

"اليات تشكل الوعي السياسي من خلال مضامين الاعلام الاجتماعي" دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين

د. العربي بوعمامة

أ. رقاد حليلة (جامعة مستغانم)

مقدمة:

يعتبر الإعلام الاجتماعي (Social Media) طفرة جديدة في عالم الإعلام بدأت مطلع العقد الحالي، وهي آخذة بالانتشار والتوسع الامتداد، حيث دخلت عالم التنظير والدراسات لدراساتها المعاهد والكلبات، وتسخر لمعرفة آثارها البحوث اللقاءات الجامعية .

ظهر كنتيجة مباشرة أو طبيعية لانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعرف أيضاً باسم "إعلام المواطن" والذي يعنى وجود إعلام منافس بقوة من المواصلات المباشرة أينما تحلوفر العادي الفرص والوقت ليكو نقائماً بالاتصال قادر على التواصل مع الآخر بنفيا وقتاً أو مكاناً بتكلفة قليلة ويسرعة عالية لتبادل الآراء والاتجاهات

فرضا لإعلام اجتماعي أو الجديد نفسه كسلطة حقيقية لها وزنها، يأخذها أصحاب القرار بعين الاعتبار على كل المستويات، فسياسات التعميم إخفاء الحقائق لم تكن ممكنة فيزمنوا أفعال التواصل والتفاعل

والصورة الرقمية الفورية والجمهور «الصحفي» الاجتماعيو المدونات تنصاع بيسر عتق هنا أكثر من 15 مليون عربي مسجلون علموقع «فيسبوك» وحده 1

علمتداد الوطن العربي من المحيط إلى الخليج تبدو الانعكاسات إلى إعلام جديد واضح للعيان، فهو باختصار مرحلة انتقالية من الركون إلى المواصلات السياسية، من الانسيابية إلى القيادة، أينما أصبح الإعلام اجتماعي تدريجياً منبراً سياسياً هاماً .

1- إشكالية الدراسة:

لا ينكر أحد أن العصر الذي نعيشه هو بحق عصر التقنية والتكنولوجيا المتطورة، حيث سادت موجة النشاط التقني القائم على نشاط علمي مكثف، وصلت تلك الموجة إلى حد الثورة التقنية التي رمت بظلالها على جميع ميادين الحياة على كوكب الأرض، بما في ذلك حال وسائل الإعلام من حداثتها وتقدمها وفعاليتها، فقد باتت العالم عبارة عن قرية صغيرة، تعتبر فيها وسائل الإعلام - بشقيها التقليدي والإلكتروني - نوافذ متعددة تطلنا على العالم الكبير لحظة بلحظة. ونظراً لهذا التقدم الكبير في عالم الاتصالات وخصوصاً الاتصال الاجتماعي، فقد ازدادت أهمية وسائله المختلفة وتأثيرها في عملية التنشئة السياسية، وتوجيه الرأي العام إن لم نقل صناعته بصفة لا تقل على الإطلاق عن تلك التي تلعبها الأسرة أو مؤسسات التعليم.

شهد عدد مستخدمي الإنترنت في العالم نمواً كبيراً خلال عام 2012م. فقد تضاعف عدد المستخدمين بنسبة 56,6% مقارنة بما كان عليه في ديسمبر (كانون الأول 2010م)، فبلغ 2.4 مليار مستخدم تقريباً في يونيو (حزيران) 2012م. وعلى المستوى العربي، تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت 72 مليون مستخدم في عام 2012م، وبحسب الإصدار الرابع من تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، فقد وصل عدد مستخدمي «فيس بوك» في العالم العربي إلى 45.2 مليون مستخدم في يونيو 2012م بزيادة قدرها 50% عن عام 2011، ويأتي نحو 50% من مستخدمي «فيس بوك» من مصر ودول مجلس التعاون الخليجي. كما شهدت المنطقة انغماس المواطن العربي، بشكل غير مسبوق، في النقاشات السياسية في وسائل الإعلام الجديدة، وتحتل الجزائر المركز الرابع عربياً في عدد منتسبي الشبكة الاجتماعية الأكثر شهرة في العالم، ووفق إحصائيات موقع "سوشال باكرز" فإن "الفيسبوكيين" في الجزائر يمثلون ما نسبته 8.20 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان المقدر بحوالي 36 مليون نسمة. وقد أدى تزايد عدد المشتركين في تلك الشبكات الرقمية إلى تصاعد تأثيرها فحجزت لها حيزاً في الساحة السياسية، واستطاعت أن تكون همزة الوصل بين المواطن وصناع القرار السياسي، نظراً لميزتها التفاعلية، ما يبنى دور فاعل لمواقع التواصل الاجتماعي في المستقبل من الأيام لاسيما في الاستحقاقات الانتخابية، نظراً لما تستطيعه من قدرة كبيرة في التأثير على الرأي العام وإعادة تشكيله، ولسرعة وصولها إلى شريحة كبيرة من المستهدفين. وصار الإعلام الجديد، وخصوصاً شبكات التفاعل الاجتماعي، ومواقع التحميل المجاني للأفلام والمقاطع المرئية، وعلى رأسها اليوتيوب، أحد أهم وسائل صناعة الوعي، بمعناه الإيجابي أو السلبي في زمننا المعاصر، وخصوصاً لدى الشباب الذي يشكل النسبة الأكبر من جمهور مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام الجديد، من هنا يمكننا طرح الإشكالات التالية:

ما مدى مساهمة الإعلام الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ؟
سنحاول من خلال الدراسة الميدانية الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1_ ما هي أهم استخدامات الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي ؟
- 2_ ما مدى تفاعل الطلبة مع المضامين السياسية على صفحات التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي ؟
- 3_ هل يساهم الإعلام الاجتماعي حقيقة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين ؟

2- أهمية الدراسة :

تعنى هذه الدراسة ب :

- أ. تسليط الضوء على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين .
- ب. البحث في الآثار المترتبة على استخدام الإعلام الاجتماعي من قبل الطلبة الجامعيين .

ج . تحديد نقاط قوة الإعلام الاجتماعي التي تسمح له بمنافسة الإعلام التقليدي .

3-أهداف الدراسة :

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

- أ . التعرف على معدلات استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي بين الطلبة الجامعيين.
- ب. الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين .
- ج. الكشف عن مدى ثقة الطلبة بما ينشرها ويبينها إعلاما اجتماعيا من معلومات وأخبار سياسية .
- د. عرض جملة من التوصيات التي يمكن الاستئثار فيها لتحديد معالم الاستخدام الأحسن لشبكات التواصل الاجتماعي.

4-تحديد المفاهيم و المصطلحات :

1-الإعلام الاجتماعي (Social Media):

هو الإعلام الذي يعتمد على التقنيات الجديدة التي بدأت بعد اختراع الإنترنت، مثل المنتديات والمدونات وبرامج التواصل الاجتماعي، ويمتاز بكونه إعلاما غير وسيط؛ حيث الكل فيه مستقبل ومرسل بعكس الإعلام التقليدي (الإذاعة، التلفزيون، الصحافة) الذي هو إعلام وسيط، يبدأ بإرسال مؤسساتي إلى استقبال جماهيري⁵. يطلق هذا المصطلح على مجموع من المواقع على شبكة الإنترنت تظهر تمعاجيل لثانيي أو ما يعرف باسم ويب 2.0

تتيح التوصل بين الأفراد في بيئة مجتمعة افتراضية يجمعهم حسب مجموع أهتماماتهم أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة ... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل رسائل البريد الإلكتروني أو الاطلاع على ملفات الشخصية⁶ .

ويذهب زاهر راضي في نفس السياق على أن مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها"⁷.

أما مصطلح وسائل الإعلام الاجتماعية فانه يشير إلى استخدام تكنولوجيايات الإنترنت والمحمول لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي. كما عرّف أندرياس كابلان ومايكل هاتلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها "مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجية من الويب 2، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشاؤه⁸"

أما التحديد الإجرائي لهذا المفهوم في دراستنا جاء على النحو التالي:

الإعلام الاجتماعي يتمثل في استخدام تقنيات الاتصال المتطورة في الجيل الثاني من الانترنت web 2.0 لإنشاء حوارات تفاعلية وتشاركية داخل مواقع و صفحات ذات صفة اجتماعية ، تهدف إلى تزويد المستخدمين (الطلبة الجامعيين) بالأخبار والحقائق، وتساعدهم على تكوين آراء حول الوقائع والقضايا السياسية ، حيث يعكس هذا الرأي مدى الوعي السياسي لديهم اتجاه المواضيع المطروحة للنقاش -

2-الوعي السياسي:

أ-لغة:

[و ع ي.]- "حَصَرَ الْوَعْيُ لِيُقَيِّقَةَ النَّاسِ " : الْفَقِيهُ الْحَافِظُ .

2- "رَجُلٌ وَعِيٌّ بِمَشَاكِلِ الْبِلَادِ " : عَلَى بَيِّنَةٍ مِنْهَا ، عَارِفٌ بِهَا وَبِأَسْبَابِهَا ، وَاعٍ.

الوعي : إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشراً وهو أساس كل معرفة⁹ ، ويمكن إرجاع مظاهر الشعور أو الوعي إلى ثلاثة أقسام:

1- الإدراك والمعرفة 2- الوجدان 3- النزوع والإرادة

والوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك على تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس. كما يمثل الوعي عند العديد من علماء علم النفس الحالة العقلية التي يتميز بها الإنسان بملكات المحاكاة المنطقية، الذاتية (الإحساس بالذات) (subjectivity) ، والإدراك الذاتي (self-awareness)¹⁰ - فهو إدراك الفرد لما يحيط به إدراكا مباشراً ، وينطوي الوعي على وقوف الفرد على فكرة جديدة وشعوره بالمزيد للمعلومات

أما الوعي السياسي فيعرف على انه : " مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته : يحللها و يحكم عليها و يحدد موقفه منها، ويدفعه الى التحرك من اجل تطويرها و تغييرها"¹¹ -

و يعرف الوعي السياسي أيضا على انه إدراك الفرد لمحيطه الإقليمي والدولي، ومعرفة الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تحيط به و قدرته على وضع حلول ومعرفة مشكلات العصر المختلفة و من ثم القدرة على التغيير ، أيضا معرفة القوى الفاعلة و المؤثرة في صناعة القرارات الوطنية و الدولية ، ومن خلاله يمكن للفرد معرفة حقوقه و واجباته في كل الأنظمة الديمقراطية و الشمولية ، لذلك يحتاج الفرد إلى سياسة واعية و شاملة للظروف و الأزمات التي تعتدي المجتمع ليكون قادرا على التعرف على البيئة المحيطة به¹²

أما إجرائيا ، فنحن نرى أن مفهوم الوعي السياسي يتبلور في الحالة التي يتمثل بها الفرد اتجاه الحياة السياسية بمختلف أبعادها و مدى معرفة المتغيرات و المشكلات السياسية وإدراك جوهر القضايا المحيطة به و طنبا و دوليا ، ما يمكنه من اتخاذ موقفا معرفيا أو وجدانيا يعبر عنه من خلال المشاركة والتفاعل مع ما تبثه مواقع الإعلام الاجتماعي التي أصبحت تلعب دورا أساسيا في نشر الأخبار وتوجيه المواقف والاتجاهات - و الذي يمكن قياسه من خلال المؤشرات التالية:

- 1-مدى الاهتمام و التفاعل مع المضامين السياسية التي تبثها المواقع الاجتماعية -
- 2- درجة الثقة في مصداقية طرح المواضيع التي تنشرها هذه المواقع -
- 3-الاتجاهات و المواقف السياسية الناتجة عن مواكبة الأخبار والأحداث في الساحة السياسية -

3-عوامل تشكيل الوعي السياسي:

يعد تشكيل الوعي السياسي المرحلة الأولى ولمنمر احلا المشاركة السياسية التي تعرف بأنها :
"الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام أو التأثير في القرار أو السياسات التي تتخذونها وتتمثل هذه الأنشطة بالتصويت

متابعة الأمور السياسية والدخول لمجال غير في مناقشات سياسية وحضور ندوات ومؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية أو المالو الدعاي
قوة الانضمام إلى الجماعات المصالح الانخراط في عضوية الأحزاب أو الاتصال بالمسؤولين أو الترشيح لمنصب عام أو تقليد المناصب السياسية كم
انتضماماً إلى الشكوى والتظاهر والإضراب " 13-

يتبين مما سبق ذكره أن الحياة الاجتماعية ما هي إلا مسرحاً للحياة السياسية من خلال منحها الأشكال ، البنات والتمثلات
التي تظهر في الاستراتيجيات، والخطب الخاصة بالفاعلين السياسيين 14، طبقاً لذلك يتضح أن المشاركة الفاعلة ناتجة عن
مدى إدراك المتغيرات السياسية، الاقتصادية، والاجتماعية والتي تعكس في نفس الوقت مدى ارتفاع مستوى الوعي السياسي
- هذا الأخير الذي يعد محصل عمليات ذهنية وشعورية معقدة، والتفكير وحده لا يتفرد بتشكيل الوعي، فهناك الحدس والخيال
والأحاسيس والمشاعر والإرادة والضمير، وهناك المبادئ والقيم ومراكز الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية،
والظروف التي تكتنف حياة المرء 15، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جداً لاكتساب الوعي
السياسي حول كل ما يدور في البيئة الإنسانية من أحداث وظروف سياسية متسارعة وديناميكية من وقت لآخر. إذ تعتبر
وسائل الإعلام الاجتماعي في العصر الحالي من أهم وسائل تشكيل الوعي السياسي خاصة بالنسبة لفئة الشباب التي تعتبر
أكثر ارتباطاً بالوسائط التكنولوجية،

التي أصبحت تؤثر بصورة واضحة في تفكير الشعوب نظراً لسرعة التنقل في المعلومات بين الأفراد دون اعتبار للحدود
الجغرافية، و غزت العالم ببرامجها وعروضها حتى تحول العالم إلى قرية كونية، بحيث يطلع أهالي الجنوب على أخبار
أهالي الشمال بنفس الوقت وبسرعة هائلة فاقت التصورات البشرية، فتدقق الصور والرموز الثقافية على هذا النحو العجيب
أتاح للناس مقارنات ثقافية غير مسبوقه، فقد صار في العالم كل واحد يستطيع تلمس موقع بلده بين أمم الأرض 16، مما أدى
بالتالي إلى تداخل ثقافي بين شعوب المعمورة، وهذا ما يساعد على الإطلاع الواسع والسريع على الأحداث السياسية والظروف
الدولية وتكون بذلك نوع من الوعي السياسي العالي للأحداث المثيرة على الساحة الدولية، فضلاً عن الوعي السياسي لكل
شعب من شعوب المنطقة بالأحداث والأمور الداخلية المتعلقة بسياسات حكوماتهم. 17

05-الدراسات السابقة :

01- دراسة كامال خورشيد مراد 18، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجا (2011)،
تركز تأهلا لدراسة علم معرفتي كفو ظفتر بيع الثور اتا لعر بية خدمات إلى إعلاما الجديد، ومواقف التواصل اجتماعي تحديد اياشعتال فتي
هذا الحراك السياسي وإدامته زخم الثورة وتعبئة شبابها بالشكل الذي يتفهمه واقعا التواصل اجتماعي بمثابة المحرك العنوا لرمزي
لهذا الثور اتو كيف تحو لتقنيات الاتصال الرقيمة الحديثة إلى سلا جديد؟ مضافا إلى إمكانات الشعوب بالتبني جديا إلى إعلاما الجديد منابر حقيقية للث
عبر عن آرائها دون قيود مفروضة على عكس الإعلام التقليدي، ويهدر استوصفية لم تعتمد طريقة المسحوبة لجمع البيانات، وخلصنا لاستنتاجات تأثير شبكات التواصل اجتماعي بين
اسبطريام عنضة المجتمع التكنولوجي والمعرفية، وأنها شبكات اتصال اجتماعية تتيح لجمع المستر كينا للتنسيق والتواصل بحرية مطلقة
لمشارك في صنع الأحداث ومتابعتها وكسر حاجز الخوف حول العمل السياسي السري بالنشاط علني، كما نقلت انها استطاعت تدوير القضايا
المحلية وجعلها موضوعا لنقاشات الرأي العام .

02-دراسة

عبد الكريم عليا الديب سيوز هيرياسينا الطاهات 19،
دور شبكات التواصل اجتماعي في تشكيل لآل العالم لطلبة الجامعات الأردنية
تتلخص أهداف الدراسة في معرفة معدل استخدام لطلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل اجتماعي الرقيمة، والكشف عن العوامل المؤثرة في
كياتجها تال رأي

العالم لطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل اجتماعي لآل وسائل الإعلام التقليدية بما عتمادها مصادر للأخبار والمعلومات .
و استخدم الباحثان المنهج الوصفي عن طريق تصميم استبيان مسح
الطلبة، وجمع الحقائق والمعلومات، ثم تحليلها. وخلصنا لدراسة العدة نتائج أبرزها انتشار استخدام شبكات التواصل اجتماعي بين الطلبة، وأ
ننالك الشبكات أصبحت تنسج كمنصة من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي منشأها التأثير في تشكيل لآل رأي العام، و منافسة لوسائل الإعلام
مالتقليدي في الصحافة الإلكترونية، وكان بعض معلوماتها إيجابيا مثل تعزيز الروا لحو الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الآخر سلبي مثل
حاول لبطا لأحداثا لاجارية في الدال لملجاء قبالو ضع الادل، والتشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الوطنية الرسمية وشبه الرسمية
ة، والتحرر بضعها لظواهر أو الاعتصام والإضراب، واستخدامها لعمالا لدينيا لثار تسلو كأفراد
المجتمع، أو الدعوة لمقاطعة الأنشطة والفعاليات التي تدعو إليها الحكومة.

03-دراسة محمد المنصور 20، (2012) وعنوانها "

تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقف الاجتماعية والمواقف الإلكترونية، حيث هدفته هالدراسة في الكشف عن شكل

المواقع الاجتماعية" الفيسبو كنموذجاً "الخاصة بالعربية، والمقارن بين مضمون المواقع الإلكترونية (العربية نت) وبين مضمون المواقع الاجتماعية (الفيسبوك) لقناة العربية، واستخدمت منهج المسح الوصفي، وشملت عينة البحث الحدود المكانية الافتراضية لمواقع العربية الإلكترونية (العربية نت، ومواقع العربية الاجتماعية) - و توصل إلينا المواقع الإلكترونية ونحو الاجتماعات عيصوصاً مساحة ليست بالقليلة لأخبار الثقافية، وإعطاء فسحة أكبر للحوار المفتوح إبداء الرأي والتعليقات الردود، وفيالأول كانت بعض المواد التحريرية أراء لكتابتهم مهتمين بالشأن الثقافي، وفيالتالي تعليقات القراء التليمر نقاً عليها المستوى بالخبر أو المادة المنشورة، أيضاً أكد المواقع الإلكترونية يوالاجتماعات إعطاء المحررين حق الاختيار لزوإيات ثابتة صفحات متخصصة، وإختيار أالمحررين فيالأول ولتناول القضايا السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، والرياضية، بينما هتمت فيالتالي بالقضايا الثقافية إرضاء لأذواق محبي الموسيقى منالزوار والشباب علوجها لخصوص، أيضاً اتفقت إيجابياً على المتلقي، إلاأنهما اختلفتا فيأماكن وأعداد وأحجام الصور فيالموقعين -

04-دراسة إيناس أبو يوسف 21، الو عيالسياسيو الانتخابي لطلاب الجامعات ، هذقتالدراسة إلتاثير فعلاالو عيالسياسيو الانتخابي لطلاب جامعة القاهرة قفيلالانتخابات البرلمانية فيمصر 2000م، كما سعتالدراسة إلبإبراز دور وسائلالإعلام فيتشكيلو عيالطلابو المشاركة السياسية. واستخدمت منهج المسح، وطبققتالدراسة علعينة (180) مفردة منخلالاستمارة استبيان. ومنأبرز نتائجالدراسة:

- أنها كإحجاماً منطلبالجامعاتنا المشار كة فيعضوية إتحاد الطلبة.
- أكدالطلاب المبجوثينأنالو عيالسياسي لطلاب الجامعات ضعيف بصفة عامة.

- تشير النتائج إلبو عيالغالبالطلاب المبجوثينبالعمر القانوني للحوصلعلنا البطاقة الانتخابية فيمعرفتهم بالأحزاب السياسية الكبر فيمصر، إلاأنه علنالرغم منذلك فإنها كإحجاماً منهم علنا المشار كة فيالعملية الانتخابية لشعورهم بالإحباط وعدم جدو بالعملية الانتخابية.

- أظهرتالنتائج أنالغالبية العظمى منطلبالالعينة لايمتلكو نبطاقات انتخابية بنسبة (78%)، وكانمنأهم أسبابذلك اقتناعهم بعدم جدو بالانتخابات، وأنالنتيجة معروفة مسبقاً، وبالتاليلابو جدمبرر للاشتر اكفيا لانتخابات.

- أكدتالدراسة ضعفمشار كة الشباب فيعضوية الأحزاب السياسية بنسبة 90 % منعينة الطلاب، ويعود سببذلك إلبعدم المعرفتهم هالأحزابو أهدافها، ولضعف الديمقراطية وعدم اهتمامالأحزاب بالشباب.

- أجابناالغالبية العظمى منطلبالالعينة أنها ترحصعلقرأة الصحف بنسبة 76 % منمجموعالعينة، وجاءتالصحفا القومية الحكومية فيمقدمة الصحف المقروءة، فيما أبرزتالنتائج أن 65% منالطلاب نادرأما يقرؤوالصحفا الحزبية، وأن 25 % منهم لا يقرؤونها، وعناهمالقضايا التي تابعتهاالطلاب فيالصحفا الحزبية هي:

قضايا الفساد، والمشكلة الفلسطينية، وقضايا الديمقراطية.

- أو ضحتالدراسة أن 73 % منالطلاب المبجوثينلا يستمعون للبرامج السياسية فيالإذاعة، فيما أشار 82 % منالطلاب إلبحرصهم علنمشاهدة البرامجالسياسية التلفزيونية.

05-دراسة أجنبية لريبيكا هاييس 22، Rebecca A. Hayes (2009) ، وسائلالإعلام الحديثة والسياسات الجديدة : كفاءة التعليم السياسي إختيار استخداماتموافعالشبكات الاجتماعية فيالمشاركة السياسية

"و هي عبارة عندراسة ميدانية اعتمدت علنمسح عينة ممثلة من (625) مبجوثاً تتراوح أعمارهم بين (18 و 25) سنة - ومنأهمالنتائج التي توصلنا إلهذهالدراسة هو أناستخدامموافعالشبكات الاجتماعية لأهداف سياسية يمكن أنيكونلها تأثير إيجابي علنكفاءة التعلم

سياسيو علنالمعرفة والمشار كة السياسية منخلالوسائل الإعلام الاجتماعية أثناء الانتخابات 2008 كانأقل مقلارنبتأثير وسائلالإعلام الإخبارية

وأنالمصادر الأكثر ونية لأخباروالمعلومات السياسية ليست هيالمصادر المعلوماتية المفضلة للدفئة العمرية التي تهتم بهاالدراسة بل كانت وسائلالإعلام التقليدية كالصحفا والأخبار التلفزيونية أكثر تفضيلاً

و نظرأنوسائلالإعلام التقليدية تشتمل علنالتقنيات الأكثر ونية تتفعلمعها بما فيها موافعالشبكات الاجتماعية، فإنالناخبين الشباب قد يراس تخدامهم للمحتو بالمقدم منخلالمرجاتو وسائلالإعلام التقليدية، أيأنوسائلالإعلام التقليدية تنتشر كمعوسائلا لإعلام الجديدة فيعملية الإ

تصالالسياسي

06- طبيعة الدراسة و منهجها : يعد هذا البحث منوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة الظاهرة الو عيالسياسي لطلاب الجامعات ويعتمد البحث علنمنهج المسح الذي يعد جهدا علمياً منظماً للحوصلعلنبيناناتو معلوماتو وصافنا الظاهرة موضوع البحث،

بهذ فجمعالحقائق المعلومات منتمتفسيرهاو تحليلهذهالبيانات تحليلاً شاملاً واستخلاص لالتمفيدة حول وعيالطلبة السيسيو حجممشار كتهما السياسية اتجاهالقضايا، ومدى اعتمادهم علنوسائط الإعلام الجديد كمصادر لمعرفتهما السياسية

نسعى إلبتنقيب علنالعلاقات بينمختلفالحقائق بهدف فهمأعمق للظاهرة، ودراسة العلاقات المتبادلة بينالمتغيرات المختلفة فيموضع البحث -

07-مجتمع البحث و عينة الدراسة :

منالطبيعيةعدمإمكانيةدراسة كلالفرداتالتيشتملعليلها الدراسةخاصةبالنسبةللمجتمعالمستهدف، والذي حددناه في الطلبة الجامعيين باعتبار الجامعة أهم مؤسسة لإنتاج الكوادر والأفكار وتطوريهما وكذلك توليديهما وللجامعة دور حيوي وبارز في حياة المجتمعات البشرية وقد قامت الجامعات بهذا الدور الفعال في البلدان المتقدمة من خلال مشاركة الجامعات في صنع القرار السياسي للمجتمع، ولتسهيلالدراسة اشتملتالعينةطلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم وذلكلاعتبار أساسيتتمثل في ضيق عاملالزمن للتنقل، وبحكمالتواجدالمستمرمعهذا المجتمع.

عليهذاالأساسكانتعمليةالمعاينة(L'échantillonnage) غير احتمالية(nom Probabiliste) أو عمديه(Purposive)منصنفالعينةالقصديةالنمطية (Typique) أو (Par choix raisonné)، وهو لذييسمحباختيار العناصر الممثلةبتدخلالعاملالشخصي معمايتوافقالأهدافالمسطرةمسبقا . أماعنجمالعينةالذيتوقفعلننسبةالتقار بالموجودهبينالعينةو المجتمعالأصليفقدشملتعلى50 فردا،تمسألتلهمبواسطةالاستبيانلتقديها كورقة بحثية في هذا الملتقى -

البنية الاجتماعية والمعرفية

قدحاولناقدر المستطاعالحصولعلالمعلوماتالكاملةقبلاختيار الأفرادالذيتنطبقعليهمالشروطويمثلونالمجتمعالأصليتمثيلاحقيقياح سبالمغيراتالمحددة:

1-متغير السن :شملتالعينةالدراسة علالطلبةالبالغسنةم 18إلى29سنة،ولايعدهذا التحديدإقصاءللغفئاتالأخرى ، إنما على أساس الفئة العمرية الغالبة .

- القسم الأول : من 18 إلى 21 سنة واشتملت على 35 فرد بنسبة 70%.
- القسم الثاني: من 22 إلى 25 سنة واشتملت على 9 أفراد بنسبة 18%.
- القسم الثالث: من 26 إلى 29 سنة واشتملت على 6 أفراد بنسبة 12%.

2 -متغير الجنس :

-إشتملت العينة على 50 مفردة مقسمة إلى 31 ذكر بنسبة 62% و19 أنثى بنسبة 38%.

3-متغير المستوى الجامعي : باعتبار أنالشبابالجامعيذويمستوياتجامعيةمتباينة:

- المستوى الأول (ليسانس): 20 مبحوث بنسبة 40 %
- المستوى الثاني (ماستر) : 25 مبحوث بنسبة 50 %
- المستوى الثالث (دكتوراه) : 05 مبحوثين بنسبة 10 %

2-المحور الثاني: التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي.

أ- أسباب استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي :

طرحت على المبحوث 4 اقتراحات، وكانت أعلى نسبة هي 48% من مجموع العينة ممن أجابوا بهدف الاطلاع على كل جديد . وهناك من يستخدمها لتمضية وقت الفراغ بنسبة 22% ، و 30 % يستخدمونها للتعارف و الاتصال بالأصدقاء -يعود ذلك إلى أن هذه الوسيلة تعطي للمستخدم فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية، ففي جلسة واحدة يستطيع أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية، من جميع أرجاء العالم، ودون تكلفة مالية تذكر، وهو أمر غير ممكن عمليا من حيث الوقت ومن حيث الكلفة، في التعامل مع الإعلام التقليدي.

ب-مدة العضوية في المواقع الاجتماعية :

سجلنا أعلى نسبة 74% من مجموع العينة قالوا أنهم يستخدمون هذه المواقع منذ أكثر من سنتين.الذكور بنسبة 87.09% .والإناث بنسبة 52.63% - ما يدل على أنهم أضحووا وثيقي الصلة بهذه الوسيلة لما تحمله من خصائص و سمات اتصالية تتماشى و متطلبات هذه المرحلة العمرية.

ج- مرات الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي :

من خلال السؤال الخاص بعدد مرات الدخول إلى هذه المواقع بين الجنسين يتبين ان كل من الذكور و الإناث بنسبتي (54% و 48 %) على الترتيب يستخدمونها يوميا أو من 4 إلى ستة أيام على الأقل بنسبتي (26% و 24%) و هي نسب متقاربة بين الجنسين - ما يعكس مدى الارتباط بين المتغيرين و يؤكد درجة الاعتماد المتبادل بينهما -

د-المواقع أكثر استخداما :

يبينالسؤال الخاصبالمواقعالاجتماعيةالأكثر تصفحامنطرفعينةالبحث،حيثجد أن:

شبكةالفيسبوكهيالشبكةالأكثر استخدامابنسبة 87% ، و التويتر بنسبة 10 % ، أما مستخدمو موقع ماي سبيس يمثلون 03 % من عينة البحث و هم من الذكور فقط . و هذا يعود لشعبية الفاييسبوك في الأوساط الشبابية لما يتمتع به من مميزات في النشر ، التشارك بالوسائط المتعددة ، إضافة إلى درجة الحرية المتاحة و سهولة الوصول إلى خدمات الموقع -

ه-مواقع تبادل مقاطع الفيديو الأكثر استخداما:

يعدموقعYou tubeالأكثر استخدامابصفةمطلقةبنسبة 100%، حيث لم يتم ذكر أي موقع اخر من المواقع التي تقدم نفس الخدمات باختلاف المستوى الجامعي -

و- الاسم المستخدم في العضوية :

تبيّنأنه 61.33% من العينة يستخدمون أسمائهمالحقيقيةعلشبكةالتواصلالاجتماعي واغلبهم من الذكور ،على عكس 38,67%يستخدمونأسماء مستعارة - وقد يرجع ذلك إلى التحرر من كل القيود في التعبير و التواصل دون أي اعتبارات بما

فيها تلك المتعلقة بهوية الفرد و انتماءه ، خاصة بالنسبة للشباب الذي يرى أن هذا غير ممكن نظرا لبعض الاعتبارات في مسرح الحياة الاجتماعية الواقعية -

التعرض للمضامين السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي.

أ-نسبة الانخراط في الصفحات و المواقع ذات الطابع السياسي :

إن نسبة 75% من العينة المدروسة بين الذكور و الإناث ينخرطون و بشدة في المواقع و الصفحات التي تتخذ من المواضيع و القضايا السياسية المحور الأول لها - لان هذه المواقع و الشبكات تحولت إلى أدوات المشاركة السياسية للشباب، و تتيح لهم فرصة التعبير عن وجهات نظرهم و الحوار بين بعضهم البعض حول القضايا المختلفة بدرجة أكبر من السهولة و الحرية من الأطر التقليدية المعتادة - ومن بين الصفحات السياسية الجزائرية نعطي هذه الأمثلة التي تم ذكرها من طرف المبحوثين : عين المكان -الجزائر- ، الفيسبوك الجزائري ، أخر أخبار الجزائر ، شبكة رصد ، اخبار نيوز ، أنا صحفي إذا أنا موجود ، أنت جزائري ، mentalité DZ ، 360 - أخر أخبار الجزائر ،radio trottoir ،موقع سياسة للباحثين والطلبة ، شبكة المراسلين الجزائريين ، إضافة إلى الصفحات التابعة لمؤسسات الإعلام التقليدية المكتوبة و السمعية البصرية ، و صفحات بعض الصحفيين البارزين في البرامج السياسية على المستوى الوطني و الإقليمي - ما يعكس سعي الحكومات والأحزاب ومؤسسات المجتمع المدني ومراكز الأبحاث بل و الأفراد لإنشاء مواقع الكترونية تقدم المعلومات كأداة سياسية تستخدم في استهداف قطاع الشباب و التواصل معهم من ناحية ، وكأحدى الوسائل يقوم من خلالها الشباب بالمشاركة السياسية من ناحية أخرى.

ب-سبب العضوية في الصفحات و المواقع ذات الطابع السياسي :

جاءت الإجابات بين الجنسين معا كالآتي:

- لأنها تمثل بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية بنسبة 22 %.

- لأنها تمد بأحدث واهم الأخبار بشكل فوري بنسبة 31%.

- لأنها تمكن من القراءة، الاستماع، المشاهدة، التعليق، و المشاركة 47%.

يمكن القول من خلال هذه النتائج أن فضاء الإعلام الاجتماعي يساهم بقدر كبير في السماح بالتعددية وتبادل الآراء ومناقشة جميع القضايا التي بصمت عنها الإعلام الرسمي في أغلب الأحيان باعتباره إعلام ناطق باسم السلطة و النظام الحاكم ، في حين أتاح الإعلام الالكتروني النظر للمسائل والمواضيع من مختلف الزوايا، من خلال تمكين مختلف الدول والجماعات والأقليات بإنشاء مواقع لها على الشبكة والتعبير عن قيمها وهويتها وقضاياها كما تراها هي وليس كما تنمطها جماعات أخرى، و تعدد التوجهات السياسية والدينية والثقافية المختلفة والتي تعبر عن أفكار وآراء الجميع بكل حرية.

ج- طبيعة القضايا التي تثير الاهتمام أكثر :

- جاءت القضايا الوطنية في المقدمة من خلال الترتيب حسب أهميتها لدى المبحوثين بنسبة 71 % مقارنة بالإقليمية التي مثلت 19 %، و العالمية بنسبة 10% - لأنها تمثل المناخ السياسي الذي يعيشون في ظلّه بما يحمله من متغيرات و ذات الأثر المباشر أو غير المباشر على حياتهم مقارنة بالقضايا الإقليمية و الدولية -

د-الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل التقليدية :

كشفتالنتائجأن 43،55% منالطلبةيعتمدونعلمواقع الإعلام الاجتماعيكمتابعةمجرياتالأحداثالوطنيةوالعربيةوالدولية، مقابل44،57% يعتمدون علىوسائلالإعلامالتقليدية(الصحافةالمطبوعةو الإذاعةو التلفزيون)فيمتابعةمجرياتالأحداث باختلاف طبيعتها . اعتبارا لأنها وسعت مساحة حرية التعبير وساهمت في القضاء على احتكار المؤسسات التقليدية الرسمية لقنوات التعبير عن الرأي،والتمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل، دون تدخل موجه من أباطرة الإعلام، الذين اعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم، على حساب المرسل الأصلي ورسالته.

هـ- إمكانية وجود رقابة ممارسة على المضامين السياسية للشبكات الاجتماعية :

يرى 28،95% أننشر مضامينشبكاتالتواصلاجتماعييعرضللقابة،ونسبة60،14%يربأنهلايخضع للرقابة إطلاقا و أن مجال الحرية في التعبير مطلق،بينمانسبة 10،91% أفادوا أنهم لا يعرفون .

الإعلام الاجتماعي و تشكيل الوعي السياسي.

أ- كفاية المعلومات السياسية المقدمة في تشكيل المعرفة السياسية :

اتضح لنا من خلال هذا السؤال أن 30% منأفرادالعينةيربأنالمعلوماتالتيثبتت من خلال وسائل الإعلام الاجتماعيغير كافية في تشكيل معرفة سياسية كاملة حول القضايا و الأحداث ،فيحينأن 43 % منأفرادالعينةيربأنهأكافية حقا،بينما27 %يوافقونبالحدما علانالمعلوماتالمقدمةتكفي لتنميةالمجالالسياسيلديهم .

ب- أسباب زيادة الوعي السياسي في الإعلام الاجتماعي :

أردنا من خلال هذا السؤال معرفةالطرقالتييمكن للإعلام الاجتماعيأنتزيدمنقدرتها علنزيادةالوعي السياسي، فتوصلنا إلى أن 22 % يرون أن ذلك يتم منخلالاتسامهابالجديوةالمصادقية، مقابل37،66% كأعلى نسبة أجابوا من خلالمتابعتها للتطورالسياسية،يليهامتابعةالقضايا باهتمام و بحرية بنسبة19،34 % ، أما 20،91% يرجعون ذلك إلى أنها فضاء لعرض الرأي و الرأي الآخر ، وهذا ما يساهم في تنميةالوعيالسياسي -

ج- مقدار الثقة فيما يبثه الإعلام الاجتماعي :

يتضح من خلال النتائج الخاصة بمقدار الثقة فيما تنشره شبكات مواقع الإعلام الاجتماعية من أخبار ومعلومات صور ومقاطع فيديو، بأن نسبة 68,55% يتقنون فيما يتم نشره وهذا يمثل أغلبية العينة المدروسة، بينما أشار 25,42% إلى أنهم لا يتقنون في هذه المضامين ، في حين التزم باقي الأفراد 06,03% الحياد وفضلوا عدم الإجابة - ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن درجة الثقة تعود إلى زيادة درجة الشفافية في العملية السياسية ، فجانبا كبيرا من أقوال وتصرفات القائمين على العملية السياسية يجد طريقة للنشر ، كما أصبحت هذه الوسيلة إحدى الأدوات الرقابية التي تكشف المخالفات والتصرفات الخاطئة ، ليس فقط من خلال المادة المكتوبة ولكن أيضا من خلال المادة المصورة، والتي تستخدم أدوات بسيطة في التقاطها مثل كاميرات التليفون المحمول.

د- ترتيب المواضيع التي تفاعلت معها في الإعلام الاجتماعي عن الوضع السياسي في الجزائر:

- 1- الوضع الصحي لرئيس الجمهورية بنسبة 38,33%
- 2- انتقاد البراماج للتنمية للحكومة وعدم دعمها بنسبة 22,37%
- 3- إبراز قضايا الفساد وتحقيق المصالحة الخاصة للأفراد الجماعات في المجتمع بنسبة 19,30%
- 4- الترويج لأراء السياسيين المرشحين لاستحقاقات ابريل 2014 بنسبة 12%
- 5- تعزيز روح المواطنة والانتماء والهوية بنسبة 08%

تصنف هذه القضايا التي تم ذكرها من طرف الفئة المبحوثة محاور الاهتمام بالنسبة إليهم والتي تعكس في ذات الوقت الحراك السياسي في الجزائر ، وقد يعود الاهتمام بالموضوع الأول إلى الغموض الذي يكتنف حقيقة الوضع الصحي للرئيس رغم العديد من التصريحات المطمئنة التي يقدمها الوزير الأول وبعض الوزراء في تصريحات إعلامية متفرقة ، و تحول هذا الفضاء إلى أداة استقصائية تكشف الفضائح وتدفع بهم إلى الاهتمام بالقضايا العامة ، والإحساس بالمسؤولية تجاه المجتمع -

هـ- ترتيب المواضيع التي تفاعلت معها في الإعلام الاجتماعي عن الوضع السياسي دوليا:

- 1- ثورات الربيع العربي ونقاط التوتر في المنطقة العربية بنسبة 40%
- 2- مستجدات ملف القضية الفلسطينية بنسبة 19,33%
- 3- قضية الصحراء الغربية والحدود الجزائرية- المغربية بنسبة 17,43%
- 4- الصراع في أراضي مالي بنسبة 13%
- 5- قضايا الإرهاب وانتهاك حقوق الإنسان بنسبة 10,24%

و- إمكانية الإقرار بتشكيل الوعي السياسي من منابر الإعلام الاجتماعي :

أقر جلّ المبحوثين بنسبة 79%، أن وسائل الإعلام الاجتماعي تساهم حقيقة في تشكيل وبناء الوعي السياسي من خلال مضامينها ، في حين ينكر 15% منهم ذلك ، مقابل من لم يمتلكوا الإجابة عن ذلك وقدرة النسبة ب 6% - توصلنا من خلال الإجابة عن هذا السؤال إلى وعي الطلبة المستخدم لهذه الوسيلة بأهمية الفضاء الاجتماعي المفتوح كأداة سياسية وأحد المصادر المهمة للحصول على المعلومات السياسية والاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، ثم يستخلص لنفسه النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة، دون أن يظل أسيرا لرؤية مخصوصة تفرضها عليه الحكومات أو الشركات المالكة لوسائل الإعلام .

مناقشة النتائج التي توصلنا إليها:

هذه الدراسة بالتعرف على دور الإعلام الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين، وذلك عن طريق معرفة مدى عضوية الطلبة الجامعيين للصفحات السياسية ومعرفة اتجاهات الطلبة نحو المضامين والموضوعات السياسية المفضلة لديهم، والتعرف على مدى كفاية المعلومات التي تنشرها في مجال تشكيل معرفة سياسية من شأنها أن تتبلور إلى وعي سياسي.

يمكننا أن نوجز خلاصة النتائج التي توصلنا إليها بالبحث حول الإعلام الاجتماعي والوعي السياسي بطلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس في النقاط الآتية:

- أشارت النتائج أن أفراد عينة الدراسة في تونس وفي مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التعرف على الثقافات ، و تكوين علاقات جديدة ، إضافة إلى الاطلاع على مستجدات الحياة السياسية ، مما يعكس رغبتهم في المعرفة التي تعد الخطوة الأولى في بناء الوعي السياسي و الارتقاء في مستوياته -

- تبين أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لعينة الدراسة المتمثلة في الطلبة الجامعيين كان مرتفع، من خلال ارتفاع معدل اعتماد الشباب الجامعيين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي حسب النتائج الإحصائية مع وجود علاقة بين معدل العضوية في هذه الوسائل ومعدل المعرفة السياسية المحصلة خلال الإحاطة بالقضايا والمساهمة في الإثراء بالتعليقات ، وهذا ما يعكس حجم المعرفة والإدراك -

- توصلنا إلى أن الطلبة باعتبارهم جمهور الإعلام الاجتماعي بحاجة إلى أن يتسم هذا الفضاء بالمصداقية وابتعادهما عن التحيز لجانبيين تحت تأثير ثقافة هذه الشريحة من الجمهور المستخدم ، لان المضامين تبني على حقائق وبعضها على أكاذيب ويروج جزء منها لقضايا عادلة وجزء آخر لقضايا هدامة مما قد يحول هذه الوسيلة إلى أداة للتشويش والتعبئة بهدف التحريض .

- استنادا للنتائج الدرسية يمكن القول أن

شيكات الإعلام الاجتماعي أصبحت تشكل نسبة طلبة الجامعيين مصدر الحصول على الأخبار والمعلوماتينافس وسائل الاتصال التقليدية، و

خلافترة وجيزة ،يتم من خلالها متابعة الأحداث الوطنية و في مقدمتها الأخبار المتعلقة بالسلطة الحاكمة و قضايا الفساد في كل المجالات ،و أخبار الحراك السياسي الدولي بما هي ذلك نقاط الصراع في المنطقة العربية و الإقليمية و ملف القضية الفلسطينية لما تحمله من أبعاد قومية و دينية .

- تحرر المستخدم من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، من خلال احتكار المعلومات، أو توجيهها إلى خدمة الجهة المالكة. وهو تحرر من جانبيين أساسيين، يشمل حرية النشر، حيث أصبح المرسل متحكماً و مسيطراً على رسالته الإعلامية، قادراً على تقديمها دون وسيط من طرف الهيئات الإعلامية في التحرير و الصياغة ، و حرية التلقي، في التعبير و المشاركة مع ما يتماشى و توجه كل فرد.

توصيات الدراسة:

من خلال النتائج التي توصلنا إليها فإذ استنأهنا هاهنا التوصيات التي نقدمها علماً لاستثمارها في الاستخدام الأمثل لهذه الوسيلة بهدف بناء و عي سياسي ناضج و هادف في أوساط الطلبة، و تتمثل فيما يلي:

- 1- أن يتم تناول الموضوعات السياسية بكل عمق و حرية و تحليل للمعرفة أبعاد و أطراف القضايا المطروحة و تداعياتها.
- 2- الاستفادة من الآراء و المقترحات التي تقدمها الجمهور (الطلبة) و الاهتمام بإجراء الدراسات للوصول إلى أفضل أداء، خاصة مجال التحليل المضمون لتحليل ما تقدمه شبكات التواصل اجتماعي من حيث الشكليات أساليب الإخراج و الجذب و الانتباه التي تستخدمها في إيصال المضامين -
- 3- حماية الخصوصية للطلبة علموا أفعالهم و أفعالهم في الشبكات ضد هجمات كملنا أشكال و الوقوف على أثارهم و اتجاهااتهم.
- 4- إيجاد ثقافة للنشر الإلكتروني في شبكات الإعلام الاجتماعي تركز على أساس و معايير مهنية أهما المصداقية و الموضوعية في الحوار، بعيداً عن كسل أساليب التحيز.

قائمة المراجع:

1. Carrington Malin : Middle East & North Africa Facebook Demographics May 2010, Spot On Public Relations, 2010, pp 3-5
2. موسى حلس ،ناصر مهدي، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12 ، العدد 1 ، غزة، 2010 ، ص 153 .
3. ¹ خالد بن إبراهيم الرويعت، التأثيرات السياسية للإعلام الجديد، جريدة الشرق الأوسط، العدد 12462، المجموعة السعودية للأبحاث و التسويق،
- <http://www.aawsat.com/leader.asp?section=3&article=712486&issueno=12462#.UsSBSvvuEnc>، شوه يوم 30 ديسمبر 2013 ، سا 11:30
4. ¹ عبدالرزاق بوالقمح ، حزب الفيسبوك في الجزائر بثلاثة ملايين منخرط، الشروق اون لاين ، 2011/12/29 ، الجزائر،
- <http://www.echoroukonline.com/ara/index.php?news=89523>، شوه يوم 31 ديسمبر 2013 ، سا 23.00
- عباس مصطفى صادق، "الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق، 2008م، ص13. 5.
6. 1 - مازن الدراب / مواقع الشبكات الاجتماعية طريقة عملها <http://knol.google.com/k/mazen-aldarab>، شوه في 10-01-2014 ، 11 سا -
7. 1- زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.
8. 1-Kaplan ،Andreas M. 'Michael Haenlein (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". Business Horizons 53 (1): 59-68.
9. 1- أحمد خورشيد النورة جي ، مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية ، ط1 ، دار الشؤون الثقافية ، بغداد ، 1999 ، ص 253.
10. 1- د. عبد الكريم بكار ، تجديد الوعي ، ط1 ، دار القلم ، دمشق ، 2000 ، ص 9.
11. 1- احمد مسين اللقائي ، علي الجمل : معجم المصطلحات التربوية و المعرفة في المناهج و طرق التدريس ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1996، ص 204 -
12. 1- الغزي ناجي ، مقالة بعنوان مفهوم الوعي السياسي ، وكالة انباء الراي العام ، 2009 ، <http://www.aleayy.com> H 73 .htm ،
13. 1- حنان محمد إسماعيل يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزية في تهيئة وعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص 69 -
14. 1-Lamizet, B ,cours de communication politique, institut d'étude politique de lyon , 2002-2003, vers <http://doc-iep-univ-lyon.fr/ressources/documents/comPolitique> . « La vie politique théâtralise la vie sociale, en lui donnant les formes, les structures et les logiques d'un ensemble de représentation, dans lesquelles nous pouvons nous reconnaître dans les stratégies, dans les discours et dans les mises en scènes des acteurs de la politique »
15. 1- صادق الأسود ، علم الاجتماع السياسي ، ط1 ، بغداد ، 1990 ، ص 438.
16. 1- دوريس اية جربير ، سلطة وسائط الإعلام في السياسة ، ترجمة د. اسعد أبو ليده ، ط2، دار البشير للنشر و التوزيع ، عمان ، 2000 ، ص 277..
17. 1- نفس المرجع السابق ، ص 273 -
18. 1- مراد كالمخورشيد، دور الإعلام في تنشيط الحراك السياسي العربي، شبكات التواصل اجتماعي نموذجاً ، 2011-
19. 1- عبد الكريم علي ديبسيوز هيرياسينا الطاهات ، دور شبكات التواصل اجتماعي في تشكيل آليات العمل لدى طلبة الجامعات الأردنية، دراسات، العلوم الإنسانية و الاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013 -

20. 1- محمد المنصور، " تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية"، رسالة ماجستير، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا، 2012 م -
21. 1- إيناس أبو يوسف، الوعي السياسي الانتخابي لطلبة الجامعات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد 2001-

22. 1- Rebecca, A. Hayes (2009) : *New Media , New Politics : Political Effigy and The Examination*

23. *of Uses of Social Network*, Sites for political Engagement., Unpublished Ph.D.Dissertation , (Michigan State University ,),Online:

24. <http://proquest.umi.com/pqdweb?index=0&did=1974378471&Srchmode=1&side=1&Fmt=6&VInst=PROD&VTyoe=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=128021925&cilentId=93083>