال الثابتة إلى التصميم الحيوي وتحديث المضمون ، فتح المجال لها للطابع التفاعلي ، ليجد المستخدم نفسه مشاركا ومحاورا ، مما يخرج عن صفة المتلقي إلى عالم التفاعل الايجابي الذي تميزه الديناميكية و الحركية في جو جديد يجمع بين المشاركة الجماعية و الاتصال الفردي.

6- التزامنية و اللاتزامنية : بالإضافة إلى إمكانية استخدامها في الوقت الحقيقي " التزامنية " تتيح الانترنت إمكانية إرسال و استقبال الرسالة في الوقت الذي يناسب المرسل و المستقبل على حد سواء ، فأصبح لكل مرسل أن يبعث برسالته الاتصالية التي يريدتها في التوقيت الذي يناسبه ، كما أصبح لكل مستقبل أن يستقبل الرسالة التي تصله في الوقت الذي يناسبه¹ ، وبالتالي فالانترنت لا تتطلب من مستخدميها استخدام النظام في الوقت نفسه ، وإنما تتيح لهم استخدامه في الوقت الذي يناسب كلا منهم .

7- ديمقراطية الانترنت : لا شك أن أهم مشكل عانى منه الصحفي أو حتى الجمهور المستقبل في وسائل الإعلام التقليدية (الصحف ، الإذاعة ، التلفزيون) هو مشكل التحكم في المعلومات ، حيث إن هناك دائما قوى سياسية و اقتصادية تتحكم في كمية المعلومات المنشورة ونوعها وطبيعتها ومن هنا " اعتبر انتشار الانترنت انتصارا للحرية " ² .

كما أنها أداة للتعبير عن الرأي في حرية مطلقة عن طريق البريد الالكتروني و المشاركة في لندوات الالكترونية التي تعقد على شبكات التواصل الدولية ، التي لا تخضع للرقابة أو القيود ويتم فيها مناقشة كل المشكلات العامة بما في ذلك الأوضاع

¹ - ربيعة فندوشي ، الإعلان عبر الإنترنت مرجع السابق ، ص ص 130 ، 131 .

² - عبد الحليم حمود ، الانترنت -إعلام ضد الإعلام - دار الهدى ، بيروت ، 2008 ، ص 86 .

والتنظيمات السياسية وأساليب وطرق الحكم ، و سياسات الدول المختلفة و القوانين و التشريعات¹.

- المبحث الثاني : الإعلام الجديد .

لقد تعددت مظاهر تسمية الإعلام الجديد فمنهم من يسميه الإعلام الرقمي الإعلام التفاعلي ، الإعلام الشبكي ، الإعلام الاجتماعي .

2-1- تعريف الإعلام الجديد :

يعرف ليستر (LESTER) بأنه : مجموعة تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر و الوسائل التقليدية للإعلام (الطباعة ، التصوير الفوتوغرافي الصوت ، الفيديو) ، ويركز هذا التعريف على التكنولوجيا المستعملة في الإعلام الجديد ولا يمس المحتوى أو الناتج من هذه التكنولوجيا من صناعة ونشر للمعلومات .

ويشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت وتبادل المعلومات و المنافع وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع أصواتهم و أصوات مجتمعاتهم إلى العالم².

ويرى بعض الخبراء إن مفهوم الإعلام الجديد يستخدم لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج ما بين الإعلام التقليدي كالكتب والتلفزيون و الراديو من جهة و الإعلام الرقمي من جهة أخرى خاصة الإعلام التفاعلي و الإعلام الاجتماعي عبر مواقع التواصل³.

¹ - احمد أبو زيد ، الانترنت ... الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية . كتاب العربي ، المعرفة وصناعة المستقبل ، العدد 61 ، الكويت 2005 ، ص106 .

² - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات . دار الشروق للنشر و التوزيع ،الأردن ، 2008 ، ص 31 .

³ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص 144.

الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات فقد كان وليدا لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بها هذا العصر ، ظاهرة تفجر المعلومات وظاهرة الاتصالات عن بعد ¹.

الإعلام الرقمي الذي يقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب 2.0 و التلفزيون الرقمي و الفيديو و الصوت و النصوص وغيرها ، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد و يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة و استقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة ، أو للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكمبيوتر ².

ويطلق عليه أيضا الإعلام التفاعلي (Interactictive media) طالما توفرت حالة العطاء و الاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت و التلفزيون و الراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة ³.

كما يطلق عليه بإعلام الوسائط التشعبية (Hyper media) لطبيعته المتشابكة وإمكانية خلقه لشبكة من المعلومات المتصلة ببعضها بوصلات تشعبية أو وصلات قاطرة (Hyper Links) وهو ما أعطى ميزة خاصة لشبكة الانترنت وهي ميزة التشعبية لما ينشأ ويبث داخلها ⁴ ، ويطلق على هذا الإعلام بإعلام الوسائط المتعددة لحالة الاندماج التي تحدث داخله بين النص و الصورة .

كما عرفته كلية شريدان (Sheridan) التكنولوجية بحيث تلتصق الصفة العلمية للإعلام الجديد في التعريف بأنه : كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقوم في شكل رقمي تفاعلي وهناك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام

¹ - سميرة شيخاني ، الاعلام الجديد في عصر المعلومات . مجلة جامعة دمشق ، دمشق ، مجلد 26 ، العدد 01 ، 2010 ، ص 442 .

² - شفيق حسنين ، الإعلام الجديد و الإعلام البديل ، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية . دار الفكر للطباعة و النشر ، القاهرة ، ط1 2010 ، ص 53 .

³ - شفيق حسنين ، الإعلام الجديد و الإعلام البديل ، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية. مرجع سابق ، ص 53 .

⁴ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. مرجع سابق ، ص 95 .

الجديد و الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته ، فهو يعتمد على اندماج النص و الصورة و الفيديو و الصوت ، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج و العرض ، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته¹.

كما يسمى الإعلام الالكتروني ليعبر عن مرحلة من التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الالكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار و المعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه فهو يشترك مع الإعلام بشكل عام في الأهداف و المبادئ العامة ، غير انه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة متمثلة في استخدام الحواسب الآلية أو الأجيال المتطورة من الهواتف النقالة ، وتصفح الانترنت وهو ما يركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام .

2-2- أصناف الإعلام الجديد :

يصنف شريدان (Sheridan) الإعلام الجديد حسب التقنية أو الدعامات المستخدمة إلى أربعة أصناف رئيسية وهي²:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت (On line) وتطبيقاتها فهو جديد كليا بصفات ومميزات غير مسبوقه ، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من التطبيقات التي لا حصر لها .

- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة بما في ذلك قراءة الكتب و الصحف وهو أيضا ينمو بسرعة و تنشأ منه أنواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة منها أجهزة الهاتف و المساعدات الرقمية الشخصية و غيرها .

¹ - فيصل أبو عيشة ، الإعلام الالكتروني . مرجع سابق ،ص 275

² - نفس المرجع السابق ،ص 276 .

- و النوع الأخير قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو و التلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية و الرقمية والاستجابة للطلب .

- الإعلام القائم على منصة الكمبيوتر (Of line) ويتم تداول هذا النوع بوسائل ، إما شبكيا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما يشبهها ، ويشمل العروض البصرية والعب الفيديو و المكاتب الالكترونية وغيرها .

2-3- مميزات الإعلام الجديد :

إن أهم ما يميز الإعلام الجديد عن نظيره التقليدي هو مجموعة من الخواص المميزة أهمها :

- **التفاعلية** : تجسد هذه المرحلة انقلابا لنموذج الاتصال التقليدي ن بما يسمح للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد وفي الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات حيث تضيف وسائل وتقنيات الإعلام الجديدة الطابع الشخصي في عملية التلقين ، حيث يكون للمتلقي اختيار رسالته الإعلامية سواء من المحتوى أو الشكل أو وقت الاستقبال متجاوزا حدود الزمان و المكان ، فقارئ الجريدة يمكن أن يتحصل على عنوانه المفضل فور نشرها ، وذلك بفضل النشر الالكتروني ، فالإعلام الجديد يسمح للمستخدمين أو الباحثين أو المؤلفين نشر إنتاجهم مباشرة على صفحات المواقع و المدونات للتفاعل فيما بينهم في المواضيع ذات الاهتمام المشترك¹.

- **الكونية** : إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حيث تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة التي يتدفق عليها رأس المال الكترونيا عبر

¹ - محمد أمين عبوب ، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال كلية العلوم لسياسية و الإعلام ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر-3- الجزائر ، 2012 ، ص 101.

الحدود الدولية ، ومن أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء من الألف في الثانية إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم¹.

- **المشاركة** : حيث تتيح وسائل الإعلام الجديدة لجمهورها المشاركة بإضافاتهم و آرائهم عبر تسجيلها ضمن التعليقات على المواقع الإخبارية أو بإرسال الايميلات و التويتر و المشاركة بالتصويت في البرامج التلفزيونية و الإخبارية ، بل هناك قنوات تشجع المشاهدين على تزويدهم بالأخبار من خلال الصور و الأفلام الملتقطة عبر الهاتف و إرسالها إلى القناة لصناعة الحدث ، وهو أمر لم تعهده صناعة الإعلام سابقا².

- **الانفتاح** : فالمشاركة وإدلاء الرأي عبر مختلف قنوات الإعلام الجديد متاح أمام الجميع ، فلا يحتاج إلى تصريح للاشتراك ببرنامج تلفازي عبر الاتصال أو عبر الموقع ولا يحتاج إلى إذن حكومي لتضيف تعليقا على خبر ما على موقع ما .

- **المحادثة** : فالإعلام الجديد وقنواته تتيح للمشاهد أن يشارك بالبرامج ويدلي بصوته أو يعبر عن رأيه وان يصنع الخبر هو ، وبالتالي انتقل دور المشاهد التقليدي من متلقي إلى متحدث ومشارك و أصبح جزء من منظومة المحادثة و الحوار الإعلامي .

- **التربط** : فوسائل الإعلام اليوم مترابطة مع بعضها البعض ، فالحدث يصور بالشارع و يوضع في اليوتوب ، ومن ثم تلتقطه قنوات الأخبار وتبثه مع التحليل وتلتقطه مختلف المواقع الإخبارية وذلك من خلال خدمات متنوعة ، كما تنتشر المدونات ومواقع التواصل وفي خلال لحظات يصبح الخبر معروفا للجميع حول العالم ، ليعطي أفضل مثال على العولمة الثقافية أو الإعلامية³.

1 - سميرة شيخاني ، الإعلام الجديد في عصر المعلومات . مرجع سابق ،ص 448 .

2 - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص 144.

3 - نفس المرجع السابق ،ص 145.

2-4- مدا خيل نظرية لفهم الإعلام الجديد :

في هذا الجزء بدأت ملامح الإعلام الجديد في الظهور وبدا التنظير لفهم النموذج الاتصالي غير المسبوق وأوجه استخدامات الكمبيوتر في هذا النظام ، وتتركز معظم المداخل على فهم الإعلام الجديد بناء على النماذج الاتصالية السابقة له ومن ابرز من تطرق إلى الإعلام الجديد نيكولاس نيغروبونتي ، فين كروسبي ، جون بافلك و غيرهم .

1- أفكار نيكولاس نيغروبونتي (N . Negropontè) :

فقد طور أفكاره حول الإعلام الجديد من خلال عمله في مختبر الإعلام الجديد بمعهد ماسشوسيتس (New media lb mit) وقد طرح المميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في استبداله الوحدات المادية بالرقمية ، كأدوات رئيسية في حمل المعلومات التي يتم توصيلها في شكل الكتروني و ليس في شكل فيزيائي ، أما الميزة الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج من اسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة و الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعا ، وقد تحقق هذا جزئيا عند ظهور مطبعة غوتنبرغ وتحقق أيضا عند ظهور التلغراف ، واخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين الناس¹.

2- أفكار فين كروسبي (Vin Crosbie) :

حول تصوراتهِ وإمكانات الإعلام الجديد ويقول " لكي نفهم الإمكانيات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد علينا أن نتذكر بان ملايين من أجهزة الكمبيوتر التي تمثل شبكة الانترنت تقوم بالحصول على المعلومات و فرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر

¹ - نصر الدين لعياضي ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد . ضمن كتاب الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة ...لعالم جديد منشورات جامعة البحرين ، 2009 ، ص31.

وهؤلاء تمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد ، في بيئة تسمح لكل فرد مشارك مرسلًا كان أو مستقبلًا بفرص متساوية من درجات التحكم ويضيف كروسبي قائلاً انه عندما تقوم بزيارة موقع على شبكة الانترنت فإننا لا نرى الأخبار و الموضوعات الرئيسية فيه فقط ولكننا نرى أجزاء من هذا الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الخاصة بالزائر وحده وإنما عملية التخصص هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد وهو الأمر الذي لا يمكن أن يتحقق في ظروف نظم الاتصال السابقة ، أما القوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفز ويشيع آليات جديدة لإنتاج المعلومات وتوزيعها وستخلق مفاهيم جديدة تماماً للأشكال الإعلامية ومحتوياتها.

ويخلص الباحث إلى أن هناك علاقة جدلية ما بين الإعلام القديم و الإعلام الجديد أي الإعلام التماثلي و الإعلام الرقمي ، فالإعلام التماثلي ظهر قبل الانترنت ، بحيث ساد لعقود من الزمن ويمثل الصحف ، الإذاعة ، التلفزيون ، لذلك فقد أقام ركيزة لانطلاق الإعلام الجديد أو الإعلام البديل فقد تطورت تلك الوسائل القديمة وأخذت تواكب مستحدثات العصر التقنية¹.

إن التطور في وسائل الإعلام القديمة مع الوسائط المتعددة التي جاءت بها التكنولوجيا الحديثة ونمذجة الإعلام و الاتصال بمفهوم الإعلام الجديد الذي يتمثل في الكثير من المواقع و الشبكات منها المواقع الالكترونية و المدونات الشخصية و العامة و البوابات الالكترونية المتعددة و مواقع المحادثة و الدردشة و المواقع الاجتماعية المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر ويوتوب وغيرها من هذه الشبكات التي تستقطب الملايين من المستخدمين يوميًا².

¹ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. مرجع سابق ، ص193

² - نفس المرجع السابق ، ص196 .

3- مدخل التصنيفات الثلاثة للإعلام الجديد :

يضع ريشارد دايفز (R. Davis) و ديانا اوين (D. Owen) الإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع هي : الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة ، الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة ، الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة .

فالنوع الأول يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة و التلفزيون و الصحف مثل راديو وتلفزيون (Talk Chow) و المجلات الإخبارية (60 Minutes) وبرامج الصباح المعروفة , مثل صباح الخير أميركا (Good Morning America) وغيرها .

أما النوع الثاني إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة تمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن التي تعمل على منصة الكمبيوتر ، وهي التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي و السريع للمعلومات .

أما النوع الثالث إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة ، بحيث تزول فيه الفوارق بين القديم و الجديد فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدودا اصطناعية وحدثت حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات¹ .

4- مدخل جون بافلك (J . Pavlik) :

يرى أن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة بتغير يمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات ، وهي تحدث تغييرا راديكاليا في كل ما يتعلق با لطريقة التي تتواصل بها و الأشخاص الذين نتواصل معهم ، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية و الرعاية الصحية و غيرها ، وفي كل عام

¹ - نصر الدين لعباضي ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد.مرجع سابق ،ص32 .

فان خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد ، وهو يرى ضرورة توفير خارطة طريق وإطار مفاهيمي لفهم أبعاد وأثار تكنولوجيا الإعلام الجديد وواحدة من أدوات رسم الخريطة تكمن في فهم وظائفها الأساسية وهي الإنتاج و التوزيع و العرض و التخزين .

بالرغم من أن هذا المدخل يبدو محدودا بسبب حالات التلاقي بين خطوط وسائل الاتصال لكن من المفيد تمييز الخطوط الموضحة لتكنولوجيا الإعلام الجديد.

2-5- خصائص الإعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد بخصائص مختلفة عن الإعلام التقليدي وهي كالآتي¹ :

- الإعلام الجديد غير بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث طلبها لدرجة عالية من الانتباه . فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه .

إن الكثير من الأبحاث التي تدرس أنماط السلوك الخاصة بوسائل الإعلام الجماهيرية توضح معظمهم لا يلقون انتباها للوسيلة التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها، بحيث يكتفون بجعل تلك الأسباب تمر مرورا سطحيا عليهم دون التركيز لمحتواها ، لذلك نجد الإعلام الجديد من هذه الناحية غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم و الوسيلة .

- الإعلام الجديد أدى إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة و التي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منهما بالأخرى ، وبشكل أُلغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل ، فمثلا نلاحظ اندماج التلفزيون مع الانترنت بشكل شبه كامل فجهاز

¹ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. مرجع سابق ، ص77.

الكمبيوتر أصبح يستخدم لمشاهدة برامج تلفزيونية وفي نفس الوقت الإبحار في الانترنت و إرسال واستقبال رسائل البريد الالكتروني ، كما أصبح جهاز الكمبيوتر يستخدم كجهاز استقبال لبرامج التلفزيون و الإذاعة .

- حرية الإعلام الجديد ، فحقيقته لا مفر منها فالشبكة العنكبوتية مثلا جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالانترنت أن يصبح ناشرا وان يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم كما هناك أيضا على الانترنت عشرات الآلاف من الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين في أنحاء متفرقة من العالم ، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك ، تويتر ، اليوتوب المدونات ، إضافة إلى انتشار أجهزة الهواتف الذكية المزودة بالكاميرات الرقمية و القدرة على الارتباط بالانترنت من اي مكان ، فقد أدت إلى رفع سقف حرية التعبير و الحصول على المعلومة و القدرة على الاتصال بشكل غير مسبق .

- الإعلام الجديد هو إعلام متعدد الوسائط حيث انه احدث ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص و الصور و ملفات الصوت ولقطات الفيديو .

- تفتت الجماهير : ويقصد بذلك زيادة و تعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي و الهواتف الذكية ، والعباب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون¹ .

- الانتشار وعالمية الوصول ويقصد بالانتشار و شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا بالإضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية .

¹ -عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات. مرجع سابق ، ص78 .

- ظهور منابر جديدة للحوار فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل الرسالة سواء كانت نص أو صورة ، كما يعقب ويستفسر عليها ويعلق بكل حرية على ما يصله مع الرد بسرعة فائقة .

- المشاركة في وضع الأجندة بحيث ينجح الإعلام الجديد أحيانا في تسليط الضوء على القضايا المسكوت عنها مما يجعل هذه القضايا المهمة هاجسا للمجتمع للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها .

- الإعلام الجديد أصبح مؤسسة كبيرة وواسعة يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله غير مقتصر على كتاب أو قراء بعينهم ، بل فتحت كل الأبواب و الآفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم و أفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم عبر تواصل اجتماعي حي و مشوق ، ومن المؤشرات الدالة لمستقبل الإعلام هو ما يطلق عليه (المستقبل التفاعلي الشبكي)¹.

- **المبحث الثالث : مواقع التواصل الاجتماعي (Social Media web) .**

3-1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد تعددت تسميات مواقع التواصل الاجتماعي ، فهناك من يسميها شبكات التواصل الاجتماعية ، وهناك من يسميها الوسائط الاجتماعية .

لقد قدمت العديد من التعاريف لمواقع التواصل الاجتماعي غير ان التعريف الذي قدمه " بويد" و"ايلسون " (Boyed and Ellison) ، حيث يعرفان شبكات التواصل الاجتماعية بأنها : خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية

¹ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد .مرجع سابق ،ص 80.

عامة أو شبه عامة خلال نظام محدود يمكنهم من وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا¹.

ويرى سافكو (Safko) إن شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسائط التي نستخدمها لتكون اجتماعيين².

كما تعرف الشبكة الاجتماعية أيضا بأنها : عبارة عن خريطة للعلاقات المحددة مثل، الصداقة وبين العقد (Nodes) التي تجري دراستها من طرف المرسل والمستقبل حيث العقد هي التي تصل الأفراد فيما بينهم، وهي اتصالات اجتماعية لهؤلاء الأفراد باختصار العقد هي النقاط والروابط الاتصالية بين عناصر الشبكة³.

كما تعرف بأنها مواقع تتيح للأفراد التواصل و التفاعل في مجتمع افتراضي ، تكون فيه علاقات جيدة ، ويتقاسمون ،فيه هويات واهتمامات مشتركة ويتبادلون فيه عددا من المواضيع و الصور و الفيديوهات ، والتي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات ويملكون روابط مشتركة⁴.

كما تسهل مواقع الشبكات الموجودة بالفعل عبر صفحات الويب التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكات ، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء .

1- Boyd & Ellison , social network sites ; definitions, history scholarship, university of California , 2007,p2 .

2- عبد الله ممدوح الرعود ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، الأردن ، 2012 ، ص30 .

3- R. Hill & R. Dumbar, Social Network Size In Humans, London : Harvard Business Press, 2009, P14.

4 - مريم مراکش ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين . مذكرة ماجستير في علم النفس ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2014 ، ص56 .

وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ، ويتم نشرها علنا على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون على مواضيع أو عن ملفات أو صور ... الخ .

و الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف و الأصدقاء وتمكنهم من التواصل المرئي و الصوتي وغيرها من الإمكانيات التي توطن العلاقات الاجتماعية بينهم .

وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت التناسب بين القطاعات المهشمة في المجتمع في حين هناك شبكات اجتماعية تخدم وحدة جغرافية للمجتمع ، وهناك بعض الشبكات تستعمل واجهة استخدام بسيطة ، بينما البعض الآخر أكثر تعقيدا في استخدام التكنولوجيا الحديثة و القدرات الإبداعية ¹ .

3-2- تاريخ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد صيغ مصطلح الشبكات الاجتماعية في سنة 1954 من قبل جون بارنر (J. barners) الذي كان باحثا في جامعة لندن ، وظهرت في السبعينات من القرن العشرين بعض الوسائل الالكترونية الاجتماعية من النوع البدائي ، ولقد اعتبرت كل من قوائم البريد الالكتروني وهي من أوائل التقنيات التي سهلت التعاون و التفاعل الاجتماعي وأتاح هذا التفاعل للإنسان تطوير علاقات ثابتة وطويلة المدى مع الآخرين وغالبا ما كانت بأسماء مستعارة ² .

¹ - فريال مهنا ، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية . دار الفكر المعاصر ، دمشق ، 2002 ، ص 144 .

² - عبد الله ممدوح الرعود ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. مرجع سابق ، ص32 .

وكان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر القرن العشرين حيث ظهر موقع (Classmates.com) سنة 1995 ، ثم تلاه موقع (six degrés .com) سنة 1997 وركزت هذه المواقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين ، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة ، كما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية ، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحا لمالكيها فتم إغلاقها¹.

وخلال الفترة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية ، فكان أولها موقع (Friendster) عام 2003 ثم تلاه موقع (My space) وموقع بيبو (Bebo) عام 2005 ، حيث كان موقع ماي سبايس الأكثر شعبية من بينا هذه المواقع ، كما برز موقع الفيسبوك (Facebook) الذي أنشأه مارك زوكربيرج (M.Zuckerberg) عام 2004 ليجمع زملاءه في الجامعة وأصبح بسرعة أهم المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة .

وبهذا الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الإستراتيجية التجارية للإنترنت ، حيث كان موقع ياهو (Yahoo) أول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في إستراتيجيته التجارية بإطلاق موقع (Yahoo 360) في ماي 2005 كما تم شراء موقع ماي سبايس (My space) من قبل مجموعة روبرت مردوخ (R. murdoch) في 2005 ، ثم تلاها موقع (Friendster) ويعدها عرف

¹ - مريم مراكش ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين. مرجع سابق، ص56.

الويب 2.0 ظهور الكثير من المواقع الاجتماعية قدر بعضها عام 2009 بـ 200 موقع¹.

3-3 - مكونات مواقع التواصل الاجتماعي :

تتكون عموماً من عدة تطبيقات أو مواقع أهمها وهي :

1- **مواقع التواصل الإلكتروني** : وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص و التواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل مواقع الفيسبوك وماي سبايس .

2- **المدونات الإلكترونية (Blogs)** : وهي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع .

3- **الويكي (Wikis)** : وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (خدمة تجارية متوفرة للجميع) ومن أشهرها موقع "ويكيبيديا " وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح .

4- **البودكاست (Podcasts)** : أو مواقع البث الإلكترونية ، وهي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني و الأفلام للمشاركين في هذه المواقع أو برامج التنزيل .

5- **المنتديات الإلكترونية (Forums)** : وهي مواقع توفر مناطق أو مجالات الكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة ، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين ، أي لكل منتدى تخصص معين ، مثل منتديات الموسيقى وهي من أكثر مواقع

¹ - عبد الكريم علي الدبسي ، و زهير ياسين الطاهات . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات الأردن . دراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 01 ، الأردن ، 2013 ، ص 70 .

التواصل الاجتماعي انتشارا ، لأنها سهلة الاشتراك و لا تحتاج إلى تقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلا¹.

6- محتوى المجتمعات (Content communities) : هي مجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى ، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل الروابط حول الصورة (Flickr) أو حول رابط الكتب أو أفلام الفيديو من اليوتوب .

7- المايكرو بلوجز (Microblogging) : هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين ميزات المدونات الالكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك وهذه التحديثات (Updates) تتم إما عبر الانترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع التويتتر هو خير مثال² .

3-4- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تتشترك شبكات التواصل الاجتماعي في عدة خصائص أبرزها :

- **التفاعلية :** "وهي العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد " وهناك من يرى أن الشبكات الاجتماعية تخطت مرحلة التفاعلية إلى ما بعد التفاعلية ، أي يمكن لكل متصفح الانترنت من إرسال الكتابة و الصور و الفيديو على شبكة الانترنت ودعوة الآخرين للمشاهدة و التعليق عليها .

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص 25 .

² - نفس المرجع السابق،ص 26 .

- سهولة الاستخدام : من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها ، لذا فأى شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه إنشاء وتسيير موقع شبكة اجتماعية ، كما أن التسجيل في هذه الشبكات مجاني و مفتوح أمام الجميع.

- الصفحات الشخصية : من خلالها يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس ، تاريخ الميلاد ، البلد ، الاهتمامات الصور الشخصية وغيرها من المعلومات ، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول إلى عالم الشخص ، فمن خلال الصفحة يمكنك مشاهدة نشاطات المختلفة للشخص و مشاهدة أصدقائه¹.

- المشاركة : وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الأفعال من الأشخاص المهتمين ، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام و الجمهور .

- الانفتاح : معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل و المشاركة ، أو الإنشاء أو التعديل على الصفحات ، حيث إنها تشجع على التصويت و التعليقات وتبادل المعلومات ، بل نادرا ما توجد حواجز أمام الوصول و الاستفادة من المحتوى .

- المحادثة : حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن وسائل الإعلام التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين ، أي المشاركة و التفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة .

- المجتمع : وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية تشكيل مواقعها الخاصة و التواصل بشكل فعال ومستمر ، ومن ثم تربط تلك المجتمعات في العالم اجمع

¹ - مريم مراكشي ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين. مرجع سابق ص ، ص 58، 59 .

حول مصالح و اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية أو التعلم أو برنامج تلفزيوني معين ، ويصبح العام بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا .

- **الترباط** : تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض ، وذلك عبر الوصلات و الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي ترتبط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا ، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا مما يسهل و يسرع من عملية انتقال المعلومات ¹.

3-5- أهم مواقع التواصل الاجتماعي :

هناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي تعمل على الصعيد العالمي ، فنتعدد هذه الشبكات فمنها ما يجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل الخ ، ومن أشهر هذه المواقع نجد المدونات ، الفيسبوك التويتر و اليوتوب والتي تعتمد عليها الدراسة .

5-1- المدونات (Blogs):

1-1- تعريفها :

- **لغة** : من دون الديوان ، أنشأه أو جمعه ، ودون الكتب أي جمعها ورتبها ، وهي من كلمة " دون " بفتح الدال و شد الواو ، وهي في العصور القديمة كانت تنسب إلى " الديوان " وهو الدفتر الذي تكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء .

أما في اللغة الفرنسية توجد العديد من الاستعمالات إذ يطلق عليها (Carnet web) أي مفكرة الويب أو صحيفة الويب (Jornal web) .

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص ص 26 ، 27 .

أما في اللغة الانجليزية تتألف كلمة (Bloggers) من جزئين يمثل الحرف B وهو اختصار لكلمة بيوغرافي (Biography) وتعني " سيرة " ، أما الثاني فهو مصطلح (Log) وتعني " سجل " ¹.

- اصطلاحا :

تعرف المدونة على أنها عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت ، تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتببة ترتيبا زمنيا تصاعديا ، ينشر منها عددا محددا يتحكم فيه ناشر المدونة بنفسه ، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مدخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها ، ويمكن للقارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة ، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها ².

و تعرف المدونات بأنها صحافة الانترنت ، تنمو هذه الصحافة مع التطور التكنولوجي الذي بات يعرفه عالم الانترنت بالإضافة إلى التطور الملحوظ في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بالمرحلة الثالثة التي نعيشها الآن وتلك التي تتميز أساسا باستعمالها الوسائط المتعددة ³.

1-2- أنواع المدونات :

تتنوع المدونات تبعا للوسائل ، فهناك مدونات نصوص فقط وهناك مدونات صور ، ومدونات إذاعية صوتية وتوجد مدونات البودكاست ، وهناك مدونات الفيديو (Vblog) كما توجد مدونات مختلطة .

¹ - مؤيد عبد الجبار الحديثي ، العولمة الإعلامية و الأمن القومي . الأهلية للنشر ، عمان ، ط1 ، 2002 ، ص 85

² - منير الحمزة ، وسائل إعلام الألفية الثالثة (المدونات الالكترونية نموذجا ، وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة) . ضمن كتاب وسائل الإعلام و المجتمع ، دار الخلدونية للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2010 ، ص 190 .

³ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات . مرجع سابق ، ص56 .

وتنقسم المدونات إلى عدة أنواع شاملة وهي¹:

- **المدونة الصحفية** : يكون وراءها صحفيون أو أناس عاديون يكتبون بطريقة صحفية وينقلون أحداثا يومية أو يعلقون على قضايا أو يقدمون أفكارا و اقتراحات في شكل صحفي اقرب لكتابة المقال في عمود.

- **المدونة الشخصية** : حيث يكتب الناشر أفكاره الخاصة ، أو شعرا خاصا به ، أو رسوما قام برسمها وبالتالي تصبح المدونة كمعرض شخصي يمكن الوصول إليه من أي مكان في العالم .

- **مدونات الخبرات السابقة** : بحيث يقوم الناشر بكتابة خبراته السابقة وتجاربه في المدونة وبالتالي تصبح المدونة وكأنها سيرة خاصة به تعرض جميع قدراته ومهاراته .

- **المدونة الاجتماعية** : حيث يتبادل المدون القضايا الاجتماعية ويكتب قصصا من وحي المجتمع الذي يعيش فيه ، بالإضافة إلى المدونات الأدبية الاقتصادية ، العلمية الرياضية وغيرها .

1-3- مميزات المدونات الالكترونية :

- **سهولة إنشائها** : فالعديد من المواقع الالكترونية توفر الدعم التقني لإنشاء المدونات مثل مساحة لتخزين الصور و المحتوى أداة لإدارة المدونة (Managements Tool Content) بل وتوفر نماذج جاهزة لتصميم موقعك (Easy Templates) فممكن أن تختار التصميم الذي يناسبك ، كل ذلك مجانا فقط مقابل تسجيل دخولك عبر ادراج عنوان البريد الالكتروني الخاص بك مع كلمة السر ، بل بعضها يوفر خدمة بيع اسم

¹ - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد ، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات . مرجع سابق ،ص،ص، 202 ، 203 .

مسجل لموقعك مقابل بضعة دولارات سنوية ، وعندها يصبح لك موقعا الكترونيا و ايميل خاص به .

- **سهولة التحديث و الصيانة :** فعندما تشترك وتنشأ مدونتك ، سوف لن تحتاج إلى برامج أو خبرة كبيرة في إدارة الموقع ، بل التحديث يحدث عادة عن طريق معالج يشبه برنامج الورد (Word Processor) وإضافة الصور وتحميلها تشبه طريقة التحميل و الإضافة العادية على الورد أيضا أو عبر البرامج الأخرى ، وعادة يوفر الموقع دليل بجميع اللغات زمنها العربية عن كيفية إنشاء موقع ك خطوة بخطوة ولوحة التحكم بادرة الموقع بجميع اللغات أيضا ، وحتى الدعم التقني لصيانة الموقع ، كما يساهم في تحديث البيانات على المدونة .

- **سهولة التواصل مع قاعدة المعجبين :** فالיום توفر معظم مواقع المدونات إضافات للتواصل الاجتماعي مثل أيقونات الفيسبوك وتويتر ، وكذلك توفر خدمة RSS مما يسهل من عملية ربط ونشر الخبر المحدث عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي و لأكبر قاعدة من المتابعين أو المهتمين بهذا الموضوع .

- **مساحة غير محدودة للتخزين :** فالمدونات تتيح مساحة غير محدودة للتخزين من معلومات أو صور أو أفلام أو غيرها .

- **مجانية المدونات :** فإنشاء وتحديث المدونة لا يكلف شيئا ، مقابل نشر رأي معين أو الترويج لمنتج أو حزب سياسي وهو ما يكلف الكثير في وسائل الإعلام التقليدية¹ .

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ، ص ص 31، 32 .

2-5 - الفيسبوك (FACEBOOK) :

يعتبر موقع الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي ، وهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات الاجتماعية .

2-1- تعريف الفيسبوك :

يعرف قاموس الإعلام و الاتصال (Dictionary media communication) الفيسبوك (Facebook) على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة (Profiles) وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس و الموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص¹.

ويعرف جون ولفورد (J. Walford) : ان الفيسبوك احد الأدوات التي يمكنها فتح الحوار بين الناس ، وليس بديلا عن الاتصال الشخصي ولكن كآلية ربط فعالة للبقاء على اتصال دائم².

والفيسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة الفيسبوك محدودة المسؤولية لملكية خاصة ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من اجل التواصل و التفاعل معهم ، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى أصدقائهم و إرسال الرسائل إليهم ، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم³.

¹ – Marcel danesi , Dictionary of media and communication,m.e .sharp newyork ,2009,p117.

²– Kelse .t., social networking from Facebook to Twitter and every thing in between. Newyork: pres, 2010,p26.

³ - ويكيبيديا في يوم 2014/01/21 .

2-2- نشأة موقع الفيسبوك :

لقد أسس هذا الموقع مارك زاكربيرج (M. Zuckerberg) في فيفري 2004 حين كان طالبا في جامعة هارفارد (Harvard) بالولايات المتحدة الأمريكية ، وكان الموقع مخصصا في البداية للطلبة ، لكن تم تطويره لاحقا ليصبح لطلبة الجامعات بشكل عام بالاشتراك في الموقع ومن ثم تم السماح ليشمل طلبة المدارس الثانوية .

ثم تطور الموقع بحيث طور خصائصه من مجرد لإبراز الذات و الصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة الفيسبوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاشتراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ، ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.

2-3- خصائص الفيسبوك :

يتميز الفيسبوك بمجموعة من الخصائص وهي¹:

- **التعريف بالذات** : وهي الخطوة الأولى للدخول إلى شبكة التواصل الاجتماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية ، بحيث يصفها المستخدم ويطورها ، ويقوم من خلالها التعريف بنفسه من خلال النص الصور و الفيديوهات وغيرها من الوظائف ، كما يسمح بتنظيم العلاقات الاجتماعية .

- **طرق جديدة لتكوين المجتمع** : بحيث يسمح الفيسبوك للأشخاص بخلق صداقات مع أصدقاء يتبادلون نفس الاهتمام و المحتوى .

¹ - حميدة بن يحي ، الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة الانترنت .مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الإعلام و الاتصال كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة تلمسان ، الجزائر ، 2013،ص81.

- سهولة الاستخدام : من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير هي الطريقة البسيطة في التسجيل لدخوله وكذلك يعتبر من الشبكات الاجتماعية المجانية و المفتوحة أمام للجميع .

- التفاعلية : لقد سعت الشبكات الاجتماعية منذ بداية ظهورها الى تجسيد التفاعلية بين مستخدميها لضمان الاستمرارية و التطور ، والفيسبوك من بينها .

- الاهتمام : هي من بين الشبكات التي تبنى من خلال المصلحة المشتركة مثل الألعاب ، الموسيقى ، السياسة ، الصحة وغيرها .

2-4- مميزات الفيسبوك :

أهم مميزاته وهي¹ :

- الملف الشخصي (Profile) : فعندما يشترك المستخدم بالموقع عليه أن ينشئ ملفا شخصيا يحتوي على المعلومات الشخصية الصور الأمور المفضلة لديه وكلها مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين .

- إضافة صديق (Add Friend) : و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وأن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة نافذة البحث الموجودة .

- إنشاء مجموعة (Groups) : يستطيع المستخدم من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت يجتمع حول قضية معينة ، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية ... الخ ، كما يستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة أو الأصدقاء أو العامة المشتركين المهتمين بالموضوع .

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص،ص، 35، 36 .

- لوحة الحائط (Wall) : وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى المستخدم .
- النكزة (Pokes) : ويتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم ، وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .
- الصور (Photos) : وهي خاصية تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات و الصور وعرضها في الموقع للتعليق عليها من طرف الأصدقاء .
- الحالة (Status) : و التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من الأعمال وقت الدردشة .
- التغذية الإخبارية (News Feed) : التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين ، حيث يقوم الشخص بتمييز بعض البيانات ، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي ، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم .
- الهدايا (Gifts) : ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية مع إمكانية إرفاقها برسالة شخصية .
- السوق (Marketplace) : وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنوية مجانية .

5-3- تويتر .TWITTER

3-1- تعريف تويتر :

هو احد مواقع التواصل الاجتماعي ، التي اشتهرت في السنوات الأخيرة ، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان ، وخاصة في الشرق الأوسط واخذت اسمها من مصطلح " تويت " أي " التغريد " وهي فئة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل قصيرة لا تتعدى 140 حرف ويمكن أن نسميها نصا موجزا مكشفا لتفاصيل كثيرة¹.

3-2- نشأته :

تم إنشاء الشبكة الاجتماعية تويتر في مارس 2006 بواسطة الأمريكي جاك دورسي وظهر هذا الموقع كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة اوبفيو (Obvious) الأمريكية في مدينة فرانسيكو ، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل رسمي في اكتوبر من نفس العام ، وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2008 من حيث تقديم التدوينات المصغرة ، وفي افريل من نفس العام قامت الشركة اوبفيو (Obvious) بفصل الشركة ، وتكوين شركة جديدة باسم تويتر (Twitter) ومع ازدياد عدد المستخدمين في تدوين أحداثهم اليومية ، فقد قام محرك البحث غوغل (Google) أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر لمصدر البحث اعتبارا من 2009².

¹ - محمد منصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية) رسالة ماجستير في الإعلام ، غير منشورة ، الأكاديمية العربية في الدانمارك ، كلية الآداب و التربية ، 2012 ، ص75 .

² - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ، ص39

واليوم أصبح تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أو ممثلين أو صحفيين وغيرهم .

3-3- مميزات تويتر :

من أهم مميزات تويتر ما يلي :

- سهل وسريع : فبمجرد إدخال البريد الالكتروني وتسجيل اسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة ، يمكن أن تصبح مشتركا وتستطيع تدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع من خلال الكمبيوتر أو الهاتف النقال ، كما يتيح إرفاق الصور الشخصية أو شعار مع كل تدوينة قصيرة ، مما يضيف طابعا شخصيا مميزا .

- محمول ومتحرك : فموقع تويتر يعتبر من مواقع الشبكات الاجتماعية المحمولة (Network Sites Mobile Social) أي من المواقع التي تدعم و تتيح أدوات للتدوين أو لإرسال الرسائل و الصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم¹.

- مجانية تويتر : فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني ، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول ، وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين و إرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم ، وهذا ما ساهم في نشر تويتر .

- أداة فعالة للتواصل مع العالم : فكون التدوين الخاص بتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول وبسهولة ، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف و التابعين على الموقع وفي لحظات .

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص 39 .

- مناسب للتواصل الشخصي : فالتويتر يتيح لكي تدون ما تفعله بحيث تعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي يريد إخبارها المستخدم غير الموقع للمهتمين سواء العائلة أو مجموعة الأصدقاء أو حزب معين فهو تواصل شخصي باستخدام هذا الموقع¹.

- الفورية : فالتوين الفوري من الخصائص المميزة لموقع تويتر ، فمن أي مكان يستطيع المستخدم أن يراقب الحدث ويبيدي رأيه فوراً ويرسل التعليق إلى الملايين في العالم اجمع ، ولا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات و الأخبار العاجلة و الفورية ، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة و الرسمية اليوم في العالم .

- أداة تسويق فعالة : فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة ، فبرسالة قصيرة تستطيع أن تعلن عن منتجك للعالم اجمع مجانا .

- شعار متميز : يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميز عن الآخرين عند التدوين ، ويسمح أن يكون الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل HTML مما يعطي طابعا شخصيا مع كل تدوينة .

- ميزة التتبع (Following) : فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته لكي تصل الى تدويناته أولا بأول ، وكذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع Follow ومع مرور الوقت يصبح لك شبكة معارف ومتابعون خاصون لهم نفس اهتماماتك².

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ص40 .

² - نفس المرجع السابق ،ص41 .

4-5- اليوتوب (YOUTUBE)

4-1- تعريفه :

هو احد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت وعنوانه (www.yuotube.com) وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية ، فبمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من الملفات ليراها الملايين من الأشخاص في العالم ، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة ، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع¹.

4-2- نشأته :

بدأ موقع اليوتوب في الظهور على شبكة الانترنت في فيفري 2005 بواسطة ثلاث موظفين من شركة باي بال (Pay Pal) وهم تشاد هيرلي (Chad Hurley) وهو الذي قام بتصميم شعارها ، وستيف شين (Steve Chen) و جاود كريم (Jawed Karim) الذي صور أول فيديو وتم رفعه على اليوتوب وهو (أنا في حديقة الحيوان ، me at the zoo) ، وقد نشأت فكرة موقع اليوتوب في مدينة سان برونو بكاليفورنيا ، عندما كان الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء ، والتقطوا مقاطع الفيديو وأرادوا أن ينشروها بين زملائهم ولم يستطيعوا إرسالها عبر البريد

¹ - حسن رضا النجار ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتوب على شبكة الانترنت .ضمن كتاب الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة ..لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين ، 2009 ،ص 520 .

الإلكتروني ، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة ، ومن هنا بدأت تتبلور فكرة إنشاء موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الانترنت.

ويستخدم الموقع تقنية الادوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة ، ويتنوع محتوى الموقع بين مقاطع الأفلام ، المسلسلات التلفزيونية ، الموسيقى ، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها.

وفي اكتوبر 2006 أعلنت شركة غوغل Google الوصول إلى اتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي¹.

4-3- مميزات اليوتوب :

يعتبر موقع اليوتوب من أشهر ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي وله ميزات متعددة وهي :

- **عام ومجاني** : وذلك من خلال التسجيل في الموقع بحيث يستطيع المستخدم الدخول إلى الموقع بسهولة و الاطلاع على مختلف الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية معينة .

- **داعم لتحميل الأفلام** : فالموقع يوفر خادما مجانا ذا مساحة غير محدودة يستطيع من خلاله المستخدم تحميل الأفلام من جميع الأنواع (VLC , FLV , MP4) أو الأغاني MP3 وتحويلها إلى أفلام صغيرة الحجم ، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة و المسجلة سواء عبر الكاميرات الرقمية أو عبر الهواتف الذكية .

¹ - حسن رضا النجار ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتوب على شبكة الانترنت. مرجع سابق ، ص521.

- سهل المشاهدة : فبمجرد الضغط على وصلة الفيلم ، يمكنك مشاهدة بثه حيا ومباشرة على الموقع ، بل تستطيع أيضا مشاهدة أفلام سابقة ، وهذا نتيجة تخزينه للأفلام و الفيديوهات¹.

- سهل البحث : فالموقع يوفر محرك بحث خاص به ، ويمكن للمستخدم أن يبحث عن أي عنوان لفيلم أو حدث معين ومن ثم مشاهدته .

- أداة رائعة للترويج : إن أفلام اليوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج الأفكار الخاصة و شرحها للمهتمين من العامة ، فهو لا يكلف شيئا مثل الحملات الترويجية التقليدية ، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجانا من خلال الموقع ، وهو مناسب للجميع أفرادا كانوا أو شركات .

- ميزة البث المباشر : لا يحتاج المستخدم أن ينزل الفيلم حتى يشاهد ، بل بمجرد الضغط على وصلة الفيلم فيتم مشاهدته من أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول زكي وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات التلفزيونية الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب ، مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر.

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص44 .

خلاصة الفصل :

لقد احدث تطور وسائل الإعلام و الاتصال ثورة تكنولوجية كبيرة في مختلف المجالات والتي أنتجت بدورها مواقع اتصال جديدة أكثر فعالية من وسائل الإعلام التقليدية السابقة.

فنحن نعيش اليوم مرحلة متطورة جدا في مجال الإعلام و الاتصال وبمختلف الأشكال بحيث تسمى أيضا بمرحلة تفجر المعلومات ، لذلك ظهرت مواقع تواصل اجتماعية تقوم بنشر الكم الهائل من المعلومات ، التي عجزت وسائل الإعلام التقليدية في تقديمها .

إن وسائل الإعلام الجديدة هي أداة ذات فعالية كبيرة في نشر المعلومات بحيث تتميز بالخصوصية والسهولة و البساطة و التفاعلية في تقديم المعلومات في مختلف الميادين فقد أدت بالفعل إلى تغيرات جذرية وسريعة خاصة على المستوى السياسي في العشرية الأخيرة كما أصبحت من أهم وسائل الإعلام لدى الأفراد و الجماعات في تقديم أفكارهم سواء المكتوبة أو المسموعة أو في شكل فيديوهات في أي وقت لمشاهدتها و التعليق عليها في مختلف الأشكال كالمدونات و مواقع التواصل الاجتماعي ، فهي أهم مصدر للمعلومات في وقتنا الحالي.

الفصل الخامس : الأدوار السياسية لمواقع التواصل الاجتماعية .

تمهيد .

- المبحث الأول : الإعلام و السياسة .

1-1- الإعلام السياسي الجديد .

1-2- التأثير السياسي لوسائل الإعلام .

1-2- وظائف وسائل الإعلام .

2-2- حكومات الانترنت 2.0.

2-3- المدونات .

2-4- الإعلام و التنشئة السياسية .

2-5- تعزيز المشاركة السياسية .

2-6- التسويق السياسي .

2-7- الإعلام و تشكيل الاتجاهات السياسية .

- المبحث الثاني : اثر مواقع التواصل الاجتماعية على الحياة السياسية .

1-2- مميزات مواقع التواصل الاجتماعية الداعمة للنشاط السياسي .

2-2- كيفية التواصل السياسي في مواقع التواصل الاجتماعية .

- المبحث الثالث : نماذج عن دور مواقع التواصل الاجتماعية سياسيا (ثورات الربيع العربي) .

1-3- الثورة التونسية .

2-3- الثورة المصرية .

خلاصة الفصل .

تمهيد:

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الأبرز في وقتنا الراهن بحيث يستخدمها جميع طبقات المجتمع خاصة فئة الشباب وعلى وجه الخصوص الشباب الجامعي ، وهم الطبقة الأكثر تأثيرا في مجتمعاتهم .

ولقد تعددت استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في شتى المجالات الاجتماعية والثقافية ، الاقتصادية وكذلك السياسية بحيث أصبحت كل المؤسسات الحكومية والشخصيات السياسية مواقع تواصل اجتماعية مختلفة .

وسوف نتطرق في هذا الفصل عن الأدوار السياسية للإعلام الجديد ووظائفه وتأثيراته في المجالات السياسية من خلال دور المدونات في دعم الأنشطة السياسية و كذلك اعتماد الدول على حكومات 2.0 (حكومات الكترونية) و التنشئة السياسية وتعزيز المشاركة والتسويق السياسيين خلال الانتخابات مثلا ، كما نبين ، بالإضافة إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعية في تأثيرها السياسي بالتعليقات و الصورة الفيديوهات التي تعبر عن آراء واتجاهات سياسية مختلفة تعكس الثقافة السياسية السائدة في المجتمع .

كما نبين في هذا الفصل مميزات مواقع التواصل الاجتماعي التي تساهم بطريقة وكيفية فعالة مع المستخدمين في نشر آرائهم وثقافتهم عبر هذه المواقع .

وفي الأخير نعطي بعض نماذج مواقع التواصل الاجتماعية في العملية السياسية في الوطن العربي خاصة مع اندلاع ثورات الربيع العربي ومن أبرزها الثورة التونسية و الثورة المصرية .

- المبحث الأول : الإعلام والسياسة .

1-1- الإعلام السياسي الجديد :

لطالما كان الإعلام و السياسة رفيقي درب واحد ، بل إن تزواجهما في الحياة العامة نتج عنه مصطلح الإعلام السياسي ، فالإعلام هو ذراع النظام الرسمي الخفي لحشد الطاقات وخطط التنمية ، وللحصول على تأييد الشعب في الأحداث السياسية كالانتخابات وغيرها .

كما ناضلت الحكومات للسيطرة على وسائل الإعلام للتحكم وامتلاك الرأي العام للبلد ، ولكن مع دخول الإعلام الجديد على خط المنافسة لاستحواذ اهتمام الشعب ، قلت قدرة الحكومات على إلزام شعوبها بوجهة نظر واحدة ، لقد أصبح المواطن يستسقي أخباره من مصادر الإعلام الجديد المتنوع وصار يتذوق طعما مختلفا للأخبار و المعلومات عما تعود عليه في وسائل الإعلام التقليدية ، بحيث يتميز بحريات اكبر كحريات الرأي و التعبير و المشاركة بالفعاليات السياسية وغيرها .

لقد تطورت وسائل الإعلام الجديد في الدول الغربية على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية بحيث سمحت ببعض مظاهر الحريات و الإصلاح من ضمنها حرية الرأي و التعبير والعمل الإعلامي و الصحفي .

لقد ركز الغربيون على ضرورة السماح بانتشار وسائل الإعلام الجديد الموازية للقنوات الرسمية ، وخاصة التركيز على الانترنت وتقنياته وقنواته الإعلامية لم يأت من فراغ ، بل رأت فيه القوى الرأسمالية الجديدة فرصة لنشر مبادئ الثقافة الديمقراطية الغربية بين شعوب العالم كافة ، فالانترنت بمواقع وتقنياته و أدواته للتواصل ، شكل قاعدة ذات لغات متعددة للتداول و التواصل بين الشعوب . وفتح قنوات غير رسمية مع شعوب العالم لنشر الثقافة الغربية المتحررة وهو لب فكر العولمة الثقافية وهي وسيلة ارحص بكثير من وسيلة السلاح فقد ازداد عدد مستخدمي الانترنت من قبل مختلف شعوب العالم على اختلاف لغاتهم وعقائدهم و ثقافتهم .

فانتهى الأمر بكون مواقع الانترنت و التواصل الاجتماعي إحدى وسائل الإعلام الغربية الموازية للنشر الثقافة الغربية ، بل انه بات يؤثر في الرأي الفكري و السياسي و العقائدي للملايين من الشعوب خاصة إن معظم مستخدميهم الشباب بحيث يمتاز بالحرية الشخصية في التواصل الاجتماعي¹.

1-2- التآثير السياسي لوسائل الإعلام :

1-2- وظائف وسائل الإعلام:

تقوم وسائل الإعلام بوظائف كثيرة في مجالات متعددة حيث توفر المعلومات والمعارف شأن مختلف القضايا المطروحة سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسة... الخ ، ويقوم النقاش حول هذه القضايا داخل وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة كوسيلة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي .

و يرى دنيس ما كويل dennis macquail والذي حصر وظائف وسائل الإعلام في العناصر الآتية:

- الإعلام والإخبار: تحتوي هذه الوظيفة على تزويد المجتمع بالمعلومات عن الحوادث والوقائع والظروف الموجودة محليا وعالميا وتوجيه الانتباه إلى العلاقات الموضحة للقوة والنفوذ في المجتمع.

- ربط أجزاء المجتمع: حيث تشمل التحليل والتفسير وشرح والتعليق للإرساء الأخير على نوع من الأولويات الاجتماعية والعمل على إضفاء حالة من الاحترام للأفراد المؤسسات .

- إبقاء التراث الاجتماعي والمحافظة عليه: ويشتمل في إيجاد فرص للتعبير عن الثقافة وتشجيع ابتكارات ثقافية جديدة و السعي إلى تكوين قيم اجتماعية مشتركة للحفاظ عليها.

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ،ص 160.

- تعبئة الجماهير وحشد طاقاتها لأهداف معينة، وهذه الوظيفة تشمل القيام بالحملات التعبوية للجماهير من اجل تحقيق أهداف اجتماعية ، اقتصادية سياسيةالخ.
- التسلية و الترفيه : ويشمل على توفير مسائل الاسترخاء و الراحة النفسية واحتواء و تفريغ عوامل التوتر¹.

2-2- حكومات الأنترنت 2.0 (Government intrnet 2.0) :

إن استخدامات رجال السياسة والحكومات الغربية لشبكات التواصل الاجتماعي لم تعد أمراً غير معهود ، فالحكومة الإسرائيلية كانت من أوائل الدول استخداماً للمدونات إضافة إلى توظيفها لتويتر والفيسبوك إلى درجة أنها اعتبرتتهما من أدوات الحرب التي لا غنى عنها حتى أن "ديفيد سارانجا" مدير العلاقات الإعلامية لدى القنصلية الإسرائيلية في نيويورك قال في لقاء له عقب عقده لأول مؤتمر صحفي من نوعه عبر تويتر: "كما أن تعريف الحرب قد تغير فإن تعريف العلاقات الدبلوماسية يجب أن يتغير أيضا بالمثل". الحكومة الإسرائيلية تستخدم أيضاً وباستمرار شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر لمراقبة أولئك القادمين إلى الضفة الغربية بغرض إبداء التعاطف ودعم القضية الفلسطينية، حيث أنها تقوم بمتابعة أولئك النشطاء ثم تعد قائمة سوداء بأسمائهم ومخاطبة شركات الطيران لمنعهم من السفر على طائراتها².

حكومة 2.0 (Government 2.0) هو مصطلح يشير إلى توظيف الحكومة لتقنيات الجيل الثاني للويب 2.0 مثل المدونات ، فيسبوك، تويتر، يوتيوب وغيرها . إن أسهل وسيلة لوصف ذلك المصطلح هو أنه أي تقنيات يتم استخدامها لمساعدة المواطنين والمؤسسات على التواصل وأداء متطلباتهم مع الجهات الحكومية المختلفة، وتمكن الحكومات من أداء أعمالها بمزيد من الفاعلية³.

¹ - محمد هاشم الهاشمي ، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة . دار المناهج للنشر ، الأردن ، 2006 ، ص ص ، 81 ، 82 .

² - Fenton, William, «Israel Uses Facebook, Twitter to Blacklist Protesters». www.Pcmag.com. 21/03/2015.

³- www.Mashable.com. 21/03/2015

ومن أمثلة توظيف وزارة الخارجية الأمريكية لهذه الأدوات كان خلال محاولة الانقلاب التي جرت في مدغشقر في نوفمبر 2010 م، حيث تم تداول إشاعة بلجوء الرئيس إلى السفارة الأمريكية، وتم دحض تلك الإشاعة عبر تويتر. يقول دانيال شوب مدير الاتصالات الرقمية بوزارة الخارجية : "بمجرد نشرنا للتغريدات التي تدحض الإشاعة بدأنا نتلقى كثيراً من الردود التي تشكرنا على تصحيح المعلومة ، بعد ذلك بحوالي ساعة تقريباً بدأت وسائل الإعلام التقليدية بنشر الخبر . ردة الفعل السريعة هذه عبر تويتر ساعدت في تهدئة الأوضاع بعد أن كادت الإشاعة تتسبب في تعريض موظفي السفارة للخطر" ¹.

من ناحية أخرى، يقول "جود شتاين " أحد مدراء حملة باراك أوباما للترشح للرئاسة الأمريكية بأنهم تمكنوا من جذب قرابة مليوني مؤيد على موقع ماي سبيس، ونحو 6.5 مليون داعم على فيسبوك، ونحو 1.7 مليون داعم على موقع تويتر . ويضيف جود شتاين : "إن فوز أوباما في الانتخابات ما كان ليحدث لو لم تكن لدينا الرسالة الصحيحة ووسيلة التوصيل الصحيحة ..لقد كان حجم صدى رسالة أوباما واضحاً، لذا كان الناس منفعلين وكانوا يتحدثون عنا على فيسبوك وماي سبيس" ²

أما بالنسبة للدول العربية فإن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الحكومية لا زال ضعيفاً جداً وهو في كثير من الحالات إن وجد يتم باجتهادات فردية لأشخاص أو مسؤولين في تلك المؤسسات وليس بشكل مهني ومدروس.

هذا التواجد الشخصي رغم أهميته إلا أنه يفتقد للقدرة على التفاعل الكافي والتوظيف الفاعل بشكل مدروس ومهني لخصائص تلك الأدوات، والأهم من كل ذلك أنه يفتقد لعنصر الاستمرارية فيما لو ترك أي من هؤلاء المسؤولين منصبه يوماً .

¹ - www.Mashable.com. 21/03/2015

² - كيف استخدم أوباما التنسيق الاجتماعي للفوز؟». الاقتصادية الإلكترونية، العدد 5775، 3 أغسطس 2009م، تاريخ الاسترجاع 2015/3/21م

إن الأهم من هذا التواجد الشخصي أن يكون لتلك الجهات الحكومية ، احتكاك مباشر بالمواطن عبر مواقع رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تتفاعل معهم وتجيب على تساؤلاتهم وتجعل الوصول إلى الخدمات المقدمة إليهم أكثر يسراً وسهولة.

أما على المستوى العربي كذلك نجد أن الإمارات العربية المتحدة هي أكثر الدول العربية استفادة واستخداماً للشبكات الاجتماعية بأسلوب منظم ويتسم بالمهنية والتطوير المستمر هو البوابة الرسمية لحكومة دبي (www.dubai.ae) على سبيل المثال جعلت شعارها على الموقع هو: "نعمل معاً لتسهيل حياتك" ، ووضعت روابط تجعل بالإمكان التواصل مع المسؤولين في الدولة بدءاً من رأس الهرم إلى أي مسؤول حكومي عادي، دون إغفال لشبكات التواصل الاجتماعي، هناك أيضاً الموقع الرسمي لحكومة الإمارات الإلكترونية على فيسبوك وصفحتهم على تويتر @EmiratesEgov والتي تتسم بالتفاعل وغزارة المعلومات والتحديث المستمر¹.

2-3- المدونات السياسية :

من أهم وسائل الإعلام الجديدة التي لها دور في وتأثير سياسي كبير نجد المدونات التي تعتبر صحافة الانترنت ، حيث يكتب المدونون مختلف المواضيع السياسية سواء كانت محلية أو عالمية.

و في عام 2004م كان المدونون هم من أشعل فتيل ما عرف بـ "Rather gate" نسبة إلى الفضيحة الإعلامية التي طالت المذيع الأمريكي الشهير " دان راذر " قام في برنامجه المعروف (60 دقيقة) بعرض 6 وثائق قال إنها وثائق أصلية ذات حساسية وأهمية للرئيس جورج بوش وتتعلق بخدمته العسكرية ويمكن أن تؤثر على فرصه في الانتخابات الرئاسية التي كان موعدها بعد شهرين فقط من عرض " راذر " لبرنامجهم.

وقد ادعى عدد من المدونين بأن تلك الوثائق مزورة وقاموا بتقديم أدلة تدعم وجهة نظرهم. وبناء على ذلك اضطرت قناة CBS للاعتذار والاعتراف بخطئها، واعتبر العديد من

¹ - سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع . المؤتمر العالمي الثاني للإعلام السياسي من 13-15 ديسمبر 2011 ، قسم الإعلام ، جامعة جدة ، السعودية ، 2011 ، ص 25 .

المدونين أن هذا الحدث يعد اعترافاً بالمدونات من قبل الإعلام الجماهيري كمصدر للأخبار والرأي وكوسيلة مؤثرة لممارسة الضغط السياسي¹.

ومنذ عام 2004م بدأ اهتمام الساسة الأمريكيين وغيرهم بالمدونات يتزايد بشكل كبير كوسيلة للتعبير عن آرائهم والتواصل مع الجماهير وجذب المزيد من الأصوات إليهم. فخلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2004م كان أربعة من مرشحي الرئاسة التسع عن الحزب الديمقراطي لديهم مدونات رسمية، كما أن اللجنة الديمقراطية القومية " DNC " أنشأت مدونة خاصة ذكرت في مقدمتها أسباب اللجوء إلى هذه الوسيلة بالقول:²

" المدونات فتحت المجال واسعاً لجميع مناحي السياسة فجميع مرشحي الرئاسة الديمقراطية لديهم اليوم مدونات.

إن المدونات تجعل ذلك التواصل ممكناً وعلى مدونتنا سوف يمكنك التواصل مع أشخاص حقيقيين في اللجنة الديمقراطية القومية وسوف تسمع منا وتجد اهتمام حقيقي، كما أننا سوف نستمع إليك بإنصات "

لقد انتشرت المدونات بحيث أصبحت أداة أساسية يستخدمها معظم الساسة الأمريكيين بالإضافة إلى المؤسسات الحكومية وذلك من أجل تغطية أخبارهم والتواصل مع الناس عبرها بشكل قريب ومباشر، فهناك مثلاً مدونة خاصة بالبيت الأبيض Whitehouse.gov/blog ومدونة خاصة بالرئيس أوباما (Obamabarack.blogspot.com) يتواصل عبرها مع الناس ويطلعهم على تفاصيل حملته الانتخابية وأنشطته.

أما عربياً فإننا نجد أن الاهتمام الحكومي بالمدونات ضعيف جداً سواء من حيث العدد أو المحتوى أو الاستفادة من الخصائص الكثيرة التي توفرها المدونات مثل سهولة التحديث والتفاعل والوسائط المتعددة. ويبدو أن الجهات الحكومية العربية غالباً ما تكتفي بإنشاء مواقع لها على الشبكة العنكبوتية رغم أن ذلك لا ينبغي أن يلغي أهمية التواجد أيضاً عبر

1- سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع ، مرجع سابق ، ص 22.

2- نفس المرجع السابق ، ص 23.

المدونات، فالبيت الأبيض الأمريكي مثلاً لديه موقع على الشبكة العنكبوتية وفي نفس الوقت مدونة رسمية.

من مواقع المدونات العربية القليلة المدونة الرسمية لهيئة الطرق والمواصلات بدبي والذي يحتوي على معلومات شاملة عن أنشطة الهيئة مثل النقل البحري والمواصلات العامة وتاكسي دبي والتراخيص، إضافة إلى آخر أخبار الهيئة.

المدونات العربية بدأت في الظهور عام 2004 وما لبثت أن انتشرت وزاد تأثيرها في عام 2005 والذي تزامن مع ما شهدته المنطقة من حراك سياسي وارتفاع للأصوات المطالبة بالإصلاح والتغيير والذي لعب فيه أولئك المدونون دوراً هاماً وساهموا في دفع عجلة التغيير ورفع درجة الوعي السياسي في بلدانهم. ووفقاً لتقرير الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان 2009 يبلغ عدد المدونات العربية نحو 600 ألف مدونة، الناشط منها هو 15 ألف مدونة تقريباً أي حوالي 25% فقط ، ويوجد أكبر عدد من المدونات في مصر والتي تمتلك حوالي ثلث المدونات العربية، يليها المملكة العربية السعودية، فالكويت، ثم المغرب.

وتعد الشريحة العمرية الأكثر استخداماً للمدونات هي الفئة العمرية بين 25-35 عاماً بنسبة 45% بينما يمثل المدونون فوق 35 عاماً حوالي 9%. وتمثل الإناث 34% من المدونين العرب، وفيما يتعلق بقدرة المدونات على لعب دور تغييري في المجال السياسي فإن هناك رأيين، أحدهما يرى أن التدوين لا يزيد عن كونه نشاطاً تقوم به نخبة صغيرة من الكتاب والمثقفين، يخاطبون به أقلية من الجماهير العربية، ومن ثم فإنه لن ينتج عنه أي تغيير سياسي عميق، بينما يرى الطرف الآخر أن التدوين أصبح يلعب دوراً متزايداً في تشكيل الرأي العام، خاصة في ظل الدور الإيجابي الذي لعبه المدونون في بعض الدول العربية والذي ساهم في نشر ثقافة الاحتجاج وزيادة معدلات الممارسة للناشطين سياسياً¹.

المدونون العرب نجحوا في القيام بدور أساسي على الساحة السياسية والضغط على الحكومات للتحرك حيال عدد من القضايا منها على سبيل المثال قضايا التعذيب والتحرش

¹ - سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع . مرجع سابق ، ص 24.

الجنسي في مصر عام 2006م، وقضايا الرشاوى التي تتلقاها عناصر من الشرطة عام 2007 .

2-4- الإعلام والتنشئة السياسية:

تلعب وسائل الإعلام اليوم دورا مهما في تدويل الاتجاهات والقيم في جميع أنحاء الأرض، إضافة إلى نقلها للمعلومات الفورية حول الأحداث السياسية فهي تنقل بصورة أو بأخرى القيم المختصة التي تسود المجتمع من بينها القيم السياسية خاصة وأن تأثيرها سينعكس على كل من عالم الصغار والكبار و تصاحب الفرد طيلة حياته ولهذا نجد الحكومات المعاصرة تعمل على إخضاع وسائل الإعلام لسيطرتها للتمكن من تسخيرها لنشر معتقداتها السياسية ودعم شرعيتها وتبرير مواقف النظام السياسي لأنها تملك القدرة على اختراق الحواجز وتوصيل رسالتها إلى المواطنين ودون أي جهد وتحاول التأثير فيهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة¹.

وقد أشارت الدراسات والأبحاث الحديثة إلى أهمية دور هذه الوسائل في التنشئة السياسية وخاصة أن اغلب المعلومات التي يحصل عليها الشباب عن عالمهم السياسي تأتيهم بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق وسائل الاتصال، فعندما تتعرض الأسرة والمعلمون والأصدقاء لهذه الوسائل فإنهم ينقلون التأثير إلى الشيء ، فهي تقدم للشباب حقائق محددة أو قيم عامة ، وترشدهم إلى أي من العناصر ذات القوة والسيطرة في المجتمع .

كما أن وسائل الإعلام تزود الشيء بنماذج سلوكية ويستخدمون هذه المعلومات لتكوين آرائهم نظرا لحاجياتهم إلى مواقف وسلوكات جاهزة للاقتداء بها ، وأثبتت الدراسات أن معظم التوجهات الجديدة والآراء التي يحصل عليها البالغون خلال حياتهم قد تكون بناءا على معلومات حصل عليها من وسائل الاتصال².

¹ - محمود حسن إسماعيل ، التنشئة السياسية (دراسة في دور الأخبار و التلفزيون) . مرجع سابق ، ص 48 .

² - احمد أمين فورار ، اثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلاب الجامعي الجزائري . مرجع سابق ، ص 140.

كما أن أفراد المجتمع قد لا يملكون نفس الآراء التي تطرحها هذه الوسائل ، ولكنها تقدم لهم الصفات التي يستخدمونها للتطوير مواقفهم واتجاهاتهم للمحافظة على التراث مع العالم المتغير حولهم.

ولهذا فوسائل الاتصال السياسي لها دورا مهما في استمرار التنشئة السياسية للأفراد وكذلك إعادة تنشئتهم وكثرة التراكبات العلمية المتخصصة إلا أن هناك جهات غير رسمية لها دور في عملية التنشئة السياسية هما الوالدين ووسائل الاتصال وتشير أخرى إلى أن التعليم السياسي في الطفولة يأتي من خلال الوالدين والمدرسة أما الوسائل الإعلامية فتعنى تنشئة البالغين¹.

2-5- تعزيز المشاركة السياسية:

إن مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تفعيل المشاركة السياسية- كمبدأ- لتحقيق رغبة كل فئة مشتركة في نفس الاهتمامات والأنشطة فكان لها بذلك دور في التحسيس والتفاعل والتأثير بقيادات غير منظمة، واستطاعت أن تحول الأقوال والأفكار والتوجهات إلى مشروعات عمل جاهزة للتنفيذ².

فالشبكات هزمت بالدرجة الأولى الديمقراطية المتجذرة في النظام السياسي فأصبحت بديلا للقنوات الاعتيادية التقليدية للتواصل مع صناع القرار من السلطة أو من الأحزاب والمؤسسات السياسية.

فقد ساهمت تطبيقات الانترنت على رأسها مواقع التواصل الاجتماعية لإبراز قدرة المواطن على التعبير عن ذاته وانشغالاته واحتياجاته من النظام السياسي بتمكين الجمهور

¹ - محمد العويني ، الإعلام الخليجي (دراسة في إعلام دول مجلس التعاون الخليجي) . مكتبة الانجلو مصرية ، القاهرة ، 2006 ، ص 252 .

² - زهير عابد ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي (دراسة وصفية تحليلية) . مجلة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) ، المجلد 26 ، العدد 06 ، فلسطين ، 2012 ، ص 396 .

من إبداء رأيه حول مختلف القضايا وانتقادها أو التعليق عليها أو مسانبتها بتشكيل جماعات احترافية حول اهتمامات وأهداف مشتركة لتمارس ضغط على السياسيين¹.

كما لها دور في المشاركة الايجابية و مردها في الأساس إلى ثقة المواطنين بأن أمامهم فرصة حقيقية للتعبير عن انشغالاتهم وميولا تهم السياسية من خلال الانترنت بشفافية ، مهما كانت تلك الميولات أو الآراء التي تسير عكس تيار النظام السائد .

من جانب آخر فإن المناحي المتداولة على هذه الصفحات تعمل كمحرض للطرف الآخر من العلاقة السياسية ألا وهو السياسيون المسئولون والأحزاب والجمعيات السياسية للمبادرة بفتح قنوات تواصلية مع الجمهور قصد بناء جسر تفاعلي لمحاولة إخضاع المواطنين لمشروعهم السياسي أو استجابة بضغط يمارسها هؤلاء بتسويق انشغالاتهم وأرائهم خارج المجتمع الداخلي.

وفي ذات السياق يقول " يوشاي بنكلر " youchai benkler إن انغلاق وسائل الإعلام التقليدية وعدم سماحها ب بروز الرأي المخالف من جهة وظهور البيئة الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة من جهة أخرى جعلت الأفراد يتحولون من متلقين سلبيين إلى نشطين في الفضاء العمومي².

وقد طرح المنادون بالفرصة التي منحتها الشبكات الاجتماعية للأفراد للمشاركة الفعلية في العملية السياسية نتيجة قيام الانترنت بتطوير العملية الديمقراطية عن طرق استخدامها كوسيلة من الحاكم والمحكوم بشكل أساسي.

كما أبرزت ممارسات ديمقراطية جديدة كتمكن المواطنين من الاطلاع على وثائق حكومية أو زيارة مواقع المؤسسات السياسية والانتخابية أو فتح نقاشات متعددة عبر مختلف

¹ - إبراهيم بعزیز ، دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية . المجلة العربية للعلوم السياسية ، العدد 31 ، 2011 .

² - وردة بن عمر ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية (مصر نموذجا) . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2014 ، ص 91 .

التطبيقات الالكترونية أو التواصل مع صناع القرار بشكل مباشر متفردة بذلك عن وسائل الاتصالية والإعلامية الأخرى بجدارة¹.

2-6- التسويق السياسي:

يعرف بأنه تحليل وتخطيط وتنفيذ الحكم في البرامج السياسية والانتخابية التي تضمن بقاء العلاقات ذات المنفعة المتبادلة بين كيان سياسي ما أو مرشح ما وبين الناخبين والحفاظ على العلاقة من اجل تحقيق أهداف المسوق السياسي.

كما يعرف انه تطبيق مبادئ التسويق وأساليبه في الحملات السياسية التي تقوم بها الكيانات السياسية أو الأحزاب أو الأفراد وتتضمن هذه الأساليب تحليل التسويق السياسي وتخطيط وتنفيذ الحملات السياسية (يقصد بالكيانات السياسية الحكومات والأحزاب السياسية وجماعات الضغط...الخ).

ويتضمن التسويق السياسي التعرف بشكل علمي على احتياجات ورغبات المستهلكين والمستهدفين (جمهور الناخبين) وتخطيط وتنفيذ الحملات السياسية والانتخابية التي تشبع هذه الاحتياجات وتستجيب لهذه الرغبات، وعلى هذا فالكيانات السياسية التي يتمحور اهتمامها بذاتها لن تستطيع ممارسة التسويق السياسي لان التسويق محوره الجمهور المستهدف، وتبنى بعض الكيانات السياسية أو الأحزاب أو المرشحين لبعض أو كل أساليب التسويق دون تبني مفاهيم التسويق ولذلك لا يعد تسويقاً سياسياً²، فإن مفاهيم التسويق السياسي لا يتطلب بالضرورة تطبيق كل وظائفه وأساليبه، ولكن يتطلب تطبيق وظائف وأساليب تناسب الموقف السائد وعلى هذا فثمة تنوعاً كثيراً في المواقف التي يطبق فيها التسويق السياسي.

ويوجد ثمة اتفاق بين الباحثين بأن التخطيط لحملات التسويق السياسي يمر بأربعة مراحل سياسية هي: البحوث التسويقية ، جمع المعلومات وتصميم منتج أو ما يراد تسويقه

¹ - إبراهيم بعزیز ، دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان . مرجع سابق ، ص 183 .

² - خیرت معوض محمد عیاد ، استخدام الانترنت كوسيلة اتصال في حملات التسويق (دراسة في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية).ضمن كتاب الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد ، منشورات جامعة البحرين ، 2009 ، ص 425 .

والقيام بالعمليات الاتصالية، ثم تنفيذ ما جاء في هذه الحملة من وعود، ولقد ظهر التسويق السياسي لعدة أسباب وهي :

- تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في التسويق السياسي
- إمكانية استخدام تقنيات تسويق السلع والخدمات في مجال تسوق الأفكار، ويرتبط عمل التسويق السياسي لوسائل الإعلام حيث تلعب هذه الأخيرة دورا بارزا في الحياة السياسية كما أنها تمثل وسائل الثقافة الشعبية من ناحيتين هما:
- مدى ارتباطها أو تبعيتها للدولة كسلطة رسمية.
- تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام وعلى مواقف وسلوكيات المواطن وفي هذه الحالة فإن الأمر يحتاج إلى ضرورة ما .
- تعبئة وسائل الإعلام.
- إدراك أهمية الإعلان السياسي .
- إدراك فترة التأثير السياسي لوسائل الإعلام وحدودها حتى وإن كان من الصعب قياس الحدود¹.

2-7- دور الإعلام في تشكيل الاتجاهات السياسية:

إن من العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وسائل الإعلام المختلفة وهذا بفضل ما تقدمه من حقائق وأفكار ومعارف قد تكون غائبة عن الفرد ويسمع بها لأول مرة. حيث تقوم وسائل الاتصال بالمساعدة في تكوين الاتجاهات من خلال اهتمامها بتشجيع الحوار ونشر الرأي و الرأي الآخر ، والاستعانة بأصحاب الفكر والرأي لإثراء الحياة

¹ - خيرت معوض محمد عباد ، استخدام الانترنت كوسيلة اتصال في حملات التسويق . مرجع سابق ، ص 427 .

الفكرية بالنقاش الواسع المثمر، خاصة إذا كانت القضايا موضوع البحث وذات صلة وثيقة بالمسائل المحورية في حياة المجتمع¹.

وتتعدد تأثيرات وسائل الإعلام في الحياة السياسية للمجتمعات حيث يرى "أنطوان اوريم" إن لوسائل الاتصال الجماهيري دور هام في عملية التنشئة السياسية وتشكيل الآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات السياسية والإيديولوجية عند الأطفال أو الراشدين في نفس الوقت وخاصة أن الفرد العادي يمكث أمام هذه الوسائل لفترات متعددة لإشباع حاجاته الأساسية من معلومات وأخبار وإحداث كما تهتم في تكوين اتجاهاته ورغباته وتطلعاته المستقبلية .

ولقد أجريت دراسات كثيرة في الولايات المتحدة الأمريكية للكشف عن مدى تأثير هذه الوسائل في حدوث مظاهرات الشعب والعنف ذات الطابع السلافي والعرقي فجاءت نتائج دراسات تشير إلى أن دور وسائل الاتصال الجماهيري كانت وراء ظهور الأحداث بين البروتستانت والكاثوليك، نتيجة لتشبعهم أخبار إيرلندا الشمالية قبل حدوث اتفاق سياسي بين الطائفتين خلال السنوات الأخيرة من التسعينيات.

وهذا ما يفسر كذلك أيضا حدوث احتياجات ومظاهرات متعاطفة خاصة في الدول العربية عندما تقوم وسائل الاتصال المختلفة بنقل بعض الأحداث البشعة للاحتلال الإسرائيلي في فلسطين، حيث ساهم نقل الأحداث في تحريك مشاعر الجماهير للتعبير عن اتجاهاتها الراضة للعدوان وانتهاكات حقوق الإنسان بالمظاهرات والتتديد بما يحدث.

لذلك نجد إن الإعلام له دور في تكوين اتجاهات سياسية عند الشباب خصوصا و إن أهم العوامل التي تؤثر في اتجاهات الشباب حيث ما أشارت إليه الكثير من الدراسات ويفسر العديد من الباحثين أن الإعلام والاتصال صاحب الدور الأساسي في نقل المعلومات التي تمثل الأرضية المعلوماتية كبناء الاتجاهات².

¹ - سعاد جبر سعيد ، سيكولوجية الاتصال الجماهيري .عالم الكتب الحديث ، اربد ، الأردن ، ط1 ، 2008 ، ص 69 .

² - محمد خليل رفاعي ، دور وسائل الإعلام في العصر الرقمي في بناء قيم الأسرة العربية .مجلة جامعة دمشق ، المجلد 27 ، العدد 01 و 02 ، 2011 ، ص 715 .

- المبحث الثاني : أثر مواقع التواصل لاجتماعي على الحياة السياسية.

لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في حياة العامة لقد لامست تطبيقاتها وخدماتها جميع مجالات الحياة على اختلاف لغاتهم وثقافتهم وعقائدهم ولم تكتف بالتأثير على مجريات حياتهم الاجتماعية والاتصالية وغيرها ولكن كافة التأثيرات على مناحي الحياة السياسية العامة في مختلف الأقطار بل تعدى تأثيرها إلى التغيير والمطالبة بالإصلاح حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي لاعبا أساسيا في حلقات السياسة الحكومية.

فمواقع التواصل الاجتماعي لم تؤثر على مناحي الحياة السياسية من خلال أدواتها الإعلامية بحيث كان لها دور في تفتح آفاق المشتركين بها سياسيا وعملت على تثقيفهم بحقوقهم و اوحت لهم الأمل بالديمقراطية وكشفت لهم حقائق عديدة جميعها عن هم وسائل الإعلام الرسمية ليصبح لهم منبر حر يشارك الآراء ونشر الأفكار بحرية بعيدا عن قيود السلطات القمعية.

بل من خلال خدمات تلك المواقع العديدة كإرسال الرسائل الفورية والتطبيقات الداعمة لخصوصية المتحاورين المشتركين وإنشاء المجموعات الخاصة والتي لا يستطيع الاشتراك بها أي شخص بالإضافة لأدوات الإعلام الاجتماعي صار لها دور أساسي في تشكيل الرأي السياسي الفردي والحكومي على حد سواء بل وتشكيل نمط حياة سياسية جديدة تمتاز بطابعه الالكتروني ويمتد للواقع العلمي التطبيقي للسياسات وإنشاء فكر سياسي جديد وسياسة خارجية جديدة للعديد من الدول والشعوب العربية في عصر الشبكات الاجتماعية الجديدة¹.

¹ - خالد غسان المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ، ص ص ، 163 ، 164 .

2-1- مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي .

لمواقع التواصل الاجتماعية مميزات كثيرة مدعمة للنشاط السياسي مما أثرت على الحياة السياسية العامة للشعوب ومن أهم المميزات ما يلي :

- زيادة الوعي السياسي : فمن خلال الاطلاع على معلومات وأخبار كاشفة للحقائق و المشاركة مع أشخاص ينعمون بحرية الرأي و التعبير دون قيود وكذلك التعرف على سياسيين ومناضلين وحقوقيين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي ، كل ذلك يساهم في توعية الأشخاص بان لهم حقوق وعليهم واجبات ، كما للعديد من الأشخاص من الدول الغربية ، فصاروا أكثر وعيا بحقوقهم وانضموا للحركات السياسية المطالبة للإصلاح و التغيير لمستقبل أفضل .

- التشجيع على المشاركة في النشاطات السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و تويتر وغيرها ، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية ، بل و تشجعهم على الانخراط بها من خلال المشاركة بالفعاليات التي تنظم في عبر تلك المواقع أو المشاركة في الانتخابات المحلية ، مما تعمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول القمعية و المتخلفة ، كما ساهمت في كشف عن النفاق السياسي للأنظمة و المطالبة بالعدالة الاجتماعية والحرية و الديمقراطية.

- توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي من خلال تكوين المجموعات الخاصة على مواقع التواصل أو عن طريق المحادثات عبر الفيسبوك و تويتر أو عن طريق تطبيقات الرسائل القصيرة و التحادث عبر أجهزة الهواتف الذكية وغيرها من الخدمات حافظت على سرية الحراك السياسي و النشاطات المطالبة بالتغيير ، خاصة مع استخدام بعض مناضلي السياسة لاسم مستعار ، وذلك للمزيد من الحماية ضد رقابة الأجهزة القمعية ، كما استخدمها مشعلي الثورات العربية عبر تلك المواقع ، وهذه التقنيات سهلت من مهمتهم في حشد وتأييد الجماهير بسرعة .

- حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال ، فبحسب تقرير لمجلة حلف الناتو كتب " بن سكوت" وهو مستشار وزيرة الشؤون الخارجية في الولايات المتحدة الأمريكية هيلاري كلينتون ، إن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي سرعت التغيير السياسي وخاصة في الشرق الأوسط ، من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات ، كما عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة للأشخاص ذوي الاهتمامات المختلفة و الخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية وهو أمر عجزت عنه الحركات و الأحزاب السياسية بوسائلها التقليدية¹.

- توزع القيادة المطلقة على مجموعة كبيرة من القياديين ، فتوفر قاعدة لإطلاق نشاط سياسي متعدد التحركات و الرؤوس فليس هناك من يستطيع أن يدعي انه قائد التحركات المطلق و الزعيم الأوحد للثورات الفيسبوك مثلا ، وهذه الخاصية عملت على تشويش الحكومات القمعية و خلخلت إستراتيجيتها من خلال الحشد المتوازي المتعدد الرؤوس و المنابع بحيث لا تستطيع القوى القمعية أن تحدد هدفها بدقة للقضاء على منابع الثورة .

- تغير مفاهيم النضال و الاحتجاج ، فلم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب ، ولم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم و المطالبة بالإصلاح وغيرها من الأشكال ، وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية التي ترد عبر الانترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد ، وقد برهنت العرائض الالكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحيانا عن المظاهرات الحاشدة .

- عولمة قضايا النضال السياسي المحلي بحيث تعمل على نشر الآراء و الأفكار السياسية لمناضلين وأحزاب سياسية محلية ، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم ، وهو ما حدث مع قضايا ثورات الربيع العربي ، وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي والحوار الفردي بين الملايين من المشتركين العرب و الأجانب ، صارت العديد من القضايا العربية على رأسها القضية الفلسطينية تحظى بتعاطف وتأييد شعبي من طرف العديد من الدول في العالم.

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية. مرجع سابق ، ص ، ص ، 165 ، 167.

2-2 - كيفية التواصل السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي:

للعمل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قواعد تختلف كلياً عن تلك المطبقة في العمل السياسي التقليدي أهمها هي:

- إنشاء صفحة خاصة للتعريف بالسياسي بحيث يبين توجهه السياسي أو توجهه الحزبي السياسي والقيم والأهداف التي يقفون وراءها وذلك لزيادة قاعدة الجماهير الخاصة به .

- التركيز على القضايا التي تهم الشعب فإنشاء الموقع أو صفحة التواصل السياسية على قضية مهمة وحيوية التي تحظى بتأييد واهتمام وإجماع الغالبية من شرعية المواطنين الذين يرغبون بالانضمام إلى تلك الصحة السياسية.

- إيصال رسالة سياسية بسيطة وواضحة وصادقة في آن واحد: فعند إرسال الرسالة توضح الأهداف السياسية التي يقف السياسي أو يقف حزبه من ورائها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- البقاء قريباً من القاعدة السياسية او الانتخابية وهذا يتم بإرسال التدوينات عبر توفير لهم باستمرار أو إضافة كالتعليقات على حائط الفيسبوك.

- على السياسي يحاول أن يكون متجدداً وشيقاً في تصريحاته وتحديثاته على موقعه فالتعليقات والتصريحات المتجددة والمثيرة للجدل والحوار السياسي تصلح دوماً في جذب المشتركين والمتابعين له على مواقع التواصل الاجتماعي.

- المحافظة على السمعة السياسية الافتراضية ضرورة في العمل السياسي عبر الانترنت فإتباع السياسي أو الحزب لخطوات معينة بها فالحفاظ على بقاء سمعتهم الافتراضية الجيدة¹.

¹ - خالد غسان المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية .مرجع سابق ، ص 171.

- المبحث الثالث : نماذج عن مواقع التواصل ودورها السياسي.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم كونها تستقطب شرعية كبيرة من فئات المجتمع وخاصة الشباب باعتبارهم أكثر تأثير في أي مجتمع بما يمثلونه من طاقة و قابلية للتعبير والتطوير كما انه أكثر عرضة للاتصال السياسي من خلال ما يتلقى من معارف سياسية من مختلف أشكالها وذلك بتفاعله داخل شبكات التواصل الاجتماعي مع المستخدمين والمشاركين في هذه المواقع مما أدت إلى إحداث تغييرات سياسية في بعض الدول وكان لها الأثر الواضح على ذلك و تفوق بعض النماذج والأدوار لمواقع التواصل الاجتماعية التي أثرت وكان لها ادوار مختلفة أهمها وأبرزها الأدوار السياسية.

3-1- الثورة التونسية (ثورة الياسمين):

لقد أطلقت تسمية ثورة الياسمين على الأحداث الثورية في تونس الخضراء هذه الأحداث التي أشعل شرارتها إقدام الشاب " محمد البوعزيزي" بائع الخضر الذي يحمل شهادة جامعية وعاطل عن العمل على حرق نفسه احتجاجا على مصادرة احد رجال البوليس لعربة الخضر التي كانت مصدر رزقه ورزق عائلته.

هذا الحدث المأساوي دفع بالشباب التونسي إلى النزول في الشوارع ضد قمع السلطة وجبروتها مستخدمين الفيسبوك سلاحا فعلا في تجمعاتهم واحتجاجاتهم السلمية مستغلين عدم وجود رقابة على شبكة التواصل الاجتماعي في تونس وأوصلوا صوتهم للعالم اجمع بالكلمة والصوت والصورة من خلال النشر في صفحات الفيسبوك وإرفاقها أحيانا لمقاطع الفيديو وحدث صراع بين الجماهير والسلطة التونسية فحصلوا على التعاطف العالمي وانتقلت شرارة الثورة إلى كافة المدن التونسية من خلال الشبكات الاجتماعية بعد إن كانت محصورة في العاصمة تونس.

لقد استفاد الشباب التونسي في بداية تحركهم من المعلومات التي سربها موقع "ويكيليكس" الالكتروني عن رسالة عن سفير الو.م. أ في تونس والتي تحدث فيها عن الثروة الطائلة التي

يمتلكها الرئيس التونسي " زين العابدين بن علي" وزوجته فكانت تلك الرسالة مادة دسمة تلقاها المحتجون ونشروها على مواقعهم الاجتماعية (اليوتوب، الفيسبوك، والهواتف النقالة وفي شبكات الانترنت) الأمر الذي أدى إلى إقبال ملفت من الشباب على هذه المواقع تحفزت فيهم تلك المعلومات إلى جانب الوضع المتردي في البلاد عموما مما أدى إلى روح الانتفاضة والثورة فجاءت الشرارة الأولى إلى إقدام الشاب (محمد البوعزيزي) إلى إحراق نفسه .

وهذا ما يدعو إلى التوقف عند أهمية الوسائل الإعلامية التي أصبحت محركا فاعلا للشعوب من اجل المطالبة بتحقيق مطالبهم المشروعة وأصبحت عاملا مؤرقا للحكومات المستبدة والحكام الدكتاتوريين¹.

وفي هذا يقول الباحث " شارلي بيكيت" مدير مركز (بوليس للأبحاث) في لندن " أن مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت لا تخلق ثورات بل يخلقها الفقر والغضب والحكام المستبدون لكن في هذه الحالات شاهدنا كيف عملت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت على تنظيم الناس والترويج للرسالة، وكانت وسيلة للهجوم على السلطة ولإبلاغ العالم الخارجي أن الناس هنا غاضبون ونشطون لذلك، اعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت كانت فعالة بصورة ملحوظة في وقت قصير جدا وحول دور شبكة الانترنت و مواقع التواصل الاجتماعية في عملية تنظيم مسيرة الاحتجاجات يؤكد " شارلي بيكيت" أن الناس يتعلمون من بعضهم البعض، الناس في ليبيا ينظرون إلى ما حدث في مصر والناس في مصر قالوا نهم نظر والى ما فعل نظرائهم في تونس مع الفيسبوك والبريد الالكتروني والوسائل الأخرى، إذا فهم يتعلمون في دروس عن تنظيم حملات والنشاط والديمقراطية و الوسائل التي يمكن أن يستخدمونها عن الانترنت، هم يقلدون بعضهم البعض.

¹ - محمد المنصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و الالكترونية) . رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال ، كلية الآداب و التربية ، الأكاديمية العربية في الدنمارك ، 2012 ، ص ص 102 ، 103.

3-2- الثورة المصرية (ثورة 25 يناير 2011):

يتضح اثر مواقع التواصل الاجتماعي جليا في أحداث التغيير من خلال دورها الرئيسي في اندلاع الثورة المصرية، ففي 25 جانفي 2011 خرج المصريون بآلاف يطالبون النظام بوقف تجاوزات الشرطة في حق الشعب مطالبين بالمزيد من الحرية والتعديلات والتحسينات سرعان ما تحول إلى أمر مباشر بمطالبة الرئيس مبارك بالرحيل هو ونظامه.

- لقد مرت الثورة المصرية بمراحل متعددة نذكر أهمها:

- 1 جانفي 2011 : وقوع تفجيرات أمام كنيسة القديسين بالإسكندرية يخلف 20 قتيلًا وأسماء من طرف أوساط المصريين من طرف الحكومة

- 7 جانفي 2011: بروز صفحة " كلنا سعيد " على الفيسبوك¹ ، تدعو إلى وقفة صامتة على كورنيش الإسكندرية عقب الاعتداء على الشاب خالد سعيد من قبل الشرطة ما أدى رفاقه وكان رد الشارع قويا باستجابة العشرات صغارا و كبارا ومن مختلف الطوائف المسيحيين والمسلمين، وفي اليوم الموالي انطلقت عدة مظاهرات في الكثير من المحافظات (القاهرة والإسكندرية) والتديد بمقتل خالد سعيد ورفض سياسة التعذيب من طرف الشرطة.

- 9 جانفي 2011 تناقل الشباب عبر " صفحة 6 افريل" خبر تعذيب السيد بلال لإجباره على تنازل على الدعوة التي قدمتها عائلته ضد القتل و دعا الشباب إلى زيارة عائلة السيد بلال ودعمها حتى لا تتنازل أمام القضاء ثم أطلق بعد ذلك صفحة جديدة " كلنا خالد سعيد" تمثلت في " كيف تحول مناسبة 25 يناير (عيد الشرطة المصرية) إلى حملة ضد التعذيب والتي تضامن معها أكثر من ربع مليون.

- 12 جانفي 2011 بروز مقترحات على صفحة" كلنا سعيد" بخصوص تصدر مطالب الحملة إقالة الحبيب العادلي.

¹ - وردة بن عمر ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية . مرجع سابق ، ص 170.

- 14 جانفي 2011 هروب بن علي من تونس وتحتوي للتونسيين لثورة الياسمين وحافزا معنويا لشباب الفيسبوك، فكتب البعض "الأول هرب والبقية تأت" وفي نفس الوقت جاءت الدعوات للاحتفال مع التونسيين أما السفارة في القاهرة فكتبت الصحفية "نواره نجم" على مدونتها "النهار ده وقفة احتفالية مش احتجاجية"، أمام السفارة التونسية ودونت "صباح الفل عليك يا تونس"

- 21 جانفي 2011 : انطلاق المظاهرات من المساجد.

- الثلاثاء 25 جانفي 2011 : حيث تزامنت مع عيد الشرطة المصرية وهو ما مثل رأي الأغلبية في 28 جانفي 2011 نظمت "جمعة الغضب" حيث تزامنت في هذه الفترات نشر العديد من الكتابات السياسية المعارضة للنظام على شبة الانترنت¹.

- إن الاصطدامات التي وقعت بين المحتجين والشرطة التي وقعت فيها قتلى حيث عرضت صور القتلى والاحتجاجات على الفيسبوك والدعوة إلى المزيد من التظاهرات الشبابية ، فانظم آلاف الشباب عبر دعوات الفيسبوك وأفلام اليوتوب والتدوينات وغيرها كما انظم إليها المثقفين والعلماء وبعض المعارضين البارزين وتطور الأمر إلى اعتصام مفتوح في ميدان التحرير اكبر ساحات القاهرة وهو ما أدى إلى المئات من القتلى وازداد التعاطف المحلي والعربي والعالمي².

¹ - وردة بن عمر ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية . مرجع سابق ، ص171.

² - خالد غسان المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية . مرجع سابق ، ص 177 .

خلاصة الفصل :

وتبقى مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتعددة لها تأثيرات سياسية مختلفة على المجتمعات ، كما لها ايجابيات و سلبيات كثيرة ، فتمثل الايجابيات أنها تنشر العديد من المعلومات و الحقائق السياسية ، وكشف مختلف الطابوهات السياسية التي يخفيها الإعلام التقليدي المسيطر عليه من طرف الحكومات ، كما يزيد من مستوى الوعي السياسي لدى المستخدمين وهذا بفضل سهولة الاستخدام وصعوبة مراقبة الكم الهائل من المعلومات عبر هذه المواقع الاجتماعية ، في حين نجد أن السلبيات تتمثل في التحريض على العنف و التغيير السياسيين على المستوى العالمي ، وكذلك إثارة الفتنة بين الدول كما يحدث في البلاد العربية وغيرها من السلبيات .

الباب الثاني

الجانب الميداني

الفصل السادس : الجانب الميداني للدراسة .

- تمهيد .

- المبحث الأول : المناهج المستخدمة .

1- المنهج الوصفي التحليلي .

2- المنهج الإحصائي .

- المبحث الثاني: جمع وتحليل المعطيات .

1- الملاحظة .

2- الاستمارة .

- المبحث الثالث : مجالات الدراسة .

1- العينة وكيفية اختيارها .

2- المجال المكاني .

3- المجال الزمني .

- المبحث الرابع : عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية .

1- تحليل البيانات الشخصية .

2- تحليل بيانات الفرضية الأولى .

3- تحليل بيانات الفرضية الثانية .

4- تحليل بيانات الفرضية الثالثة .

- الاستنتاج العام .

- خاتمة.

تمهيد :

تمثل المقاربة المنهجية أهمية خاصة في البحوث الاجتماعية ، وذلك أن قيمة البحث الاجتماعي لا تتمثل فقط في جمع التراث النظري و الاطلاع على البحوث و الدراسات التي تناولت المشكلة فقط ، وإنما القيمة الحقيقية للبحوث الاجتماعية تتمثل في اعتمادها على الخطوات المنهجية التي تحدد مسارها ، وهنا تتضح مكانة هذه المرحلة في البحوث واكتساب المعارف العلمية المستندة على الحقائق والقائمة على البراهين ، وسنحاول في هذا الفصل توضيح الجانب الميداني للبحث من خلال المناهج المستخدمة وكيفية اختيار العينة و أدوات جمع المعطيات و الجانب الميداني و الزمني للدراسة .

- المبحث الأول : المناهج المستخدمة .

إن المنهج في العلم يعني مجموعة من القواعد و الإرشادات التي تحدد مسار الباحث من نقطة الانطلاقة إلى النهاية وهو ما يبينه الباحث في تقصي الحقائق المختلفة ومحاولة التأكد من المعارف السابقة .

و المعلوم أن لكل دراسة اجتماعية منهجها وطريقة معينة للوصول إلى نتائج ، لذلك فإن اختيار منهج الدراسة لا يخضع لإرادة الباحث بقدر ما يتعلق بطبيعة الموضوع و الهدف المتوخى منه .

وتختلف المناهج حسب طبيعة الموضوع و الأهداف التي ترمي إليها الدراسة واعتمدت هذه الدراسة على المناهج التالية :

1- المنهج الوصفي : وهو طريقة من طرق التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصول إلى أغراض محددة لوظيفة اجتماعية أو مشكلة ما لتحديد الفرض كتعريف مشكلة البحث وتحديد نطاق ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بمشكلة البحث وتفسير النتائج وأخيرا الوصول إلى استنتاجات¹.

و المنهج الوصفي الأنسب لمثل هذه الدراسات المتمثلة في دور الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري لان هدف الدراسة يكمن في معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية للطلاب الجامعي من خلال تصفحه لهذه المواقع وكيفية استخدامه وطريقة انتقائه واطلاعه على المواضيع السياسية المنشورة في هذه المواقع .

ونهدف منى خلال اختيارنا هذا المنهج :

- حصر مختلف جوانب الموضوع في صورة مكتملة .

- معرفة بعض الحقائق عن واقع الظاهرة المدروسة من خلال التشخيص الدقيق لها .

¹ - همام طلعت ، قاموس العلوم النفسية و الاجتماعية . مؤسسة الرسالة ، بيروت ، ط1 ، 1984 ، ص30 .

2- المنهج الإحصائي : هو منهج رياضي يستخدم في اغلب البحوث الاجتماعية و العلمية والإحصاء يعني معالجة العلاقات بين الظواهر أو القيم معالجة رقمية أي يعالج النتائج التي يحصل عليها الباحث ويترجمها ترجمة رقمية ، فهو يقوم بعملية جمع المعطيات وعرض البيانات العددية التي يحصل عليها الباحث من خلال موضوع معين مما يعطي علاقة رياضية للنتيجة بحيث لا يمكن الشك فيها ويقوم بتفسير الأرقام تفسيراً علمياً¹.

وقد استخدمنا هذا المنهج للتحليل الكمي للظاهرة المدروسة للوصول إلى نتائج علمية من خلال التعامل مع الأرقام و النسب لتقادي الأحكام الذاتية ، كما يساعدنا في جمع البيانات الكمية المتعلقة بموضوع الدراسة ، والهدف الرئيسي من استعماله هو وصف أفراد العينة والظاهرة المتغيرة وتحديد تكرارها وأهميتها من خلال ترجمتها إلى أرقام مئوية.

- المبحث الثاني : جمع وتحليل المعطيات :

لجمع المعطيات الخاصة بموضوع الدراسة لابد من استخدام بعض الأدوات المنهجية التي تساعد في إجراء الدراسة ، ولها الغرض قمنا باستعمال الأدوات التالية وهي الملاحظة بالمشاركة الرقمية (الكترونية) وكذلك الاستبيان .

1 - الملاحظة : هي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات و المعلومات وتعرف بأنها " توجيه الحواس المشاهدة ومراقبة سلوك معين أو ظاهرة معينة وتسجيل جوانب ذلك السلوك أو خصائصه "

ولقد استخدمنا الملاحظة بالمشاركة الالكترونية حيث غالبا ما يكون الباحث عضوا فعلا داخل المجتمع أو المجتمعات الافتراضية ويكون حاضرا أثناء حدوث الظاهرة ، أو يكون بكل بساطة عرضة للفعل أو جزء من التفاعل الالكتروني ، وتستعمل هذه الوسيلة خاصة في المجتمعات الصعبة الدراسة أو المجتمعات الالكترونية المغلقة ، فهذه الوسيلة تمكن الباحث أن يكون جزء من المجتمع المدروس ، شرط أن لا يؤثر الباحث فيهم أو

¹ - جمال معتوق ، منهجية العلوم الاجتماعية و البحث الاجتماعي . دار بن مرابط للطباعة و النشر ، الجزائر ، ط1 ، 2009 ، ص 167 .

في بيئتهم ، واهم ما يجب أن يكون عند الملاحظة بالمشاركة الالكترونية هو الوصف الدقيق لكل ملامح الظاهرة من مكان وقوعها (المواقع الالكترونية، مواقع التواصل...الخ) و ملاحظة الآراء و المشاعر ، وترجمة وتأويل الباحث للأيقونات و الرموز المستخدمة داخل المجتمعات الافتراضية¹.

2- الاستثمار :

تعتبر الاستثمار الأداة الرئيسية في عملية جمع المعطيات وترجع أهمية هذه الأداة إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها ، حيث أنها تعتمد في أساسها في جمع المعلومات حول موضوع الدراسة .

الاستثمار : هي أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وأفكار معين في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها ، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات².

وتمر الاستثمار بمراحل عدة تبدأ بتحديد إطار البيانات المطلوبة ونوعها ثم تحدد الأسئلة حسب موضوع الدراسة في صورتها الأولية ، ثم اختبار الاستثمار وتجريبها على عينة من مجتمع البحث وإعادة تعديلها وفي الأخير إعداد الاستثمار نهائيا وقد اشتملت دراستنا على المحاور التالية :

- **المحور الأول :** يمثل البيانات الشخصية للمبحوثين (الجنس ، التخصص ...الخ) ويعد هذا محورا ضروريا في تصميم أي استثمار من اجل التعرف على السمات الشخصية للمبحوثين .

- **المحور الثاني :** يبين طريقة وكيفية استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي .

¹- علي محمد رحومة ، علم الاجتماع الآلي . عالم المعرفة (347) ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، الكويت ، يناير 2008،ص156.

²- محمد عبد المجيد ، البحث في الدراسات الإعلامية . عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 ، ص 33 .

- **المحور الثالث :** يبين أهم المواضيع و الأحداث السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

- **المحور الرابع :** يعد أهم محاور الاستبيان لأنه يبين تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري .

- **المبحث الثالث : مجالات الدراسة .**

1- العينة وكيفية اختيارها :

العينة هي عبارة عن عدد من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا وموضوعيا ، ويسجل خلال هذا التعامل البيانات الأولية ويشترط فيها أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها المجتمع .

وتعرف بأنها : " جزء أو شريحة من المجتمع تتضمن خصائص المجتمع الأصلي الذي نرغب في التعرف عليه ، ويجب أن تكون ممثلة لجميع أفراد المجتمع تمثيلا صحيحا " ¹.

إن مرحلة تحديد العينة تعد من اعقد المراحل لدى الباحث ، وذلك أن موضوع البحث يتحدد طبقا للعينة المعتمد عليها ، فهذه الخطوة تعتبر أهم الخطوات المنهجية لأي دراسة أو بحث علمي .

¹ - خير الدين عويسي ، دليل البحث العلمي . دار الفكر العربي ، القاهرة ، ط1 ، 1997 ، ص 91 .

و طريقة اختيار العينة يكون حسب طبيعة الدراسة ، فالعينة الملائمة هي العينة العشوائية الطبقية المتمثلة في جميع طلبة الماستر (السنة الأولى و السنة الثانية) في معهد علم النفس وعلم الاجتماع والمقدرة ب 1809 طالب وطالبة

و الجدول التالي يبين أفراد العينة :

التخصص		طلبة الماستر علم النفس			طلبة الماستر علم الاجتماع	
المستوى	الجنس	السنة الأولى	السنة الثانية	المجموع	السنة الأولى	السنة الثانية
ذكور		91	578	669	274	303
إناث		38	318	356	50	157
المجموع		129	896	1025	324	460

جدول (1) يبين توزيع الطلبة (مجتمع البحث) .

وبما أن مجتمع البحث يحتوي على طبقات تبعا للتخصص الدراسي ، فقد اخترنا العينة العشوائية الطبقية من خلال مراعاة كل تخصص ، بحيث أخذنا نسبة 10% من كل تخصص فكانت كالأتي :

- علم النفس: أخذنا 102 طالب وطالبة .

- علم الاجتماع : أخذنا 78 طالب وطالبة .

وهكذا أصبح مجموع العينة هو 180 طالب وطالبة موزعين في تخصصين مختلفين علم النفس وعلم الاجتماع .

ملاحظة : لقد تم استرجاع 180 استمارة من طرف المبحوثين ، هناك عشرة (10) منها غير صالحة تماما ليصبح مجموع العينة 170 طالب و طالبة .

2- المجال المكاني :

تمت هذه الدراسة في جامعة الجزائر -2- أبو القاسم سعد الله ، ونظرا لتوزيع الطلبة في هذه الجامعة وتواجدهم في كليات مختلفة ، خلص اختيارنا على كلية علم الاجتماع وكلية علم النفس المتواجدين في جامعة الجزائر -2- .

3- المجال الزمني :

بعد الانتهاء من ضبط الإشكالية و الفرضيات و الجانب النظري للدراسة انتقلنا إلى الجانب الميداني ، بإعداد استمارة البحث وتوزيعها على عينة الدراسة المتمثلة في طلبة الماستر (السنة الأولى و الثانية) علم الاجتماع وعلم النفس ، واستغرقت العملية عشرين يوم من 15 أفريل إلى 5 ماي 2015 .

- المبحث الخامس : عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية .

1- تحليل البيانات الشخصية .

- الجدول رقم (1) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	ك	%
ذكر	50	%29
أنثى	120	%71
	170	%100

يبين من خلال الجدول أن اغلب الطلبة هو الإناث بأكثر نسبة مقدرة بـ 71 % في حين نجد أن الذكور تقدر بـ 29 % وهو ما يتناسب مع التوزيع العام للمبحوثين حسب الإحصائيات وهو ما يبين أن هناك أفضلية في عدد الطالبات مقارنة مع الطلبة الذكور.

- الجدول رقم (2) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص.

التخصص	ك	%
علم الاجتماع	71	41,8%
علم النفس	99	58,2%
المجموع	170	100%

يوضح الجدول التخصص الدراسي للمبحوثين موزعة بأكثر نسبة على كلية علم النفس وتقدر بـ 58.2 % أما بالنسبة للمبحوثين في علم الاجتماع تقدر بـ 41.8% وهو ما يبين الحجم المتجانس للعينة.

- الجدول رقم (3) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السكن .

البيانات	ك	%
مسكن عائلي	149	87,6%
إقامة جامعية	21	12,4%
المجموع	170	100%

يبين الجدول متغير السكن بالنسبة للمبحوثين بحيث نجد أعلى نسبة تقدر بـ 87.6 % يقيمون في منازل أسرهم أثناء مزاولتهم للدراسة وهو ما يبين أنهم يقطنون في الجزائر العاصمة و المناطق المجاورة ، في حين نجد نسبة 12.4 % يقيمون في الأحياء الجامعية على مستوى الجزائر العاصمة وهو ما يبين أن معظم الطلبة حاليا يدرسون كل في ولايته وهذا حسب التخصص المراد دراسته.

- الجدول رقم (4) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن .

السن	ك	%
22-20	31	18,2%
25-23	71	41,8%
أكثر 25	68	40%
المجموع	170	100%

يبين الجدول رقم (4) أن أفراد الدراسة موزعين في ثلاث فئات رئيسية فنجد الفئة الثانية (25-23) تقدر بـ 41.8 % تليها مباشرة الفئة الثالثة (أكثر 25 سنة) بنسبة تقدر بـ 40 % وفي الأخير نجد الفئة الثالثة وتمثل اقل نسبة تقدر بـ 18.2 % وهو ما يبين وجود نسبة متقاربة بين الفئتين الثانية و الثالثة وهم أكثر الطلبة المزاولين للدراسة في مرحلة التدرج .

- الجدول رقم (5): المستوى التعليمي للوالدين .

الأم		الأب		الوالدين
%	ك	%	ك	المستوى التعليمي
18,8%	32	24,1%	41	جامعي
18,2%	31	31,2%	53	ثانوي
25,3%	43	21,2%	36	متوسط
15,3%	26	8,8%	15	ابتدائي
22,4%	38	14,7%	25	غير متعلم
100%	170	100%	170	المجموع

يتبين من خلال الجدول أن المستوى التعليمي للوالدين هو كالأتي:

فبالنسبة للأباء نجد أكبر نسبة تقدر بـ 31.2 % مستواهم التعليمي ثانوي ، تليها نسبة 24.1 % مستواهم التعليمي جامعي ، ثم نجد بعد ذلك نسبة 21.2 % مستواهم التعليمي متوسط ، في حين نجد نسبة 14.7 % غير متعلمين ، وفي الأخير نجد نسبة 8.8 % مستواهم التعليمي متوسط .

أما بالنسبة للمستوى التعليمي للأمهات نجد أكبر نسبة تقدر بـ 25.3 % مستواهن متوسط ، تليها مباشرة نسبة 22.4 % غير متعلمات ، ثم تليها نسبة 18.8 % مستواهن التعليمي جامعي تليها مباشرة نسبة 18.2 % مستواهن التعليمي ثانوي ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة تقدر بـ 15.3 % مستواهن التعليمي ابتدائي .

ومن خلال النسب الموضحة في الجدول أن المستوى التعليمي للوالدين بالنسبة للمبحوثين متقارب نوعا ما فيما بينهم .

- الجدول رقم (6) : الدخل الأسري للوالدين .

الدخل الأسري	ك	%
15000 دج	17	10,0%
20000 دج	18	10,6%
30000 دج	52	30,6%
أكثر من 3000 دج	83	48,8%
المجموع	170	100%

يتبين من خلال الجدول نجد أن أكبر نسبة من المبحوثين تقدر بـ 48.8 % الدخل الشهري للأسرة أكثر من 30000 دج ثم تتخفف النسبة إلى 30.6 % دخلهم الشهري 30000 دج وبنسبة أقل نجد 10.6 % دخلهم الشهري 20000 دج ، وفي الأخير نجد نسبة 10 % الدخل الشهري للأسرة 15000 دج .

فمن خلال النسب نجد بعض التفاوت في الدخل الشهري للأسر بالنسبة للمبحوثين وهذا حسب طبيعة العمل .

- تحليل بيانات الفرضية الأولى : استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- الجدول رقم (7) : استخدام الانترنت من طرف المبحوثين .

المجموع	البيانات	التخصص	
	نعم		
71	71	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 41,8	%	
99	99	ك	علم النفس
%58,2	% 58,2	% 7	
170	170	ك	المجموع
% 100	% 100	%	

يتبين من خلال الجدول أن جميع المبحوثين يستخدمون الانترنت في كلا التخصصين فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 58.2 % بالنسبة للطلبة ماستر علم النفس ثم تليها نسبة 41.8 % بالنسبة للطلبة ماستر علم الاجتماع .

ومن خلال النسب أعلاه يبين أهمية الانترنت بالنسبة للمبحوثين ، حيث يستخدمونها في يومياتهم .

الجدول رقم (8) : مكان استخدام الانترنت من طرف المبحوثين .

المجموع	البيانات			التخصص	
	الهاتف	مقاهي الانترنت	البيت		
71	19	10	42	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 11,2	% 5,9	% 24,7	%	
99	23	8	68	ك	علم النفس
% 58,2	% 13,5	% 4,7	% 40	%	
170	42	18	110	ك	المجموع
% 100	% 24,7	% 10,6	% 64,7	%	

يتبين لنا من خلال الجدول أن المكان المفضل في استخدام الانترنت بالنسبة للمبحوثين هو البيت بنسبة 64.7 % ، تليها نسبة 24.7 % يستخدمونها في الهاتف النقال ، وفي الخير نجد نسبة 10.6% يستخدمونها في مقاهي الانترنت .

ف نجد طلبة الماستر علم الاجتماع يستخدمون الانترنت في أماكن مختلفة يقدر بـ 41.8 % فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 24.7 % يستخدمونها في المنزل تليها نسبة 11.2 % يستخدمون الانترنت في الهاتف النقال ، وفي الأخير نجد أقل نسبة تقدر بـ 5.9 % يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت.

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس يستخدمون الانترنت بنسبة تقدر بـ 58.5% وفي أماكن مختلفة ، فنجد أكبر نسبة 40% يستخدمونها في المنزل ، تليها نسبة 13.5% يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت ، في حين نجد أقل نسبة تقدر بـ 4.7% يستخدمون الانترنت في مقاهي الانترنت .

نستنتج من خلال الجدول أن المبحوثين يفضلون البيت عند استخدامهم للانترنت ويرجع ذلك إلى إقامتهم في البيت ومشاركين بالانترنت ، كما يستخدم الطلبة الانترنت في الهاتف النقال بفضل تقنية 3g والتي تسهل استخدام الانترنت في الهاتف النقال في كل وقت ، ويرجع ذلك إلى الخدمات التنافسية بين الشركات الاتصالية لجلب أكبر عدد من المستخدمين .

الجدول رقم (9) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف المبحوثين.

المجموع	البيانات	التخصص	
	نعم		
71	71	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 41,8	%	
99	99	ك	علم النفس
% 58,2	% 58,2	%	
170	170	ك	المجموع
% 100	% 100	%	

يتبين من خلال الجدول أن جميع المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كلا التخصصين فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 41.8 % بالنسبة للطلبة ماستر علم الاجتماع ثم تليها نسبة 58.2 % بالنسبة للطلبة ماستر علم النفس .

ومن خلال النسب الموجودة في الجدول يبين الأهمية الكبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين ، فكلهم مشتركين في هذه المواقع التي تمتاز بسهولة استخدامها وكذلك سهولة إنشائها ولها مميزات اتصالية كثيرة.

الجدول رقم (10) : كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين .

المجموع	البيانات			التخصص	
	نادرا	أحيانا	دائما		
71	8	33	30	ك	علم الاجتماع
%41,8	% 4,7	% 19,4	% 17,6	%	
99	8	40	51	ك	علم النفس
% 58,2	% 4,7	%23,5	% 30	%	
170	16	73	81	ك	المجموع
%100	%9,4	% 42,9	% 47,6	%	

يبين الجدول أن كل الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي المبحوثين يستخدمون مواقع بنسبة تقدر بـ 47.6% بصفة دائمة ، تليها مباشرة نسبة 42.9% يستخدمونها أحيانا وبنسبة أقل نجد 9.4% يستخدمون هذه المواقع نادرا .

فجدد طلبة الماستر تخصص علم الاجتماع يستخدمونها ، فنجد أن أكبر نسبة 19.4% يستخدمونها أحيانا تليها مباشرة نسبة تقدر بـ 17.6% يستخدمونها دائما ، وبنسبة أقل نجد 4.7% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي نادرا .

أما بالنسبة للطلبة الماستر علم النفس نجد أكبر نسبة تقدر بـ 30% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائما ، تليها نسبة 23.5% يستخدمونها أحيانا ، وفي الأخير نجد نسبة 4.7% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي نادرا .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة ، وهذا راجع إلى اشتراكهم في الانترنت سواء في البيت أو الهاتف النقال كما نجد أن الطلبة يسايرون التكنولوجيا بمختلف أشكالها وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر جديدة في الجزائر خلال هذه السنوات الأخيرة .

الجدول رقم (11) : المواقع الاجتماعية الأكثر استخداما بالنسبة للمبحوثين .

المجموع	البيانات				التخصص	
	اليوتوب	تويتر	الفيسبوك	المدونات		
71	15	0	53	3	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 8,8	% 0,0	% 31,2	% 1,8	%	
99	18	1	73	7	ك	علم النفس
% 58,2	% 10,6	% 0. 6	% 42,9	% 4,1	%	
170	33	1	126	10	ك	المجموع
% 100	%19,4	%0. 6%	% 74,1	% 5,9	%	

يبين الجدول مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف المبحوثين فنجد موقع الفيسبوك كأكثر المواقع استخداما بنسبة كبيرة تقدر بـ 74.1% ، ثم تتخلف

النسبة تماما الى 19.4 % ممن يستخدمون موقع اليوتوب ، وتتنخفض النسبة الى 5.9 % من المبحوثين يستخدمون المدونات ، ونجد اقل نسبة تقدر ب 0.6 % ممن يستخدمون موقع التويتر .

ف نجد طلبة الماستر تخصص علم الاجتماع فان اكبر نسبة تقدر ب 31.2 % يستخدمون الموقع الاجتماعي الفيسبوك ، تليها نسبة 8.8 % يستخدمون اليوتوب و بدرجة اقل نجد نسبة 1.8 % يستخدمون المدونات .

أما بالنسبة للطلبة الماستر تخصص علم النفس فتقدر اكبر نسبة ب 42.9 % يستخدمون الموقع الاجتماعي الفيسبوك ، تليها نسبة 10.6 % يستخدمون موقع اليوتوب ثم تنخفض النسبة إلى 4.1 % يستخدمون المدونات ، في حين أن نسبة 0.6 % من المبحوثين يستخدمون الموقع الاجتماعي تويتر .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بعدد هائل ، ويرجع السبب إلى سهولة إنشائه و استخدامه وعالميته ، ولهذا يجذب الطلبة استعماله .

كما يستخدمون موقع اليوتوب في مشاهدة الفيديوهات المتنوعة حسب نوعية المواضيع المشاهدة التي يهتم بها المبحوثين ، ثم تأتي المواقع الأخرى كالمدونات و التويتر والسكايب وغيرها من المواقع الاجتماعية يستخدمها الطلبة إلا نادرا .

- الجدول رقم (12) : الغرض من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثين.

المجموع	البيانات				التخصص	
	متابعة ملفات معينة	التعرف على أصدقاء جدد	التسلية	الدراسة		
71	4	14	28	25	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 2,4	% 8,2	% 16,5	% 14,7	%	
99	1	26	28	44	ك	علم النفس
% 58,2	% 0,6	% 15,3	% 16,5	% 25,9	%	
170	5	40	56	69	ك	المجموع
% 100	% 2,9	% 23,5	% 32,9	% 40,6	%	

يتبين من خلال الجدول الهدف من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فنجد معظم الباحثين يستخدمونها بهدف الدراسة بنسبة تقدر بـ 40.6% ثم تتخفف النسبة إلى 32.9% من الباحثين يستخدمونها لغرض التسلية و الترفيه تليها نسبة 23.5%

يستعملونها للتواصل ومعرفة أصدقاء جدد للدرشة ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة تقدر ب 2.9 % ممن يتابعون ملفات خاصة بهم .

فوجد طالبة الماستر علم الاجتماع يستخدمون هذه المواقع للتسلية بأكبر نسبة تقدر ب 16.5% ثم تنخفض النسبة إلى 14.7 % يستخدمونها بغرض الدراسة ، ثم تقل النسبة إلى 8.2 % يستخدمونها بغرض التعرف على أصدقاء جدد و الدرشة معهم ، في حين اصغر نسبة تقدر ب 2.4 % يتابعون ملفات خصوصية .

أما بالنسبة للطلبة علم النفس نجد اكبر نسبة تقدر ب 25.9 % يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لغرض الدراسة ، وتليها نسبة 16.5 % يستخدمونها للتسلية ، وتنخفض النسبة إلى 15.3 % بغرض التعرف على أصدقاء جدد ، في حين اصغر نسبة تقدر ب 0.6 % لمتابعة ملفت خاصة .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الدراسة بحيث يتصفحون المواقع الدراسية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي ، كل حسب ميوله وتخصصه ، كما يستخدمونها بهدف التسلية و الترفيه من خلال صفحات الترفيه المختلفة ، ومنهم من يستخدمها للدرشة و التعرف على أصدقاء جدد ، لان من خصائص مواقع التواصل الاجتماعي الانفتاح ومشاركة الآخرين ، ويرجع استعمال هذه المواقع كل حسب اهتماماته .

- الجدول رقم (13) : الأوقات المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين.

المجموع	البيانات				التخصص	
	الليل	المساء	الظهيرة	الصباح		
71	13	45	9	4	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 7,6	% 26,5	% 5,3	% 2,4	%	
99	20	50	26	3	ك	علم النفس
% 58,2	% 11,8	% 29,4	% 15,3	% 1,8	%	
170	33	95	35	7	ك	المجموع
% 100	% 19,4	% 55,9	% 20,6	% 4,1	%	

يبين الجدول الأوقات المفضلة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث نجد أكبر نسبة تقدر بـ 55.9 % من المبحوثين يستخدمون هذه المواقع في الفترة المسائية ، تليها نسبة 20.6 % ممن يستخدمونها في الظهيرة ، وتتنخفض النسبة إلى 19.4 % يستخدمونها في الليل ، وفي الأخير نجد نسبة 4.1 % أن الوقت المفضل لديهم الفترة الصباحية .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع يتبين لنا أكبر نسبة من المبحوثين مقدر بـ 26.5 % يستخدمون هذه المواقع في الفترة المسائية ثم تتخفض النسبة إلى 7.6 %

يستخدمونها في الأوقات الليلية ، وتقل النسبة إلى 5.3 % يستخدمونها في الظهيرة ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر بـ 2,4 % ممن يستخدمون هذه المواقع في الفترة الصباحية

أما بالنسبة للطلبة الماستر تخصص علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 29.4 % الوقت المفضل لدسهم في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية ، ثم تليها مباشرة نسبة 15% يستخدمونها في فترة الظهيرة ، وتخفض النسبة إلى 11.8% ممن يستخدمونها في فترة الليل ، وفي الأخير نجد نسبة 1.8% من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الصباحية .

ويأخذ الترتيب حسب الوقت المفضل لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث نجد أكبر نسبة تقدر بـ 55.9 % من المبحوثين يستخدمون هذه المواقع في الفترة المسائية ، تليها نسبة 20.6 % ممن يستخدمونها في الظهيرة ، وتخفض النسبة إلى 19.4 % يستخدمونها في الليل ، وفي الأخير نجد نسبة 4.1 % أن الوقت المفضل لديهم الفترة الصباحية .

نستنتج من خلال الجدول أن الأوقات المفضلة بالنسبة للطلبة هي الفترة المسائية نظرا لتوفر عامل الوقت لديهم وكذلك نجد معظم الطلبة لديهم اشتراكات الانترنت في البيت .

كما يستخدم بعض المبحوثين هذه المواقع في فترة الظهيرة لأنه وقت الفراغ بالنسبة للطلبة العاملين ، كما يستخدمها في فترة الليل ، وهناك من يستخدمها في الصباح ويعود السبب إلى الوقت الذي يراه الطالب مناسب للدخول هذه المواقع .

- الجدول رقم (14) : عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للمبجوثين .

المجموع	البيانات			التخصص	
	أكثر من 3 ساعات	ثلاث ساعات	ساعتين		
71	17	26	28	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 10	% 15,3	% 16,5	%	
99	28	29	42	ك	علم النفس
% 58,2	% 16,5	% 17,1	% 24,7	%	
170	45	55	70	ك	المجموع
% 100	% 26,5	% 32,4	% 41,2	%	

يبين الجدول عدد الساعات التي يقضيها الطلاب في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 41.2% من المبجوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين في اليوم ، تليها نسبة 32.4% يستخدمون هذه المواقع مدة ثلاث ساعات في اليوم ، وفي الأخير نجد أقل نسبة تقدر بـ 26.5% ممن يستخدمونها لأكثر من أربع ساعات في اليوم .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد أن أكبر نسبة تقدر بـ 16.5% يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين في اليوم ، تليها مباشرة نسبة

15.3 % يستخدمونها مدة ثلاث ساعات في اليوم ، ونجد اقل نسبة تقدر بـ 10 % يستخدمون هذه المواقع لأكثر من أربع ساعات في اليوم .

أما بالنسبة للطلبة الماجستير علم النفس ، فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 24.7 % ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين في اليوم ، تليها نسبة 17.1 % يستخدمونها مدة ثلاث ساعات في اليوم ، أما النسبة الأخيرة تقدر بـ 16.5 % من الطلبة يستخدمونها لأكثر من أربع ساعات في اليوم .

ويتضح من خلال الجدول أن عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين من طرف المبحوثين وهذا حسب الوقت المفضل لديهم وعادة ما يكون وقت الفراغ يقومون بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي المشتركين فيها .

نستنتج من خلال الجدول فئة كبيرة من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين في اليوم ويرجع السبب إلى الوقت المفضل لديهم وهي الفترة المسائية وهو عادة وقت الفراغ ، لذا يستعملها مدة ساعتين ، وهناك من يستعملها أكثر فنجد وقت الفراغ هو الذي يحدد عدد ساعات الاستخدام لدى المبحوثين .

- الجدول رقم (15) : الأسباب التي تدفع الطلبة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات			التخصص	
	الانتشار الواسع لهذه المواقع	خصوصية هذه المواقع	سهولة الاستخدام		
71	21	17	33	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 12,4	%10	% 19,4	%	
99	28	14	57	ك	علم النفس
%58,2	%16,5	% 8,2	% 33,5	%	
170	49	31	90	ك	المجموع
% 100	% 28,8	% 18,2	% 52,9	%	

يوضح الجدول الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فبالنسبة لطلبة نجد أكبر نسبة تقدر بـ 52.9% يستخدمون هذه المواقع لسهولة الاستخدام ومختلف التطبيقات التي تحويها ، تليها نسبة 28.8 % يستخدمونها بدافع انتشارها الواسع في مختلف بلدان العالم ، وفي الأخير نجد أصغر نسبة تقدر بـ 8.2% من المبحوثين يرون أنها مواقع خصوصية .

فوجد طلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكبر نسبة تقدر ب 19.4 % يرون أنها سهلة الاستخدام ، في حين نجد نسبة 12.4 % يرى الطلبة أن هذه المواقع أنها واسعة الانتشار في مختلف بلدان العالم ، تليها مباشرة نسبة 10% يرون بأنها مواقع خصوصية.

أما بالنسبة للطلبة علم النفس فوجد اكبر نسبة تقدر ب 33.5 % يرون ان سهولة الاستخدام هي السبب الرئيسي ، تليها نسبة 16.5 % يرون أن هذه المواقع واسعة الانتشار في العالم ، وفي الأخير نجد نسبة 8.2 % يعتبرونها مواقع خصوصية .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث يعتبرونها سهلة الاستعمال و لا تتطلب مهارات معينة في الاستخدام لأن من مميزات سهولة الاستخدام ، و هناك من يرى بأنها مواقع خصوصية يعبر فيها عن آراءه من خلال الصفحة الشخصية التي فيها ، وهناك من يستخدمها بدافع أنها مواقع عالمية ويسعى إلى الاحتكاك مع مستخدمين جدد من العالم يشتركون في اهتمامات مشتركة .

- تحليل معطيات الفرضية الأولى :

- توجد أسباب دفعت الطلبة الجامعيين إلى استخدام الإعلام الجديد وتطبيقاته.

من خلال تحليل نتائج الجداول المتعلقة بالفرضية الأولى تبين أنه :

- يبين الجدول رقم (7) أهمية الانترنت بالنسبة للمبحوثين ، حيث يستخدم جميع الطلبة الانترنت في يومياتهم .

- يبين الجدول رقم (8) أن المبحوثين يفضلون البيت عند استخدامهم للانترنت ويرجع ذلك إلى إقامتهم في البيت ومشاركين بالانترنت .

- كما يبين الجدول رقم (9) أن جميع المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم صفحات مختلفة للتواصل الاجتماعي .

- ويبين الجدول رقم (10) أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة ، وهذا راجع إلى اشتراكهم في الانترنت سواء في البيت أو الهاتف النقال .

- ويضيف الجدول رقم (11) أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك الذي يعد من أولى مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المشتركين في العالم ثم تأتي المواقع الأخرى كالمدونات واليوتوب و التويتز وغيرها من المواقع الاجتماعية .

- ويبين أيضا الجدول رقم (12) أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بهدف الدراسة بحيث يتصفحون المواقع الدراسية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي ، كما يستخدمونها للتسلية و الترفيه ، كذلك الدردشة مع الأصدقاء .

- ويبين الجدول رقم (13) أن الأوقات المفضلة بالنسبة للمبحوثين هي الفترة المسائية نظرا لتوفر عامل الوقت لديهم وكذلك نجد معظم الطلبة لديهم اشتراكات الانترنت في البيت .

- ونجد أيضا الجدول رقم (14) أن فئة كبيرة من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي مدة ساعتين في اليوم ويرجع السبب إلى الوقت المفضل لديهم وهي الفترة المسائية وهو عادة وقت الفراغ ، كما يفضلون أوقات أخرى في فترة الليل وفترة الظهيرة .
- في حين الجدول رقم (15) أن معظم المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي حيث يعتبرونها سهلة الاستعمال و لأن من مميزات سهولة الاستخدام ، كما تتميز بأنها مواقع خصوصية ، وكذلك من أسباب الاستخدام عالمية انتشار هذه المواقع .
- لقد بينت الدراسة بأن كل المبحوثين يستخدمون الانترنت يوميا وبساعات مختلفة ولديهم أيضا صفحات شخصية في مواقع التواصل الاجتماعي ، ويعتبر الفيسبوك أكثر المواقع استخداما من طرف المبحوثين لتأتي بعده المواقع الاجتماعية الأخرى ، ومن الأسباب التي دفعت المبحوثين لاستخدام هذه المواقع هو الدراسة والتسجيل في الصفحات الدراسية كل حسب تخصصه ، و أيضا من الأسباب الدردشة والتسلية والترفيه وغيرها .

- تحليل بيانات الفرضية الثانية : المواضيع و الأحداث السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

- الجدول رقم (16) : الموضوعات المتصفح من طرف المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات					التخصص	
	ترفيهية	سياسية	رياضية	اجتماعية	ثقافية		
71	5	12	9	23	22	ك	علم النفس
% 41,8	% 2,9	% 7,1	% 5,3	%13,5	% 12,9	%	
99	12	10	12	32	33	ك	علم الاجتماع
% 58,2	% 7,1	% 5,9	%7,1	%18,8	% 19,4	%	
170	17	22	21	55	55	ك	المجموع
% 100	% 10	%12,9	% 12,4	%32,4	% 32,4	%	

يبين الجدول أن معظم الطلبة يتصفحون المواضيع الثقافية و المواضيع الاجتماعية بنسبة 32.4 % ، تليها نسبة 12.9 % من الطلبة يتابعون المواضيع السياسية ، وتقل النسبة إلى 12.4 % من الطلبة يتابعون المواضيع الرياضية ، وفي الأخير نجد نسبة 10 % يتابعون البرامج الترفيهية عبر هذه المواقع .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكير نسبة تقدر ب 13.5 % يتصفحون المواضيع الاجتماعية عبر هذه المواقع ، تليها مباشرة نسبة 12.9 % يتابعون المواضيع الثقافية ، ثم تنخفض النسبة إلى 7.1 % من الطلبة يتابعون المواضيع الرياضية ، وتأتي بعدها نسبة 5.9 % ممن يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فتقدر اكير نسبة 19.4 % من الطلبة يتابعون المواضيع الثقافية ، تليها مباشرة نسبة 18.8 % ممن يتابعون المواضيع الاجتماعية ثم تنخفض النسبة إلى 7.1 % يتابعون المواضيع الرياضية ، وفي الأخير نجد نسبة 5.9 % من الطلبة يتابعون الأحداث السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم الطلبة يتصفحون المواضيع الثقافية و الاجتماعية بدرجة كبيرة وهو ما يفسر طبيعة التخصص التي تفرض على المبحوث الاهتمام بالمواضيع التي تفيده ، كما ذكرنا سابقا عادة ما يتصفحون المواضيع الثقافية و الاجتماعية التي تفيدهم في دراستهم من خلال الصفحات والمجموعات التي تقوم بالنشر في مواقع التواصل الاجتماعي ، كما نجد المبحوثين الآخرين يتابعون الصفحات الرياضية و البرامج الترفيهية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

- الجدول رقم (17) : متابعة المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات		التخصص	
	لا	نعم		
71	43	28	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 25,3	% 16,5	%	
99	56	43	ك	علم النفس
% 58,2	% 32,9	% 25,3	%	
170	99	71	ك	المجموع
% 100	% 58,2	% 41,8	%	

من خلال الجدول يتبين أن معظم المبحوثين لا يتابعون المواضيع السياسية بنسبة تقدر ب 58.2 % ، في حين نجد نسبة 41.8 % من المبحوثين المواضيع و الأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

فبالنسبة إلى طلبة الماستر علم الاجتماع نجد نسبة 25.3 % لا يتابعون المواضيع السياسية ، في حين نجد نسبة 16.5 % من الطلبة ممن يتابعون الأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أما بالنسبة إلى طلبة الماستر علم النفس ، نجد أكبر نسبة تقدر ب 32.9 % لا يتابعون المواضيع السياسية ، تليها نسبة 25.3 % ممن يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم الباحثين لا يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويفسر ذلك باهتمامهم بالمواضيع الثقافية و الاجتماعية كما يوضح الجدول رقم (16) ، لكن توجد فئة معتبرة من الباحثين مهتمين بالمواضيع السياسية ويتصفحونها في مواقع التواصل الاجتماعية التي يستخدمونها ، بحيث يتابعون جديد الأحداث السياسية عبر هذه المواقع من خلال المشاركة و التفاعل مع الحدث السياسي المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي .

- الجدول رقم (18) : الوسيلة المفضلة في متابعة المواضيع السياسية .

المجموع	البيانات				التخصص	
	اليوتوب	الفيسبوك	تويتر	المدونات		
71	33	22	7	9	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 19,4	% 12,9	% 4,1	% 5,3	%	
99	40	31	18	10	ك	علم النفس
%58,2	% 23,5	% 18,2	% 10,6	% 5,9	%	
170	73	53	25	19	ك	المجموع
%100	%42,9	% 31,2	% 14,7	% 11,2	%	

يتبين من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يفضلون موقع اليوتوب في متابعة القضايا السياسية بنسبة تقدر بـ 42.9 % ، تليها نسبة 31.2 % يفضلون موقع الفيسبوك ، وتتنخفض النسبة إلى 14.7 % يفضلون موقع تويتر في متابعة القضايا السياسية ، وفي الأخير نجد نسبة 11.2 % من المبحوثين يفضلون المدونات في متابعتهم للمواضيع السياسية .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع ، نجد أكبر نسبة تقدر بـ 19.4 % يفضلون موقع اليوتوب في متابعة الأحداث السياسية ، تليها نسبة 12.9 % يفضلون موقع الفيسبوك ، و تقل النسبة إلى 5.3 % يفضلون المدونات في متابعة القضايا السياسية و في الأخير نجد نسبة 4.3 % من الطلبة يتابعون المواضيع السياسية عبر موقع التويتر .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 23.5 % يفضلون موقع اليوتوب في متابعة المواضيع السياسية ، تليها نسبة 18.2 % يفضلون موقع الفيسبوك ، و تتخفض النسبة إلى 10 % يفضلون موقع التويتر ، وفي الأخير نجد نسبة 5.9 % يفضلون المدونات في متابعة المواضيع السياسية.

نستنتج من خلال الجدول أن الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين في متابعة الأحداث السياسية الراهنة هو موقع اليوتوب ، لأن عادة ما يصور الهواة أو مؤسسات اتصالية معينة الأحداث السياسية وينشرونها في موقع اليوتوب للحصول على أكبر مشاهدة من طرف المستخدمين ، كما أن الفيديو أكثر تعبيراً عن الوضع في تصوير الحدث السياسي كما نجد موقع الفيسبوك كذلك من المواقع المفضلة لدى المبحوثين في متابعة الأحداث السياسية الراهنة في عدة أشكال كالفديو و الكتابة حول تلك الأحداث السياسية لتصل الجميع في مختلف أنحاء العالم من خلال التفاعل والمشاركة والنشر ، ثم تأتي باقي المواقع الاجتماعية الأخرى كالمدونات وتويتر وغيرها .

- الجدول رقم (19) : مساهمة المبحوثين في نشر المواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	البيانات					التخصص	
	لا أساهم أبدا	فيديوهات	أخبار	صور	مقالات		
71	48	3	10	6	4	ك	علم الاجتماع
% 41,8	%28,2	% 1,8	% 5,9	%3,5	% 2,4	%	
99	65	8	7	14	5	ك	علم النفس
% 58,2	%38,2	% 4,7	% 4,1	% 8,2	% 2,9	%	
170	113	11	17	20	9	ك	المجموع
%100	%66,5	% 6,5	% 10	%11,8	% 5,2	%	

يبين الجدول أن اغلب المبحوثين لا يساهمون في نشر مواضيع سياسية بنسبة كبيرة تقدر ب 66.5 % ، وتقابلها نسبة 11.8 % من المبحوثين يساهمون بنشر صور سياسية ، وتليها مباشرة نسبة 10 % يساهمون بنشر أخبار سياسية ، في حين نجد نسبة 6.5 % يساهمون في شكل فيديوهات ، وفي الأخير نجد نسبة 5.2 % يساهمون في نشر مقالات سياسية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر ب 28.2 % لا يساهمون في نشر مواضيع سياسية عبر صفحاتهم الشخصية تقابلها نسبة 5.9 % من الطلبة

يساهمون في الأخبار السياسية ، تليها نسبة 3.5 % يساهمون في شكل صور وتخفض النسبة إلى 2.4 % يساهمون بنشر مقالات سياسية حول الأحداث السياسية ، وفي الأخير نجد نسبة 1.8 % من الطلبة يساهمون في نشر فيديوهات حول الأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أما بالنسبة لطلبة الماجستير علم النفس ، فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 38.2 % لا يساهمون في نشر أحداث و مواضيع سياسية ، تقابلها نسبة 8.2 % يساهمون بنشر صور سياسية ، وتخفض النسبة إلى 4.7 % يقومون بنشر فيديوهات سياسية ، وتليها مباشرة نسبة 4.1 % يقومون بنشر أخبار سياسية مختلفة ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر بـ 2.9 % من الطلبة يساهمون بمقالات سياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين لا ينشرون المواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعية ، ويرجع السبب إلى عدم ميولهم واهتمامهم إلى النشاط السياسي ، في حين نجد فئة معتبرة من المبحوثين يقومون بنشر مواضيع سياسية مختلفة سواء في شكل صور وفيديوهات وأحيانا في شكل مقالات سياسية عبر صفحاتهم الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي ، وعادة ما يروجون للأحداث السياسية الأكثر مشاهدة في تلك المواقع ، ونجد البعض من المبحوثين لهم أفكار سياسية يحاول طرحها في مواقع التواصل الاجتماعي للنقاش .

الجدول رقم (20): نوعية التفاعل بين المبحوثين حول القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات				التخصص	
	لا تقوم	النشر	المشاركة	التعليق		
71	41	6	5	19	ك	علم الاجتماع
%41,8	% 24,1	% 3,5	% 2,9	% 11,2	%	
99	56	3	7	33	ك	علم النفس
%58,2	% 32,9	% 1,8	% 4,1	% 19,4	%	
170	97	9	12	52	ك	المجموع
% 100	% 57,1	% 5,3	% 7,1	% 30,6	%	

يبين الجدول أن المبحوثين لا يتفاعلون مع أصدقائهم حول القضايا السياسية في مواقع التواصل بنسبة كبيرة تقدر بـ 57.1 % ، تقابلها نسبة 30.6 % من المبحوثين يتفاعلون مع أصدقائهم في تعليقات حول الأحداث السياسية ، وتتنخفض النسبة تماما إلى 7.1 % ممن يتفاعلون بالمشاركة وإعادة طرح المواضيع السياسية ، في حين نجد أقل نسبة تقدر بـ 5.3 % ممن ينشرون موضوعات سياسية للنقاش عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع ، فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 24.1 % لا يقومون بالتفاعل مع المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، تقابلها نسبة 11.2 %

من الطلبة يقومون بالتفاعل مع المواضيع السياسية في شكل تعليقات مختلفة ، وتتنخفض النسبة إلى 3.5 % ممن يقومون بنشر مواضيع سياسية للنقاش في صفحاتهم الشخصية ، و نجد اصغر نسبة تقدر بـ 2.5 % من الطلبة يشاركون المواضيع السياسية وإعادة طرحها في مواقعهم الخاصة .

أما بالنسبة إلى طلبة الماستر علم النفس ، فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 32.9 % لا يقومون بالتفاعل حول المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، تقابلها نسبة 19.4 % من الطلبة يقومون بالتعليق حول المواضيع السياسية ، وتتنخفض النسبة إلى 4.1 % ممن بمشاركة هذه المواضيع وإعادة طرحها ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 1.8 % من الطلبة يقومون بنشر مواضيع سياسية عبر صفحاتهم الشخصية للتعبير عن آراء سياسية معينة.

نستنتج من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين لا يتفاعلون مع أصدقائهم حول القضايا السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي ، ويرجع السبب إلى عدم الاهتمام بالأنشطة السياسية وميلهم للمواضيع الاجتماعية و الثقافية .

وفي المقابل نجد عدد من المبحوثين يهتمون بالأنشطة السياسية ويتفاعلون مع الأصدقاء حول مختلف المواضيع السياسية بحيث يشاركون بالتعليق كثيرا ، كما يشاركون بإعادة نشر المواضيع السياسية عبر مختلف صفحاتهم الشخصية .

- الجدول رقم (21) : القضايا السياسية الأكثر متابعة من طرف المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات			التخصص	
	الدولية	العربية	المحلية		
71	20	35	16	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 11,8	% 20,6	% 9,4	%	
99	26	61	12	ك	علم النفس
% 58,2	% 15,3	% 35,9	% 7,1	%	
170	46	96	28	ك	المجموع
% 100	% 27,1	% 56,5	% 16,5	%	

يبين الجدول أن معظم المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية العربية بنسبة كبيرة تقدر بـ 56.5 % ، وتنخفض النسبة إلى 27.1 % ممن يتابعون الأحداث السياسية الدولية عبر هذه المواقع ، وفي الأخير نجد نسبة 16.5 % من المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية المحلية .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر بـ 20.6 % يتابعون الأحداث السياسية العربية ، وتنخفض النسبة إلى 11.8 % ممن يتابعون القضايا السياسية العالمية ، وفي الأخير نجد أقل نسبة تقدر بـ 7.1 % من المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية المحلية .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 35.5 % يتابعون الأحداث السياسية العربية ، وتتنخفض النسبة إلى 27.1 % ممن يتابعون الأحداث السياسية الدولية ، وفي الأخير نجد أصغر نسبة تقدر بـ 16.5 % من الطلبة يتابعون الأحداث السياسية الوطنية .

نستنتج من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية العربية بالدرجة الأولى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، خاصة مع ثورات الربيع العربي بحيث توجد العديد من الأحداث السياسية المصورة والمنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي كما يتابع بعض المبحوثين الأحداث السياسية الدولية المختلفة ، في حين نجد المبحوثين لا يهتمون بالأحداث السياسية المحلية إلا قليلا .

- الجدول رقم (22) : متابعة الأحداث السياسية الدولية من طرف المبحوثين عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات		التخصص
	لا	نعم	
71	23	48	ك
%41,8	% 13,5	%28,2	%
99	48	51	ك
% 58,2	% 28,2	% 30	%
170	71	99	ك
% 100	% 41,8	% 58,2	%

يبين الجدول مدى متابعة الطلبة للأحداث السياسية العالمية ، فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد نسبة 28.2 % يتابعون الأحداث السياسية الدولية ، وتأتي القضية الفلسطينية كأهم القضايا الدولية ، ثم تأتي الأحداث السياسية الأخرى كأزمة أوكرانيا ، وهذا حسب إجابات بعض المبحوثين ، وبالمقابل نجد نسبة 13.5 % من الطلبة لا يهتمون بالأحداث السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد نسبة 30 % يتابعون الأحداث السياسية الدولية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وتأتي في مقدمتها القضية الفلسطينية ، الحروب في إفريقيا... الخ ، وبالمقابل نجد نسبة 28.2 % لا يهتمون بالأحداث السياسية الراهنة في مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية الدولية وتأتي في مقدمة أهم الأحداث السياسية القضية الفلسطينية التي يرونها أنها قضية دولية وعالمية ، بحيث معظمهم متضامنين مع القضية الفلسطينية ، ثم تأتي الأحداث السياسية الأخرى كالحرب في مالي وتدخل الولايات المتحدة في شؤون الدول ، وكذلك الملف النووي الإيراني كأبرز الأحداث السياسية العالمية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي .

- الجدول رقم (23) : متابعة الأحداث السياسية العربية من طرف المبحوثين.

المجموع	البيانات		التخصص	
	لا	نعم		
71	23	48	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 13,5	% 28,2	%	
99	48	51	ك	
% 58,2	% 28,2	% 30	%	
170	71	99	ك	المجموع
% 100	%41,8	% 58,2	%	

يبين الجدول مدى متابعة المبحوثين للأحداث السياسية العربية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر بـ 28.2 % يتابعون الأحداث السياسية العربية ، تقابلها نسبة 13.5 % لا يتابعون الأحداث العربية . أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 30 % من الطلبة يتابعون الأحداث السياسية العربية ، تقابلها نسبة 28.2 % ممن يتابعون الأحداث السياسية العربية.

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية العربية خاصة أحداث الربيع العربي ، وتأتي في مقدمتها الحرب في سوريا والعراق واليمن و قضية الدولة الإسلامية في الشام والعراق بما تسمى (بداش) ، وكذلك الحرب في ليبيا والأحداث السياسية في مصر ، وتعتبر هذه الأحداث البارزة في الحياة السياسية العربية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي .

- الجدول رقم(24) : متابعة الأحداث السياسية المحلية من طرف المبحوثين .

المجموع	البيانات		التخصص	
	لا	نعم		
71	32	39	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 18,8	% 22,9	%	
99	54	45	ك	علم النفس
% 58,2	% 31,8	% 26,5	%	
170	86	84	ك	المجموع
% 100	% 50,6	% 49,4	%	

يتبين من خلال الجدول مدى متابعة الطلبة للأحداث السياسية المحلية ، فنجد نسبة 50.6 % من المبحوثين لا يهتمون بالأحداث السياسية الوطنية ، تليها نسبة 49.4 % من المبحوثين يهتمون بالأحداث السياسية المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكبر نسبة تقدر بـ 22.9 % ممن يهتمون بمتابعة الأحداث السياسية الوطنية ، تقابلها نسبة 18.8 % غير مهتمين بهذه الأحداث السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 31.8 % لا يهتمون بمتابعة الأحداث السياسية الوطنية ، تقابلها نسبة 26.5 % من الطلبة يتابعون الأحداث السياسية المحلية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن المبحوثين يتقاربون في النسبة فمنهم يتابع الأحداث السياسية المحلية المختلفة تأتي في مقدمة الأحداث قضية الغاز الصخري في تمنراست و الأخطار الناجمة عنه ، التي أثارت ضجة إعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي وأزمة غرداية ، وكذلك قضايا الفساد السياسي و الاقتصادي في الوطن ، و مشكل الأحزاب السياسية في الجزائر (حسب إجابات العديد من الطلبة) .

- تحليل معطيات الفرضية الثانية :

- توجد مواضيع وأحداث سياسية مختلفة تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

- يبين الجدول رقم(16) أن معظم المبحوثين يتصفحون المواضيع الثقافية والاجتماعية بدرجة كبيرة وهو ما يفسر طبيعة التخصص التي تفرض على المبحوث الاهتمام بالمواضيع التي تفيدهم ويفضلونها.

- يبين الجدول رقم(17) أن معظم المبحوثين لا يتابعون المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويفسر ذلك باهتمامهم بالمواضيع الثقافية والاجتماعية .

- كما يبين الجدول رقم(18) أن الوسيلة المفضلة لدى المبحوثين في متابعة الأحداث السياسية الراهنة هو موقع اليوتوب كأول موقع تواصل اجتماعي لأن الفيديو عادة ما يكون أكثر تعبيراً عن الحدث ، ثم يليه موقع الفيسبوك وتأتي المواقع الأخرى .

- ويضيف الجدول رقم(19) أن أغلبية المبحوثين لا ينشرون المواضيع السياسية في صفحاتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

- ويبين الجدول رقم(20) أن غالبية المبحوثين لا يتفاعلون مع أصدقائهم حول القضايا السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي .

- كما يبين الجدول رقم (21) أن معظم المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية العربية في مواقع التواصل الاجتماعي على حساب الأحداث السياسية الدولية والمحلية .

- و يبين الجدول رقم(22) أن معظم المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية الدولية وتأتي في مقدمة أهم الأحداث السياسية القضية الفلسطينية التي يرونها أنها قضية دولية وعالمية .

- يبين الجدول رقم(23) أن غالبية المبحوثين يتابعون الأحداث السياسية العربية بالدرجة الأولى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، خاصة مع ثورات الربيع العربي بحيث توجد العديد من الأحداث السياسية المصورة والمنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي .

- يبين الجدول رقم(24) أن المبحوثين يتقاربون في متابعة الأحداث السياسية المحلية البارزة والمختلفة.

تبين الدراسة أن المبحوثين يتصفحون المواضيع الثقافية و الاجتماعية ، ونجد معظمهم لا يتابعون المواضيع السياسية ، وعند اطلاعهم على الأحداث السياسية يفضلون موقع اليوتوب في مشاهدة الفيديوهات التي يبحثون عنها ، كما نجد غالبية المبحوثين لا ينشرون مواضيع سياسية في صفحاتهم الشخصية ، ولا يتفاعلون مع أصدقائهم حول القضايا السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي ، ويتابع المبحوثين عادة الأحداث السياسية العربية في هذه المواقع أكثر من الأحداث السياسية الدولية والمحلية .

تحليل بيانات الفرضية الثالثة : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري .

- الجدول رقم (25) : دور مواقع التواصل الاجتماعي حسب رأي المبحوثين.

المجموع	البيانات				التخصص	ك
	كشف حقائق مزيفة	دور ثقافي	دور إعلامي	دور توعوي		
71	3	17	39	12	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 1,8	% 10	% 22,9	% 7,1	%	
99	7	18	48	26	ك	علم النفس
% 58,2	% 4,1	% 10,6	% 28,2	% 15,3	%	
170	10	35	87	38	ك	المجموع
% 100	% 5,9	% 20,6	% 51,2	% 22,4	%	

يبين الجدول الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للمبحوثين ، فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 51.2 % يرون أن لها دور إعلامي بشكل كبير ، وتتنخفض النسبة إلى 22.4 % ممن يرون أن لها دور توعوي ، تليها مباشرة نسبة 20.6 % يرون

بان لها دور ثقافي ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة تقدر بـ 5.9 % يرون بأنها تبين بعض الحقائق المزيفة و المسكت عنها .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكبر نسبة تقدر بـ 22.9 % من الطلبة يرون بان لها دور إعلامي ، ثم تتخفص النسبة إلى 10 % يرون بان لها دور ثقافي تليها نسبة 7.1 % لها دور توعوي ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر بـ 1.8 % تبين بعض الحقائق الزائفة عبر هذه المواقع .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس ، فنجد اكبر نسبة تقدر بـ 28.2 % يرون بان لها دور إعلامي ، ثم تتخفص النسبة إلى 15.3 % يرون بان لها دور توعوي ، تليها نسبة 10.6 % ممن يرون أن لها دور ثقافي ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة 4.1 % يرون بأنها تكشف بعض الحقائق المخفية التي تتسرب إلى مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن لمواقع التواصل الاجتماعية لها ادوار إعلامية بالدرجة الأولى ، لأن الهدف منها إيصال اكبر عدد من المعلومات للمستخدمين ، كما نجد العديد من الأدوار التي تقدمها مواقع التواصل منها أدوار ثقافية ، أدوار اجتماعية ، أدوار اقتصادية ، و أدوار توعوية ...الخ.

- الجدول رقم (26) : الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات		التخصص
	لا	نعم	
71	51	20	ك
% 41,8	% 30	% 11,8	%
99	69	30	ك
% 58,2	% 40,6	% 17,6	%
170	120	50	ك
% 100	% 70,6	% 29,4	%

يبين الجدول مدى ثقة الباحثين في المعلومات السياسية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي ، فنجد معظم الباحثين لا يتقنون في المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة تقدر بـ 70.6 % ، تقابلها نسبة 29.4 % من الباحثين يتقنون في هذه المعلومات .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكير نسبة تقدر بـ 30 % لا يتقون في المعلومات السياسية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي ، تقابلها نسبة 11.8 % يتقون في هذه المعلومات السياسية .

أما طلبة الماستر علم النفس نجد اكير نسبة تقدر بـ 40.6 % لا يتقون في المعلومات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي ، تقابلها نسبة 17.6 % ممن يتقون في هذه المعلومات السياسية .

نستنتج من خلال الجدول أن جل المبحوثين لا يتقون في المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ، ويرجع السبب إلى عدم وجود مصادر موثوق بها ، وقد تكون المعلومات المقدمة من جهات معينة تهدف إلى تحقيق مصالح سياسية .

وكذلك نجد فئة قليلة من المبحوثين يتقون في المعلومات السياسية المقدمة ، و يرجع السبب إلى احتكاكهم في العمل السياسي وينتمون إلى مجموعات سياسية مختلفة .

- الجدول رقم (27) : رأي المبحوثين حول طبيعة المنشورات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعية .

المجموع	البيانات			التخصص	ك
	لا تعبر عن شيء	مجرد كلام كاذب	تعبر عن الواقع السياسي		
71	37	13	21	علم الاجتماع	ك
% 41,8	% 21,8	% 7,6	% 12,4	%	%
99	44	21	34	علم النفس	ك
% 58,2	% 25,9	% 12,4	% 20	%	%
170	81	34	55	المجموع	ك
% 100	% 47,6	% 20	% 32,4	%	%

يبين الجدول أن معظم المبحوثين يرون أن هذه المنشورات لا تعبر عن الواقع السياسي السائد وهي مجرد دعايات فقط بنسبة تقدر بـ 47.6 % ، تليها نسبة 32.4 % يرون بأنها تبين الواقع السياسي السائد فهي تبين حقائق معينة ، وتقل النسبة إلى 20 % ممن يرون بأنها تروج معلومات كاذبة للتضليل وتحقيق مصالح معينة .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 21.8 % يرون أن المعلومات السياسية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي لا تعبر عن الواقع السياسي

تليها نسبة 12.4 % ممن يرون بأنها تعبر عن الواقع بصدق ، ونجد اصغر نسبة تقدر ب 7.6 % يرون بأنها مجرد كلام كاذب يهدف إلى تحقيق مصالح معينة .

أما طلبة الماستر علم النفس فنجد اكبر نسبة تقدر ب 25.9 % يرون بأن المعلومات السياسية المنشورة لا تعبر عن الواقع السياسي ، وتتنخفض النسبة إلى 20 % ممن يتقنون في المنشورات السياسية ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر ب 12.4 % يرون بأنها كلام كاذب .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يرون بأن المنشورات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لا تعبر عن الواقع السياسي السائد فهي لا مجرد دعاية إعلامية فقط وهدفها تحقيق مصالح معينة .

وهناك من يرى أنها تعبر عن الواقع بصدق بحيث تكشف بعض الحقائق المخفية فمن مميزات مواقع التواصل الاجتماعي تسريب هذه الحقائق من طرف الأشخاص إلى جمهور المستخدمين .

- الجدول رقم (28) : الاستفادة من المواضيع السياسية من طرف المبحوثين.

المجموع	البيانات				التخصص
	لا استفيد منها	بنسبة منخفضة	بنسبة متوسطة	بنسبة عالية	
71	26	15	27	3	ك
% 41,8	% 15,3	% 8,8	% 15,9	% 1,8	%
99	48	19	22	10	ك
% 58,2	% 28,2	% 11,2	% 12,9	% 5,9	%
170	74	34	49	13	ك
% 100	% 43,5	% 20	% 28,8	% 7,7	%

يبين الجدول مدى استفادة المبحوثين من مناقشتهم للمواضيع السياسية ، فنجد أن معظمهم لا يستفيدون من المناقشة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة كبيرة تقدر بـ 43.5 % ، تليها نسبة 28.8 % ممن يستفيدون من المناقشة بنسبة متوسطة وتنخفض النسبة إلى 20 % يرون بان الموضوعات السياسية المناقشة يمكن الاستفادة منها بنسبة منخفضة ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 7.6 % ممن يستفيدون من المواضيع السياسية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي مع الأصدقاء.

فبالنسبة الطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكبر نسبة 15.9 % من الطلبة يستفيدون من المناقشة حول المواضيع السياسية بنسبة متوسطة ، تليها مباشرة نسبة 15.3 % من الطلبة لا يستفيدون من المناقشة من هذه المواضيع ، ثم تتخفف النسبة إلى 8.8 % ممن يستفيدون من مناقشة هذه المواضيع بنسبة منخفضة ، وفي الأخير نجد نسبة 1.8 % ممن يستفيدون من مناقشة المواضيع السياسية بنسبة عالية .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم النفس نجد اكبر نسبة 28.2% من الطلبة لا يستفيدون من المناقشة حول المواضيع السياسية ، ثم تتخفف النسبة إلى 12.9 % من الطلبة يستفيدون من المناقشة من هذه المواضيع بنسبة متوسطة ، تليها مباشرة نسبة 11.2 % ممن يستفيدون من مناقشة هذه المواضيع بنسبة منخفضة ، وفي الأخير نجد نسبة 5.9 % ممن يستفيدون من مناقشة المواضيع السياسية بنسبة عالية .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يستفيدون من مناقشتهم للمواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك عند جمع النسب المئوية ، لكن بدرجات متفاوتة ، فمنهم من يستفيد بنسبة متوسطة وهي غالبية المبحوثين ، ومنهم من يستفيد بنسبة منخفضة ، ومنهم من يستفيد بنسبة عالية وهي فئة قليلة جدا .

كما نجد عدد معتبر من المبحوثين لا يستفيدون من النقاش حول المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث نجدهم غير مبالين بهذه النقاشات وعدم الاهتمام بالنشاط السياسي .

- الجدول رقم (29) : انتماء المبحوثين إلى مجموعات في مواقع التواصل الاجتماعي .

المجموع	البيانات				التخصص	
	لا انتمي	ديمقراطية	إسلامية	سياسية		
71	61	4	1	5	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 35,9	% 2,4	% 60	% 2,9	%	
99	77	3	7	12	ك	علم النفس
% 58,2	% 45,3	% 1,8	% 4,1	% 7,1	%	
170	138	7	8	17	ك	المجموع
% 100	% 81,2	% 4,1	% 4,7	% 10	%	

يبين الجدول التالي أن غالبية المبحوثين لا ينتمون إلى أي من المجموعات السياسية داخل مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة تقدر بـ 81.8 % ، وتنخفض النسبة تماما إلى 10 % منهم ينتمون إلى تيارات سياسية ، تليها نسبة 4.7 % ممن ينتمون إلى مجموعات سياسية إسلامية ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 4.1 % ممن ينتمون إلى مجموعات سياسية تنادي بالديمقراطية داخل مواقع التواصل الاجتماعي .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر بـ 35.9 % من الطلبة لا ينتمون إلى أي مجموعات سياسية في مواقع لا تنتمي إلى أي مجموعة سياسية داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، وتنخفض النسبة تماما إلى 2.9 % من الطلبة ينتمون إلى

مجموعات سياسية ، تليها مباشرة نسبة 2.4 % ممن ينتمون إلى مجموعات تنادي بالديمقراطية ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 0.6 % وهو طالب واحد ينتمي إلى مجموعة سياسية إسلامية .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 45.3 % من الطلبة لا ينتمون إلى أي مجموعة سياسية داخل مواقع التواصل الاجتماعي وتتنخفض النسبة تماما إلى 7.1 % منخرطون في مجموعات سياسية داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، نسبة 4.1 % منخرطون في مجموعات سياسية إسلامية ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 1.8 % من الطلبة ينتمون إلى مجموعات سياسية ديمقراطية عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين لا ينتمون إلى أي مجموعة سياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لعدم اهتمامهم إطلاقا بالنشاط السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي .

في حين نجد فئة قليلة من المبحوثين تنتمي إلى مجموعات سياسية مختلفة في مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث نجدها مشتركة في أحزاب سياسية منها أحزاب إسلامية وأحزاب ديمقراطية تعمل على نشر مبادئها وأهدافها في مواقع التواصل الاجتماعي .

- الجدول رقم (30) : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية لدى المبحوثين .

المجموع	البيانات				التخصص
	لا تساهم أبدا	بدرجة منخفضة	بدرجة متوسطة	بدرجة كبيرة	
71	13	8	27	23	ك
% 41,8	% 7,6	% 4,7	% 15,9	% 13,5	%
99	33	8	27	31	ك
% 58,2	% 19,4	% 4,7	% 15,9	% 18,2	%
170	46	16	54	54	ك
% 100	% 27,1	% 9,4	% 31,8	% 31,8	%

يبين الجدول دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة السياسية بالنسبة للمبحوثين ، فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 31.8 % يرون بان هذه المواقع تساهم في نشر الثقافة السياسية بدرجة كبيرة ، تليها نفس النسبة يرون بأنها تساهم بدرجة متوسطة ، تقابلها نسبة 27.1 % من المبحوثين يرون بان هذه المواقع لا تساهم أبدا في نشر الثقافة السياسية ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة تقدر بـ 9.4 % من المبحوثين يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الثقافة السياسية بدرجة منخفضة .

فبالنسبة إلى طلبة الماستر علم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر بـ 15.9 % من الطلبة يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر الثقافة السياسية بدرجة متوسطة تليها نسبة 13.5 % يرون بأنها تساهم بدرجة كبيرة في نشر الثقافة السياسية لديهم وتتنخفض النسبة إلى 7.6 % يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم أبدا في نشر الثقافة السياسية .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 19.4 % من الطلبة يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي لا تساهم في نشر الثقافة السياسية ، تليها مباشرة نسبة 18.2 % يرون بأنها تساهم بدرجة كبيرة في نشر الثقافة السياسية ، ثم تتخفض النسبة إلى 15.9 % يرون بأنها تساهم بدرجة متوسطة في نشر الثقافة السياسية ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر بـ 4.9 % يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بنشر الثقافة السياسية بدرجة منخفضة .

- نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يرون بأن لمواقع التواصل الاجتماعي لها دور في نشر الثقافة السياسية عند جمع النسب المئوية ، لكن بدرجات متفاوتة فمنهم من يرى بأنها تساهم في نشر الثقافة السياسية بدرجة كبيرة ، ومنهم من يرى بأنها تساهم بدرجة متوسطة ، ومنهم من يرى أنها تساهم بدرجة منخفضة .

كما نجد عدد قليل من المبحوثين يرون بان هذه المواقع لا تساهم أبدا في نشر الثقافة السياسية، هذه الفئة لا تهتم بالأنشطة السياسية .

- الجدول رقم (31) : نوعية النشاطات السياسية التي يشارك فيها الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

البيانات						التخصص
المجموع	لا تشارك	نشاطات معارضة للنظام	نشاطات حزبية	نقاشات سياسية	ك	
71	60	3	3	5	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 35,3	% 1,8	% 1,8	% 2,9	%	
99	79	6	4	10	ك	علم النفس
% 58,2	% 46,5	% 3,5	% 2,4	% 5,9	%	
170	139	9	7	15	ك	المجموع
% 100	% 81,8	% 5,3	% 4,1	% 8,8	%	

يبين الجدول نوعية الأنشطة السياسية التي يشارك فيه المبحوثين في مواقع التواصل الاجتماعي ، فنجد أكبر نسبة تقدر بـ 81.8 % من المبحوثين لا يشاركون في أي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وتنخفض النسبة تماما إلى 8.8 % ممن يشاركون في نقاشات سياسية مختلفة داخل هذه المواقع ، تليها نسبة 5.3 % من المبحوثين يشاركون في أنشطة سياسية معارضة للنظام عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 4.1 % ممن يشاركون في أنشطة سياسية حزبية التي ينتمون إليها داخل مواقع التواصل الاجتماعي .

فبالنسبة لطلبة الماستر علم الاجتماع نجد اكبر نسبة تقدر بـ 35.3 % من الطلبة لا يشاركون في أي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وتتنخفض النسبة تماما إلى 2.9 % من الطلبة يشاركون في النقاشات السياسية ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 1.8 % ممن يشاركون في النشاطات الحزبية التي ينتمون إليها وكذلك يشاركون في أنشطة سياسية معارضة للنظام .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس نجد اكبر نسبة تقدر بـ 46.5 % من الطلبة لا يشاركون في أي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وتتنخفض النسبة تماما إلى 5.9 % ممن يشاركون في النقاشات السياسية المختلفة ، تليها نسبة 3.5 % يشاركون في نشاطات سياسية معارضة للنظام داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، ونجد اصغر نسبة تقدر بـ 2.4 % ممن يشاركون في النشاطات الحزبية التي ينتمون إليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين لا يشاركون في أي نشاط سياسي في مواقع التواصل الاجتماعي عند دعوتهم من طرف الأصدقاء أو من طرف المجموعات السياسية التي تنشط في مواقع التواصل الاجتماعي ، وذلك لعدم اقتناعهم بالعمل السياسي في هذه المواقع .

كما نجد عدد قليل من المبحوثين يشاركون عند دعوتهم من طرف الأصدقاء أو المجموعات السياسية فيشاركون في نقاشات سياسية مختلفة منشوره في مواقع التواصل الاجتماعي ، فمنهم من يشارك في أنشطة معارضة للنظام ، ومنهم من ينشط لمجموعة من الأحزاب السياسية التي ينتمي إليها ويسعى إلى فرض ثقافة سياسية معينة على المستخدمين .

- الجدول رقم (32) : مساهمة المواقع في تنمية الوعي السياسي .

المجموع	البيانات				التخصص	ك
	تنمي الوعي السياسي	تكون حرية التعبير حول القضايا السياسية	تعمل على تطوير الثقافة السياسية	تعمل على نشر ثقافة سياسية		
71	29	23	6	13	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 17,1	% 13,5	% 3,5	% 7,6	%	
99	47	31	10	11	ك	علم النفس
% 58,2	% 27,6	% 18,2	% 5,9	% 6,5	%	
170	76	54	16	24	ك	المجموع
%100	% 44,7	% 31,8	% 9,4	% 14,1	%	

يبين الجدول كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي حيث نجد أكبر نسبة تقدر بـ 44.7% من المبحوثين يرون أن المنشورات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لا تنمي الوعي السياسي ، وتتنخفض النسبة إلى 31.8% من المبحوثين يرون بان لديهم حرية التعبير والتعليق و المشاركة حول الأحداث والمواضيع السياسية ، في حين نجد نسبة 14.1% ممن يرون بأنها تعمل

على نشر الثقافة السياسية ونجد اقل نسبة تقدر بـ 9.4 % من المبحوثين يرون بأنها تعمل على تطوير الثقافة السياسية .

فبالنسبة لطلبة الماجستير علم الاجتماع نجد اكير نسبة تقدر بـ 17.1 % يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي لا تنمي الوعي السياسي ، تليها نسبة 13.5 % من الطلبة يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تسمح بالتعبير و الحرية في مناقشة القضايا و الأحداث السياسية ، و تنخفض النسبة إلى 7.6 % يرون بأنها تعمل على نشر ثقافة سياسية معينة ، في حين نجد اصغر نسبة تقدر بـ 3.5 % من الطلبة يرون بأنها تعمل على تطوير ثقافتهم السياسية من المنشورات والأحداث السياسية .

أما بالنسبة لطلبة الماجستير علم النفس ، فنجد اكير نسبة تقدر بـ 27.5 % من الطلبة يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي لا تنمي الوعي السياسي لديهم ، وتنخفض النسبة إلى 18.2 % يرون بان لديهم حرية اكير في التفاعل والتعبير حول القضايا السياسية من خلال صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي ، تليها نسبة 6.5 % ممن يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على نشر ثقافات سياسية متعددة ، وفي الأخير نجد اصغر نسبة تقدر بـ 5.9 % يرون بان مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تطوير الثقافة السياسية للطلبة .

نستنتج من خلال الجدول أن معظم المبحوثين يرون بأن المنشورات المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر وتنمية الوعي السياسي لديهم بمستويات مختلفة فمنهم من يرى بأنها تعمل على نشر ثقافة سياسية معينة ، ومنهم من تطور ثقافته السياسية من خلال الاطلاع على المواضيع السياسية ، ومنهم من يرى أنها فضاء لحرية الرأي و التعبير عن أفكار ، حيث نجد كل واحد لديه رأي حول ما ينشر من مواضيع سياسية في مواقع التواصل الاجتماعي ، فكثرة الاطلاع تزيد من تنمية الثقافة السياسية .

كما نجد فئة أخرى من المبحوثين ترى بأن مواقع التواصل الاجتماعي لا تنمي الوعي السياسي لديهم ، ويبررون بعدم الثقة في المعلومات المنشورة.

- الجدول (33) : تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الاتجاهات السياسية في المستقبل .

المجموع	البيانات		التخصص	
	لا	نعم		
71	35	36	ك	علم الاجتماع
% 41,8	% 20,6	% 21,2	%	
99	44	55	ك	علم النفس
% 58,2	% 25,9	% 32,4	%	
170	79	91	ك	المجموع
% 100	% 46,5	% 53,5	%	

يبين الجدول التالي تأثير الإعلام الجديد على تشكيل الاتجاهات السياسية في المستقبل بحيث نجد أكبر نسبة تقدر بـ 53.5% يرى الباحثين بأن الإعلام الجديد يؤثر عليهم مستقبلاً في تنمية اتجاهاتهم السياسية ، تقابلها نسبة 46.5 % من الباحثين يرون بأن الإعلام الجديد لا يؤثر على اتجاهاتهم السياسية مستقبلاً .

فبالنسبة لطلبة الماستر عم الاجتماع نجد أكبر نسبة تقدر بـ 21.2 % يرون بأن الإعلام الجديد لا يؤثر على اتجاهاتهم السياسية مستقبلاً ، تقابلها نسبة 20.6 % من الطلبة يرون بأن الإعلام الجديد يؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية مستقبلاً .

أما بالنسبة لطلبة الماستر علم النفس نجد 32.5 % يرون بأن الإعلام الجديد يؤثر على اتجاهاتهم السياسية مستقبلا ، تقابلها نسبة 25.9 % ممن يرون بأن الإعلام الجديد لا يؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية مستقبلا .

نستنتج من خلال الجدول أن الإعلام الجديد يؤثر في تشكيل الاتجاهات السياسية مستقبلا لدى المبحوثين ، بحيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصال هامة يستخدمها جميع الطلبة لما تقدمه من معلومات فورية وتنتشر بسرعة كبيرة في هذه المواقع كما أن الإعلام التقليدي أصبح لديه مواقع تواصل اجتماعية ونشر ما يقدمه في هذه المواقع .

كما نجد عدد من المبحوثين يرون بأن الإعلام الجديد لا يؤثر في تشكيل اتجاهاتهم السياسية مستقبلا ويبررون بأن تشكيل الاتجاهات السياسية غير مرتبط بالإعلام الجديد فهناك عدة جهات يمكن أن تؤثر فيهم كالايدولوجيا والأحزاب السياسية التي ينتمون إليها وغيرها .

- تحليل معطيات الفرضية الثالثة:

- ينمي الطالب الجامعي ثقافته السياسية من خلال استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي .

- يبين الجدول رقم (25) أن لمواقع التواصل الاجتماعية لها دور إعلامي بدرجة أكبر ، لأن الهدف منها إيصال أكبر عدد من المعلومات للمستخدمين ، كما لها أدوار ثقافية اجتماعية وغيرها.

- يبين الجدول رقم (26) أن جل الباحثين لا يتقنون في المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ، لكن يوجد من الباحثين يتقنون في هذه المعلومات .

- يبين الجدول رقم (27) أن معظم الباحثين يرون بأن المنشورات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لا تعبر عن الواقع السياسي السائد فهي مجرد دعاية إعلامية فقط ، وهناك من يرى أنها تعبر عن الواقع السياسي الراهن بصدق وتقوم بكشف حقائق كثيرة .

- يبين الجدول رقم (28) أن معظم الباحثين لا ينتمون إلى أي مجموعة سياسية في مواقع التواصل الاجتماعي لعدم اهتمامهم إطلاقاً بالنشاط السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي .

- يبين الجدول رقم (29) أن معظم الباحثين يستفيدون من مناقشتهم للمواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي بمستويات مختلفة .

- يبين الجدول رقم (30) أن معظم الباحثين لا يشاركون في أي نشاط سياسي في مواقع التواصل الاجتماعي عند دعوتهم من طرف الأصدقاء أو من طرف المجموعات السياسية التي تنشط في مواقع التواصل الاجتماعي.

- يبين الجدول رقم (31) أن معظم المبحوثين يرون بأن المنشورات المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في نشر وتنمية الوعي السياسي لديهم بمستويات مختلفة من خلال ما ينشر من مواضيع سياسية في هذه المواقع .

- يبين الجدول رقم (32) أن الإعلام الجديد يؤثر في تشكيل الاتجاهات السياسية مستقبلا لدى الطالب الجزائري .

تبين الفرضية أن لمواقع التواصل الاجتماعي أدوار مختلفة منها ادوار إعلامية ، ثقافية توعوية وغيرها ونجد أن المبحوثين لا يثقون في المعلومات السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث يرون بأنها لا تعبر عن الواقع السياسي عند البعض ، في حين يرى الآخريين بأنها تعبر على حقيقة الواقع السياسي بصدق في تقديمها للأحداث السياسية ، وتبين الدراسة أيضا ان المبحوثين لا ينتمون لأي مجموعة سياسية إلا فئة قليلة ، أما عند مناقشتهم للمواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي ، فان معظمهم يستفيدون وينمون ثقافتهم السياسية لكن بمستويات مختلفة ، كم تبين الدراسة أن المبحوثين لا يشاركون في النشاطات السياسية عند دعوتهم من طرف الأصدقاء ، وفي الأخير نجد أن الإعلام الجديد يؤثر في معظم المبحوثين في تشكيل اتجاهاتهم السياسية مستقبلا .

الاستنتاج العام :

من خلال النتائج والملاحظات التي استخلصت من الفرضيات و الدراسة الميدانية عموما حول الموضوع وهو دور الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري (مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا) ، ويمكن أن تخلص إلى أن الطالب الجزائري يستخدم الانترنت بصفة يومية ، وذلك لاشتراكه بالانترنت، ونجد أن كل الطلبة لديهم صفحات في مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث معظمهم لديهم موقع الفيسبوك كأفضل مواقع التواصل الاجتماعي ، ويستخدمونه بصفة دائمة ، وتعدد استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة ، فمنهم من يستخدمها للأغراض الدراسية ، ومنهم للتسلية و الترفيه ، ومنهم من ستخدمها للدردشة و التعرف على أصدقاء جدد ، ويفضلون الطلبة الفترة المسائية في استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي و عي عادة فترة راحة لمعظم الطلبة ، ومن أسباب استعمال مواقع التواصل الاجتماعي كذلك هو سهولة إنشائها وبساطة استخدامها ، كما تتميز بأنها مواقع خصوصية و عالمية الانتشار، لان باستطاعة الطالب استخدام العديد من الصفحات الشخصية في عدة مواقع اجتماعية وهو ما يبين أن الطالب الجزائري يساير التكنولوجيا .

كما يوجد العديد من المواضيع و الأحداث السياسية المتنوعة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ، فنجد الطالب الجزائري يتصفح المواضيع الثقافية و الاجتماعية على حساب المواضيع السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي ، أما الوسيلة المفضلة للطلبة عند متابعتهم للأحداث السياسية الراهنة هو موقع اليوتوب ، فالطلبة يفضلون مشاهدة الفيديوهات لأنه أكثر تعبيرا عن الحدث السياسي ، ونجد أيضا الطالب الجامعي الجزائري لا يقوم بنشر المواضيع السياسية في صفحته الشخصية ، كما لا يتفاعل مع أصدقاءه حول القضايا السياسية المطروحة في مواقع التواصل الاجتماعية إلا القليل من الطلبة ، ويتابع الطلبة كثيرا الأحداث السياسية في الوطن العربي (أزمة الربيع العربي) على حساب الأحداث الدولية و المحلية ، وهو ما يبين تعاطف الطلبة مع القضايا العربية.

إن المواضيع والأحداث السياسية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي تفرز ثقافات سياسية كثيرة ، لما لها من ادوار مختلفة وكأكثر الأدوار نجد أن لها دور إعلامي بالدرجة الأولى ، لان هدفها إيصال اكبر عدد من المعلومات ونشرها للمستخدمين ، فنجد أن الطالب الجامعي الجزائري لا يثق في المعلومات السياسية المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي لعدم مصداقيتها ، كما أن المنشورات السياسية المقدمة في هذه المواقع لا تعبر عن الواقع السياسي السائد ، وبينت الدراسة أن الطالب الجزائري لا ينتمي إلى المجموعات السياسية التي تنشط في مواقع التواصل الاجتماعي لعدم اهتمامه بالنشاط السياسي في هذه المواقع ، في حين نجد الطلبة يستفيدون من مناقشتهم للمواضيع السياسية مع الأصدقاء ، بمستويات مختلفة ، وتبين الدراسة أن الطالب الجامعي الجزائري لا يشارك في أي نشاط سياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي عند دعوته من طرف الأصدقاء أو المجموعات السياسية المنخرط فيها ، وهو ما يبين نفوره عن العمل السياسي في هذه المواقع ، لكنه في المقابل ينمي وعيه السياسي من خلال تصفحه للمنشورات السياسية المقدمة ، من خلال استفادته من التعليقات المكتوبة حول تلك المواضيع السياسية .

وبما أن الإعلام الجديد أصبح له دور مهم كباقي المؤسسات الاتصالية ، فإنه يؤثر في اتجاهات السياسة للطلبة مستقبلا ، فقد يتأثر الطالب بتيارات إيديولوجية و سياسية ويمكن أن يؤثر في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من خلال ما يطرحه ، فالإعلام الجديد أصبحت له تأثيرات سياسية كبيرة في دول العالم فله الكثير من الايجابيات و السلبيات .

خاتمة :

بعد استعراض الدراسة التي كان موضوعها حول " الإعلام الجديد وتشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري " مواقع التواصل الاجتماعي نموذجا ، حيث توصلت الدراسة أن هناك أسباب دفعت الطالب الجامعي الجزائري إلى استخدام الإعلام الجديد وتطبيقاته (مواقع التواصل الاجتماعي) ، فبينت أن معظم الطلبة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم صفحات شخصية في هذه المواقع ، ويعتبر الفيسبوك كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما من طرف الطلبة تليها المواقع الأخرى ويستخدمون هذه المواقع للدراسة و الدردشة و الترفيه و التعرف على أصدقاء جدد فبذلك نجد العديد من الاستخدامات بالنسبة للطلبة .

كما تناولت الدراسة أهم المواضيع والأحداث السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي و التي يتابعها الطلبة ، حيث نجدهم يتصفحون المواضيع الثقافية بدرجة كبيرة من المواضيع الأخرى الاجتماعية والسياسيةالخ ، وبينت الدراسة أن الطلبة لا يتابعون المواضيع السياسية ، كما أنهم لا ينشرون ولا يتفاعلون مع هذه المواضيع .

وعند اطلاعهم على الأحداث السياسية فإنهم يفضلون موقع اليوتوب في متابعة الأحداث السياسية وتأتي في مقدمها الأحداث السياسية العربية و الدولية .

كما نجد أن الدراسة وقفت على مدى استفادة الطالب الجامعي الجزائري من تنمية ثقافته السياسية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ، فيرى معظم الطلبة أن لمواقع التواصل الاجتماعي ادوار إعلامية بالدرجة الأولى ومحاولة توصيل اكبر عدد من المعلومات للمستخدمين ، في حين نجد أن معظم الطلبة لا يثقون في المعلومات السياسية المنشورة. كما بينت الدراسة أن معظم الطلبة يستفيدون من مناقشتهم للمواضيع السياسية مع الأصدقاء وذلك بمستويات مختلفة من خلال اطلاعهم على مختلف المواضيع السياسية وبالتالي ساهمت في تنمية ثقافتهم السياسية ، كما بينت الدراسة أن الإعلام الجديد قد يؤثر على الطلبة مستقبلا في تشكيل اتجاهاتهم السياسية من خلال ما يطرحه من أفكار و إيديولوجيات تساهم في دخولهم العالم السياسي .

قائمة المراجع

- قائمة المراجع :

- الكتب :

- 1- ابن منظور ، لسان العرب_ .المجلد الأول ، دار صادر ، بيروت، لبنان، 2005 .
- 2- إبراهيم أبراش ، النظرية السياسية بين التجريد و الممارسة . دار الجندي للنشر و التوزيع ، القدس ، ط1 ، 2012.
- 3- إبراهيم ناصر ، المواطنة . مكتبة الرائد العلمية ، عمان ، ط1 ، 2002 .
- 4- إحسان محمد حسن ، النظريات الاجتماعية المتقدمة ، دار وائل للنشر ، لبنان ، ط1 ، 2005 .
- 5- احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات الإعلام . دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1994.
- 6- احمد زكي بدوي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية .مكتبة لبنان ، بيروت ، 1986 .
- 7- احمد سليمان أبو زيد ، علم الاجتماع السياسي " الأسس و القضايا من منظور نقدي " . دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 2006 .
- 8- احمد محمد المصري ، العلاقات العامة . مؤسسة شباب مصر ، مصر ، 2000 .
- 9- إسماعيل علي سعد ، علم الاجتماع السياسي بين السياسة و الاجتماع .دار المعرفة الجامعية الازاريطية ، الإسكندرية ، ط1 ، 1999. .
- 10- الحسيني وآخرون ، دراسة في التنمية الاجتماعية . دار المعارف ، القاهرة ، 1973 .

- 11- السيد عبد العاطي السيد ، صراع الأجيال . دراسة في ثقافة الشباب . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1990 ، ص 231 .
- 12- الصادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده) . منشورات جامعة العلوم السياسية ، العراق ، 1990 .
- 13- برايان اندرداهل ، الانترنت ، دار الفاروق للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2001 .
- 14- ثناء فؤاد عبد الله ، آليات التغيير الديمقراطي في الوطن العربي . مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، 1997 .
- 15- جون ميلا مناتز ، الايديولوجيا : مفاهيمها وتطورها في الواقع التاريخي و السياسي . ت إسماعيل علي سعد ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 1990 .
- 16 - جان بيار كوت و جان بيار موني ، من اجل علم اجتماع سياسي . ت محمد هناد ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1986 .
- 17- جيمس أندرسون ، صنع السياسة العامة . ت عامر الكبيسي ، دار المسيرة ، عمان ، 1999 .
- 18- حامد عبد السلام زهران ، علم النفس الاجتماعي ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1977 .
- 19- حسن رضا النجار ، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتوب على شبكة الانترنت . ضمن كتاب الإعلام الجديد، تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين ، 2009 .
- 20- حسن عماد مكايي وليلى حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة . الدار المصرية اللبنانية ، مصر ، ط1 ، 2001 .

- 21- حسن محمد نصر ، الانترنت و الإعلام و الصحافة الالكترونية . مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع ، الكويت ، ط1 ، 2003 .
- 22- حسين عبد الحميد رشوان ، في القوة و السلطة و النفوذ . مركز الإسكندرية للكتاب ، مصر ، 2007 .
- 23- خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية . دار النفائس للنشر و التوزيع ، الأردن ، ط1 ، 2013.
- 24- خيرت معوض محمد عباد ، استخدام الانترنت كوسيلة اتصال في حملات التسويق (دراسة في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية).ضمن كتاب الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد ، منشورات جامعة البحرين ، 2009 .
- 25- رحيمة الطيب عيساني ، العولمة الإعلامية و آثارها على مشاهدي الفضائيات الأجنبية . عالم الكتب الحديث ، الأردن ، 2010
- 26 - علاء عبد الرزاق ، تكنولوجيا المعلومات . دار المناهج ، عمان ، 2000 .
- 27- ريتشارد داوسن و آخرون ، التنشئة السياسية (دراسة تحليلية) . ت مصطفى عبد الله الخشيم ، منشورات قار يونس ، بنغازي ، 1990 .
- 28- سعاد الشرقاوي ، علم الاجتماع السياسي . دار النهضة العربية ، القاهرة ، ط2 ، 1991 .
- 29- سعاد جبر سعيد ، سيكولوجية الاتصال الجماهيري .عالم الكتب الحديث ، اريد ، الأردن ، ط1 ، 2008 .

- 30 - سعود صالح كاتب ، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع .المؤتمر العالمي الثاني للإعلام السياسي من 13-15 ديسمبر 2011 ، قسم الإعلام ، جامعة جدة ، السعودية ، 2011 .
- 31- سمير خطاب ، التنشئة السياسية و القيم . ايتراك للطباعة و النشر ، مصر ، ط4 ، 2004 .
- 32- سيد عوض وآخرون ، معجم العلوم الاجتماعية . الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، 1975 .
- 33- شيماء ذو الفقار زغيب ،نظريات في تشكيل الرأي العام . الدار المصرية اللبنانية ،
- 34- شفيق حسنين ، الإعلام الجديد و الإعلام البديل ، تكنولوجيا القاهرة ، 2004 .
جديدة في عصر ما بعد التفاعلية . دار الفكر للطباعة و النشر ، القاهرة ، ط1 ، 2010.
- 35 - صامويل هينتيغتون ، الموجة الثالثة للتحوّل الديمقراطي في أواخر القرن العشرين . ت عبد الوهاب علوب ، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية ، القاهرة ، ط1 ، 1993.
- 36 - عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد (المفاهيم ، الوسائل ، التطبيقات) دار الشروق، عمان ، ط1 ، 2008 .
- 37- عبد الحليم حمود ، الانترنت -إعلام ضد الإعلام - دار الهدى ، بيروت ، 2008.
- 38- عبد العزيز إبراهيم عيسى ، محمد جاب الله عمارة ، السياسة بين النمذجة و المحاكاة . ت محمد أبو عامود، المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ، 2004.

- 39- عبد الغفار رشاد القسبي ، التطور السياسي و التحول الديمقراطي (التنمية السياسية وبناء الأمة). دار الأصدقاء للطباعة و النشر ، الكتاب الأول ، القاهرة ، 2006 .
- 40 - عبد الغفار رشاد محمد ، الثقافة السياسية بين الثابت و المتغير (دراسة استطلاعية) . مطبعة الخطاب الحديثة ، الخرطوم ، 1991 .
- 41 - عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم الاجتماع السياسي . دار النهضة العربية ، بيروت ، ط 1 ، 2001 .
- 42- عبد الله محمد عبد الرحمان ، علم لاجتماع السياسي:النشأة التطورية و الاتجاهات الحديثة و المعاصرة . دار النهضة العربية، بيروت ، ط 1، 2001 .
- 43- عبد المالك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت . دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، ط 1 ، 2003 .
- 44- عبد المنعم النشاط ، التربية و السياسة . دار سعاد الصباح ، مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية ، القاهرة ، ط 1، 1992 .
- 45- عبد الهادي الجوهري ، دراسة في التنمية الاجتماعية : مدخل إسلامي . مكتبة نهضة الشرق ، القاهرة ، 1986 .
- 46 - علي الدين هلال ، الديمقراطية وهموم الإنسان العربي المعاصر . مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، ط 1 ، 1983 .
- 47 - علي ليلة ، الشباب في مجتمع متغير " تأملات في ظهور الأحياء " . دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1995 .

- 48- عمر موفق بشير العباجي ، الإدمان و الانترنت . دار مجدلاوي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2007 .
- 49- غابر يال ألموند وآخرون ، السياسية المقارنة (الاطار النظري) ، ت محمد بشير ، زاهي المغيزلي ، منشورات جامعة قار يونس ، بنغازي ، ليبيا، 1991 .
- 50- غي هرميه و آخرون ، معجم علم السياسة و المؤسسات السياسية . ت هيثم اللمع ، المؤسسة الجامعية للنشر ، لبنان ، ط1، 2005 .
- 51- فر يال مهنا ، علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية . دار الفكر المعاصر ، دمشق ، 2002 .
- 52- فضيل دليو ، الاتصال (مفاهيمه ، نظرياته ، وسائله) . دار الفجر ، القاهرة ، ط1 ، 2003 .
- 53- فيصل أبو عيشة ، الإعلام الالكتروني . دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010.
- 54- قيس عبد الفتاح و آخرون ، علم النفس الاجتماعي . مكتبة الزهراء، القاهرة ، 2000 .
- 55- ماجد السيد حافظ ، دراسات في علم الاجتماع الحضري . مكتبة سعيد رأفت ، القاهرة، 1987 .
- 56- ماجد سالم تريان ، الانترنت و الصحافة الالكترونية "رؤية مستقبلية" . الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، 2008 .
- 57- مرزوق عبد الحكيم العادلي ، الإعلانات الصحفية (دراسة في الاستخدامات و الاشباعات) . دار الفجر ، مصر ، ط1 ، 2004 .

- 58 - مايكل ثومبسون و آخرون ، نظرية الثقافة . ت علي السيد الصاوي ، المجلس الوطني للثقافة و الآداب ، عالم المعرفة ، الكويت ، 1998 .
- 59- محمد السويدي ، علم الاجتماع السياسي : ميدانه وقضاياها . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، د ت .
- 60- محمد العويني ، الإعلام الخليجي (دراسة في إعلام دول مجلس التعاون الخليجي) . مكتبة الانجلو مصرية ، القاهرة ، 2006 .
- 61 - محمد عابد الجابري ، فكرة ابن خلدون للعصبيية و الدولة - معالم نظرية خلدونية في التاريخ الإسلامي ، الدار البيضاء ،المغرب ، ط4، 1984.
- 62- محمد عبد الحميد ، الاتصال و الإعلام على شبكة الانترنت . عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 .
- 63- محمد علي محمد، أصول الاجتماع السياسي (السياسة والمجتمع في العالم الثالث) . دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، ج3 ، 1986 .
- 64- محمد علي محمد ، أصول الاجتماع السياسي . دار المعرفة الجامعية ، مصر ، 1986 .
- 65- محمد علي محمد ، الشباب و المجتمع (دراسة نظرية و ميدانية) . الهيئة المصرية العامة للكتاب ،الإسكندرية ، 1980.
- 66- محمد منير حجاب ، نظريات الاتصال .دار الفجر ، القاهرة ، ط1 ، د ت.
- 67- محمود حسن إسماعيل ، التنشئة السياسية : دراسة في أخبار التلفزيون .دار النشر للجامعات ، مصر ، ط1 ، 1997 .

- 68- محي الدين مختار ، محاضرات في علم النفس الاجتماعي . ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، ب ت .
- 69- معتز سيد عبد الله ، الاتجاهات التعصبية ، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الاداب ، عالم المعرفة ، الكويت ، ماي 1989 .
- 70- منير الحمزة ، وسائل إعلام الألفية الثالثة (المدونات الالكترونية نموذجا ، وسيلة إعلامية منافسة أم مكملة) . ضمن كتاب وسائل الإعلام و المجتمع ، دار الخلدونية للطباعة و النشر ، الجزائر ، 2010 .
- 71- مولود زايد الطيب ، علم الاجتماع السياسي . جامعة السابع ابريل ، الزاوية ، ليبيا ، ط1 ، 2007 .
- 72- مؤيد عبد الجبار الحديثي ، العولمة الإعلامية و الأمن القومي . الأهلية للنشر ، عمان ، ط1 ، 2002 .
- 73- نصر الدين لعياضي ، مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد . ضمن كتاب الإعلام الجديد ، تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد ، منشورات جامعة البحرين ، 2009 .
- 74- هاني شحادة الخوري ، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي و العشرين . مركز الرضا للكمبيوتر ، دمشق ، 1998 .
- 75- هند غروب ، ثقافة المواطنة في بلاد الرعية - المجتمع المغربي نموذجا - مركز دراسات الوحدة العربية ، ط1 ، 2006 .
- 76- يحي اليحياوي ، العولمة أية عولمة . إفريقيا الشرق ، المغرب ، 1999 .

- الرسائل الجامعية :

- 1- احمد أمين فورار ، اثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلاب الجامعي . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، الجزائر ، 2011 .
- 2- احمد شاطرياش ، الثقافة السياسية لطلاب الجامعات (دراسة ميدانية في جامعة الجزائر) . أطروحة دكتورة في العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، كلية العلوم السياسية ، جامعة الجزائر 3 ، 2011 .
- 3 - احمد شاطرياش ، دور المدرسة في التنشئة السياسية لتلاميذ الطور الثالث من التعليم الأساسي (دراسة ميدانية بولاية الجزائر) رسالة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، معهد العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر 3 ،
- 4 - الخامسة رمضان ، استخدام شبكات الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي .مذكرة ماجستير في الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2012 .
- 5 - حميدة بن يحي ، الهوية الافتراضية للطلاب الجامعي على شبكة الانترنت .مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة تلمسان ، الجزائر ، 2013 .
- 6 - حورية بقدوري ، المشاركة السياسية للطلبات في الجزائر (دراسة ميدانية بجامعة الجزائر) . مذكرة ماجستير في علم الاجتماع السياسي ، كلية علم الاجتماع ، جامعة الجزائر ، 2007 .

- 7- رامي حسين حسني الشراقي ، دور الإعلام التفاعلي في تشكيل الثقافة السياسية لدى الشباب الفلسطيني .رسالة ماجستير في دراسات الشرق الأوسط ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية ، جامعة الأزهر ، غزة ، 2012 .
- 8 - سمير محمد احمد العبدلي ، الثقافة السياسية الديمقراطية للقبائل اليمنية . دراسة ميدانية (أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية) ، معهد البحوث و الدراسات العربية ، القاهرة ، 2003 .
- 9 - ربيعة فندوشي ، الإعلان عبر الإنترنت. مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم لسياسية و الإعلام ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر-3- الجزائر ، 2005 .
- 10 - صونية العيدي ، المشاركة السياسية و التحول الديمقراطي في الجزائر . مذكرة ماجستير في علم الاجتماع التتمية ، قسم علم الاجتماع ، جامعة بسكرة ، 2005.
- 11 - عامر صبع ، دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح في الجزائر ما بين 1999-2004 . مذكرة ماجستير في التنظيمات السياسية و الإدارية ، كلية العلوم السياسية ، جامعة الجزائر ، 2008 .
- 12 - عبد الله ممدوح الرعود ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . رسالة ماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام ، الأردن ، 2012 .
- 13 - علي بن طاهر ، الثقافة السياسية و مسألة الديمقراطية التعددية في الجزائر 1989-1992 . مذكرة ماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، كلية العلوم السياسية ، الجزائر ، 2001 .

14 - علي بن طاهر ، الثقافة السياسية ومسألة الديمقراطية التعددية في الجزائر 1989 - 1992 . مذكرة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، قسم العلوم السياسية و العلاقات الدولية ، جامعة الجزائر ، الجزائر ، 2001 .

15 - كريمة حوامد ، دور الجامعة في التنشئة السياسية في الجزائر (دراسة ميدانية بجامعة باتنة) . مذكرة ماجستير في التنظيم السياسي و الإداري ، قسم العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2008 .

16- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية للفلاحين المصريين . دراسة ميدانية عن عينة من الفلاحين ، أطروحة دكتوراة ، كلية العلوم السياسية و الاقتصادية جامعة القاهرة ، 1978 .

17- مبارك زودة ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام (الثورة التونسية نموذجاً) . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم السياسية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2012 .

18- محمد بوحوالي ، واقع الصحافة في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعية . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم لسياسية و الإعلام ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر - 3 ، الجزائر ، 2014 .

19 - محمد منصور ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين (دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و الالكترونية) . رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال ، كلية الآداب و التربية ، الأكاديمية العربية في الدنمارك ، 2012 .

20 - محمد أمين عبوب ، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة الانترنت . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، قسم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر - 3 ، الجزائر ، 2012 .

21 - مريم مراكش ، استخدام شبكات التواصل الاجتماعية وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين . مذكرة ماجستير في علم النفس ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2014.

22- نبيل حليو ، التنمية في ضوء الثقافة السياسية (دراسة على عينة من الطلبة الجزائريين في الجامعات الجزائرية). أطروحة دكتوراة في علم اجتماع التنمية ، قسم علم الاجتماع ، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2012 .

23- نهلة حفيظي ، تكنولوجيا الاتصال و الحملات السياسية .رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، قسم العلوم الإنسانية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2012 .

24 - وردة بن عمر ، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية (مصر نموذجا) . مذكرة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الإنسانية ، جامعة باتنة ، الجزائر ، 2014.

- المجالات و المعاهد :

1- إبراهيم بعزيز ، دور وسائل الاتصال الجديدة في إحداث التغيير السياسي في البلدان العربية . المجلة العربية للعلوم السياسية ، العدد 31 ، 2011 .

2 - احمد أبو زيد ، الانترنت ... الساحة الأخيرة للديمقراطية الرقمية . كتاب العربي ، المعرفة وصناعة المستقبل ، العدد 61 ، الكويت ، 2005.

3 - احمد بهي الدين قنديل . الثقافة السياسية اليابانية. كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز الدراسات الآسيوية ، القاهرة، أوراق آسيوية ، العدد 30 ، 2000 .

4 - إسماعيل ملحم ، علم النفس السياسي (الوجه الآخر لتوظيف العلم) .مجلة الفكر السياسي ، القاهرة ، العدد 3 ، 1998 .

- 5 - جاهد الصالح سعد الشعبي ، الثقافة السياسية للناخب اليمني واثرها على سلوكه الانتخابي . معهد البحوث و الدراسات العربية ، القاهرة ، 2005 .
- 6 - حمدي عبد الرحمان حسن ، ثقافة المشاركة السياسية للفلاحين (دراسة ميدانية في قرية مصرية) . كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، القاهرة ، 1994 .
- 7 - زهير عابد ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي (دراسة وصفية تحليلية) . مجلة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) ، المجلد 26 ، العدد 06 ، فلسطين ، 2012..
- 8 - سميرة شيخاني ، الاعلام الجديد في عصر المعلومات . مجلة جامعة دمشق ، دمشق ، مجلد 26 ، العدد 01 ، 2010.
- 9 - ضحى عبد الغفار المغازي . الثقافة السياسية للمرأة الريفية "دراسة انثروبولوجية". كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز البحوث والدراسات السياسية ، القاهرة ، 1994 .
- 11 - عبد الخالق عبد الله ، الثقافة السياسية لجامعة الإمارات . مجلة دراسة الخليج و الجزيرة العربية ، جامعة الكويت، الكويت، العدد 85، 1977 .
- 12 - عبد الكريم علي الدبسي ، وزهير ياسين الطاهات . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعات الأردن . دراسات في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 01 ، الأردن ، 2013.
- 13 - عبد اللطيف ، معوقات بناء ثقافة سياسية مشاركة في دول العالم الثالث . مجلة دراسات إستراتيجية ، مركز الدراسات الدولية ، العدد 3 ، 1998 .

- 14 - علا عبد العزيز أبو زيد ، مقارنة الأدبيات الغربية للإسلام كأحد محددات الثقافة السياسية للمصريين . كلية الاقتصاد و العلوم السياسية ، مركز البحوث و الدراسات السياسية ، القاهرة ، 1994 .
- 15- فاروق يوسف ، القيم الاجتماعية وإدراك الحقائق السياسية ، مجلة النيل ، العدد 6 ، القاهرة، 1981 .
- 16- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية في الفقه السياسي المعاصر . مجلة مصر المعاصرة ، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي و التشريع ، العدد 374 ، اكتوبر 1978 .
- 17- كمال المنوفي ، الثقافة السياسية و أزمة الديمقراطية في الوطن العربي . مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت ، العدد 8 ، اكتوبر 1985 .
- 18- كمال المنوفي ، السياسة و أزمة الديمقراطية في الوطن العربي . مجلة المستقبل ، العدد 135 ، 1985.
- 19- محمد خليل رفاعي ، دور وسائل الإعلام في العصر الرقمي في بناء قيم الأسرة العربية .مجلة جامعة دمشق ، المجلد 27 ، العدد 01 و 02 ، 2011 .

- المراجع الأجنبية :

- 1- Boyd & Ellison , social network sites ; definitions, history scholarship, university of California , 2007.
- 2- coopérative poli tical Systems , the journal :- Gabriel almond 78 of politics , vol, 18,no , august, 1965.

3- Gabriel Almond, Sidney Verba, *The Civic Culture* (Poston Little 79 Brown and Comp., 1965).

4- Joseph La Palombara, *Réflexions on Political Parties and Political Development*, *Forer Décade* latter, party politics, vol. 13, 2007.

5- Keith Hampton et al., *Social Networking Sites and Our Lives*, Pew Research Center's American Life Project, 2011.

6- Kelsey et al., *Social Networking from Facebook to Twitter and Everything in Between*. New York: Pres, 2010.

7- Marcel Danesi, *Dictionary of Media and Communication*. Sharp, New York, 2009.

8- Pierre Bourdieu, *Culture Politique*, Paris: Economica, 1983.

9- R. Hill & R. Dunbar, *Social Network Size in Humans*, London: Harvard Business Press, 2009.

10- *Culture and Political Development*. New Jersey: Sidney Verba University, 1965.

11- Stephen Chilton, *Defining Political Culture in Western Political*, vol. 11, n° 3, 1988.

12- water resenbaum , political culture , presage Publisher , new York ,1975.

13- Conway M. Margaret, The political context of political behavior . Journal of Politics, Vol. 51, n° 1, February 1989.

- المواقع الإلكترونية :

1- كيف استخدم اوباما التنسيق الاجتماعي للفوز؟». الاقتصادية الإلكترونية، العدد 5775، 3 أوت 2015/3/21م

2- ويكيبيديا .

3-les internautes, les réseaux , leurs usage .étude réalisée du 02 au 14 octobre 2007 sur échantillon de 292 internautes .

www. Plog .movement , compwp-contentuploads,2007

4- www. Alsaanews.com

5- Fenton, William, «Israel Uses Facebook, Twitter to Blacklist Protesters»; www.Pcmag.com.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر 2 - أبو القاسم سعد الله -

قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا

تخصص : علم الاجتماع السياسي

استمارة رقم :

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع السياسي.

الموضوع :

دور الإعلام الجديد في تشكيل الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري

- مواقع التواصل الاجتماعي نموذجاً -

دراسة ميدانية بجامعة الجزائر -2-

- تحت إشراف الدكتورة :

- إعداد الطالب :

* زيدي عائشة.

* العوفي حمزة.

السنة الجامعية : 2015 / 2016 .

ملاحظة : تستعمل هذه الدراسة لغرض علمي بحت ، ونرجو منكم إفادتنا في

موضوع الدراسة وشكراً .

التعليمة : ضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة .

1- المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1- الجنس : - ذكر - أنثى
- 2- التخصص الدراسي: - علم الاجتماع - علم النفس
- 3- السكن: - سكن عائلي - إقامة جامعية
- 4- السن: (17-19) (20-22) أكثر من 23 سنة
- 5- المستوى التعليمي للوالدين:
- جامعي - ثانوي - متوسط - ابتدائي - غير متعلم
- 6- الدخل الأسري:
- 15000 دج - 20000 دج - 30000 دج - أكثر من 30000 دج

2) المحور الثاني: طريقة استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- 7- هل تستخدم الانترنت؟:
- نعم - لا
- 8- أين تستخدمها؟
- البيت - مقاهي الانترنت - الهاتف
- أخرى اذكرها؟.....
- 9- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- نعم - لا
- 10- هل تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي؟
- دائما - أحيانا - نادرا

11- ما هي المواقع الأكثر استخداما من طرفك؟

- المدونات - الفيسبوك - تويتر - يوتوب

- أخرى ذكرها؟.....

12- ما هو الغرض من استخدامك لهذه المواقع؟

- الدراسة - التسلية - التعرف على أصدقاء جدد - متابعة ملفات

- أخرى أذكرها؟.....

13- ما هي الأوقات المفضلة لديك في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي؟

- الصباح - الظهيرة - المساء - الليل

14- ما هو عدد الساعات المخصصة لهذه المواقع؟

- ساعتين - 3 ساعات - أكثر من 4 ساعات

15- ما هي الأسباب التي تدفعك لاستخدام هذه المواقع؟

- سهولة الاستخدام - خصوصية هذه المواقع - الانتشار الواسع

- أخرى اذكرها؟.....

3) المحور الثالث: المواضيع والأحداث السياسية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

16- ما هي الموضوعات التي تتصفحها في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- ثقافية - اجتماعية - رياضية - سياسية - ترفيهية

- أخرى اذكرها؟.....

17- هل تتابع (ين) المواضيع السياسية عبر هذه المواقع؟

- نعم - لا

18- ما هي الوسيلة المفضلة لديك في متابعة المواضيع السياسية؟

- المدونات - تويتر - فيسبوك - يوتوب

- أخرى اذكرها؟.....

19- هل تساهم في نشر مواضيع ذات طابع سياسي في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- مقالات - صور - أخبار - فيديوهات - لا أساهم

20- هل تتفاعل مع أصدقاؤك حول الأحداث السياسية الراهنة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

- تعليق - مشاركة - نشر - لا أقوم

- أخرى اذكرها؟.....

21- عند اطلاعك على المواضيع السياسية الراهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فما هي هذه القضايا؟

- دولية - عربية - محلية

22- هل تتابع الأحداث الدولية التالية؟

أذكر أهمها؟.....

23- هل تتابع الأحداث العربية؟

أذكر أهمها؟.....

24- هل تتابع الأحداث المحلية التالية؟

أذكر أهمها؟.....

4) المحور الرابع: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الثقافة السياسية لدى الطالب الجزائري .

25- حسب رأيك ما هو الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- دور توعوي - دور إعلامي - كشف حقائق مزيفة

- أخرى اذكرها؟.....

26- هل تثق في المعلومات السياسية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- نعم - لا

27- ما رأيك فيما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي من أحداث سياسية ؟

- تعبر عن الواقع السياسي بصدق - مجرد كلام كاذب

- لا تعبر عن شيء

- أخرى اذكرها؟.....

28- هل تستفيد من الموضوعات السياسية التي تناقشها مع أصدقائك عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- عالية - متوسطة - منخفضة - لا تستفيد

29- هل أنت منخرط (ة) في المجموعات في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي؟

- سياسية - إسلامية - ديمقراطية - لا أنتمي

- أخرى حددها؟.....

30- حسب رأيك هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة سياسية معينة؟

- بدرجة كبيرة - متوسطة - منخفضة - لا تساهم

31- هل تشارك في نشاط أو حدث سياسي إذا دعيت إليه عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- نقاشات سياسية - نشاطات حزبية

- نشاطات معارضة للنظام - لا أشترك

- أخرى حدد؟.....

32- هل تساهم مواقع التواصل الاجتماعي تنمي الوعي السياسي للطلبة من خلال طرحها للمواضيع السياسية؟

- تعمل على نشر ثقافة سياسية - تعمل على تطوير الثقافة السياسية

- تكون عندك الحرية للتعبير أكبر - تنمي الوعي السياسي

- أخرى اذكرها؟.....

33- هل يؤثر الإعلام الجديد في تشكيل اتجاهاتك السياسية مستقبلا؟

- نعم - لا

ولماذا ؟