

جامعة محمد خيضر بسكرة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية



# مذكرة ماستر

علوم الاعلام والاتصال  
اتصال  
اتصال وعلاقات عامة

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:  
كمال خولوفي و دغنوش أمين  
يوم: 24/09/2020

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الفعل السياسي لدى  
الجمهور الجزائري \_ دراسة مسحية على مستخدمي شبكة الفيس  
بوك سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة.

## لجنة المناقشة:

رئيس	محمد خيضر بسكرة	الرتبة	العضو 1
مقرر	جامعة محمد خيضر بسكرة	الرتبة	أ لحر نبييل
مناقش	جامعة محمد خيضر بسكرة	الرتبة	العضو 3

---

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

---

---

# شكر وعرفان

---

الحمد لله رب العالمين والشكر لجلاله سبحانه وتعالى، الذي اعاننا على انجاز هذا البحث.

نتقدم بالشكر الجزيل والامتنان للأستاذة الفاضلة لمريم نبيل على ما بذله من جهد جزاه الله

كل خير، ونسأل الله له دوام العطاء والصحة فله منا كل التقدير والاحترام.

كما لا يفوتنا ان نقدم الشكر الى اللجنة المناقشة.

والى كل من سعاد بوبكر، أسماء جلوب، سليمة خينش والى كل من ساعدنا من قيب

او بعيد، فجزاهم الله جميعا خيرا الجزاء

## إهداء

نهدي هذا العمل الى من نخفض لهم جناح الذل من الرحمة، الى والدينا الكرام  
الذين لن نفي اسطرنا حقوقهم علينا فحلم مصدر و جهودنا وحرنا وسعادتنا ورحمتنا، فحلم من  
تحمّلوا كل هذه السنين دون شروط سوى لتحقيق امالنا واهدافنا في هذه الحياة،  
نسأل الله لهم الصحة والعافية وطول العمر ورضاهم عنا، فالشكر لله ثم إليهم،  
ولي اخوتنا رعاهم الله و حفظهم جميعا ولى كل من عائلة خولوني كمال و و غنوش  
أمين وابنته آنيا حفظهم الله جميعا.

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسملة
	الشكر والعرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
أ _ ب	مقدمة

### الفصل الأول: الإطار المنهجي

2	إشكالية الدراسة
3	اهداف الدراسة
3	أسباب اختيار موضوع الدراسة
3	أهمية الدراسة
5_ 4	تحديد مفاهيم الدراسة
6	مجتمع الدراسة
7	عينة الدراسة لعينة
12	منهج الدراسة

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- 19 المبحث الأول: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي
- 21\_ 19 المطلب الأول: مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
- 21 المطلب الثاني: نشأة شبكات التواصل الاجتماعي
- 22 المطلب الثالث: أنواع شبكات التواصل الاجتماعي
- 26\_ 23 المطلب الرابع: الفيس بوك نموذجا
- 28\_26 المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي
- 29 المبحث الثاني: ماهية الفعل السياسي وعلاقته بشبكات التواصل الاجتماعي
- 30\_29 المطلب الأول: مفهوم الفعل السياسي
- 31\_30 المطلب الثاني: اشكال الفعل السياسي
- 34\_ 31 المطلب الثالث: دوافع الفعل السياسي
- 34 المطلب الرابع: أهمية الفعل السياسي
- 36\_ 35 المطلب الخامس: علاقة الفعل السياسي بشبكات التواصل الاجتماعي

## الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

ا

88 \_ 38

الوصف الكمي والكيفي للبيانات

93 \_ 89

نتائج الدراسة

ج

الخاتمة

101 \_ 97

قائمة المراجع والمصادر

110 \_ 103

الملاحق

112 \_ 111

ملخص الدراسة

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
8	يمثل متغير الجنس	01
9	يمثل متغير السن	02
10	يمثل متغير السكن	03
11	يمثل متغير الحالة الاقتصادية	04
38	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة استخدام المبحوثين للفييس بوك	05
40	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على المكان المفضل لدى المبحوثين عند استخدام شبكة الفييس بوك	06
43	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الوسيلة الي يستخدمها المبحوثين عند تصفح شبكة الفييس بوك	07
45	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح شبكة فييس بوك	08
47	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الفترة المفضلة لدى المبحوثين لتصفح شبكة الفييس بوك	09
49	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على استخدام المبحوثين لشبكة الفييس بوك في نشر مضامين و معلومات سياسية	10
51	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الدافع الذي يجعل المبحوثين تفضيل شبكة فييس بوك على الشبكات الأخرى	11
54	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على هدف المبحوثين من استخدام شبكة الفييس بوك	12
57	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الغاية النفسية التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة الفييس بوك	13
60	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على اهم ميزة تجذب المبحوثين في شبكة الفييس بوك	14

63	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على رأي المبحوثين في ان الفييس بوك فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية للطلبة الجامعيين الجزائريين	15
65	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على مشاركة المبحوثين المعلومات والمنشورات والاخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفييس بوك	16
68	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على مدى تلبية شبكة الفييس بوك اشباعا للمبحوثين اتجاه المعلومات السياسية	17
71	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة ما تحققه شبكة الفييس بوك للمبحوثين	18
75	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة احتواء شبكة الفييس بوك على المعلومات السياسية التي تهتم المبحوثين	19
77	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة اعتبار شبكة الفييس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية لدى المبحوثين	20
79	تأثير متغيرات الدراسة على اعتماد المبحوثين على شبكة الفييس بوك في مساهمتها في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر	21
82	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على دوافع الاعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على شبكة الفييس بوك	22
85	يمثل تأثير متغيرات الدراسة على كيفية مساهمة شبكة الفييس في تحقيق المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين الجزائري	23

# مقدمة

## مقدمة

أصبحت اليوم شبكات التواصل الاجتماعي احدى الفضاءات الخاصة بكل مستخدم مشترك في احدى شبكاتها واعطت بذلك مجالا مفتوحا امام جمهورها العريض من مختلف نواحي العالم ، معززة بذلك حرية التعبير والديمقراطية وكسرت حواجز القيود السياسية الموضوعة من دوائر الحكم واعطت دافعا حقيقيا للتغيير وإبراز الاتجاهات والأفكار والآراء خاصة في عالمنا العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، ومن بين هذه الشبكات نجد الفيس بوك الذي يحتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام في الجزائر ويزيد الاهتمام به خاصة من فئة الطلبة الجامعيين ، حيث وفر هذا الأخير التفاعل الدام بين اعضاءه ليكون بذلك بناءا الكترونيا تفاعليا ليحقق لهم اسرع الطرق للتواصل وابسطها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم التي تتراوح بين الحاجة الى المعرفة والوصول الى المعلومة الجديدة ، الاتصال، الترفيه .. الخ، والذي اصبح يستخدم كوسيلة سياسية تسهم في الحراك السياسي والاجتماعي من خلال الدفع بالمشاركة السياسية لتحقيق المطالب المبتغاة وبالتالي تحقيق الهدف المنشود وهو التغيير في السياسة العامة للبلاد.

ومن خلال دراستنا هذه ارتأينا تسليط الضور على دور الفيس بوك في تنمية الفعل السياسي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين وعلاقته بالمشاركة السياسية، اتبعنا خطة البحث والتي اشتملت على: مقدمة، الإطار المنهجي والإطار النظري والتطبيقي، حيث جاء في **الإطار المنهجي** إشكالية الدراسة مع الوقوف على اهداف الدراسة وأسباب اختيارها واهميتها في الجانب العلمي بالإضافة الى تحديد المفاهيم المتعلقة بالإطار العام للدراسة، كذلك المنهج المستخدم وادواته وتحديد مجتمع البحث والعينة والدراسات السابقة، اما عن **الاطار النظري** للدراسة فقد قمنا بتخصيص مبحثين الأول بعنوان: ماهية شبكات التواصل الاجتماعي واندراج تحته خمسة مطالب متضمنة مفهوم شبكات التواصل ونشاتها وانواعا بالإضافة الى تفصيل لنموذج الفيس بوك وفي الأخير ذكر للإيجابيات وسلبيات هذه الشبكات، اما المبحث الثاني

فهو بعنوان: ماهية الفعل السياسي وعلاقته بشبكات التواصل الاجتماعي واندراج تحته خمس مطالب تطرقنا فيها

الى مفهوم الفعل السياسي واشكاله ودوافعه واهميته وعلاقاته بشبكات التواصل الاجتماعي، اما بالنسبة **للاطار التطبيقي** فقد تضمن تحليل وصفي للبيانات وخلصنا بذلك الى النتائج الخاصة بالدراسة التي امكن من الدراسة وجوانبها.



# الفصل الأول

## الاطار المنهجي

## 1 إشكالية الدراسة

أدت الابتكارات والابداعات البشرية على مر العقود الى تطور الأدوات التكنولوجية البدائية المختلفة بالأخص تلك التي تهتم بمجال الاتصال والمعلومات ما افضى الى تحول المجتمعات من الطابع الزراعي والصناعي الى مجتمعات معلوماتية رقمية ، حيث أصبحت فيها شبكة الاتصالات العالمية الانترنت دور مهم وضروري في جميع مجالات وميادين الحياة واصبح النجاح مستحيلا بدون هذه التكنولوجيا ، اذ اصبح مصطلح مجتمع المعلومات ذات أهمية بالغة ليس فقط في دوائر أجهزة الاعلام والاتصال والمراكز الاكاديمية فحسب بل انتشر وسط العديد من القطاعات

فقد دأبت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بخصائصها على طبيعة المستخدمين وسلوكياتهم من خلال الفضاء المفتوح امامهم للتعبير عن أفكارهم واتجاهاتهم في جميع الأصعدة والغت بذلك الحدود المعرفية والحواجز الجغرافية والزمنية والقيود التقنية، ومن ابرز وسائل الاتصال الحديثة شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعد الظاهرة الإعلامية الأبرز في عالمنا اليوم والتي أضحت الفضاء العام المفضل لدى مختلف شرائح المجتمع خاصة من طرف الطلبة الجامعيين الذين يزداد عندهم الاهتمام بهذه الوسائل الاتصالية الحديثة، مما جعلها تحظى بأهمية كبيرة نظرا للعديد من الخدمات و المميزات التقنية التي تحتويها والتي تسهل على المستخدم جمعها في تطبيق واحد ، مما جعل شريحة الطلبة في الجزائر تلجأ الى هذه الشبكات للإدلاء عن آرائها وافكارها ومقترحاتها حول القضايا التي تهتم المجتمع وخاصة القضايا السياسية الوطنية

مما جعل شبكات التواصل الاجتماعي مناخا ملائما لممارسة النشاط السياسي من طرف الطلبة الجزائريين لمجابهة وسائل الاعلام التقليدية التي تخضع لسيطرة الدولة وهذا ما عجل بفتح قنوات تواصل جديدة ومختلفة من خلال هذا الفضاء التواصلي الذي ساهم في تنمية الفعل السياسي، ومما سبق نطرح التساؤل التالي: ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي؟ وما دورها في تنمية الفعل السياسي؟

## 2 تساؤلات الدراسة

- \_\_ ما هي أنماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك؟
- \_\_ ما دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك؟
- \_\_ ما هي الاشباعات السياسية المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومات السياسية؟

## 3 أهداف الدراسة

- 1 معرفة حدود استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك.
- 2 معرفة دوافع تفضيل الطلبة الجامعيين الجزائريين لشبكة الفيس بوك
- 3 معرفة الاشباعات السياسية المحققة من استخدام الفيس بوك كمصدر للمعلومات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

## 4 أسباب اختيار موضوع الدراسة

- 1 الاهتمامات الشخصية بشبكات التواصل الاجتماعي ودورها المتزايد في حياتنا اليومية.
- 2 المتغيرات والاحداث السياسية التي تدور حولنا تحتاج الى دراسة من الجانب الاتصالي.
- 3 محاولة معرفة الدور الحقيقي الذي تلعبه شبكة الفيس بوك في تنمية الفعل السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

## 5 أهمية الموضوع

ان هذه الدراسة نستقي أهميتها من أهمية الموضوع ذلك انه موضوع راهن ويعتبر حديث الساعة وذات طابع خاص نظرا للأدوار المهمة والضرورية التي أصبحت تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في حياتنا اليومية وارتباطها بالواقع المعاش من خلال نقلها للقضايا والظروف المحيطة التي تمر بها المجتمعات في شكل مضامين إعلامية يتم تداولها عبر نطاق واسع تسمح من خلالها بفتح نقاشات وحوارات تبرز من خلالها وجهات النظر المختلفة وهذا ما تم ملاحظته في القضايا السياسية الراهنة التي نعيشها خاصة في الجزائر والتي أصبحت تحظى باهتمام كبير لدى جميع أفراد المجتمع وخاصة الطلبة الجامعيين وذلك من خلال محاولة مشاركتهم في مجال العمل السياسي عن طريق شبكات التواصل

الاجتماعي التي تم الاعتماد عليها في نشر ومشاركة الأفكار والآراء المختلفة حول جميع القضايا ومحاولة التغيير في السياسة

العامة للبلاد ، من خلال السلوك الذي يعبر عن الفعل السياسي من خلال المشاركة الحقيقية في الحياة السياسية في مختلف جوانبها الذي ينتج عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي والتي تساهم في بناءه وتعزيزه

## 6 تحديد مفاهيم الدراسة

**تعريف الدور:** يعرفه محمد عبد الرحمان بأنه: "نموذج يتركز على بعض الحقوق والواجبات، ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل الجماعة أو موقف اجتماعي معين."<sup>1</sup> ونقصد بالدور في دراستنا هو المحدد للسلوك الناتج عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين الجزائريين

**شبكات التواصل الاجتماعي:** هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهويات نفسها.<sup>2</sup>

ويعرفها كل من بريسو ومالو نيكريشمار انها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج<sup>3</sup> وإجراءيا نقصد بشبكات التواصل الاجتماعي في هذا البحث هي المواقع الموجودة على الانترنت والتي تتيح لمستخدميها التواصل المرئي والصوتي وغيرها من الخدمات

<sup>1</sup> عبد الفتاح مراد: موسوعة البحث وإعداد الرسائل والأبحاث و المؤلفات، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية، ص245.

<sup>2</sup> عبو فوزية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديمقراطي العربي ، العدد الأول ، 2018 ، ص 41.

<sup>3</sup> شابي نرجس واخرون : شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الراي العام الجزائري ، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة قالم، 2016 ، ص 26

**الفعل السياسي:** هو أي فعل ينتج من خلال بيئة العمل السياسي ، ويصرف في السياسة بوجه السلطة التي تتم معارضتها. كما أن الفعل السياسي يجب أن يتمتع بأدوات قوة جاذبة للشعب بدل الاعتماد على جماهيريته، فصنع الجماهيرية ليست منطلقا جيدا للعمل السياسي، انما صنع المصلحة الشعبية والمنجزات والقوة القادرة على السيطرة والحكم هي حجر الأساس من أجل فعل سياسي يستطيع كسب تأييد الشعب أكثر من محاولة الانصياع لرغباته.<sup>1</sup>

فالعمل يعني مشاركة الفرد في مختلف مستويات النظام السياسي عن طريق اتباع كل الوسائل التي تتيح له ذلك

ويمكن أيضا تعريف الفعل السياسي على انه مشاركة افراد المجتمع في اختيار القادة وصياغة السياسة العامة بشكل مباشر او غير مباشر عفوي او منظم إبتداءا من التصويت فضلا عن الانتماء الحزبي او العمل من خلال أي تنظيم سياسي ، كما ينعكس على اهتماماته التي تتمثل في مراقبة القرار السياسي وتناوله بالنقد والتقييم والمناقشة مع الاخرين ، وينعكس أيضا على معرفته بما يدور حوله من أمور تتعلق بالسياسة<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي: ونقصد في دراستنا بالفعل السياسي هو المشاركة الحقيقية للطلبة الجامعيين في التغيير من خلال ممارسة العمل السياسي وذلك من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي يقودها شباب واعى.

<sup>1</sup> احمد وديع العبيسي : الفعل السياسي في الساحة الجماهيرية ، مقال منشور في صحيفة حبر الالكترونية السورية ، افريل 2020

اسامية خضر صالح : المشاركة السياسية والديمقراطية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، القاهرة ، 2005 ، ص 18 <sup>2</sup>

**الجمهور** : الجمهور في العملية الاتصالية هو العنصر الذي يتلقى الرسالة الاتصالية او الإعلامية، ويتفاعل معها ويتأثر بها. وهو الجهة التي توجه اليها الرسالة وتقوم بحل رموزها ، ولا شك ان فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دورا مهما في ادراك معنى الرسالة، ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور. فنجاح العملية الاتصالية يجب ان يقاس بما يقدمه المرسل، بل بما يقوم به المستقبل سلوكيا. ولا يمكن ان نتوقع ان الجمهور يصدق وينصاع تلقائيا للرسالة الإعلامية، فهو قد يرفضها، او يستجيب لها، اذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، وقد يتخذ بعض الجمهور اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها<sup>1</sup> التعريف الإجرائي: ونقصد في دراستنا بالجمهور هو ذلك المتلقي المتواجد في أي مكان من خلال تواصله عبر شبكة الفيس بوك والذي يتفاعل مع الرسالة الإعلامية التي يتم نشرها الكترونيا والتي تحتوي على أهداف سياسية تختص بالوضع المحلي أو العالمي.

## 7 مجتمع الدراسة

تعد مرحلة تحديد مجتمع الدراسة من اهم الخطوات في البحث العلمي ، وهي تتطلب من الباحث التدقيق في اختياره حيث يتوقف عليها اجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة اختيار مجتمع الدراسة وتحديدته، ولذلك علينا أولا تحديد المجال المكاني والزمني للدراسة كالاتي :

المجال المكاني: لاختصار المسافة والزمن و لكي لا تشكل لنا عائق امام الوصول الى مفردات العينة قمت باختيار المجال المكاني المتمثل في صفحة دفعة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة على الفيس نظرا للظروف الصحية المتعلقة بالوباء كوفيد 19 التي لا تسمح لنا بالتواصل المباشر مع الطلبة ، وركزت في المطلوب هو المستخدمين الحقيقيين لشبكة الفيس بوك وليس المتفاعلين مع الصفحة لان استخدام الصفحة لا يعني انه يستخدم الفيس بوك بل قد يكون لأغراض الاستعلام في المجال الدراسي فقط

<sup>1</sup> محمد قيراط: سوسيولوجية جمهور وسائل الاعلام، مقال منشور في جريدة الشرق الالكترونية ، قطر، 21 اوت 2020

المجال الزمني: لقد تم الشروع في انجاز هذه الدراسة ابتداء من شهر فيفري بدأت بجمع المعلومات حول موضوع الدراسة ثم الانتهاء من الجانب النظري والمنهجي ثم توزيع الاستمارة في شهر اوت والانتهاء من العمل كليا في شهر سبتمبر 2020 .

مجتمع البحث: هو مجموعة من الوحدات الإحصائية المعروفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات، ويعرف كذلك بأنه جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وجميع الأفراد والأشخاص والأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث<sup>1</sup> وقد اخترنا طلبة تخصص اتصال وعلاقات عامة سنة ثانية ماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر بسكرة ، وهذا راجع للحدود الزمنية للدراسة وكذلك المكانية لكونه مجتمع متاح وسهولة الوصول إليه وقد قمنا بحصر شامل لجميع مفرداته.

**8 عينة الدراسة:** العينة في اللغة العربية مشتقة من الفعل عين، والذي يفيد خيار الشيء، اذن العينة هي جزء من المجتمع الذي سوف تجرى عليه الدراسة يختارها الباحث لإجراء دراسته وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا<sup>2</sup> ونظرا لحجم الصغير لمجتمع دراستنا والذي يقدر بحوالي 90 مفردة فقد قمنا بحصر شامل وقد وضعنا الاستمارة لجميع مفردات المجتمع الكترونيا ولكن عدد الردود لم يتجاوز 60 ردا للأسباب التالية :

- بعض المفردات تجاهلوا الاستمارة ولم يردوا عليها
- بعض الاستثمارات استبعدت لعدم صلاحيتها أي انه لم يتم الرد بعض الأسئلة
- كذلك ليس جميع الطلبة يمتلكون حساب على الفيس بوك وحتى مشكل التغطية بشبكات الاتصال أثر على الاجابة

<sup>1</sup>. محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص 29.

<sup>2</sup>. عاطف عدلي، زكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والاعلام ، دار الفكر العربي ، مصر، 1993، ص140.

وتعرف العينة القصدية: وهي عينة غير احتمالية وهي التي يقوم بها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة بل يقوم شخصيا باختيار المفردات الممثلة الأكثر من غيرها لما يبحث عنه من البيانات وقد اخترنا طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة مستخدمين شبكة الفيس بوك.<sup>1</sup>

وهناك عدة أسباب جعلتنا نختار هذا النوع من العينات وتمثل في:

— اختصار الجهد والوقت

— معظم افراد العينة متواجدون في صفحة على الفيس بوك (دفعة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة 2019\_2020)

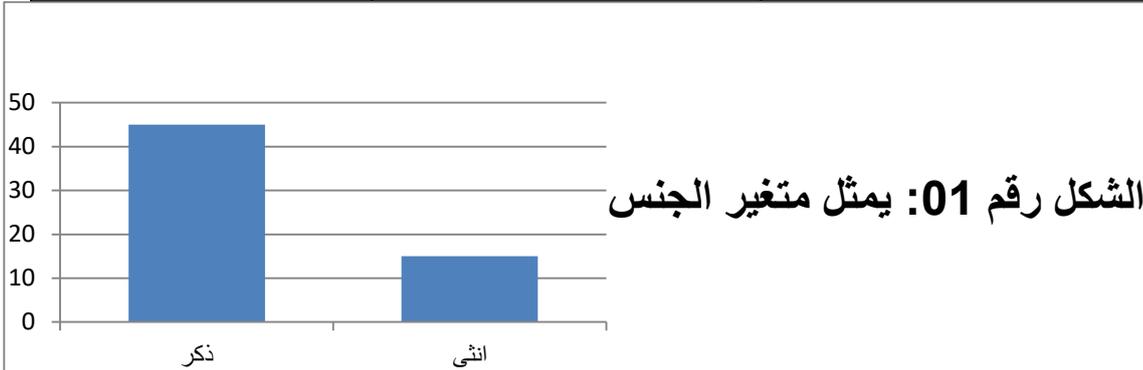
— افراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيس بوك

❖ وصف الجداول البسيطة للبيانات المتعلقة بخصائص العينة

أ- الجداول البسيطة:

الجدول رقم 01: يمثل متغير الجنس

النسبة المئوية	تكرار		
75	45	ذكر	الجنس
25	15	انثى	
100	60	المجموع	



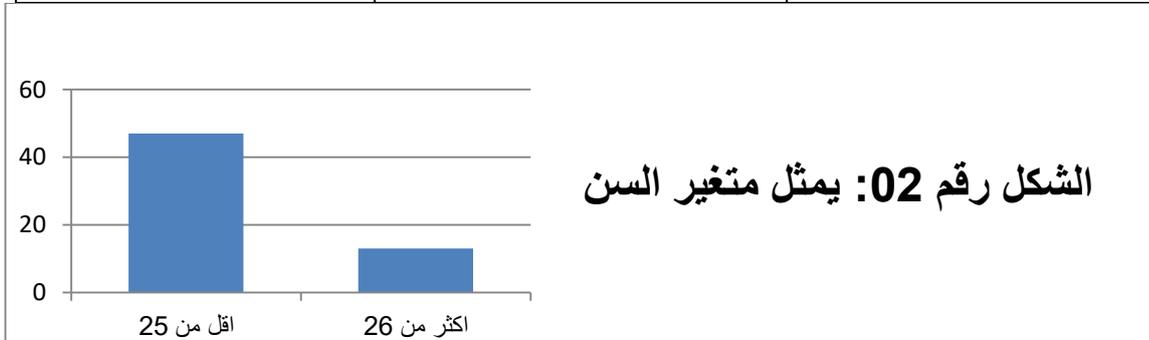
<sup>1</sup>. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص125.

نلاحظ من خلال جدول متغير الجنس بان نسبة الذكور مرتفعة مقارنة ب الاناث حيث ان عددهم 45 أي ما يعادل 75 بالمئة من مجموع طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة من مستخدمي شبكة الفيس بوك بينما عدد الاناث 15 بنت ونسبتهن 25 بالمئة من مجموع مستخدمي شبكة الفيس بوك، وهذا ما يدل على أن كفة الاستخدام تميل بشكل كبير من طرف الطلبة مقارنة بالطالبات وهذا راجع الى:

— عامل الوقت فهو في صالح فئة الذكور لان ارتباطاتهم المنزلية اقل من الاناث  
 — كذلك الفيس بوك هو الشبكة المفضلة عند الذكور مقارنة بالشبكات الأخرى لأنها تحتوي على جميع المعلومات المختلفة  
 — تفضيل فئة الاناث شبكات أخرى تعني أكثر في محتوياتها على عالم الشهرة والنجومية الجمال والترفيه والموضة

وتشير الإحصائيات الأخيرة بان شريحة المستخدمين الذكور هي الأكثر استخداما لشبكة الفيس بوك وهذا حسب تقرير صادر من مؤسسة WE ARE SOCIAL حول العالم في الربع الأخير لسنة 2018<sup>1</sup>  
 الجدول رقم 02: يمثل متغير السن

النسبة المئوية	تكرار		
78	47	من 23 _ 27	السن
22	13	أكثر من 28	
100	60	المجموع	

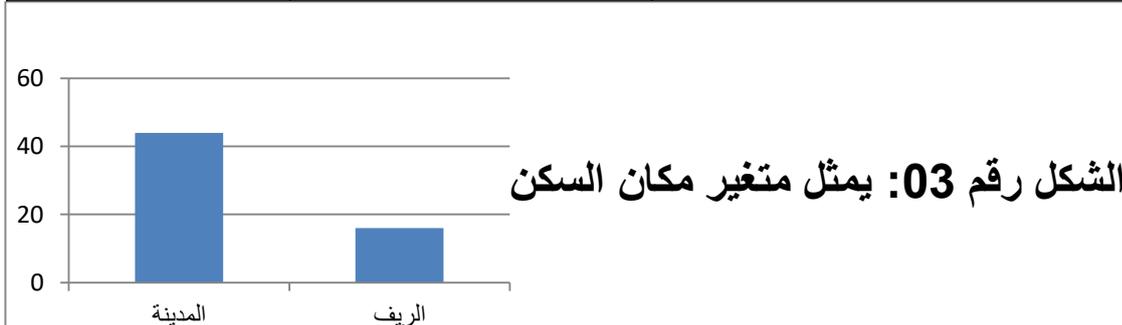


<sup>1</sup> سمية كمال : اتصالات وتكنولوجيا ، مقال منشور في جريدة المال الالكترونية ، جريدة مصرية اقتصادية يومية، الأربعاء 27 فيفري

من خلال المعطيات الموضحة في الجدول والتي تختص بمتغير السن فان اغلب الطلبة مستخدمي شبكة الفيس بوك من طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة تتراوح أعمارهم ما بين 23\_27 وهذا باعداد كبيرة ب 47 طالب أي بنسبة كبيرة تقدر ب 73 بينما تتراوح اعداد الطلبة اكبر من 28 سنة ب 13 طالب أي ما يعادل نسبة 22 بالمئة وهذا راجع الى المرحلة التخرج من الماستر حيث يكون اغلب الطلبة أعمارهم من 23 الى 27 سنة

الجدول رقم 03: يمثل متغير مكان السكن

النسبة المئوية	تكرار		
73	44	المدينة	مكان السكن
27	16	الريف	
100	60	المجموع	

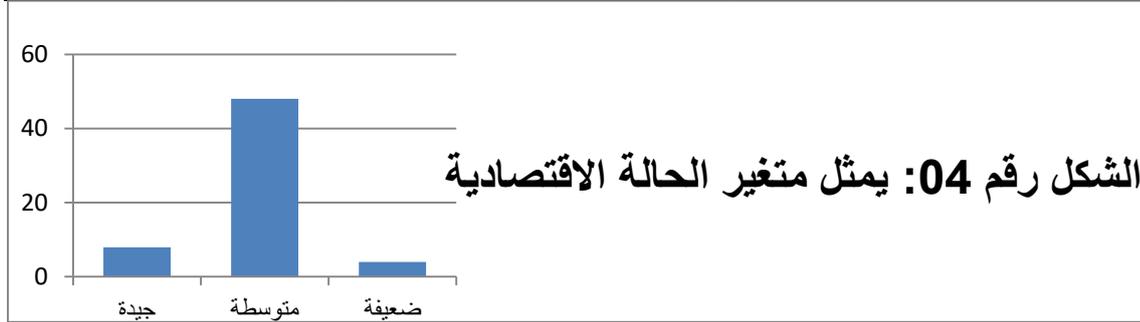


من خلال البيانات الموجودة على الجدول والتي تبين متغير السكن عند الطلبة فان الملاحظ هو ان غالب الطلبة هم من سكان الحضر أي المدينة بنسب كبيرة جدا تقدر ب 73 بالمئة من مجموع الطلبة فما نسبة الذين يسكنون الريف لا تتجاوز 27 بالمئة ، وهذا يدل على ان معظم المبحوثين هم من سكان المدينة وهذا راجع لعدة عوامل:

\_ وهذا راجع الى ان معظم السكان موجودين في المدن لكثافة اعدادهم في حين نسبة سكان الريف ضعيفة وهذا راجع الى عوامل المعيشية الصعبة في الريف مقارنة بالمدينة التي تعتبر مركز للاستقرار وهي تتوفر على كل مستلزمات الحياة

الجدول رقم 04: يمثل متغير الحالة الاقتصادية

النسبة المئوية	تكرار		
13	8	جيدة	الحالة الاقتصادية
80	48	متوسطة	
7	4	ضعيفة	
100	60	المجموع	



من خلال جدول متغير الحالة الاقتصادية للطلبة الجامعيين سنة ثانية ماستر من مستخدمي شبكة الفيس بوك فإننا نلاحظ ان معظم الطلبة وضعهم المادي مريح أي متوسط على العموم وهذا بنسبة كبيرة جدا تقدر بـ 80 بالمئة من مجموع الطلبة، بينما جاءت الحالة الاقتصادية الجيدة في المرتبة الثانية بنسبة 13 بالمئة والضعيفة بنسبة 7 بالمئة، وهذا ما يدل على ان معظم الطلبة من طبقة متوسطة ماديا وهذا راجع الى طبيعة المجتمع الجزائري الذي ينتمي معظمه الى الطبقة متوسطة الدخل نظرا للظروف الاقتصادية للبلاد

## 9: منهج الدراسة

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة فهو الضابط والموجه الأساسي لكل باحث ويتحدد استعماله حسب هدف الدراسة والإشكالية العلمية ، كما ان معرفة المنهج المعتمد في الدراسة الميدانية ذو أهمية كبيرة بالنسبة للباحث ، وتتمحور دراستنا حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الفعل السياسي لدى الطلبة الجامعيين ، فإنها تنتمي الى الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الاعلام والاتصال والتي تقوم على تفسير وتوضيح الاحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن الظاهرة او مجموعة ظواهر مهمة ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الاحداث والوقائع وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الاحداث ، وقد اخترنا منهج المسح الاجتماعي وهو احد المناهج العلمية المعينة على اكتشاف العلاقات الناتجة على تداخل عدد من المتغيرات والتي قد تؤثر سلبا أو إيجابا على الظاهرة مما يستوعب تفصي الحقائق عنها بإجراء مسح للمجتمع المستهدف بالبحث أو الدراسة، فمن خلاله سوف نقوم بدراسة مسحية على المجتمع المستهدف بالبحث الذي اخترنا ان يكون طلبة جامعيين سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة مستخدمين شبكة الفيس بوك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر العاصمة، 2000 ، ص 66.

**10 أداة جمع بيانات الدراسة:** المعروف ان كل باحث يعتمد على أداة او مجموعة من أدوات البحث العلمي تساعده في إنجاح بحثه وتمكنه من الوصول الى نتائج علمية صحيحة بنسب كبيرة بحسب الموضوع والمنهج المستخدم في الدراسة وهناك الكثير من الوسائل التي تستخدم في الدراسة ، وعليه فقد اخترنا استمارة استبيان وهي تلك الأداة التي تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتنوعة المرتبطة بموضوع بحث ما ، والمضبوطة والموجهة باعتبار ان الباحث يقوم بتحديد صيغ الإجابات مسبقا ، ويقوم المبحوث بالإجابة عنها بشكل مباشر دون تدخل الباحث ، وذلك للكشف عن مواقف او اتجاهات مجموعة من الافراد واستخلاص آرائهم حول الظاهر المدروسة ، والكشف عن العلاقات الممكنة بين مختلف المتغيرات مع اجراء مقارنات كمية باستخدام الاحصاء<sup>1</sup> وهي أيضا نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة<sup>2</sup>، وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان الكترونية لمعرفة دور شبكة الفيس بوك في تنمية الفعل السياسي لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

وتحتوي استمارتنا على ثلاثة محاور إضافة الى البيانات الشخصية للمبحوثين، المحور الأول بعنوان : عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك، اما المحور الثاني جاء تحت عنوان : دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك ، وأخيرا المحور الثالث بعنوان : الإشباعات السياسية المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومة السياسية ، وقد قمنا بتوزيعها الكترونيا وذلك باستخدام خدمة Google Drive التي ساعدتنا على تلقي الردود بطريقة سهلة وغير مكلفة ، ثم تفرغ الردود باستخدام برنامج Spss الاحصائي على شكل رموز ثم قمنا بتحليل تلك البيانات الى معلومات واستخرجنا النتائج الخاصة بالدراسة.

<sup>1</sup> نادية سعيد عيشور وآخرون : منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل ، قسنطينة، 2017 ، ص

طلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص56.<sup>2</sup>

**11: الدراسات السابقة**

**الدراسة الأولى:** هدفت هذه الدراسة والموسومة بـ: "دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين"<sup>1</sup> الى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات ، ومقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي للبلدين ، وكذا التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي من جهة أخرى التعرف على تأثيرها في الإعلام التقليدي . وقد تمحورت إشكالية الدراسة حول سؤال رئيس مفاده: مالدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟. وللإجابة عن هذا التساؤل استعان بالمنهج الوصفي التحليلي ، أما أداة جمع البيانات لهذه الدراسة فكانت تحليل مضمون.

- جاء المجال الثاني " مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي من مجالات " دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر " في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 2.75.
- وجاء المجال الثالث : التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي في الترتيب الثاني بمتوسط 2.68.
- في حين جاء المجال الأول التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي 2.67.
- جاء المجال الرابع تأثير على وسائل الاعلام التقليدية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 2.53.

<sup>1</sup> - عبد الله ممدوح : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن ، 2012.

**الدراسة الثانية** عنونت هذه الدراسة بـ: " الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي - تويتر - من قبل الشباب الكويتي " <sup>1</sup> ، وقد هدف الباحث من خلالها الكشف عن طبيعة الاستخدامات السياسية لموقع تويتر وأغراضها ومضامينها ، . وللتوصل إلى الأهداف الموضوعية من قبل الباحث تم تحديد طرح سؤال رئيس مفاده ما الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي ؟ . أما عن المنهج المستخدم في هذه الدراسة فقد فرضت طبيعة هذه الدراسة الاعتماد على المنهج الوصفي المسحي ، في حين كانت أداة جمع البيانات هذه الدراسة هي الاستمارة . وقد خلصت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات هي :

- في محور الاستخدامات المتنوعة لموقع تويتر ، تبين ان الاستخدامات التي تتعلق بطبيعة العمل الذي اقوم به ، حلت في المرتبة الاولى ، وجاء في المرتبة الثانية الاستخدامات التي تتعلق بصداقات من الجنسين ، بينما جاء الاستخدام من اجل الترفيه والتسلية وتمضية الوقت في المرتبة الاخيرة .

- في محور الاستخدامات السياسية لهذه المواقع ، جاءت في المرتبة الاولى الاستخدام من اجل المساهمة في كشف الحقائق السياسية ونشرها على الملأ ، وفي المرتبة الثانية نجد استخدامات أخرى، بينما كان الاستخدام الأخير من اجل الاطلاع على آخر الأخبار المحلية.

- في محور الاستخدامات الاعلامية لموقع تويتر تبين الاستخدام للموقع كونه وسيلة تبادل بعض الصور مع الأصدقاء والمعارف، بينما جاءت الاستخدامات كونه وسيلة للكشف عن الفساد السياسي والاداري في اجهزة الدولة في المرتبة الثالثة ، مما يشير الى التعويل على التويتر في مثل تلك المهمة ذات الصبغى السياسية.

- في محور تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، تويتر نحو استخدامات وسائل اعلام اخرى ، اظهرت النتائج متوسطات حسابية منخفضة ، مما يدل على ضعف

<sup>1</sup> - حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي - تويتر - من قبل الشباب الكويتي ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن ، 2013.

- فرضية استخدام التويتر كبديل لوسائل الاعلام التقليدية من مطبوع ومرئي وسمعي  
والكتروني .
- بينت نتائج فرضيات الدراسة وجود بعض الفروقات كان اهمها الفروقات التي كانت  
لصالح الفئة المستخدمة لموقع تويتر من فئة الاعمال الحرة .
- **الدراسة الثالثة:**
- هي عبارة عن مذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في  
الاعلام بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي "دراسة  
ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل  
والأنبار وتكريت للفترة من 2013/03/01 لغاية 2013/06/01"<sup>1</sup>
- **1/ إشكالية الدراسة:** هل هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي  
متمثلة (Facebook , YouTube , tweeter) على تشكيل الاتجاهات  
السياسية لطلبة الجامعات العراقية في كل من الموصل والانبأر وتكريت في طرح القضايا  
المعاصرة التي تهمهم وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لديهم  
لاسيما ما يطلق عليه اليوم بالحراك الشعبي في العراق؟
- **2/ تساؤلات الدراسة:**
- 1/ ما طبيعة استخدام طلبة جامعات الموصل والانبأر وتكريت لمواقع التواصل  
الاجتماعي وأثرها في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات والفكري السياسي لديهم؟
- 2/ كيف يقيم طلبة جامعات الموصل والانبأر وتكريت مواقع التواصل الاجتماعي من  
بين وسائل الاعلام الأخرى؟
- 3/ هل تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي  
لطلاب جامعات الموصل والانبأر وتكريت؟

<sup>1</sup> رأفت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الاداب  
والعلوم ، قسم الصحافة والاعلام، الأردن، 2013

- 3/هدف الدراسة: معرفة درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في طرح القضايا المعاصرة التي تهتم المجتمع العراقي.
- منهج واداة الدراسة : استخدم الباحث منهج الوصفي التحليلي وحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي على طلبة جامعة الموصل والانبار وتكريت وسعى من خلاله ان يوضح ويفسر ويقيم نتائج الدراسة من خلال أداة الاستبيان
- 4/نتائج الدراسة:
- توصلت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها: ان مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب جامعات الموصل والانبار وتكريت. تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهتم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.
- \_ أظهرت أيضا نتائج الدراسة ان 59 بالمئة من افراد العينة مقتنعين بان الاحداث التي شهدتها الدول العربية كانت سببها الاشتراك بشبكات التواصل الاجتماعي ، كما أظهرت أيضا نتائج الدراسة بان شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من الوعي السياسي لدى الطلبة العراقيين



# الفصل الثاني

## الإطار النظري



### المبحث الأول : ماهية شبكة التواصل الاجتماعي

بلغت تكنولوجيا الاتصال درجة متقدمة من التطور فبرز الجيل الرابع من الانترنت الذي قلب الكثير من المفاهيم ، وفتح عديد الخدمات من خلال وسائله المتنوعة و في مقدمتها الشبكات الاجتماعية التي تطورت لتتحول الى بديل عن مختلف النشاطات التقليدية الماضية.

أقصى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال نوعا من التواصل الاجتماعي بين الافراد في قضاء الالكتروني افتراضي ، عمل على إحداث تغيير في علاقات الأفراد الاجتماعية و أشكال تفاعلهم و أساليب تواصلهم و سمي هذا النوع من التواصل بمواقع التواصل الاجتماعي ، التي قربت المسافات بين الأفراد و ألغت الحدود و زاوجت بين الثقافات ، كما دخلت ميدان دون استئذان ، يعتبر من اهم المجالات المحددة لمسار نمو و تطور و ازدهار الدول ، الا و هو دار السياسة ، خالقة ما يسمى بالمشاركة السياسية أحد الأبعاد المهمة لتحديد السلوك السياسي للأفراد ، و تتفق الدراسات والآراء على تأكيد الدور الفعال لشبكات التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية و الاهتمام بالقضايا و الأمور السياسية التي تعتبر ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية.

وفي ما يلي سنعرض مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ، نشأتها ، أنواعها ، خصائصها ، و أهم تأثيراتها السلبية و الإيجابية و نستعرض نموذج من بين هذه الوسائل الا وهو الفايس بوك ، مفهوم الفعل السياسي ، اشكال الفعل السياسي ، دوافع الفعل السياسي ، اهمية الفعل السياسي ، علاقته بشبكات التواصل الاجتماعي.

#### 1. مفهوم شبكة التواصل الاجتماعي

حسب قاموس أكسفورد :وهو موقع مخصص تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات و التعليقات و الرسائل والصور،... الخ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> قاموس أكسفورد . oxford dictionaries ، ص 97

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح لمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات و الهوايات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية .

أيضا هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الانترنت تهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام و التي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض و يمكن أن تشمل هذه المميزات (المراسلة الفورية ، الفيديو الدردشة ، تبادل الملفات ، مجموعة النقاش ، البريد الالكتروني ، المدونات).<sup>1</sup>

هي منصات على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي الاتجاه عبر محتويات ينتجها المستخدمون أنفسهم، فضلا عن التواصل بين المستخدمين. و من ثم، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست كوسائل الإعلام التي لا تخرج إلا من مصدر واحد أو من موقع شبكي ثابت، وإنما هي وسائل للتواصل عبر منصات صُمِّمت خصيصا لتتيح للمستخدمين إيجاد (إنتاج) المحتويات بأنفسهم والتفاعل مع المعلومات ومع مصدره.

و فيما تعتمد وسائل التواصل الاجتماعي على الإنترنت كوسيط، فإنه من المهم أن نشير إلى أن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي لا ينطبق على جميع المواقع أو المنصات على شبكة الإنترنت. فبعض المواقع الإلكترونية لا تكفل إمكانية التفاعل مع الجمهور، بينما لا تسمح مواقع أخرى للمستخدمين إلا بأن ينشروا تعليقاتهم، ردا على محتوى بعينه منشور على الموقع، كمشاركات في مناقشة (سلسلة نقاش) (يديرها الموقع ويشرف عليها. وفيما قد تكفل سلاسل النقاش قدرا من التفاعل مع المصدر، فإنها لا تُعتبر من منصات التواصل الاجتماعي في سياق هذا الدليل.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك: "خضر فضل لله: أثر الفيس بوك على المجتمع"، المكتبة الوطنية، السودان، 2012، ص 07

<sup>2</sup> شينا كايسر: "وسائل التواصل الاجتماعي، دليل عملي للهيئات المعنية بالادارة الانتخابية"، المؤسسة الدولية الديمقراطية الانتخابية، السودان، 2014، م، ص 11.

وكذلك عرفها "بريس" و مالوني كريشمار (2005) على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التيقترحها البرنامج<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا على انها مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة<sup>2</sup>.

## 2. نشأة شبكة التواصل الاجتماعي

كان أول ظهور للمواقع الاجتماعية في أواخر التسعينات، حيث ظهر موقع

cLass1995mates.com للربط بين زملاء الدراسة، ثم تلاه موقع Six

degress.com عام 1997 حيث ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين

الأشخاص، حيث اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى

إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء ولكن تم إغلاقها لأنها لم تأتي بأرباح لمالكها<sup>3</sup>

وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح

الكبير بين الأعوام 1999 و 2001.

ومع بداية 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع

ماي سبيس الأمريكي الشهير، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى

العالم، ومعه منافسه الشهير فيسبوك والذي بدأ في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حيث

قام الفيس بوك في عام 2007 ، بإتاحة تطبيقات أخرى مما أدى إلى زيادة عدد مستخدميه

بشكل كبير، ويعتقد حاليا أن عددهم يتجاوز 400 مليون مستخدم على مستوى العالم<sup>4</sup>

1 Wasinee kittiwongvivat ;pimonpha rakkannan.(2010):facebooking your dream ;master thesis ;p20

2 علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي و آثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير، قسم الدعوة و الثقافة الإسلامية

3 وائل مبارك: "خضر فضل لله : نفس المرجع السابق، ص 08

4 . أمل الكندي: المواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها ، نقلا عن : http:// Krol.google.com .2014.

3. أنواع شبكة التواصل الاجتماعي: هناك عدة أصناف المواقع الاجتماعية نذكر منها:

✓ الشبكات الاجتماعية الشخصية: وتسمى أيضا نوع أساسي وهو النوع الأكثر شهرة حيث يعتمد على فتح ملف شخصي لكل مستخدم، يوفر له خدمات عامة مثل: المراسلات الشخصية ومشاركة مستخدمي هذه المواقع فيما بينهم العديد من الصور والملفات المرئية والروابط.

✓ الشبكات الاجتماعية العامة: وتسمى أيضا بالنوع المرتبط بالعمل، وهي المواقع التي تربط زملاء المهنة الواحدة أو أصحاب الأعمال والشركات بعضهم ببعض، كما يعطي هذا النوع من الشبكات ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية بخبرتهم بالإضافة إلى الدراسات التي قاموا بها خلال حياتهم المهني<sup>1</sup>

✓ مميزات أخرى :

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر

Micro Blogging مثل موقع تويتر و بلاركو الشبكات الجغرافية مثل موقع برايت

كايت<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله: مرجع سبق ذكره، ص09.

<sup>2</sup> صهيب عيسى و صورية ولهة: تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات المهنية للصحفي الجزائري، لنيل

شهادة الليسانس في الاعلام و الاتصال، جامعة المسيلة، 2012، ص 93

#### 4. نموذج الفيسبوك

هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، للأشخاص والشركات ليرزوا انفسهم و يعززوا مكانتهم عبر ادوات الموقع للتواصل مع أشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع اخرى ، و انشاء روابط تواصل مع اخرين<sup>1</sup>

الفيسبوك هو عبارة عن شبكة اجتماعية تهتم كلية والمجتمعات المدرة و الثانوية و هو من بين الشبكات الاجتماعية على الانترنت، برز الفيس بوك لثلاثة أسباب :نجاحه بين الحشد كلية، وكمية ونوعية المعلومات الشخصية للمستخدمين جعله متاح على ذلك ، وحقيقة أنها على خلاف مع الشبكات للمستخدمين الشباب ويتم تحديد تلك المعلومات شخصيا .وفقا لذلك ، الفيسبوك هو من مصلحة الباحثين في ناحيتين كظاهرة اجتماعية الشامل في حد ذاته باعتبارها نافذة فريدة من المراقبة على مواقف الخصوصية وأنماط الهام المعلومات بين الأفراد الشباب.<sup>2</sup>

بدأ الفيس بوك كفكرة بسيطة لأحد طلبة هارفارد " زوكربيرج" الذي أصبح فيما بعد أصغر ملياردير في العالم، فكرة زوكربيرج كانت تقضي بإنشاء موقع انترنت بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفارد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة و الإبقاء على الروابط بينهم بعد التخرج.

و بالفعل جسد فكرته هذه التي رأت النور في 04 فيفري 2004 و مع الانطلاق الموقع حقق نجاحا كبيرا ففي غضون أسبوعين بدأ نصف تلامذة بوسطن بالمطالبة بالانضمام لشبكة الفيس بوك لان الشبكة كانت مقتصرة على طلبة هارفارد فقط ، فاستعان زوكربيرج بصديقيه "دوستن موسكويتز" وكريس هيوز" لبناء الفيس بوك الذي استطاع في غضون 04 أشهر أن يضيف 30 شبكة لكليات أخرى<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مهاب نصر : " الفيسبوك" صورة المثقف و صورته العصرية، وجوه المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته ام تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010 ، ص 10،

<sup>2</sup> Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook , PET 2006.p03.

<sup>3</sup> مرزوقي حسام الدين : الويب و الشبكات الاجتماعية و الإعلام، مذكرة لنيل ش هادة الليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة عنابة، دفعة جوان 2009 ، ص 38.

و يعتبر الفيس بوك الآن من أكبر و أشهر المواقع العالمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية و التعارف و بناء الصداقات على الإطلاق الموقع ليس حكرا على احد فالتسجيل فيه مجانا و سهلا و يستطيع أي شخص أن يستخدمه يعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطلما استخدمها الكثيرون في تنفيذ الحملات إعلانية و ترويج لمنتجات معينة كتسويق و أكبر الأحداث التي تم الاستفادة فيها عبر الموقع نذكر منها

قيام رجال السياسة الأمريكيين لاجتذاب أصوات الناخبين في الانتخابات فيكفي أن أنصار مرشح الرئاسة الأمريكية (أوباما) وقتها استخدموا الفيس بوك ليجتذبوا أصوات الشعب الأمريكي ، و على مستوى الشرق الأوسط قام شباب 06 أبريل أسوة في هذا المجال ، حيث حرضوا على إضراب 06 أبريل من الفيس بوك<sup>1</sup>

الفايسبوك موقع التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية بأكثر من ثلاثين مليون مستخدم. يمكن للمستخدمين رؤية لمحات من أصدقائهم و(على سبيل المثال، كلية) أعضاء الشبكة. وتشمل الملامح الصور أفضل الأوقات، أعياد الميلاد، الخ. منذ إطلاق منصة الفيسبوك، ويمكن أيضا عرض ملامح الأدوات طرف ثالث<sup>2</sup>

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصورة الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة الى قناة تواصل بين المجتمعات الالكترونية ومنبر لعرض الافكار السياسية ، و كذلك لتصبح قناة تسويقية أساسية تعتمد على الآلاف من الشركات الكبيرة و الصغيرة للتواصل مع جمهورها، و كذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الالكترونية لنشر الاخبار و الترويج لكتابها ، ليصبح بذلك الفايسبوك موقع تواصل لعدة أغراض<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل لله : مرجع سبق ذكره، ص 07

<sup>2</sup> Adrienne Felt and David Evans Privacy Protection for Social Networking APIs, University of Virginia, article, P20

<sup>3</sup> مهتاب نصر : نفس المرجع السابق، ص 08

### أهم مميزات الفاييسوك

- ✓ **الملف الشخصي (Profil)** : يحتوي على معلومات خاصة ، صورة ، أمور مفصلة لك ذات أهمية للتواصل مع الآخرين.
- ✓ **إضافة صديق (add friend)** : يستطيع المستخدم أن يضيف أي صديق أو يبحث عن أي فرد موجود على شبكة التواصل عبر بريده الإلكتروني.
- ✓ **إنشاء مجموعة (groups)** : يستطيع من خلال هذه الخاصية انشاء مجتمع الكتروني يجتمع حول موضوع ما ، ويمكن جعله خاص أو عام ليشارك بيه من له علاقة أو أهمية للموضوع.
- ✓ **لوحة الحائط (wall)** : عبارة عن ساحة مخصصة بصفحة ملف المستخدم ، تتيح للاصدقاء ارسال رسائل مختلفة للمستخدم.
- ✓ **النكزة (pokes)** : لإثارة انتباه بعضهم البعض ، و هي عبارة عن اشعار يخطر به احد الاصدقاء ليقوم بالترحيب به.
- ✓ **الصور (photos)** : خاصية تسمح للمستخدم من تحميل البومات من ملفه الشخصي و عرضها على صفحته الخاصة.
- ✓ **الحالة (status)** : تمكن المستخدمين من ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
- ✓ **التغذية الاخبارية (newsfeed)** : تتميز بعرض اي تغييرات تحدث في الملف الشخصي ، و كذلك تتربح الاحداث ، و اعياد الميلاد الخاصة باصدقاء المستخدم.
- ✓ **الهدايا (gifts)** : تتيح للمستخدمين بارسائل هدايا افتراضية الى اصدقائهم تظهر على ملفاتهم الشخصية.
- ✓ **السوق (market place)** : فسحة افتراضية تسمح للمستخدمين نشر اعلانات مبنوية مجانية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الإلكترونية "العربية نموذجاً" رسالة ماجستير الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012، ص 47

✓ إنشاء صفحة خاصة على موقع فايسبوك : تتيح لك ترويج فكرتك ، حزبك أو جريدتك ، و تتيح الموقع أدوات لادارة او تصميم الصفحة ، و لكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات للترويج للصفحة مع ( facebook adds) و التي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الاعلان الموصل الى صفحتك في الفايسبوك.

✓ تعليقات الفايسبوك ( facbook notes) : تسمح باضافة علامات و صور يمكن تضمينها، و يمكن المستخدمين من جلب مدونات من مواقع اخرى التي تقدم خدمات للزبائن<sup>1</sup>

## 5. ايجابيات و سلبيات شبكة التواصل الاجتماعي

### 1. ايجابيات شبكة التواصل الاجتماعي

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من احداثها لتغييرات من كل الجوانب ، زمن اهم هذه الاثار الايجابية :

✓ نافذة مطلة على العالم : و ذلك من خلال الاطلاع على ثقافات و افكار شعوب العالم باسره

✓ فرص لتعزيز الذات : يصبح له كيان مستقل على الصعيد العالمي وذلك للتعبير به عن ذاته

✓ اكثر انفتاحا على الاخر : اكتساب صديق مختلف عنك في العقيدة و الدين قد يكون بالغرفة المجاورة او على بعد اميا

✓ منبر للرأي و الرأي الأخر : وذلك من خلال سهولة التعديل على الصفحات و اضافة محتوى يعبر عن فكرك و معتقداتك ، و التي قد تتعارض مع الغير، مما جعلها اداة قوية للتعبير عن الميول و الاتجاهات و التوجهات الشخصية... الخ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد منصور: نفس المرجع السابق ، ص47

<sup>2</sup> جمال معتوق و شريهان كريم : دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الافراد في المجتمع ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغير الذاتي ، بسكرة ، 9-10 ديسمبر 2012.

- ✓ التقليل من صراع الحضارات : تعزز من ظاهرة العولمة الثقافية
- ✓ تزيد من تقارب العائلة الواحدة : تساعد على معرفة و متابعة اخبار افراد العائلة الواحدة
- ✓ تقدم فرص رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة : من خلال البحث عن اصدقاء الدراسة او العمل الذين اختفت اخبارهم بسبب مشاغل الحياة، كما ساعدت عائلات على ايجاد ذويهم الذين اختفوا بسبب التبنى او الاختطاف او الهجرة السرية<sup>1</sup>

## 2. سلبيات شبكة التواصل الاجتماعي

أن الكثير من المؤسسات الكبرى والشركات الحكومية الخاصة ، تجمع عن الأفراد بيانات عديدة ومفصلة تتعلق بالوضع المادي أو الصحي أو التعليمي أو العائلي أو العادات الاجتماعية أو العمل.. الخ، وتستخدم الحاسبات وشبكات الاتصال في تخزينها ومعالجتها وتحليلها والربط بينها ، واسترجاعها ومقارنتها ونقلها ، وهو ما يجعل فرص الوصول الى هذه البيانات على نحو غير مأذون به أو بطريق التحايل اكثر من ذي قبل ، ويفتح مجالاً أوسع لإساءة استخدامها أو توجيهها توجيهاً منحرفاً أو خاطئاً أو مراقبة الأفراد وتعرية خصوصياتهم أو الحكم عليهم حكماً خفياً من واقع سجلات البيانات الشخصية المخزنة<sup>2</sup>

ما إن ندخل عالم موقع فيس بوك نقول وداعاً للخصوصية، فانتهاك الخصوصية ليس بجديد على هذا الموقع حتى و لو ادعى عكس ذلك موقع يغير شروط الاستخدام بشكل مستمر ويضيف خدمات وتطبيقات لتسهيل التشبيك الاجتماعي. إن تأملنا جيداً في تلك الخدمات ندرك انها وضعت لغاية واحدة هي جمع البيانات ودراسة السلوك الإستهلاكي للمستخدم و الاستفادة منها بهدف الربح الإعلاني من خلال عمليات الدعاية و الإعلان المركز

المواقع الاجتماعية تسمح للمستخدمين لتبادل جميع أنواع المعلومات فهي طريقة جيدة للبقاء على اتصال مع العائلة والأصدقاء، ولكن يمكن أن تكون خطيرة إذا كنا لا نتحكم<sup>3</sup>

<sup>1</sup> موسى جواد الموسوي و اخرون : الاعلام الجديد تطور الاداة و الوسيلة و الوظيفة ، ط1 ، مكتبة الاعلام المجتمع ، بغداد ، 2011 ، ص 47

<sup>2</sup> د. هشام محمد فريد رستم : قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات ، مكتبة الآلات الحديثة . 1992 ص 18.

<sup>3</sup> وائل مبارك خضر فضل الله : مرجع سبق ذكره، ص 20

- في نشر المعلومات على أن تعطى مثلا الهوية على شبكة الإنترنت لا تتطابق تماما مع هويتك الحقيقية أو يمكنك أن تعطي لها سن ولكن ليس تاريخ الميلاد وينبغي فهم الاستخدام الجيد من غير الجيد.
- ✓ مثلما توجد ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي فهو لا يخلو عن سلبيات ، فهو سلاح ذو حدين ، ومن بين هذه الآثار السلبية :
- ✓ **إضاعة الوقت** : حيث انها مع خدمات الترفيه التي توفرها للمستخدمين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.
- ✓ **يقلل من مهارات التفاعل الشخصي** : مع سهولة التواصل بهذه المواقع فان ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد المستخدمة لهذه المواقع
- ✓ **الادمان على مواقع التواصل الاجتماعي** : يكون سبب استخدامه الفراغ ، وذلك من ناحية الترفيه المثالي لملا الفراغ.
- ✓ **ضياع الهوية الثقافية العربي و استبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل** : حيث ان العولمة الثقافية من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين<sup>1</sup>
- ✓ **صداقات مبالغ فيها او طاغية** : فتكوين الصداقات تكون عبر الزمن و ليست فورية، ففيه نوع من النفاق
- ✓ **انتحال الشخصية** : انتحال شخصية و استغلالها لنشر المعلومات المظلمة و تشويه السمعة ، او الجريمة... الخ<sup>2</sup>
- ✓ **تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العالمية** : استخدام مزيج من الحروف و الأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة في المحادثات<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وائل مبارك خضر فضل الله : مرجع سبق ذكره، ص 20

<sup>2</sup> محمد عجم : الإنترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انزعاج الشباب ، عالم افتراضي يتصل بالواقع و ينفصل عنه ، جريدة الشرق الأوسط ، العدد 11704 ، 10 ديسمبر 2010 الموافق ل 8 محرم 1432 ، ص20

<sup>3</sup> عادل عبد الصادق : استخدام شبكة التواصل الاجتماعي بين الامن و الحرية مركز الاهرام للدراسات السياسية و الاستراتيجية ، مصر، 2012، ص109 http://digitalah.109 السنة، 501\$eid\$serial=85883.aspx/articles. ram.org.ef/



## المبحث الثاني : ماهية الفعل السياسي و علاقته بشبكات التواصل

## 1. مفهوم الفعل السياسي

هو الممارسة الفعلية للشباب في عملية صنع القرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي واختيار حكاهم وممثلهم على المستوى الوطني، وفي المجالس المحلية، ومجالس الجهات، والاحزاب السياسية، والاتحادات المهنية والنقابية.

فهو عملية يقوم من خلالها الفرد أو الجماعة بالإسهام الحر والواعي المنظم في صياغة نمط الحياة السياسية للمجتمع. وتتم عملية المشاركة السياسية في مجتمع سياسي، قد يكون بدائياً (قبيلة أو عشيرة)، أو عصرياً (الدول والمنظمات ٩ الدولية). وبالنسبة للدول قد يكون المجتمع محل المشاركة مجتمعاً خاصاً بفترة محددة ومن ذلك المجتمعات المهنية مثل النقابات المهنية أو العمالية، أو المجتمعات التطوعية كالجمعيات الأهلية. وقد يكون هذا المجتمع داخل الدولة مجتمعاً عاماً على المستوى المحلي أو على المستوى الشامل

والمشاركة السياسية أيضاً، هي تلك الأنشطة الاختيارية أو التطوعية التي يسهم أفراد المجتمع عن طريقها في اختيار حكاهم، وفي وضع السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر، والأشكال التقليدية لهذه الأنشطة تشمل: التصويت، والمناقشات، وتجميع الأنصار، وحضور الاجتماعات العامة، ودفع الاشتراكات المالية والاتصال بالنواب، أما أكثر أشكال المشاركة فتشمل: الانضمام للأحزاب، والمساهمة في الدعاية الانتخابية، والسعي للاطلاع بالمهام الحزبية والعامة.<sup>1</sup>

إن المشاركة السياسية هي أحد الأبعاد المهمة لتحديد السلوك السياسي للأفراد، حيث تؤكد الدراسات والبحوث على الدور الإيجابي للفرد في الحياة السياسية من خلال حق الترشيح أو التصويت في الانتخابات، أو الاهتمام بالقضايا والأمور السياسية ومناقشتها مع الآخرين، أو العضوية في المنظمات... إلخ؛ فهي محاولة للتأثير على متخذي القرار، والمشاركة عملية إرادعية واعية وتأكيد للحق الديمقراطي لأفراد المجتمع، وهي ركيزة أساسية من ركائز الديمقراطية، لأنها تعني ممارسة الشعب لحقه في حكم نفسه على نفسه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد سعيد تاج الدين : الشباب و المشاركة السياسية ، الهيئة العامة للاستعلامات وزارة الاعلام المصرية ، القاهرة مصر ، 2015 ، ص 09

<sup>2</sup> السيد عزيزة محمد: السلوك السياسي النظرية والواقع، القاهرة: دار المعارف، 1994.ص76

وتعرف المشاركة السياسية على أنها: " السلوك الذي يسعى للتأثير على أفعال الحكومة من خلال التأثير على صنع قرار السياسة العامة للدولة " و تشمل على العديد من الأنشطة منها التصويت في الانتخابات، العمل في الحملات السياسية، التبرع بأموال للمرشحين السياسيين، تنظيم المؤتمرات وتصميم الملصقات الدعائية، وشراء منتجات لأغراض سياسية وغيرها<sup>1</sup>

## 2. اشكال الفعل السياسي

ما كانت المشاركة السياسية تعني بصفة عامة تلك الأنشطة الاختيارية أو التطوعية التي يسهم المواطنون من خلالها في الحياة العامة، فإن هذه المستويات لمشاركة المواطنين في الحياة العامة تختلف من دولة لأخرى ومن فترة لأخرى في الدولة نفسها.. ويتوقف ذلك على مدى توافر الظروف التي تتيح المشاركة أو تقيدها، وعلى مدى إقبال المواطنين على الإسهام في العمل العام.

✓ **مستويات المشاركة :** هناك أربعة مستويات للمشاركة

✓ **المستوى الأعلى:** ممارسو النشاط السياسي ويشمل هذا المستوى من تتوافر فيهم

✓ **ثلاثة شروط من ستة:** عضوية منظمة سياسية، والتبرع لمنظمة أو مرشح، وحضور الاجتماعات السياسية بشكل متكرر، والمشاركة في الحملات الانتخابية، وتوجيه رسائل بشأن قضايا سياسية للمجلس النيابي، ولذوي المناصب السياسية أو للصحافة، والحديث في السياسة مع أشخاص خارج نطاق الدائرة الضيقة المحيطة بالفرد.

✓ **المستوى الثاني:** المهتمون بالنشاط السياسي ويشمل هذا المستوى الذين يصوتون في

الانتخابات ويتابعون بشكل عام ما يحدث على الساحة السياسية

✓ **المستوى الثالث:** الهامشيون في العمل السياسي ويشمل من لا يهتمون بالأمر السياسية

ولا يميلون للاهتمام بالعمل السياسي ولا يخصصون أي وقت أو موارد له، وإن كان بعضهم يضطر للمشاركة بدرجة أو بأخرى في أوقات الأزمات أو عندما يشعرون بأن مصالحهم المباشرة مهددة أو بأن ظروف حياتهم معرضة للتدهور.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Park, C. (2013), Does Twitter motivates involvement in Politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement, Computers in Human Behavior, 29, 1641- 1648.

<sup>2</sup> عبد العزيز إبراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة: السياسة بين النمذجة و المحاكات، الاسكندرية، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2004، ص 220

## ✓ المستوى الرابع:

المتطرفون سياسياً وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة، ويلجؤون إلى أساليب العنف و الفرد الذي يشعر بعداء تجاه المجتمع بصفة عامة أو تجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة وينضم إلى صفوف المتقاعسين، وإما أن يتجه إلى استخدام صور من المشاركة تتسم بالحدة والعنف<sup>1</sup>

## 3. دوافع الفعل السياسي

كما تطرق الدكتور "إبراهيم أبراش" في كتابه الموسوم بعلم الاجتماع السياسي لدوافع المشاركة السياسية التي لخصها في النقاط التالية:

**الدوافع النفسية:** تتمثل في قدرة الفرد على اتخاذ موقف إزاء موضوع سياسي، يؤدي ذلك إلى إثبات وجوده وتأكيد ذاته، كما تمنحه المشاركة نوعاً من الطمأنينة والثقة بالنفس.

**المشاركة السياسية كأداة للتعبير عن مطالب:** إن مشاركة الفرد في استفتاء للرأي وفي انتخابات رئاسية، أو في الانتماء لحزب سياسي يكون بدافع تلبية هذه المطالب، إذ يرى أن المشاركة ستحققها.

**المشاركة السياسية بدوافع دينية أو عرقية** يتجلى هذا الشكل من المشاركة عند الحركات القومية و اقحام حركتهم والجماعات الدينية، إذ يجدون في المشاركة أداة فعالة لإظهار فكرهم القومي أو الديني، ضمن السياسة العامة للدولة..

**المشاركة السياسية خوفاً من السلطة:** يوجد هذا الشكل من الممارسة في بعض دول العالم الثالث، خاصة لدى الشرائح التقليدية والأمية، حيث ترى هذه الفئات الاجتماعية أن امتناعها عن الإدلاء بأصواتها في الانتخابات أو أن الخروج في مظاهرة، أو المشاركة في تجمع تدعو إليه السلطة، ما هي إلا أوامر صادرة من السلطة العليا، وما عليهم إلا الخضوع التام لها، لأنه في حالة امتناعهم عن المشاركة السياسية ستعلم بهم الدولة، وبالتالي ستعاقبهم، لذا عليهم تطبيق أوامرها<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد سعيد تاج الدين : مرجع سبق ذكره ، ص 11 – 12

<sup>2</sup> إبراهيم أبراش : علم الاجتماع السياسي ، دار الشروق و النصر و التوزيع ، القاهرة 1998 ، ص 248-250

المشاركة السياسية طلبا لمنصب أو لموقع وظيفي أفضل: ينخرط العديد من الشباب في العمل السياسي بهدف تحقيق طموحاتهم، لأنهم يرون في العمل السياسي أفضل طريق وأسرع لتحقيق الربح والعمل الموسع حيث يتمكنون من الوصول إلى البرلمان أو قيادة حزب، أو حتى الوصول إلى الوزارة

✓ المشاركة السياسية كسياسة دفاعية ضد خطر متوقع: قد يكون المواطن غير مهتم بالمسائل السياسية إلا أن أحداثا خطيرة تمر بها بلاده تهدد مصالحه أو قيمه أو معتقداته، هذا ما يدفعه إلى الخروج من الحالة اللامبالاة، وينخرط في الحياة السياسية بغرض مواجهة الخطر الداهم.

✓ المشاركة السياسية كمظهر من مظاهر التضامن العائلي أو القبلي: حيث أن المشارك سياسيا، لا تكون لديه أي ميول سياسي، ولا يرغب في شغل أي منصب سياسي، ولا ينتمي لأي جماعة سياسية، لكنه يشارك في الانتخابات مثلا ليدعم قريبا له ليضمن نجاحه، يعد هذا النوع المشاركة آني وظرفي<sup>1</sup>

كما طرح كلا من "عبد العزيز إبراهيم عيسى" و"محمد محمد جاب الله" دوافع المشاركة السياسية في جملة من النقاط هي:

**المنبهات السياسية:** مع زيادة تعرض الفرد للمنبهات السياسية عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري والحملات الانتخابية والاجتماعية والمناقشات، يزداد احتمال مشاركته في الحياة العامة، إلا أن مستوى تعرض الفرد للمنبهات السياسية يرتبط بعوامل عديدة مثل: الانتماء الطبقي، محل الإقامة والحالة التعليمية، ناهيك عن الميولات الشخصية والشخص الإيجابي يرحب بالمنبهات السياسية بل ويسعى لها بينما الشخص السلبي فبعكس ذلك على الإطلاق.

**المتغيرات الاجتماعية:** يتأثر حجم ومدى المشاركة السياسية بالمتغيرات الاجتماعية المختلفة مثل: التعليم، الدخل، المهنة، الجنس السن.

**الإطار السياسي:** ترتبط المشاركة السياسية برؤية القيادة لدور المواطنين ومدى توافر الحرية للتنظيمات الحزبية والشعبية والمجالس النيابية المنتخبة وطبيعة النظام الإعلامي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إبراهيم ابراش، نفس المرجع السابق، ص 248-250

<sup>2</sup> عبد العزيز إبراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، مرجع سبق ذكره، ص 185-186

فالمشاركة السياسية الموجودة في المجتمعات الغربية ترجع جزئياً إلى وجود الإطار الدستوري والمؤسسي الملائم: الدستور والانتخابات الدورية، التعدد الحزبي، الجماعات المصلحية، حرية الصحافة، البرلمان، أجهزة الحكم المحلي... الخ.

وفي الدول الشيوعية تؤدي هيمنة الحزب إلى تفعيل دور المواطن في العملية السياسية واختيار القيادات، بالرغم من ذلك فإن نسبة النشطين سياسياً ربما يتجاوز مثيلاتها في معظم الدول الديمقراطية الغربية أما في الدول النامية فتعود أزمة المشاركة إلى تشوهات ونقائص البناء السياسي المتمثلة في عدم وجود دستور و ان وجدت فهي شكلية كما تتفاوت هذه الدول في الأخذ بين نظام الحزب الواحد والتعددية الحزبية أو عدم الأخذ بالنظام الحزبي من أساسه، هذا المستوى المنخفض من المؤسسة السياسية يقابله تغيير اقتصادي اجتماعي مرموق، لعل هذه الفجوة بينهما هي سبب عدم الاستقرار السياسي الذي تعاني منه كثير من دول العالم النامي<sup>1</sup>.

تطرق كلا من "السيد عليوة" و "منى محمود" في موسوعة الشباب السياسية إلى أن الفرد يشارك في عدة مجالات "اقتصادية ، سياسية، اجتماعية". انطلاقاً من عدة دوافع هي:

### الدوافع العامة:

تتمثل في الشعور بأن المشاركة واجب والت ازم من كل فرد تجاه المجتمع الذي يعيش فيه، هذا ما يفرض مشاركة الجماهير وبفاعلية في الحياة العامة للمجتمع، بذلك يستطيعون التعبير عن آرائهم وأفكارهم ورغباتهم، فيما يجب اتخاذه من قرارات وقوانين وسياسات، وفي البرامج التي تتخذ استجابة لاحتياجات المواطنين، حب العمل العام والرغبة في مشاركة الآخرين بغرض تطوير المجتمع وتحسين مستويات الخدمة فيه من خلال العمل.

### الدوافع الخاصة: تتمثل في النقاط التالية:

- ✓ محاولة التأثير على صنع السياسة المجتمعية العامة لتكون ملائمة للاحتياجات الفعلية والرغبات الخاصة بأف ارد المجتمع التي تعود بالنفع عليهم
- ✓ إشباع الحاجة إلى المشاركة، حيث تنقسم حاجات الإنسان إلى مستويات خمس هي:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد العزيز إِبْرَاهِيم عيسى، محمد جاب الله عمارة، مرجع سبق ذكره ، ص 185 - 186

<sup>2</sup> السيد عليوة، منى محمود، نفس المرجع السابق، ص 31

✓ الحاجات تحقيق المكانة المتميزة بين أفراد المجتمع واكتساب الشهرة والحصول على التقدير والاحترام. الأساسية كالمأكل والملبس، الحاجة إلى الأمن والطمأنينة، الحاجة إلى المشاركة، الحاجة إلى العاطفة والتقدير والحاجة إلى تحقيق الذات.

✓ تحقيق مصالح شخصية تتمثل في السيطرة والتمتع بالنفوذ وتحقيق منافع مادية وغيرها من المصالح الشخصية.<sup>1</sup>

#### 4. أهمية الفعل السياسي

تعد المشاركة المجتمعية إحدى الأدوات التي يمكن من خلالها النهوض بالمجتمع والارتقاء به، والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين اجتماعياً واقتصادياً وبيئياً وحضرياً وذلك من خلال إسهام أبناء المجتمع تطوعاً في جهود التنمية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل، وحث الآخرين على المشاركة، وعدم وضع العراقيل أمام الجهود المبذولة من جانب قيادات المجتمع وغير ذلك<sup>2</sup>

من الأمور التي تؤدي إلى تنمية المجتمع وتحقيق أهدافه . إن مشاركة المجتمع المدني تسهم في التحديد الأفضل للاحتياجات والمطالب وزيادة الكفاءة في التنفيذ، بالإضافة إلى تعزيز الاستدامة والانسجام الاجتماعي، فالمشاركة المجتمعية تسمح بالعملية الديناميكية المتواصلة في العمل، كما يعزز التوافق المثمر والحلول الابتكارية، ويسد الفجوات في المعارف والسلطة القائمة بين الخبرات والتكنولوجيا والمشاركة المحلية. ويرى الباحث أن المشاركة المجتمعية تزيد من المعارف المحلية للشباب، ويعزز التجاوب ويزيد من الشفافية ومن المساءلة، التي تعزز بدورها تقديم الخدمات بفعالية، يضاف إلى ذلك أن المشاركة في نظم الإدارة تعمق من إحساس المجتمع المدني بالانتماء والملكية حيث يصبحون صناعاتهم الذاتية ومحدداتها، وهكذا فإن إشراك المجتمع المحلي لا يؤدي فقط إلى تطوير إحساس قوي بملكية المدينة بين المواطنين، وتعدد أهداف المشاركة المجتمعية نظراً لأهميتها، وللدور

<sup>1</sup> السيد عليوة، منى محمود، نفس المرجع السابق، ص 31

تقرير حول إشراك المجتمع المدني في تحسين أسلوب الإدارة المحلية، "الدورة العشرين"، 2005. بدون أرقام ، HABITAT-UN: <sup>2</sup> صفحات.

الكبير الذي تقوم فيه، فهي تسعى من خلال المشاركة للارتقاء بالعمل من كافة جوانبه وتحقيق النجاح للعملية التنموية.<sup>1</sup>

### 5. علاقة الفعل السياسي بشبكات التواصل الاجتماعي

مع نمو تأثير الإنترنت إهتم الباحثون بشكل متزايد بدراسة تأثيرات هذه التكنولوجيا الجديدة على المشاركة السياسية ، مع عقد المقارنات مع المشاركة السياسية التقليدية ، كما إهتمت الدراسات السابقة بالدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز الشباب على المشاركة في الأنشطة السياسية، لأن فئة الشباب هم الشريحة العمرية الأكثر تكرارا في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بخلاف وسائل الإعلام التقليدية (مثل الجرائد التلفزيون، والراديو) والتي تم إستخدامها كوسيلة إتصال في إتجاه واحد لنقل المعلومات السياسية من قبل الحكومة ورجال السياسة إلى جمهور الناخبين، فإن الإنترنت يفتح آفاقا أوسع للإتصال في اتجاهين بين الكيانات السياسية وجمهور المواطنين الناخبين من جهة، وبين الناخبين وبعضهم البعض ، من جهة أخرى يرى أن التفاعل في الشبكات الاجتماعية له تأثير قوي على ميل الأفراد نحو المشاركة السياسية، حيث أن التفاعل الاجتماعي يتيح الفرصة للأفراد لجمع المعلومات التي تدعم نشاطهم السياسي.

كما توصلت أيضا (Sandovici, 2005) في دراستها إلى أن الشبكات الاجتماعية تساعد على تيسير جميع أنواع المشاركة السياسية.

وأكدت دراسة (Shuler, 2010) على أنه يتم تعزيز الاتجاهات السياسية من خلال دفع المواطنين للمشاركة في الأنشطة التي تساعد على تشجيع الفهم السياسي، وكذلك أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ايجابية بين القيم المكتسبة من الشبكات الاجتماعية و المشاركة في الأنشطة السياسية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> وزارة التخطيط: ،خطة التنمية الفلسطينية،وزارة التخطيط2010/ 2011

<sup>2</sup> عبد العزيز علي حسن : العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر" ، العلوم الانسانية و الاجتماعية / المجلد 43 ، العدد 1 ، 2016

وتوصلت دراسة (al et Valenzuela ,2008) إلى وجود علاقة ايجابية بين كثافة استخدام الفايسبوك والانضمام إلى المجموعات و الثقة الاجتماعية و المشاركة المدنية والسياسية للشباب ورضا الشباب عن حياتهم بشكل عام.

وأشارت دراسة (Warren ,2009) إلى أن انتخابات الرئاسة الأمريكية في العام 2008 هي الانتخابات الأولى التي أتاحت للمرشحين الوصول إلى الناخبين الشباب من خلال وجودهم على موقع الشبكة الاجتماعية فايسبوك ، حيث أكد الشباب الذين شملتهم الدراسة على أنهم قد حصلوا على معلومات عن المرشحين من خلال موقع فايسبوك ، وأن تكوين صداقات بين المستخدمين والمرشحين على موقع فايسبوك كان له أثر إيجابي في المعرفة والحصول على المعلومات من جانب المستخدمين وبناء صورة المرشحين لديهم وخاصة بين المستخدمين الذين لديهم أنشطة سياسية على فايسبوك.

كما أكدت دراسة (Payne ,2009) على أن انتخابات رئاسة الجمهورية لعام 2008 بالولايات المتحدة هي الأولى في تاريخ الانتخابات التي استفادت من مثل هذه التكتيكات. حيث أشارت نتائجها إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية قد أثرت على الانتخابات بشكل غير متوقع، فالحملة الانتخابية من خلال موقع فيس بوك قد أدت إلى زيادة الوعي بالانتخابات نظرا للمعلومات الهائلة التي تم تداولها عبر الموقع بشأن الانتخابات<sup>1</sup>

### خاتمة

أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي كفاعل مؤثر في تنمية الفعل السياسي لدى الجمهور ، اين ساهمت في التعبئة الافتراضية للرأي العام و تكوين نمط مشاركة سياسية من خلال تناول العديد من القيم كالحرية و الديمقراطية و العدالة و تبادل الافكار و الآراء بما ساهم في تنمية الفعل السياسي او المشاركة السياسية ، و من هنا يمكن القول بان شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك) احدث طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بين الافراد و الجماعات بل حتي في نتائج و تأثير هذا الاتصال ، لذا جاءت هذه الورقة لتبحث الدور السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي في تنمية المشاركة السياسية للمواطن

<sup>1</sup> عبد العزيز علي\_حسن ، نفس المرجع السابق،المجلد 43 ، العدد 1 ، 2016



# الفصل الثالث

## الاطار التطبيقي

المطلب الاول: وصف البيانات

ب\_ الجداول المركبة

الجدول رقم 05: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة استخدام المبحوثين للفييس بوك

المجموع		نادرا		أحيانا		دائما			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	0	0	11.7	7	63.3	38	ذكر	الجنس
25	15	1.7	1	1.7	1	21.7	13	انثى	
100	60	1.7	1	13.3	8	85	51	المجموع	
78	47	1.7	1	13.3	8	63.3	38	-23 27	السن
22	13	0	0	0	0	21.7	13	أكثر من 28	
100	60	1.7	1	13.3	8	85	51	المجموع	
73	44	1.7	1	3.3	2	68.3	41	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	10	6	16.7	10	الريف	
100	60	1.7	1	13.3	8	85	51	المجموع	
13	8	0	0	0	0	13.3	8	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	1.7	1	13.3	8	65	39	متوسط	
7	4	0	0	0	0	6.7	4	ضعيف	
100	60	1.7	1	13.3	8	85	51	المجموع	

الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه نسبة درجة الاستخدام لدى الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ب : دائما من فئة الذكور تقدر نسبتهم ب63,3 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر ب: 21,7 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: احيانا من

فئة الذكور تقدر بـ: 11,7 بالمئة في حين نسبة الإناث 1,7 بالمئة، اما عن الذين اجابوا ب نادرا من فئة الذكور منعدمة 0 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 1,7 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك: دائما نسبتهم تقدر بـ 63,3 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا بـ: أحيانا نسبتهم 11,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا تقدر نسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام دائما نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب أحيانا و الذين اجابوا بنادرا فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الاستخدام دائما تقدر نسبتهم بـ 68,3 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم هي 3,3 بالمئة في حين نجد نسبة الاستخدام نادرا هي 1,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام الفيس بوك دائما نسبتهم 16,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب الاستخدام احيانا تقدر نسبتهم بـ 10 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب الاستخدام نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك دائما تقدر نسبتهم بـ 13,3 اما الذين أجابوا ب الاستخدام احيانا والذين يستخدمون نادرا نسبتهم 0 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يستخدمون دائما نسبتهم 65 بالمئة، اما احيانا نسبتهم 13,3 بالمئة اما نادرا 1,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : يستخدمون شبكة الفيس بوك دائما 6,7 بالمئة في حين ينعلم استخدامهم أحيانا ونادرا 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية نستنتج ان جل الطلبة يستخدمون شبكة الفيس بوك سواء اناث او ذكور حيث بلغت نسبة الاستخدام دائما عند الذكور 63,3% من مجموع نسبة 75% والاناث 21,7% من مجموع نسبة 25%، ما يدل على التواصل المنتظم بهذه الشبكة وهذا راجع الى التأثير الكبير

لشبكة الفيس بوك على مستخدميها بفضل الميزات التي تتمتع بها بالإضافة للمعلومات والانتشار الكبير والخدمات التي تقدمها

**الجدول رقم 06:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على المكان المفضل لدى المبحوثين عند استخدام شبكة الفيس بوك

المجموع		أخرى		جامعة		مقهى		المنزل			
النسبة المتوالية	التكرار										
75	45	3,3	2	8,3	5	5	3	58	35	ذكر	الجنس
25	15	0	0	0	0	0	0	25	15	انثى	
100	60	3,3	2	8,3	5	5	3	83,3	50	المجموع	
78	47	0	0	8,3	5	5	3	65	39	-23 27	السن
22	13	3,3	2	0	0	0	0	18,3	11	اكثر من 28	
100	60	3,3	2	8,3	5	5	3	83,3	50	المجموع	
73	44	3,3	2	0	0	1,7	1	68,3	41	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	8,3	5	3,3	2	15	9	الريف	
100	60	3,3	2	8,3	5	5	3	83,3	50	المجموع	
13	8	0	0	0	0	0	0	13,3	8	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	3,3	2	8,3	5	5	3	63,3	38	متوسط	
7	4	0	0	0	0	0	0	6,7	4	ضعيف	
100	60	3,3	2	8,3	5	5	3	83,3	50	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه المكان المفضل لدى الطلبة الجامعيين عند استخدام شبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ب : الاستخدام في المنزل من فئة الذكور

تقدر نسبتهم بـ 58 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 25 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بـ: في المقهى من فئة الذكور تقدر بـ: 5 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0، اما عن الذين اجابوا بـ في الجامعة من فئة الذكور تقدر بـ: 8,3 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0، في حين كانت إجابة المفردات على مكان اخر من فئة الذكور تقدر بـ: 3,3 بالمئة اما فئة الاناث منعدمة 0 بالمئة

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك في : المنزل نسبتهم تقدر بـ 65 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا بـ: في المقهى نسبتهم 5 بالمئة ، اما الذين اجابوا بـ في الجامعة تقدر نسبتهم بـ 8,3 بالمئة، اما الذين يستخدمون الفيس بوك في مكان اخر فنسبتهم هي 3,3 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام في المنزل نسبتهم 18,3 بالمئة، اما الذين اجابوا بـ في المقهى فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بالجامعة فنسبتهم ايضا منعدمة 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا في مكان اخر فنسبتهم 3,3 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الاستخدام في المنزل تقدر نسبتهم بـ 68,3 بالمئة، اما الذين أجابوا في المقهى نسبتهم هي 1,7 بالمئة في حين نجد انعدام نسبة الاستخدام في الجامعة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا في مكان اخر فنسبتهم هي 3,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام الفيس بوك في المنزل نسبتهم 15 بالمئة، اما الذين أجابوا بـ الاستخدام في المقهى تقدر نسبتهم بـ 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بـ الاستخدام في الجامعة نسبتهم هي 8,3 ، اما الذين اجابوا بمكان اخر فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك في المنزل تقدر نسبتهم بـ 13,3 فما تنعدم عندهم نسبة 0 بالمئة الاستخدام في الجامعة والمقهى والأماكن الأخرى، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يستخدمون في

المنزل نسبتهم 63,3 بالمئة، اما في المقهى نسبتهم 5 بالمئة وفي الجامعة 8,3 بالمئة اما الاستخدام في مكان اخر هي 3,3 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : المنزل 6,7 بالمئة في حين تنعدم استخداماتهم في المقهى والجامعة والأماكن الاخرى

من خلال الاحصائيات التي قدمها الباحثين فان مكان الاستخدام عند عامة الطلبة الجامعيين باختلاف أعمارهم ومكان تواجدهم وحالاتهم الاقتصادية يكون في المنزل وهذا راجع الى ان

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال الوصف الكمي للنتائج فان المكان المفضل لاستخدام شبكة الفيس بوك يكون في المنزل حيث جاءت اكبر بنسبة عند الذكور هي 58 % في حين كانت ادنى نسبة عندهم في الاستخدام في الأماكن الأخرى كالعامل بنسبة 3,3 % من مجموع 75% ، في حين جاءت نسبة الاناث بالاستخدام المطلق في المنزل بنسبة 25 % من 25 % ، وهذا ما يدل على ان الاستخدام يكون بشكل كثيف في المنزل راجع الى دة عوامل منها التخلص من الارتباطات الخارجية والعمل وبالتالي التفرغ الى الاستخدام

الجدول رقم 07: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين عند تصفح شبكة الفيس بوك

الهاتف		الحاسوب		اللوحة الالكترونية		المجموع			
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
44	73,3	1	1,7	0	0	45	75	ذكر	الجنس
4	6,7	10	16,7	1	1,7	15	25	انثى	
48	80	11	18,3	1	1,7	60	100	المجموع	
35	58,3	11	18,3	1	1,7	47	78	-23 27	السن
13	21,7	0	0	0	0	13	22	أكثر من 28	
48	80	11	18,3	1	1,7	60	100	المجموع	
32	53,3	11	18,3	1	1,7	44	73	المدينة	مكان السكن
16	26,7	0	0	0	0	16	27	الريف	
48	80	11	18,3	1	1,7	60	100	المجموع	
8	13,3	0	0	0	0	8	13	جيد	المستوى الاقتصادي
36	60	11	18,3	1	1,7	48	80	متوسط	
4	6,7	0	0	0	0	4	7	ضعيف	
48	80	11	18,3	1	1,7	60	100	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة المستخدمة من طرف الطلبة الجامعيين عند التواصل بشبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بـ : استخدام الهاتف من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 73,3 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 6,7 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا باستخدام الحاسوب من فئة الذكور تقدر بـ: 1,7 بالمئة في حين نسبة الإناث 16,7 بالمئة ، اما عن الذين اجابوا باستخدام اللوح الالكتروني من فئة الذكور منعدمة 0 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 1,7 بالمئة

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام الهاتف نسبتهم تقدر ب 58,3 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا ب: الحاسوب نسبتهم 18,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا اللوح الالكتروني فنسبتهم 1,7 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام في المنزل نسبتهم 18,3 بالمئة، اما الذين اجابوا ب في المقهى فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بالجامعة فنسبتهم ايضا منعدمة 0 بالمئة المئة ، اما الذين اجابوا ب اللوح الالكتروني تقدر نسبتهم ب 1,7 بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون الهاتف تقدر نسبتهم ب 53,3 بالمئة، اما الذين أجابوا الحاسوب نسبتهم هي 18,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا باستخدام اللوح الالكتروني فنسبتهم هي 1,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام الهاتف نسبتهم 26,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب الاستخدام الحاسوب وكذلك اللوح الالكتروني فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون الهاتف تقدر نسبتهم ب 13,3 فما تنعدم عندهم استخدام الحاسوب واللوح الالكتروني 0 بالمئة الاستخدام ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يستخدمون الهاتف نسبتهم 60 بالمئة، اما الذين يستخدمون الحاسوب نسبتهم 18,3 بالمئة والذين يستخدمون اللوح الالكتروني 1,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها ضعيفة فقد جاءت اجاباتهم كمالاتي : استخدام الهاتف 6.7 بالمئة ، في حين ينعدم استخدام الحاسوب واللوح الالكتروني عندهم 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية فان الوسيلة المستعملة عند التواصل بشبكة الفيس بوك من طرف الطلبة الجامعيين مختلفة حيث يعتر الهاتف النقال هو الوسيلة المستخدمة عند الذكور بنسبة هي 73,3% في حين تنعدم نسبة استخدام اللوح الالكتروني 0% من المجموع الكلي 75

%، اما الوسيلة المفضلة عند الاناث هي الحاسوب بنسبة 16,7 % في حين كانت ادنى نسبة استخدام هي نسبة اللوح الالكتروني بـ 1,7 % من مجموع الكلي 25 % ، استخدام الهاتف النقال للتواصل بشبكة الفيس بوك عند الذكور يدل على انهم اكثر حرية في استخدام الهاتف وافضل ماديا ، اما استخدام الحاسوب من طرف الاناث يدل على القيود الاجتماعية والمادية

**الجدول رقم 08:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الوقت الذي يقضيه المبحوثين في تصفح شبكة فيس بوك

المجموع		اكثر من ذلك		من ساعة الى		اقل من ساعة			
				ساعتين	ساعتين	النسبة	التكرار		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
المئوية		المئوية		المئوية		المئوية			
75	45	20	12	48.3	29	6,7	4	ذكر	الجنس
25	15	25	15	0	0	0	0	انثى	
100	60	45	27	48.3	29	6,7	4	المجموع	
78	60	0	0	26.7	16	6,7	4	27-23	السن
22	47	45	27	21.7	13	0	0	اكثر من 28	
100	60	45	27	48.3	29	6,7	4	المجموع	
73	44	36,7	22	30	18	6,7	4	المدينة	مكان
27	16	8,3	5	18.3	11	0	0	الريف	السكن
100	6060	45	27	48.3	29	6,7	4	المجموع	
13	8	0	0	6.7	4	6,7	4	جيد	المستوى
80	48	45	27	35	21	0	0	متوسط	الاقتصادي
7	4	0	0	6.7	4	0	0	ضعيف	
100	60	45	27	48.3	29	6,7	4	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه الوقت الذي يقضيه المبحوثين عند استخدام شبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بـ : اقل من ساعة من فئة الذكور تقدر نسبتهم

ب6,7 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر ب: 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: من ساعة الى ساعتين من فئة الذكور تقدر ب: 48,3 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0، اما عن الذين اجابوا من ساعتين من فئة الذكور تقدر ب: 20 بالمئة في حين نسبة الاناث 25 بالمئة. اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك : اقل من ساعة نسبتهم تقدر ب 6,7 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا من ساعة الى ساعتين نسبتهم 26,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب اكثر من ساعتين تقدر نسبتهم ب 0 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام اقل من ساعة نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا ب من ساعة الى ساعتين فنسبتهم منعدمة 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا بأكثر من ساعتين فنسبتهم 45 بالمئة. اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الاستخدام اقل من ساعة تقدر نسبتهم ب 6,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب من ساعة الى ساعتين نسبتهم هي 30 بالمئة ، اما الذين اجابوا اكثر من ساعتين فنسبتهم هي 36,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام الفيس بوك اقل من ساعة نسبتهم 0 بالمئة، اما الذين أجابوا ب الاستخدام من ساعة الى ساعتين تقدر نسبتهم ب 18,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب الاستخدام اكثر من ساعتين نسبتهم هي 8,3 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك اقل من ساعة نسبتهم ب 6,7 بالمئة ، اما من ساعة الى ساعتين فنسبتهم 6,7 بالمئة، فما تنعدم نسبة الاستخدام اكثر من ساعتين

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يستخدمون اقل من ساعة نسبتهم 0 بالمئة، اما من ساعة الى ساعتين نسبتهم 35 بالمئة فما الاستخدام اكثر من ساعتين فنسبتهم 45 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة فجاءت نسبهم كالاتي: اقل من ساعة منعدمة 0 بالمئة ، اما من ساعة الى ساعتين نسبتهم 6,7 بالمئة، فما تنعدم نسبة الاستخدام اكثر من ساعتين 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات يتضح لنا ان الوقت الذي يقضيه الذكور في استخدام شبكة الفيس بوك هو من ساعة الى ساعتين بنسبة تقدر بـ 48,8% في حين ادنى نسبة هي اقل من ساعة بـ 6,7% من المجموع الكلي 75%، اما عند الاناث فان الاستخدام يكون بشكل دائم اكثر من ساعتين بنسبة 25% من 25% وهذا يدل على ان استخدام عند الذكور محدد من حيث الوقت اما الاناث يكون بشكل كبير

**الجدول رقم 09:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الفترة المفضلة لدى المبحوثين لتصفح

شبكة الفيس بوك

المجموع	الليل		الزوال		الصباح				
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
75	45	35	21	13,3	8	26,7	16	ذكر	الجنس
25	15	25	15	0	0	0	0	انثى	
100	60	60	36	13,3	8	26,7	16	المجموع	
78	47	60	36	13,3	8	5	3	27-23	السن
22	13	0	0	0	0	21,7	13	اكثر من 28	
100	60	60	36	13,3	8	26,7	16	المجموع	
73	44	55	33	0	0	18,3	11	المدينة	مكان السكن
27	16	5	3	13,3	8	8,3	5	الريف	
100	60	60	36	13,3	8	26,7	16	المجموع	
13	8	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	50	30	13,3	8	16,7	10	متوسط	
7	4	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	60	36	13,3	8	26,7	16	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه الفترة المفضلة لدى المبحوثين لتصفح شبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ب : الاستخدام في الصباح من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 26,7 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: في الزوال من فئة الذكور تقدر ب: 13,3 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0، اما عن الذين اجابوا ب في الليل من فئة الذكور تقدر ب: 35 بالمئة في حين نسبة الإناث تقدر ب 25 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك في : الصباح نسبتهم تقدر ب 5 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا ب: في الزوال نسبتهم 13,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب في الليل تقدر نسبتهم ب 60 بالمئة. اما المفردات الأكثر من 28 سنة كانت نسبهم كالتالي: الصباح 21,7 بالمئة ، اما فترة الزوال و الليل منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الاستخدام في الصباح تقدر نسبتهم ب 18,3 بالمئة، اما الذين أجابوا في الزوال نسبتهم هي 0 بالمئة في حين نجد انعدام نسبة الاستخدام في الليل 55 بالمئة اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام الفيس بوك في الصباح نسبتهم 8,3 بالمئة، اما الذين أجابوا ب الاستخدام في الزوال تقدر نسبتهم ب 13,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب الاستخدام في الليل نسبتهم هي 5 0 بالمئة.

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يستخدمون شبكة الفيس بوك في الصباح تقدر نسبتهم ب 6,7 بالمئة ، اما في الزوال نسبتهم منعدمة 0 بالمئة وفي الليل تقدر ب نسبتهم 6,7 بالمئة، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الاستخدام في الصباح نسبتهم 16,7 بالمئة، اما في الزوال فنسبتهم 13,3 بالمئة، اما في الليل نسبتهم 50 بالمئة.

اما مفردات الحالة الاقتصادية ضعيفة فجاءت اجابتهم على النحو التالي : في الصباح نسبتهم هي 3,3 بالمئة، اما في الزوال فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما في الليل فنسبتهم 3,3 بالمئة.

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للفترة المفضلة للتواصل مع شبكة الفيس بوك فان الفترة المفضلة عند الذكور تكون في الليل بنسبة 35% اما ادنى نسبة في الاستخدام عندهم في الزوال بنسبة 13,3% اما الاناث ايضا الليل هو اكثر فترة للاستخدام عندهم بنسبة مطلقة 25% من 25% وهذا راجع الى الانتهاء من الارتباطات الخارجية والداخلية والركون الى الراحة

**الجدول رقم 10:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على استخدام المبحوثين لشبكة الفيس بوك في

نشر مضامين و معلومات سياسية

المجموع	لا		نعم		الجنس	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
75	45	23,3	14	51,7	31	ذكر
25	15	6,7	4	18,3	11	انثى
100	60	30	18	70	42	المجموع
78	47	30	18	48,3	29	27-23
22	13	0	0	21,7	13	اكثر من 28
100	60	30	18	70	42	المجموع
73	44	28,3	17	45	27	المدينة
27	16	1,7	1	25	15	الريف
100	60	30	18	70	42	المجموع
13	8	6,7	4	6,7	4	جيد
80	48	20	12	60	36	متوسط
7	4	3,3	2	3,3	2	ضعيف
100	60	30	18	70	42	المجموع

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه استخدام المبحوثين لشبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بـ : نعم من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 51,7 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 18,3 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بـ: لا من فئة الذكور تقدر بـ: 23,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 6,7 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية والذين اجابوا بـ : نعم نسبتهم تقدر بـ 48,3 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا بـ لا نسبتهم 30 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا باستخدام شبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية والذين اجابوا بـ : نعم نسبتهم تقدر بـ 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا بـ لا فنسبتهم 0 منعدمة بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين أجابوا بـ نعم نسبتهم هي 45 بالمئة ، اما الذين اجابوا بـ لا فنسبتهم هي 28,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بـ نعم نسبتهم 25 بالمئة، اما الذين أجابوا بـ لا تقدر نسبتهم بـ 1,7 بالمئة .

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين بـ نعم تقدر نسبتهم بـ 6,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا بـ لا فنسبتهم 6,7 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين استخدموا الفيس بوك في نشر مضامين سياسية والذين اجابوا نعم نسبتهم 60 بالمئة، اما الذين اجابوا بـ لا نسبتهم 20 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة فجاءت نسبهم كالتالي: الذين استخدموا الفيس بوك في نشر مضامين سياسية والذين اجابوا نعم نسبتهم 3,3 بالمئة، اما الذين اجابوا بـ لا نسبتهم 3,3 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية فان اغلب الطلبة استخدموا شبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية والذين اجابوا ب نعم حيث تقدر نسبة الذكور ب 51,7% في حين اجابوا ب لا نسبتهم هي 23,3% من مجموع 75% ، اما الاناث فقد كانت أيضا نسبة الإجابة ب نعم يقدر بنسبة 18,3% في حين الذين اجابوا ب لا تقدر نسبتهم 6,7% من المجموع الكلي 25% ، ويرجع استخدام الطلبة لنشر المضامين السياسية الى الاحداث والتغيرات الكثيرة التي تمر بها البلاد

**الجدول رقم 11:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الدافع الذي يجعل المبحوثين تفضيل شبكة فيس بوك على الشبكات الاخرى

المجموع	شعبية الشبكة		المميزات التقنية		سهولة الاستخدام				
	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار			
75	45	36,7	22	13,3	8	25	15	ذكر	الجنس
25	15	25	15	0	0	0	0	انثى	
100	60	61,7	37	13,3	8	25	15	المجموع	
78	47	61,7	37	0	0	3,3	2	27-23	السن
22	13	0	0	13,3	8	21,7	13	اكثر من 28	
100	60	61,7	37	13,3	8	25	15	المجموع	
73	44	55	33	0	0	18,3	11	المدينة	مكان السكن
27	16	6,7	4	13,3	8	6,7	4	الريف	
100	60	61,7	37	13,3	8	25	15	المجموع	
13	8	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	51,7	31	13,3	8	15	9	متوسط	
7	4	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	61,7	37	13,3	8	25	15	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول اعلاه الدافع الذي يجعل المبحوثين تفضيل شبكة فيس بوك على الشبكات الاخرى

من طرف الطلبة الجامعيين، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين اجابوا بـ : تفضل استخدام الفيس بوك لسهولة الاستخدام من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 25 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بتفضيل استخدام الفيس بوك لمميزاته التقنية من فئة الذكور تقدر بـ: 13,3 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0 بالمئة ، اما عن الذين اجابوا بتفضل استخدام الفيس بوك لشعبية الشبكة من فئة الذكور 36,7 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 25 بالمئة

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا بتفضل استخدام شبكة الفيس بوك لسهولة استخدامها نسبتهم تقدر بـ 3,3 بالمئة ، في حين نجد الذين يفضلونها لمميزاتها التقنية نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا لشعبية الوسيلة فنسبتهم 61,7 بالمئة

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يفضلون الفيس بوك لسهولة الاستخدام نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين يفضلون المميزات التقنية فنسبتهم 3,3 بالمئة، اما الذين يفضلون شعبية الشبكة فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين جابوا بتفضل استخدام شبكة الفيس بوك لسهولة استخدامها تقدر نسبتهم بـ 18,3 بالمئة، في حين نجد الذين يفضلونها لمميزاتها التقنية نسبتهم هي 0 بالمئة ، اما الذين يفضلون شعبية الشبكة فنسبتهم هي 55 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بتفضيل استخدام شبكة الفيس بوك لسهولة الاستخدام نسبتهم 6,7 بالمئة، اما الذين أجابوا بتفضيل الاستخدام للمميزات التقنية فنسبتهم 13,3 بالمئة، اما من يستخدمونها لشعبيتها فنسبتهم 6,7 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يفضلون استخدام الفيس بوك لسهولة استخدامه بـ 6,7 فما الذين يستخدمونه لمميزاته التقنية فنسبتهم معدمة 0 بالمئة ، اما الذين يستخدمونه لشعبية الشبكة فنسبتهم بالمئة 6,7 بالمئة.

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يستخدمون لسهولة الاستخدام نسبتهم 15 بالمئة، اما الذين يستخدمون للمميزات التقنية نسبتهم 13,3 اما الذين يستخدمون لشعبية الشبكة نسبتهم 51,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها ضعيفة فقد جاءت اجاباتهم كالاتي : الذين يفضلون استخدام الفيس بوك لسهولة استخدامه نسبتهم 3,3 بالمئة ، في حين الذين يستخدمونه لمميزاته التقنية نسبتهم معدمة 0 بالمئة، اما الذين يستخدمونه لشعبيته نسبتهم هي 3,3 بالمئة.

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية فان اغلب الطلبة يفضلون استخدام شبكة الفيس بوك لشعبيته الكبيرة حيث تقدر نسبة الذكور بـ 36,7% في حين ادنى نسبة كانت للمميزات التقنية بـ 13,3% من مجموع 75%، اما الاناث أيضا يفضلون شبكة الفيس بوك بشكل مطلق لشعبيته بنسبة 25% من المجموع الكلي 25%

الجدول رقم 12: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على هدف المبحوثين من استخدام شبكة الفيس بوك

المجموع		اخرى		معرفة المستجندات الحاصلة		التعبير عن الراي		التواصل مع الاخرين			
النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار		
75	45	0	0	45	27	8,3	5	21,7	13	ذكر	الجنس
25	15	0	0	0	0	25	15	0	0	انثى	
100	60	0	0	45	27	33,3	20	21,7	13	المجموع	
78	47	0	0	23,3	14	33,3	20	21,7	13	-23 27	السن
22	13	0	0	21,7	13	0	0	0	0	اكثر من 28	
100	60	0	0	45	27	33,3	20	21,7	13	المجموع	
73	44	0	0	18,3	11	33,3	20	21,7	13	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	26,7	16	0	0	0	0	الريف	
100	60	0	0	45	27	33,3	20	21,7	13	المجموع	
13	8	0	0	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	0	0	35	21	33,3	20	11,7	7	متوسط	
7	4	0	0	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	0	0	45	27	33,3	20	21,7	13	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول اعلاه الهدف الذي يجعل المبحوثين يستخدمون شبكة فيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 27,7 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما

المفردات الذين اجابوا بان الهدف هو التعبير عن الراي من فئة الذكور تقدر ب: 8,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 25 بالمئة ، اما عن الذين اجابوا هدف معرفة المستجندات من فئة الذكور 45 بالمئة ، في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة ، في حين لم تكن إجابات عن اهداف اخرى

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم تقدر ب 21,7 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم منعدمة 33,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجندات فنسبتهم 23,3 بالمئة

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجندات فنسبتهم 21,7 بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين جابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين تقدر نسبتهم ب 21,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم هي 33,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجندات فنسبتهم هي 18,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجندات فنسبتهم 26,7 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم ب 6,7 في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجندات فنسبتهم 6,7 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين اجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم 11,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم 33,3 اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجدات نسبتهم 35 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها ضعيفة فقد جاءت اجاباتهم كمالاتي : الذين اجابوا بان الهدف من استخدام الفيس بوك هو التواصل مع الاخرين نسبتهم 3,3 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان الهدف هو التعبير عن الراي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الهدف معرفة المستجدات نسبتهم هي 3,3 بالمئة.

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال معطيات النتائج الكمية فان اغلب الطلبة من فئة الذكور هدفهم من استخدام شبكة الفيس بوك هو معرفة المستجدات بنسبة 45 % في حين كانت ادنى نسبة هيى التعبير عن الراي تقدر بـ 3,8 % من المجموع 75 %، اما الاناث فان هدفهم من الاستخدام هو التعبير عن الراي بشكل كلي ومطلق بنسبة 25 % من 25 % ، فالنسبة للذكور اهتمامهم بالمستجدات راجع الى اهتماماتهم الكبيرة بما يحدث في البلاد، اما الاناث فيعتبرونه منصة للتعبير عن الراي لأنه يعتبر المتنفس الوحيد لهم

الجدول رقم 13: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على الغاية النفسية التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة الفيس بوك

المجموع		الهروب من الواقع		ابراز شخصيتك و مواقفك		ملا وقت الفراغ			
النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار		
75	45	5	3	23,3	14	46,7	28	ذكر	الجنس
25	15	0	0	25	15	0	0	انثى	
100	60	5	3	48,3	29	46,7	28	المجموع	
78	47	5	3	48,3	29	25	15	-23 27	السن
22	13	0	0	0	0	21,7	13	أكثر من 28	
100	60	5	3	48,3	29	46,7	28	المجموع	
73	44	5	3	48,3	29	20	12	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	0	0	26,7	16	الريف	
100	60	5	3	48,3	29	46,7	28	المجموع	
13	8	3,3	2	3,3	2	6,4	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	1,7	1	41,7	25	36,7	22	متوسط	
7	4	0	0	3,3	2	3,3	2	ضعيف	
100	60	5	3	48,3	29	46,7	28	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول اعلاه الغاية النفسية التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة فيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ملا وقت الفراغ من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 46,7 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف من فئة الذكور تقدر بـ: 23,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 25 بالمئة ، اما عن الذين اجابوا الغاية

النفسية هي الهروب من الواقع من فئة الذكور 5 بالمئة ، في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة .

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ملا وقت الفراغ نسبتهم تقدر ب 25 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف نسبتهم منعدمة 48,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع فنسبتهم 5 بالمئة

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ملا وقت الفراغ نسبتهم 21,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ملا وقت الفراغ نسبتهم تقدر نسبتهم ب 20 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف نسبتهم هي 48,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع فنسبتهم هي 5 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ملا وقت الفراغ نسبتهم 26,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم لاستخدام الفيس بوك هي ملا وقت الفراغ نسبتهم ب 6,4 في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف نسبتهم 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع فنسبتهم 3,3 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين اجابوا بان الغاية النفسية التي تدفعهم لاستخدام الفيس بوك هي ملا وقت الفراغ نسبتهم 36,7

بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف نسبتهم 41,7 في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع نسبتهم 1,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها ضعيفة فقد جاءت اجاباتهم كمالاتي : الذين اجابوا بان ن الغاية النفسية التي تدفعهم لاستخدام الفيس بوك هي ملا وقت الفراغ سبتهم 3,3 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان الغاية النفسية التي تدفعهم هي ابراز الشخصية والمواقف نسبتهم 3,3 بالمئة، اما الذين اجابوا بان الغاية النفسية هي الهروب من الواقع نسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية نستنتج ان الغاية النفسية عند فئة الذكور هي ملاً وقت الفراغ بنسبة 46,7% في حين كانت ادنى نسبة الهروب من الواقع تقدر بـ 5% من مجموع 75% وهذا راجع الى ظاهرة البطالة التي يعاني منها الشباب، اما الاناث فكانت غايتهم النفسية هي ابراز الشخصية والمواقف بنسبة مطلقة وكلية تقدر بـ 25% من 25% ، وهذا راجع الى محاولة المرأة لإبراز شخصيتها داخل المجتمع.

الجدول رقم 14: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على اهم ميزة تجذب المبحوثين في شبكة

الفييس بوك

المجموع		القدرة على تحديد الاشخاص و الصفحات التي تتابعها		القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية		الأنية و التفاعل مع الحدث في أن واحد			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	50	30	0	0	25	15	ذكر	الجنس
25	15	0	0	3,3	2	21,7	13	انثى	
100	60	50	30	3,3	2	46,7	28	المجموع	
78	45	28,3	17	3,3	2	46,7	28	-23 27	السن
22	13	21,7	13	0	0	0	0	أكثر من 28	
100	60	50	30	3,3	2	46,7	28	المجموع	
73	44	23,3	14	3,3	2	46,7	28	المدينة	مكان
27	16	26,7	16	0	0	0	0	الريف	السكن
100	60	50	30	3,3	2	46,7	28	المجموع	
13	8	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	40	24	3,3	2	36,7	22	متوسط	
7	4	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	50	30	3,3	2	46,7	28	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول اعلاه اهم ميزة تجذب المبحوثين في شبكة الفييس بوك، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ25 بالمئة في حين نسبة الاناث 21,7 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بان

اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية من فئة الذكور منعدمة 0 بالمئة في حين نسبة الإناث 3,3 بالمئة ، اما عن الذين اجابوا اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها من فئة الذكور 50 بالمئة ، في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة .

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم تقدر ب 46,7 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية نسبتهم 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها نسبتهم 28,3 بالمئة

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها فنسبتهم 21,7 بالمئة.

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم تقدر نسبتهم ب 46,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية نسبتهم هي 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها فنسبتهم هي 23,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها فنسبتهم 26,7 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم ب 6,7

في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها فنسبتهم 6,7 بالمئة  
 اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم 36,7 بالمئة، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية نسبتهم 3,3 في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها نسبتهم 40 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها ضعيفة فقد جاءت اجاباتهم كمالاتي : الذين اجابوا بان اهم ميزه هي الانية والتفاعل في ان واحد نسبتهم 3,3 بالمئة ، في حين نجد الذين يعتبرون بان اهم ميزة هي القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان اهم ميزة هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها نسبتهم 3,3 بالمئة.

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات فاننا نستنج بان اهم ميزة تجذب الطلبة الجامعيين في شبكة الفيس بوك من فئة الذكور هي على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها بنسبة 50 % في حين تنعدم نسبة ميزة مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية 0 % من المجموع الكلي 75 % وهذا راجع الى أهمية تحديد تلقي البيانات من جهات معينة على حساب أخرى ، اما فئة الاناث فان اهم ميزة بالنسبة لهم هي التفاعل والانية مع الحدث في آن واحد بنسبة 21,7 % في حين تنعدم نسبة ميزة تحديد الصفحات والأشخاص 0 % من مجموع الكلي 25 % وهذا راجع الى المتابعة الفورية لكل ما هو جديد في المحيط.

الجدول رقم 15: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على رأي المبحوثين في ان الفيس بوك فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية للطلبة الجامعيين الجزائريين

المجموع		لا		نعم			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	25	15	50	30	ذكر	الجنس
25	15	16,7	10	8,3	5	انثى	
100	60	41,7	25	58,3	35	المجموع	
78	47	41,7	25	36,7	22	27-23	السن
22	13	0	0	21,7	13	أكثر من 28	
100	60	41,7	25	58,3	35	المجموع	
73	44	41,7	25	31,7	19	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	26,7	16	الريف	
100	60	41,7	25	58,3	35	المجموع	
13	8	6,7	4	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	31,7	19	48,3	29	متوسط	
7	4	3,3	2	3,3	2	ضعيف	
100	60	41,7	25	58,3	35	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول اعلاه، رأي المبحوثين في ان الفيس بوك فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية للطلبة الجامعيين الجزائريين، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين أجابوا ب: نعم من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 50 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر ب: 8,3 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: لا من فئة الذكور تقدر ب: 25 بالمئة في حين نسبة الإناث 16,7 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا بانهم يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية اجابوا ب : نعم نسبتهم تقدر ب 36,7 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا ب لا نسبتهم 41,7 بالمئة. اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بانهم يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية ب : نعم نسبتهم تقدر ب 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب لا فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة. اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب نعم نسبتهم هي 31,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب لا فنسبتهم هي 41,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب نعم نسبتهم 26,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب لا تقدر نسبتهم منعدمة 0 بالمئة . اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب نعم تقدر نسبتهم ب 6,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب لا فنسبتهم 6,7 بالمئة

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب: نعم نسبتهم 48,3 بالمئة، اما الذين اجابوا ب لا نسبتهم 31,7 بالمئة اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة فجاءت نسبهم كالاتي: الذين بانهم يعتبرون شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية الذين اجابوا ب: نعم نسبتهم 3,3 بالمئة، اما الذين اجابوا ب لا نسبتهم 3,3 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات فان الطلبة الجامعيين من فئة الذكور يرون بان شبكة الفيس بوك فضاء حر لابرز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب نعم تقدر نسبتهم 50

% اما الذين اجابو ب لا فنسبتهم هي 25 % من المجموع 75 % وهذا راجع الى المساحة التي تمنحها لهم شبكة الفيس بوك بلا قيود وتكسر لهم قيود الخوف وتوصل صوتهم للجميع ، اما فئة الاناث فيعتبرون شبكة الفيس بوك ليست فضاء حر لابرار الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب لا بنسبة 16,7 % في حين جاءت ادنى نسبة الذين اجابو ب نعم بنسبة 8,3 % من المجموع 25 % وهذا راجع الى نقص في ابراز المواقف السياسية من طرف المرأة .

**الجدول رقم 16:** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على مشاركة المبحوثين المعلومات والمنشورات والاخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك

المجموع	نادرا		أحيانا		دائما				
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
75	45	3.3	2	50	30	21,7	13	الجنس	ذكر
25	15	3.3	2	21,7	13	0	0		انثى
100	60	6.7	4	71,7	43	21,7	13	المجموع	
78	47	6.7	4	50	30	21,7	13	السن	27-23
22	13	0	0	26.7	13	0	0		أكثر من 28
100	60	6.7	4	71,7	43	21,7	13	المجموع	
73	44	6.7	4	45	27	21,7	13	مكان	المدينة
27	16	0	0	26.7	16	0	0		الريف
100	60	6.7	4	71,7	43	21,7	13	المجموع	
13	8	0	0	6.7	4	6,7	4	المستوى الاقتصادي	جيد
80	48	6.7	4	61,7	37	11,7	7		متوسط
7	4	0	0	3,3	2	3,3	2		ضعيف
100	60	6.7	4	71,7	43	21,7	13	المجموع	

الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه مشاركة المبحوثين المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ب مشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك : دائما من فئة الذكور تقدر نسبتهم ب21,7 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: احيانا من فئة الذكور تقدر ب: 50 بالمئة في حين نسبة الإناث 21,7 بالمئة، اما عن الذين اجابوا ب نادرا من فئة الذكور منعدمة 3,3 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر ب: 3,3 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا: بمشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك دائما نسبتهم تقدر ب 21,7 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا ب:أحيانا نسبتهم 50 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا تقدر نسبتهم 6,7 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بمشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك دائما نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا ب أحيانا 26,7 بالمئة و الذين اجابوا بنادرا فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بمشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم دائما تقدر نسبتهم ب 21,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم هي 45 بالمئة في حين نجد نسبة نادرا هي 6,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا الذين اجابوا بمشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم دائما نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا تقدر نسبتهم ب 26,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا الذين اجابوا بمشاركة المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم دائما تقدر نسبتهم ب 6,7 اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 6,7 بالمئة في

حين الذين اجابو ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : دائما نسبتهم 11,7 بالمئة، اما احيانا نسبتهم 61,7 بالمئة اما نادرا 6,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : دائما نسبتهم 3,3 بالمئة في حين نسبة الذين يشاركون منشوراتهم والاخبار المتداولة على صفحاتهم أحيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ونادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات فاننا نستخلص الى ان مشاركة المبحوثين المعلومات والمنشورات والاخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك من فئة الذكور والتي اجابت ب أحيانا هي اكبر نسبة وتقدر ب 50 % في كانت اقل نسبة هي نادرا بنسبة 3,3 % من مجموع 75 % وهذا راجع الى ان مشاركة المنشورات تكون بحسب أهميتها وضرورتها، ايضا فئة الاناث تشارك المعلومات والمنشورات أحيانا بنسبة 21,7 % في حين ادنى نسبة هي المشاركة دائما وهي منعدمة 0 % من المجموع 25 % وهذا يدل أيضا على حسب قيمة المنشورات واهميتها في الوقت الراهن .

الجدول رقم 17: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على مدى تلبية شبكة الفيس بوك اشباعات المبحوثين اتجاه المعلومات السياسية

المجموع		نادرا		احيانا		دائما			
النسبة المتوية	التكرار								
75	45	5	3	25	15	45	27	ذكر	الجنس
25	15	1.7	1	23.3	14	0	0	انثى	
100	60	6.7	4	48.3	29	45	27	المجموع	
78	47	6.7	4	48.3	29	23.3	14	27-23	السن
22	13	0	0	0	0	21.7	13	أكثر من 28	
100	60	6.7	4	48.3	29	45	27	المجموع	
73	44	6.7	4	48.3	29	18.7	11	المدينة	مكان
27	16	0	0	0	0	26.7	16	الريف	السكن
100	60	6.7	4	48.3	29	45	27	المجموع	
13	8	0	0	6.7	4	6.7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	6.7	4	38.3	23	35	21	متوسط	
7	4	0	0	3.3	2	3.3	2	ضعيف	
100	60	6.7	4	48.3	29	45	27	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه مدى تلبية شبكة الفيس بوك اشباعات المبحوثين اتجاه المعلومات السياسية ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية : دائما من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 45 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: احيانا من فئة الذكور تقدر بـ: 25

بالمئة في حين نسبة الإناث 23,3 بالمئة، اما عن الذين اجابوا ب نادرا من فئة الذكور نسبتهم 5 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر ب: 1,7 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا: ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية دائما نسبتهم تقدر ب 23,3 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا ب: أحيانا نسبتهم 48,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا تقدر نسبتهم 6,7 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية دائما نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب أحيانا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة و الذين اجابوا بنادرا فنسبتهم أيضا منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية دائما تقدر نسبتهم ب 18,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم هي 48,3 بالمئة في حين نجد نسبة نادرا هي 6,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا الذين اجابوا ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية دائما نسبتهم 26,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب تلبية شبكة الفيس بوك اشباعاتهم اتجاه المعلومات السياسية دائما تقدر نسبتهم ب 6,7 اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 6,7 بالمئة في حين الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : دائما نسبتهم 35 بالمئة، اما احيانا نسبتهم 38,3 بالمئة اما نادرا 6,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : دائما نسبتهم 3,3 بالمئة، أحيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ونادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

## الوصف الكيفي للبيانات

تظهر النتائج الكمية ان شبكة الفيس بوك تحقق اشباعا اتجاه المعلومات السياسية خاصة عند فئة الذكور حيث الذين اجابوا ب دائما نسبتهم كبيرة تقدر ب 45 % في حين كانت ادنى نسبة وهي نادرا 5 بالمئة من المجموع 75 % وهذا يدل على احتواء شبكة الفيس بوك على جميع المعلومات السياسية المهمة والراهنة التي يحتاجونها، اما فئة الاناث فيرون بان شبكة الفيس بوك تحقق اشباعا اتجاه المعلومات السياسية أحيانا فقط بنسبة كبيرة تقدر ب 23,3 % في حين جاءت نسبة الاشباع دائما منعدمة 0 % وهذا راجع الى اختلاف في الاشباع المحققة من المعلومات السياسية التي تتداول على شبكة الفيس بوك.

الجدول رقم 18: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة ما تحققه شبكة الفيس بوك

للمبحوثين

المجموع		تشكيل رايك السياسي		الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن		معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا و الشخصيات السياسية			
النسبة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	25	15	8,3	5	41,7	25	ذكر	الجنس
25	15	3,3	2	21,7	13	0	0	انثى	
100	60	28,3	17	30	18	41,7	25	المجموع	
78	47	28,3	17	0	0	20	12	27-23	السن
22	13	0	0	30	18	31,7	13	أكثر من 28	
100	60	28,3	17	30	18	41,7	25	المجموع	
78	47	28,3	17	26,7	16	18,3	11	المدينة	مكان السكن
22	13	0	0	3,3	2	23,3	14	الريف	
100	60	28,3	17	30	18	41,7	25	المجموع	
13	8	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	18,3	11	30	18	31,7	19	متوسط	
7	4	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	28,3	17	30	18	41,7	25	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه ما تحققه شبكة الفيس بوك للمبحوثين ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا و الشخصيات السياسية من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 41,7 بالمئة في حين نسبة

الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن من فئة الذكور تقدر بـ: 8,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 21,7 بالمئة، اما عن الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي من فئة الذكور نسبتهم 25 بالمئة ، في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 3,3 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا: بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا و الشخصيات السياسية نسبتهم تقدر ب 20 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم 0 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي نسبتهم 28,3 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا و الشخصيات السياسية نسبتهم 31,7 بالمئة، اما الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم 30 بالمئة و الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا و الشخصيات السياسية تقدر نسبتهم بـ 18,3 بالمئة، اما الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم هي 26,7 بالمئة في حين الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي هي 28,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية نسبتهم 23,3 بالمئة، اما الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة

من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم منعدمة 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية تقدر نسبتهم بـ 6,7 اما الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم منعدمة 0 بالمئة في حين الذين اجابو بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي نسبتهم 6,7 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية نسبتهم 31,7 بالمئة، اما الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم 30 بالمئة في حين الذين اجابو بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي 18,3 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا بأن شبكة الفيس بوك تحقق لهم هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية نسبتهم 3,3 بالمئة، اما الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبتهم منعدمة 0 بالمئة في حين الذين أجابوا بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم تشكيل رأي سياسي نسبتهم 3,3 بالمئة

### التحليل الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية نستنتج ان ماتحققه شبكة الفيس بوك للطلبة الجامعيين من فئة الذكور هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية نسبتهم 41,7 % بينما ادنى نسبة كانت شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن بنسبة 8,3 % من مجموع 75 % وهذا يدل على الاهتمام اخر تفاصيل المعلومات وكل ما هو جديد على الساحة السياسية، اما فئة الاناث فقد

كانت اجابتها بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبة كبيرة 21,7% اما ادنى نسبة كانت معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية 0% من المجموع 25% وهذا يدل على تفضيلهم النقاشات لفهم الوضع على حساب الحصول على المعلومات السياسية.

الجدول رقم 19: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة احتواء شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية التي تهتم المبحوثين

المجموع	أبدا		أحيانا		دائما			
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	0	0	36,7	22	38,3	23	الجنس
25	15	0	0	25	15	0	0	ذكر
100	60	0	0	61,7	37	38,3	23	انثى
المجموع								
78	47	0	0	61,7	37	16,7	10	السن
22	13	0	0	0	0	21,7	13	27-23
المجموع								أكثر من 28
100	60	0	0	61,7	37	38,3	23	المجموع
73	44	0	0	55	33	18,3	11	مكان
27	16	0	0	6,7	4	20	12	المدينة
المجموع								الريف
100	60	0	0	61,7	37	38,3	23	المجموع
13	8	0	0	6,7	4	6,7	4	المستوى
80	48	0	0	51,7	31	28,3	17	الاقتصادي
7	4	0	0	3,3	2	3,3	2	جيد
المجموع								متوسط
100	60	0	0	61,7	37	38,3	23	المجموع
								ضعيف

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه مدى احتواء شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية التي تهتم المبحوثين ، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا بتحتوي شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية : دائما من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ38,3 بالمئة في حين نسبة الإناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا بـ: احيانا من فئة الذكور تقدر بـ: 36,7 بالمئة في حين نسبة الإناث 25 بالمئة، اما عن الذين اجابوا بـ نادرا من فئة الذكور نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، في حين نسبة الإناث أيضا منعدمة 0 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا: دائما نسبتهم تقدر ب 16,7 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا بتحتوي شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية: أحيانا نسبتهم 61,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا تقدر نسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب دائما نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب أحيانا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة و الذين اجابوا بنادرا فنسبتهم أيضا منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا تحتوي شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية: دائما تقدر نسبتهم ب 18,3 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم هي 55 بالمئة في حين نجد نسبة نادرا هي 0 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا الذين أجابوا تحتوي شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية دائما نسبتهم 20 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 6,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: دائما تقدر نسبتهم ب 6,7 اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 6,7 بالمئة في حين الذين أجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : دائما نسبتهم 28,3 بالمئة، اما احيانا نسبتهم 51,7 بالمئة اما نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم: دائما نسبتهم 3,3 بالمئة، أحيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ونادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات نستنتج ان احتواء شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية التي تهتم الطلبة الجامعيين من فئة الذكور كانت دائما بنسبة 38,3 % في حين كانت أدنى نسبة هي نادرا 0 % من مجموع 75 % وهذا راجع الى احتواء شبكة الفيس بوك على مصادر المعلومات السياسية في كثير من الأحيان من خلال صفحات القنوات المختلفة

ووكالات الانباء وحتى صحافة المواطن، اما فئة الاناث فانهم يرون بشكل مطلق بان شبكة الفيس بوك تحتوي على على مصادر المعلومات السياسية أحيانا فقط بنسبة 25 % من 25 % وهذا راجع الى عدم اطلاع والمتابعة لمختلف الصفحات السياسية لنقص الدراية و الميول السياسي عند الاناث.

**الجدول رقم 20 :** يمثل تأثير متغيرات الدراسة على نسبة اعتبار شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية لدى المبحوثين

المجموع	نادرا		أحيانا		دائما				
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
75	45	0	0	33,3	20	41,7	25	ذكر	الجنس
25	15	0	0	25	15	0	0	انثى	
100	60	0	0	58,3	35	41,7	25	المجموع	
78	47	0	0	58,3	35	20	12	27-23	السن
22	13	0	0	0	0	21,7	13	أكثر من 28	
100	60	0	0	58,3	35	41,7	25	المجموع	
73	44	0	0	55	33	18,3	11	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	3,3	2	23,3	14	الريف	
100	60	0	0	58,3	35	41,7	25	المجموع	
13	8	0	0	6,7	4	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	0	0	48,3	29	31,7	19	متوسط	
7	4	0	0	3,3	2	3,3	2	ضعيف	
100	60	0	0	58,3	35	41,7	25	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه مدى نسبة اعتبار شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية لدى المبحوثين، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية : دائما من فئة

الذكور تقدر نسبتهم بـ 41,7 بالمئة في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ب: احيانا من فئة الذكور تقدر ب: 33,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 25 بالمئة، اما عن الذين اجابوا ب نادرا من فئة الذكور نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، في حين نسبة الاناث أيضا منعدمة 0 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين اجابوا: بان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية جاءت على النحو التالي دائما نسبتهم تقدر ب 20 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب أحيانا نسبتهم 58,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا تقدر نسبتهم منعدمة 0 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ب دائما نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ب أحيانا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة و الذين اجابوا بنادرا فنسبتهم أيضا منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية: دائما تقدر نسبتهم ب 18,3 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم هي 55 بالمئة في حين نجد نسبة نادرا هي 0 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا دائما نسبتهم 23,3 بالمئة، اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم ان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية دائما تقدر نسبتهم ب 6,7 اما الذين أجابوا ب احيانا نسبتهم 6,7 بالمئة في حين الذين اجابوا ب نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : دائما نسبتهم 31,7 بالمئة، اما احيانا نسبتهم 48,3 بالمئة اما نادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : دائما نسبتهم 3,3 بالمئة، أحيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ونادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للجدول نستنتج ان الطلبة الجامعيين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية دائما وبنسبة كبيرة عند الذكور 41,7% في حين تنعدم نسبة نادرا 0% من المجموع 75% وهذا راجع الى المتابعة الكبيرة والمستمرة لهذه المنصة الالكترونية ، اما الاناث فان شبكة الفيس بوك لا تعتبر بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية بالنسبة لهن الا أحيانا فقط بشكل مطلق يقدر بـ 25% من 25% بديلا وليس دائما .

**الجدول رقم 21:** تأثير متغيرات الدراسة على اعتماد المبحوثين على شبكة الفيس بوك في مساهمتها في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر

المجموع	فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي		تكثيف النشاط لمستخدمي هذه الشبكة		التظاهر والاحتجاج				
	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار	النسبة المتوية	التكرار			
75	45	16,7	10	8,3	5	50	30	ذكر	الجنس
25	15	0	0	15	9	10	6	انثى	
100	60	16,7	10	23,3	14	60	36	المجموع	
78	47	16,7	10	23,3	14	38,3	23	27-23	السن
22	13	0	0	0	0	21,7	13	أكثر من 28	
100	60	16,7	10	23,3	14	60	36	المجموع	
73	44	16,7	10	23,3	14	33,3	20	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	0	0	26,7	16	الريف	
100	60	16,7	10	23,3	14	60	36	المجموع	
13	8	6,7	4	0	0	6,7	4	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	6,7	4	23,3	14	50	30	متوسط	
7	4	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	16,7	10	23,3	14	60	36	المجموع	

### الوصف الكيفي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه مدى نسبة مساهمة شبكة الفيس بوك في تغييرات السياسية جذرية في الجزائر لدى المبحوثين، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ان شبكة الفيس بوك ساهمت في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ50 بالمئة في حين نسبة الاناث 10 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة من فئة الذكور تقدر بـ: 8,3 بالمئة في حين نسبة الإناث 15 بالمئة، اما عن الذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي من فئة الذكور نسبتهم 16,7 بالمئة ، في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة الذين الذين أجابوا ان شبكة الفيس بوك ساهمت في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج نسبتهم تقدر بـ 38,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم 23,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي نسبتهم 16,7 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: من خلال التظاهر والاحتجاج نسبتهم 21,7 بالمئة، من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم منعدمة 0 بالمئة والذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي فنسبتهم أيضا منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين الذين أجابوا ان شبكة الفيس بوك ساهمت في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج تقدر نسبتهم بـ 33,3 بالمئة، اما الذين أجابوا من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم هي 23,3 بالمئة في حين نجد الذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي نسبتهم 16,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا من خلال التظاهر والاحتجاج نسبتهم 26,7 بالمئة، اما الذين أجابوا من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، في حين نجد الذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة الذين أجابوا ان شبكة الفيس بوك ساهمت في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج تقدر نسبتهم ب 6,7 اما الذين أجابوا من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم منعدمة 0 بالمئة في حين الذين اجابوا من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي نسبتهم 6,7 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : من خلال التظاهر والاحتجاج نسبتهم 50 بالمئة، اما من خلال تكثيف النشاط لمستخدمي الشبكة نسبتهم 23,3 بالمئة اما من خلال فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي نسبتهم منعدمة 6,7 بالمئة .

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم: دائما نسبتهم 3,3 بالمئة، أحيانا نسبتهم 3,3 بالمئة ونادرا نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية للبيانات نجد ان اعتماد الطلبة الجامعيين على شبكة الفيس بوك ساهم في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج وبنسبة كبيرة عند فئة الذكور تقدر ب 50 % في حين كانت ادنى نسبة هي تكثيف النشاط لمستخدمي هذه الشبكة 8,3 % من مجموع 75% وهذا راجع الى موجة الغضب والتنديد التي تساهم هذه الشبكة في تنظيمها وتحديد مكانها وتاريخها والدفع للخروج والمشاركة فيها، وهو الامر نفسه عند الاناث باعتبارها أداة سياسية للتغيير بنسبة 21,7 % في حين كانت ادنى نسبة هي فتح المجال امام فضاء افتراضي عمومي 0 % من مجموع 25 %.

الجدول رقم 22: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على دوافع الاعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على شبكة الفيس بوك

المجموع		اخرى		تدهور اوضاع حقوق الانسان		تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي		غياب حرية الراي و التعبير			
النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار	النسبة المتوسطة	التكرار		
75	45	0	0	13,3	8	0	0	61,7	37	ذكر	الجنس
25	15	0	0	0	0	13,3	8	11,7	7	انثى	
100	60	0	0	13,3	8	13,3	8	73,3	44	المجموع	
78	47	0	0	13,3	8	13,3	8	51,7	31	-23 27	السن
22	13	0	0	0	0	0	0	21,7	13	اكثر من 28	
100	60	0	0	13,3	8	13,3	8	73,3	44	المجموع	
73	44	0	0	13,3	8	13,3	8	46,7	28	المدينة	مكان السكن
27	16	0	0	0	0	0	0	26,7	16	الريف	
100	60	0	0	13,3	8	13,3	8	73,3	44	المجموع	
13	8	0	0	3,3	2	0	0	10	6	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	0	0	6,7	4	13,3	8	60	36	متوسط	
7	4	0	0	3,3	2	0	0	3,3	2	ضعيف	
100	60	0	0	13,3	8	13,3	8	73,3	44	المجموع	

### الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه دوافع اعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على شبكة الفيس بوك، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي

و التعبير من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 61,7 بالمئة في حين نسبة الاناث 11 بالمئة، اما المفردات الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي من فئة الذكور منعدمة 0 بالمئة في حين نسبة الإناث 13,3 بالمئة، اما عن الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان من فئة الذكور نسبتهم 13,3 بالمئة ، في حين نسبة الاناث منعدمة 0 بالمئة.

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة فإن المفردات الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي و التعبير نسبتهم تقدر بـ 51,7 بالمئة ، اما الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي نسبتهم 13,3 بالمئة ، اما الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم 13,3 بالمئة. في حين لم يذكروا المبحوثين دوافع أخرى.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي والتعبير نسبتهم 21,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة والذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان فنسبتهم أيضا منعدمة 0 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجابتهم على النحو التالي: الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي والتعبير تقدر نسبتهم بـ 46,7 بالمئة، اما الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي نسبتهم هي 13,3 بالمئة في حين نجد الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم 13,3 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي والتعبير نسبتهم 26,7 بالمئة، اما الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة، في حين نجد الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم منعدمة 0 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي و التعبير تقدر نسبتهم بـ 10 بالمئة، اما الذين أجابوا

ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة في حين الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم 3,3 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : ان دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي و التعبير نسبتهم 60 بالمئة، اما الذين أجابوا ان دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي و الاجتماعي نسبتهم 13,3 بالمئة اما الذي اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم منعدمة 6,7 بالمئة.

اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم: دوافع الاعتماد ترجع الى غياب حرية الراي والتعبير نسبتهم 3,3 بالمئة، دوافع الاعتماد ترجع الى تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي نسبتهم منعدمة 0 بالمئة في حين الذين اجابوا ان دوافع الاعتماد تدهور اوضاع حقوق الانسان نسبتهم 3,3 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج نستنتج ان دوافع الاعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على شبكة الفيس بوك يعود الى غياب حرية الرأي والتعبير في الجزائر وبنسبة كبيرة عند فئة الذكور تقدر بـ 61,7 % في حين كانت ادنى نسبة هي تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي 0 % من مجموع 75 % وهذا راجع الى المضايقات والقيود الكبيرة التي تفرضها الدولة على الاعلام الرسمي وبالتالي أصبحت شبكة الفيس بوك متنفس حقيقي عندهم لإيصال صوتهم وإظهار الحقائق والدفاع عنها، اما فئة الاناث فيرجعون السبب الى تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي للبلاد بنسبة 13,3 بالمئة في حين كانت ادنى نسبة هي تدهور حقوق الانسان بنسبة 0 % من مجموع 25 % .

الجدول رقم 23: يمثل تأثير متغيرات الدراسة على كيفية مساهمة شبكة الفيس في تحقيق المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين الجزائري

المجموع		الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات		الانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها		المشاركة في تنظيم و"الدعاية للحملات الانتخابية		فتح حوارات ونقشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
75	45	13.3	8	16.7	10	31.7	19	13.3	8	ذكر	الجنس
25	15	10	6	3.3	2	5	3	6.7	4	انثى	
100	60	23.3	14	16.7	12	36.7	22	20	12	المجموع	
78	47	28.3	17	16.7	10	13.3	8	20	12	-23 27	السن
22	13	10	6	0	0	3.3	2	8.3	5	اكثر من 28	
100	60	38.3	23	16.7	10	16.7	10	28.3	17	المجموع	
73	44	26.7	16	16.7	10	13.3	8	18.3	11	المدينة	مكان
27	16	10	6	5	3	5	3	6.7	4	الريف	السكن
100	60	36.7	22	31.7	13	18.3	11	25	15	المجموع	
13	8	6.7	4	1.7	1	3.3	2	1.7	1	جيد	المستوى الاقتصادي
80	48	51.7	31	6.7	4	13.3	8	8.3	5	متوسط	
7	4	3.3	2	0	0	0	0	3.3	2	ضعيف	
100	60	61.7	37	8.4	5	16.7	10	13.3	8	المجموع	

## الوصف الكمي للبيانات

يوضح الجدول أعلاه كيفية مساهمة شبكة الفيس في تحقيق المشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين الجزائري، فما يخص متغير الجنس فإن المفردات الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة من فئة الذكور تقدر نسبتهم بـ 3،13 بالمئة في حين نسبة الاناث تقدر بـ: 7،6 بالمئة، اما المفردات الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية من فئة الذكور تقدر بـ: 7،31 بالمئة في حين نسبة الإناث 5 بالمئة، اما عن الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في الدفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها من فئة الذكور تقدر بـ: 7،16 بالمئة في حين نسبة الاناث 3،3، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات من فئة الذكور تقدر بـ: 3،13 بالمئة اما فئة الاناث بنسبة 10 بالمئة

اما بالنسبة لمتغير السن فان الفئات العمرية من 23 الى 27 سنة فإن المفردات الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة نسبتهم تقدر بـ 20 بالمئة ، اما المفردات الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية نسبتهم 3،13 بالمئة ، الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها تقدر نسبتهم بـ 7،16 بالمئة، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات فنسبتهم هي 3،28 بالمئة.

اما المفردات الفئات العمرية الأكثر من 28 سنة فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة نسبتهم 3،8 بالمئة، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية فنسبتهم 3،3 بالمئة، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها فنسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات فنسبتهم 10 بالمئة

اما فيما يخص متغير السكن فنجد من المفردات الذين يسكنون المدينة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقاشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة تقدر نسبتهم بـ 18,3 بالمئة، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية نسبتهم هي 13,3 بالمئة اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها بنسبة 16,7 بالمئة، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات فنسبتهم هي 26,7 بالمئة

اما المفردات الذين يسكنون في الريف فقد جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقاشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة نسبتهم 6,7 بالمئة، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية تقدر نسبتهم 5 بالمئة ، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها نسبتهم هي 5 بالمئة، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات فنسبتهم 10 بالمئة

اما متغير الحالة الاقتصادية للمستخدمين فنجد الذين حالتهم الاقتصادية جيدة جاءت اجاباتهم على النحو التالي: الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقاشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة تقدر نسبتهم بـ 1,7، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية نسبتهم 3,3 بالمئة اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها نسبتهم 1,7 بالمئة في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات نسبتهم 6,7 بالمئة ، اما المفردات التي حالتها الاقتصادية متوسطة جاءت اجاباتهم على النحو التالي : الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقاشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة نسبتهم 8,3 بالمئة، اما الذين يعتبرون بان شبكة الفيس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية نسبتهم 13,3 بالمئة اما الذين يعتبرون بان شبكة

الفييس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها نسبتهم 6,7 بالمئة ، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفييس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات 51,7 بالمئة اما المفردات التي حالتها الاقتصادية ضعيفة جاءت اجاباتهم : الذين يعتبرون بان شبكة الفييس بوك ساهمت بفتح حوارات ونقاشات من خلال صفحات خاصة بالسياسة نسبتهم 3,3 بالمئة اما الذين يعتبرون بان شبكة الفييس بوك ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية نسبتهم منعدمة 0 بالمئة اما الذين يعتبرون بان شبكة الفييس بوك ساهمت في ادفع بالانخراط في الأحزاب ودعم شخصيات سياسية وتحسين صورتها نسبتهم منعدمة 0 بالمئة ، في حين الذين يعتبرون ان شبكة الفييس بوك ساهمت في المشاركة في الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات 3,3 بالمئة

### الوصف الكيفي للبيانات

من خلال النتائج الكمية نجد ان شبكت الفييس بوك بحسب راي الطلبة الجامعيين الجزائريين ساهمت بشكل فعلي وحقيقي في تجسيد المشاركة السياسية وبشكل كبير فنجد عند فئة الذكور ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية بنسبة 31,7 % في حين كانت ادنى نسبة هي المشاركة في فتح حوارات ونقاشات و 13,3 % كذلك التظاهرات والاحتجاجات بنسبة 13,3 % من مجموع 75 % وهذا ما يدل على ان الطلبة الجامعيين يفضلون ممارسة المشاركة السياسية من خلال الدعاية الإعلامية للحملات الانتخابية وهذا راجع الى تخصصهم في مجال الاعلام والاتصال، اما فئة الاناث فان شبكة الفييس بوك ساهمت في مشاركتهم من الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات بنسبة 13,3 % في حين كانت ادنى نسبة هي الانخراط في الأحزاب السياسية بنسبة 3,3 % من مجموع الكلي 25 % وهذا راجع الى نقص التمثيل الحقيقي للمرأة على المستوى السياسي من ناحية ونقص الميول السياسي لديها من جهة اخرى واكتفائها بالمشاركة في التنديد والتظاهر فقط.

## النتائج العامة للدراسة

تضمنت هذه الدراسة موضوع: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الفعل السياسي لدى الجمهور الجزائري، ومن خلال هذه الدراسة حاولنا الإجابة على اهم التساؤلات التي تدور حول هذا الموضوع وفك اللبس عليها وهي كيف يساهم الفيس بوك في تنمية الفعل السياسي لدى الطلبة الجامعيين، ومن خلال المعطيات المتحصل عليها من البيانات الميدانية المستقاة منى الاستبيان الالكتروني ومقارنتها مع المعطيات النظرية المتوفرة لدينا، توصلنا الى جملة من النتائج التالية:

### 1 من خلال المحور الأول المتعلق عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك

\_ نستنتج ان جل الطلبة يستخدمون شبكة الفيس بوك سواء اناث او ذكور حيث بلغت نسبة الاستخدام دائما 85% ما يدل على التواصل المنتظم بهذه الشبكة وهذا راجع الى التأثير الكبير لشبكة الفيس بوك على مستخدميها بفضل الميزات التي تتمتع بها بالإضافة المعلومات التي يحتجونها والانتشار الكبير والخدمات التي تقدمها بالإضافة التواصل مع الاخرين

\_ نستخلص كذلك ان المكان المفضل لاستخدام شبكة الفيس بوك يكون في المنزل سواء عند الذكور او الاناث حيث جاءت أكبر بنسبة هي 83%، وهذا ما يدل على ان الاستخدام يكون بشكل كثيف في المنزل راجع الى عدة عوامل منها التخلص من الارتباطات الخارجية والعمل وبالتالي التفرغ الى الاستخدام

\_ نستنتج ان الوسيلة المستعملة عند التواصل بشبكة الفيس بوك من طرف الطلبة الجامعيين مختلفة حيث يعتر الهاتف النقال هو الوسيلة المستخدمة عند الذكور بنسبة هي 73,3%، اما الوسيلة المفضلة عند الاناث هي الحاسوب بنسبة 16,7%، استخدام الهاتف النقال للتواصل بشبكة الفيس بوك عند الذكور يدل على انهم أكثر حرية في استخدام الهاتف وأفضل ماديا، اما استخدام الحاسوب من طرف الاناث يدل على القيود الاجتماعية والمادية

— يتضح لنا ان الوقت الذي يقضيه الذكور في استخدام شبكة الفيس بوك هو من ساعة الى ساعتين بنسبة تقدر بـ 48,8 %، اما عند الاناث فان الاستخدام يكون بشكل دائم أكثر من ساعتين بنسبة 25 % من 25 % وهذا يدل على ان استخدام عند الذكور محدد من حيث الوقت اما الاناث يكون بشكل كبير

— الفترة المفضلة للتواصل مع شبكة الفيس بوك عند الطلبة الجامعيين سواء عند الذكور او الاناث تكون في الليل بنسبة 60% وهذا راجع الى الانتهاء من الارتباطات الخارجية كالدراسة او العمل والداخلية والركون الى الراحة

— نستخلص ان اغلب الطلبة استخدموا شبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية سواء ذكور او اناث والذين اجابوا بـ نعم حيث تقدر نسبتهم بـ 75 %، ويرجع استخدام الطلبة لنشر المضامين السياسية الى الاحداث والتغيرات الكثيرة التي تمر بها البلاد والتي أصبحت تعنيهم وتمسهم بشكل مباشر

## 2 من خلال المحور الثاني المتعلق دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك

— نستنتج ان اغلب الطلبة يفضلون استخدام شبكة الفيس بوك لشعبته الكبيرة سواء ذكور او اناث بنسبة تقدر بـ 61,7 % لأنه أصبح يتمتع بكل ما يحتاجونه من معلومات تخصهم وإمامه بكل التفاصيل

— من خلال المعطيات فان اغلب الطلبة من فئة الذكور هدفهم من استخدام شبكة الفيس بوك هو لمعرفة المستجدات بنسبة 45 %، اما الاناث فان هدفهم من الاستخدام هو التعبير عن الراي بشكل كلي ومطلق بنسبة 25 %، فالنسبة للذكور اهتمامهم بالمستجدات راجع الى اهتماماتهم الكبيرة بما يحدث في البلاد، اما الاناث فيعتبرونه منصة للتعبير عن الراي لأنه يعتبر المتنفس الوحيد لهم

— نستنتج ان الغاية النفسية من استخدام شبكة الفيس بوك عند فئة الذكور هي ملأ وقت الفراغ بنسبة 46,7 % وهذا راجع الى ظاهرة البطالة التي يعاني منها الشباب، اما الاناث فكانت غايتهم النفسية هي ابراز الشخصية والمواقف بنسبة مطلقة وكلية

تقدر بـ 25 %، وهذا راجع الى محاولة المرأة لإبراز شخصيتها داخل المجتمع وفرض موافقها.

\_\_ نستخلص أيضا ن اهم ميزة تجذب الطلبة الجامعيين في شبكة الفيس بوك من فئة الذكور هي القدرة على تحديد الصفحات والأشخاص التي يتابعونها بنسبة 50 % وهذا راجع الى أهمية تحديد تلقي المعلومات من جهات معينة على حساب أخرى، اما فئة الاناث فان اهم ميزة بالنسبة لهم هي التفاعل والاندية مع الحدث في آن واحد بنسبة 21,7 % وهذا راجع الى محاولة المتابعة الفورية لكل ما هو جديد في المحيط.

\_\_ نستنتج ان الطلبة الجامعيين من فئة الذكور يرون بان شبكة الفيس بوك فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب نعم تقدر نسبتهم 50 % وهذا راجع الى المساحة التي تمنحها لهم شبكة الفيس بوك وتكسر لهم قيود الخوف وتوصل صوتهم للجميع ، اما فئة الاناث فيعتبرون شبكة الفيس بوك ليست فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات السياسية والذين اجابوا ب لا بنسبة 16,7 % وهذا يدل على نقص في ابراز المواقف السياسية من طرف المرأة .

\_\_ نستخلص الى ان مشاركة المبحوثين المعلومات والمنشورات والايخبار المتداولة على صفحاتهم في شبكة الفيس بوك سواء اناث او ذكور والتي اجابت ب أحيانا هي اكبر نسبة وتقدر بـ 71,7 % وهذا راجع الى ان مشاركة المنشورات تكون بحسب أهميتها وضرورتها، ويدل أيضا على حسب قيمة المنشورات واهميتها في الوقت الراهن.

### 3 من خلال المحور الثالث المتعلق الإشباعات السياسية المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومة السياسية

\_\_ تظهر المعطيات بأن شبكة الفيس بوك تحقق اشباعا اتجاه المعلومات السياسية خاصة عند فئة الذكور حيث الذين اجابوا ب دائما نسبتهم كبيرة تقدر بـ 45 % وهذا يدل على احتواء شبكة الفيس بوك على جميع المعلومات السياسية المهمة والراهنة التي يحتاجونها، اما فئة الاناث فيرون بان شبكة الفيس بوك تحقق اشباعا اتجاه

المعلومات السياسية أحيانا فقط بنسبة كبيرة تقدر بـ 23,3 %، وهذا راجع الى اختلاف في الاشباعات المحققة من المعلومات السياسية التي تتداول على شبكة الفيس بوك.

— نستنتج ان ما تحققه شبكة الفيس بوك للطلبة الجامعيين من فئة الذكور هو معرفة المزيد من المعلومات حول القضايا والشخصيات السياسية بنسبة 41,7 % وهذا يدل على الاهتمام اخر تفاصيل المعلومات وكل ما هو جديد على الساحة السياسية، اما فئة الاناث فقد كانت اجابتها بان شبكة الفيس بوك تحقق لهم الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل الوضع الراهن نسبة كبيرة 21,7 % وهذا يدل على تفضيلهم النقاشات لفهم الوضع على حساب الحصول على المعلومات السياسية.

— من خلال المعطيات نستنتج ان احتواء شبكة الفيس بوك على المعلومات السياسية التي تهتم الطلبة الجامعيين من فئة الذكور كانت دائما بنسبة 38,3 % وهذا راجع الى احتواء شبكة الفيس بوك على مصادر المعلومات السياسية في كثير من الأحيان من خلال صفحات القنوات المختلفة ووكالات الانباء وحتى صحافة المواطن، اما فئة الاناث فانهم يرون بشكل مطلق بان شبكة الفيس بوك تحتوي على مصادر المعلومات السياسية أحيانا فقط بنسبة 25 % وهذا راجع الى عدم اطلاع والمتابعة لمختلف الصفحات السياسية لنقص الدراية و الميول السياسي عند الاناث.

— نستخلص ان الطلبة الجامعيين يعتبرون ان شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية دائما وبنسبة كبيرة عند الذكور 41,7 % وهذا راجع الى المتابعة الكبيرة والمستمرة لهذه المنصة الالكترونية ولجميع مصادرها الإخبارية، اما الاناث فان شبكة الفيس بوك لا تعتبر بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة السياسية بالنسبة لهن الا أحيانا فقط بشكل مطلق يقدر بـ 25 % بديلا وليس دائما.

— نجد ان اعتماد الطلبة الجامعيين على شبكة الفيس بوك ساهم في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر من خلال التظاهر والاحتجاج وبنسبة كبيرة عند الذكور والاناث تقدر بـ 71,7 % وهذا راجع الى موجة الغضب والتنديد التي تساهم هذه الشبكة

في تعزيزها ورفع زخمها وتنظيمها وتحديد مكانها وتاريخها والدفع للخروج والمشاركة فيها

— نستنتج ان دوافع الاعتماد الطلبة الجامعيين الجزائريين على شبكة الفيس بوك يعود الى غياب حرية الرأي والتعبير في الجزائر وبنسبة كبيرة عند فئة الذكور تقدر بـ 61,7% وهذا راجع الى المضايقات والقيود الكبيرة التي تفرضها الدولة على الاعلام الرسمي وبالتالي أصبحت شبكة الفيس بوك متنفس حقيقي عندهم لإيصال صوتهم وإظهار الحقائق والدفاع عنها، اما فئة الاناث فيرجعون السبب الى تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي للبلاد بنسبة 13,3%.

— ونستنتج في الأخير ان شبكة الفيس بوك بحسب راي الطلبة الجامعيين الجزائريين ساهمت بشكل فعلي وحقيقي في تجسيد المشاركة السياسية وبشكل كبير فنجد عند فئة الذكور ساهمت في المشاركة في تنظيم والدعاية للحملات الانتخابية بنسبة 31,7% وهذا ما يدل على ان الطلبة الجامعيين يفضلون ممارسة المشاركة السياسية من خلال الدعاية الإعلامية للحملات الانتخابية وهذا راجع الى تخصصهم في مجال الاعلام والاتصال، اما فئة الاناث فان شبكة الفيس بوك ساهمت في مشاركتهم من الاحتجاجات من خلال المسيرات والمظاهرات بنسبة 13,3% وهذا يدل على دفع شبكة الفيس بوك للمرأة للمشاركة في المجال السياسي من خلال التنديد والتظاهر

خاتمة

## خاتمة

انطلاقاً من النتائج التي توصلنا إليها يمكن القول ان شبكات التواصل الاجتماعي قد فتحت المجال للشباب الجزائري الجامعي للمشاركة السياسية واسهمت في نشر الوعي السياسي بعدما كانت المشاركة السياسية مقتصرة على فئة معينة من المجتمع والتي تتحكم في دواليب الحكم ، حيث أعطت شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الفئة ، المهمة بالمجال السياسي دفعا قويا قصد خوضها في هذا المجال للمشاركة والممارسة السياسية متجسدة في العديد من المظاهر كفتح قنوات حوار ونقاش لفهم الوضع والمشاركة في المحطات السياسية ابرزها الانتخابات وانضمامهم الى الاحزاب السياسية والمشاركة في التظاهرات والاحتجاجات للتعبير عن توجهاتهم وطموحاتهم التي يردون تجسيدها وايصال صوتهم بأرقى الطرق وأكثرها تأثير وفعالية في المجتمع حيث ساهمت بشكل إيجابي في تحقيق مشاركة سياسية فعالة وفتح افاق جديدة لرسم السياسة العامة للحكم في البلاد وتحقيق التغيير المنشود وكسر كل قيود الموضوعية امام طموحاتهم السياسية.

# قائمة المراجع

## الكتب باللغة العربية :

- 1- ابراهيم ابراش: علم الاجتماع السياسي ، دار الشروق و النصر و التوزيع ، القاهرة 1998 .
- 2- أحمد سعيد تاج الدين : الشباب و المشاركة السياسية ، الهيئة العامة للاستعلامات وزارة الاعلام المصرية ، القاهرة مصر ، 2015 .
- 3- موسى جواد الموسوي و اخرون : الاعلام الجديد تطور الاداة و الوسيلة و الوظيفة ، ط1 مكتبة الاعلام المجتمع ، بغداد ، 2011
- 4- نادية سعيد عيشور واخرون : منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل ، قسنطينة، 2017
- 5- وائل مبارك: "خضر فضل لله :أثر الفيس بوك على المجتمع"، المكتبة الوطنية،السودان، 2012
- 6- هشام محمد فريد رستم : قانون العقوبات ومخاطر تقنية المعلومات ، مكتبة الآلات الحديثة . 1992.
- 7- السيد عزيزة محمد: السلوك السياسي النظرية والواقع، القاهرة: دار المعارف، 1994.
- 8- طلعت إبراهيم: أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 9- محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص 29.
- 10- مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق، عمان، 2000
- 11- شينا كايسر : "وسائل التواصل الاجتماعي ، دليل عملي للهيئات المعنية بالادارة الانتخابية " ، المؤسسة الدولية الديمقراطية الانتخابية، السودان ، 2014 م
- 12 عبد الفتاح مراد: موسوعة البحث وإعداد الرسائل والأبحاث و المؤلفات، الهيئة القومية لدار الكتب والوثائق المصرية، الإسكندرية.

- 13-** عاطف عدلي، زكي احمد عزمي: الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والاعلام ، دار الفكر العربي ، مصر ،1993.
- 14-** عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر العاصمة، 2000.
- 15-** عادل عبد الصادق : استخدام شبكة التواصل الاجتماعي بين الامن و الحرية مركز الاهرام للدراسات السياسية و الاستراتيجية ،مصر،2012
- 16-** عبد العزيز إبراهيم عيسى ، محمد جاب الله عمارة: السياسة بين النمذجة و المحاكات ، الاسكندرية ، مصر، المكتب الجامعي الحديث، 2004
- 17-** سامية خضر صالح : المشاركة السياسية والديمقراطية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس القاهرة ، 2005

#### الكتب باللغة الاجنبية:

- 18-** Adrienne Felt and David Evans Privacy Protection for Social Networking APIs, University of Virginia, article,
- 19-** Park, C. (2013), Does Twitter motivates involvement in Politics? Tweeting, opinion leadership, and political engagement, Computers in Human Behavior, 29, 1641- 1648.
- 20-** rakkannan.(2010):facebooking your dream ;master thesis
- 21-** Imagined Communities:Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook , PET 2006.

## المجلات :

22- عبو فوزية: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل المشاركة السياسية لدى المرأة ، مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديمقراطي العربي ، العدد الأول ، 2018 .

23- احمد وديع العبسي : الفعل السياسي في الساحة الجماهيرية ، مقال منشور في صحيفة حبر الالكترونية السورية ، افريل 2020 .

24- محمد قيراط: سوسيولوجية جمهور وسائل الاعلام، مقال منشور في جريدة الشرق الالكترونية ، قطر، 21 اوت 2020

25- محمد عجم : الإنترنت و التكنولوجيا الحديثة تكشفان انزال الشباب ، عالم افتراضي يتصل بالواقع و يفصل عنه ، جريدة الشرق الاوسط ، العدد 11704، 10 ديسمبر 2010 الموافق ل 8 محرم 1432

26- مهاب نصر : "الفايسبوك" صورة المثقف و صورته العصرية، وجوه المثقف على الفايسبوك هل تعيد انتاج صورته ام تصنع افقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية ، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010

27- جمال معتوق و شريهان كريم : دور شبكات التواصل الاجتماعي في صقل سلوكيات و ممارسات الافراد في المجتمع ، ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي و التغير الذاتي ، بسكرة ، 9-10 ديسمبر 2012.

28\_ سمية كمال : اتصالات وتكنولوجيا ، مقال منشور في جريدة المال الالكترونية ، جريدة مصرية اقتصادية يومية، الأربعاء 27 فيفري 2018

## المذكرات :

- 29- رأفت مهند عبد الرزاق : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الاداب والعلوم ، قسم الصحافة والاعلام، الأردن، 2013
- 30 - حسن قطيم طماح المطيري، الاستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي - تويتر - من قبل الشباب الكويتي ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن ، 2013.
- 31 - صهيب عيسى و صورية ولهة: تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الممارسات المهنية للصحفي الجزائري، لنيل شهادة الليسانس في الاعلام و الاتصال ،جامعة المسيلة ، 2012
- 32- عبد الله ممدوح : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الاردنيين ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، الاردن ، 2012.
- 33- علي محمد بن فتح محمد: مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الأخلاقية و القيمة، مذكرة تخرج ماجستير، قسم الدعوة و الثقافة الإسلامية
- 34- عبد العزيز علي حسن : العلاقة بين الاتصال عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب "دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر" ، العلوم الانسانية و الاجتماعية / المجلد 43 ، العدد 1 ، 2016
- 35- مرزوقي حسام الدين : الويب و الشبكات الاجتماعية و الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة عنابة، دفعة جوان 2009.
- 36- محمد منصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية و المواقع الالكترونية "العربية نموذجاً" رسالة ماجستير الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك، 2012

**37-** شاببي نرجس واخرون : شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام الجزائري ، قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة قالمة، 2016 ، ص 26

oxford dictionaries. قاموس أكسفورد.

**38-** تقرير حول إشراك المجتمع المدني في تحسين أسلوب الإدارة المحلية، " الدورة العشرين " ، 2005

**39-** وزارة التخطيط: ،خطة التنمية الفلسطينية ، 2010 / 2011

مواقع الانترنت :

**40-** أمل الكندي: المواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها ، نقلا عن <http://www.krol.google.com> ، بتاريخ 2014/02/29.

<http://digitalahram.org.ef/articles.aspx?serial=85883&eid=50>

# قائمة الملاحق

✓ ملحق رقم: 1

جامعة محمد خيضر بسكرة\_ القطب الجامعي شتمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية\_ قسم العلوم الإنسانية \_ شعبة علوم الاعلام  
والاتصال \_ تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول:

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الفعل السياسي لدى الجمهور  
الجزائري

دراسة مسحية على مستخدمي شبكة الفيس بوك على طلبة سنة ثانية ماستر اتصال  
وعلاقات عامة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة

ملاحظة: يعد هذا الاستبيان جزءا من دراسة ميدانية خاصة بالبحث العلمي  
الأكاديمي وبيانات هذه الاستمارة سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي

\_ يرجى وضع علامة (X) في الخيار الذي يتوافق مع رأيكم.

من إعداد: \_\_\_\_\_ تحت إشراف الأستاذ:

\_ لحرر نبيل

\_ كمال خولوفي

\_ دغوش أمين

السنة الجامعية: 2020/2019

## البيانات الشخصية

الجنس :

ذكر

انثى

السن:

من 27\_ 23

اكثر من 28

مكان السكن:

ريف

حضر

الحالة الاقتصادية:

جيدة

متوسطة

ضعيفة

➤ المحور الاول : عادات وانماط استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة

الفييس بوك

1 هل تستخدم شبكة الفييس بوك

دائما

أحيانا

نادرا

2 ماهو المكان المفضل لديك عند استخدام شبكة الفييس بوك

المنزل

المقهى

الجامعة

مكان آخر: .....

3 ماهي الوسيلة التي تستخدمها عند تصفح شبكة الفييس بوك

الهاتف

الحاسوب

اللوحة الالكترونية

4 الوقت الذي تقضيه في تصفح شبكة الفييس بوك

اقل من ساعة

من ساعة الى ساعتين

اكثر من ذلك

5 ماهي الفترة المفضلة لديك لتصفح شبكة الفيس بوك

<input type="checkbox"/>	الصباح
<input type="checkbox"/>	الزوال
<input type="checkbox"/>	الليل

6 هل استخدمت شبكة الفيس بوك في نشر مضامين ومعلومات سياسية

<input type="checkbox"/>	نعم
<input type="checkbox"/>	لا

➤ المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك

7 ما الدافع الذي جعلك تفضل شبكة الفيس بوك

<input type="checkbox"/>	سهولة الاستخدام
<input type="checkbox"/>	المميزات التقنية
<input type="checkbox"/>	شعبية الشبكة

8 ما هو هدفك من استخدام شبكة الفيس بوك

<input type="checkbox"/>	التواصل مع الاخرين
<input type="checkbox"/>	التعبير عن الرأي
<input type="checkbox"/>	معرفة المستجدات الحاصلة

دوافع أخرى اذكرها: .....

9 ماهي الغاية النفسية التي تدفعك لاستخدام شبكة الفيس بوك

ملا وقت الفراغ

ابراز شخصيتك ومواقفك

الهروب من الواقع

10 ماهي اهم ميزة تجذبك في شبكة الفيس بوك

\_\_ الآنية والتفاعل مع الحدث في آن واحد

\_\_ القدرة على مشاركة المعلومات حول القضايا السياسية الراهنة

\_\_ القدرة على تحديد الاشخاص والصفحات التي تتابعها

11 برأيك هل شبكة الفيس بوك هي فضاء حر لإبراز الاتجاهات والانتماءات

السياسية للطلبة الجامعيين الجزائريين

نعم

لا

اذا كانت الإجابة بنعم لماذا بحسب رأيك: ....

12 هل تشارك معلوماتك ومنشوراتك والابحار المتداولة على صفحتك في شبكة

الفيس بوك

دائما

أحيانا

نادرا

➤ المحور الثالث: الإشباعات السياسية المحققة من استخدام الطلبة

الجامعيين لشبكة الفيس بوك كمصدر للمعلومة السياسية

13 هل تلبى شبكة الفيس بوك إشباعك اتجاه المعلومات والمعلومات السياسية

دائما

أحيانا

نادرا

14 ما الذي تحققه من وراء استخدامك لشبكة الفيس بوك

\_\_ معرفة المزيد المعلومات حول القضايا او الشخصيات السياسية

\_\_ الاستفادة من المناقشات التي تدور حول القضايا السياسية في تحليل وفهم الوضع

الراهن

\_\_ تشكيل رأيك السياسي

15 تحتوي شبكة الفيس بوك على جميع المعلومات السياسية التي تحتاجها وتهتمك

دائما

أحيانا

ابد

16 هل تعد شبكة الفيس بوك بديلا عن وسائل الاعلام للحصول على المعلومة

السياسية

دائما

أحيانا

نادرا

17 الاعتماد على شبكة الفيس بوك ساهم في تغييرات سياسية جذرية في الجزائر هي:

\_التظاهر والاحتجاج

\_ تكثيف النشاط لمستخدمي هذه الشبكة

\_ فتح المجال امام فضاء عمومي افتراضي

18 ماهي دوافع الاعتماد الطلبة الجامعيين على شبكة الفيس بوك الجزائر

\_ غياب حرية الرأي والتعبير

\_ تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي

\_ تدهور اوضاع حقوق الانسان

\_ أخرى أذكرها: .....

19 برأيك كيف ساهمت شبكة الفيس بوك في تحقيق المشاركة السياسية لدى الطلبة

الجامعيين الجزائري

.....  
.....

## ✓ ملحق رقم: 2

### ❖ معادلة ثبات هولستي (ثبات الاستمارة)

معامل الثبات =  $n$  (متوسط الاتفاق بين المحكمين)  $\div$   $1 + (n-1)$  (متوسط الاتفاق المحكمين)

حيث  $n$  = عدد المحكمين أي  $n = 3$

ف = فريجة محمد طه

ج = جفال سامية

ق = قوراري صونيا

متوسط الاتفاق = عدد الأسئلة او العبارات المتفق عليها  $\div$  عدد العبارات والاسئلة الكلية للاستمارة

وعليه جاءت النتائج

$$0.65 = 19 \div 13 = \text{ج}_\text{ف}$$

$$0.75 = 19 \div 15 = \text{ج}_\text{ق}$$

$$0.5 = 20 \div 10 = \text{ق}_\text{ف}$$

ومنه فإن متوسط الاتفاق بين المحكمين

$$0.63 = 3 \div 1.9 = 0.5 + 0.75 + 0.65$$

ومنه:

$$0.84 = (0.63) (1 - 3) + 1 \div (0.63) 3$$

اذن متوسط الاتفاق بين المحكمين هو : 0.84

وهي نسبة عالية من حيث درجة الثبات التي يحصرها هولستي.

## ملخص الدراسة

تقوم دراستنا على تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي \_شبكة الفيس بوك نموذجاً\_ في تنمية الفعل السياسي او المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، حيث تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مبررات اختيار استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيس بوك ودوافع تفضيلهم لها من خلال ابراز لكل الدوافع النفسية والمعرفية والتقنية لها ومعرفة مدى درجة الاعتماد عليها كوسيلة للتزود بالمعلومات السياسية والسلوك الناتج عليها ومدى تحقيقها الممارسة والعمل السياسي في الواقع من خلال ابراز اشكال المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي الذي مكننا من وضع خطوات دراستنا الميدانية وربطها بالجانب النظري للدراسة للوصول في النهاية لتحقيق هدف الدراسة، من خلال وصف لنتائج الجانب التطبيقي للخروج بمجموعة من الاستنتاجات.

حيث تم اعداد استبيان الكتروني مكون من ثلاث محاور بالإضافة الى البيانات الشخصية يحتوي على 23 سؤال، وزع على طلبة سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة \_بجامعة محمد خيضر بسكرة\_ مستخدمين شبكة الفيس بوك

## Study summary

Our study sheds light on the role played by social networks – the Facebook network as a model – in developing political action or political participation among university students, as this study aims to reveal the justifications for university students' choice to use the Facebook network and the motives for their preference for it by highlighting all motives. The psychological, cognitive and technical aspects of it and knowing the degree of dependence on it as a means of providing political information and the resulting behavior and the extent of its achievement in practice and political action in reality by highlighting the forms of political participation of the university student,

In our study, we relied on the survey approach that enabled us to lay down the steps of our field study and link them to the theoretical side of the study to finally reach the goal of the study, by describing the results of the applied side to come out with a set of conclusions.

Where an electronic questionnaire was prepared consisting of three axes, in addition to personal data containing 23 questions, it was distributed to students of the second year of Master Communication and Public Relations \_ at the University of Muhammad Khaider Biskra \_ users of the Facebook network