

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

**إعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل
الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة تبسة**

مذكرة مقدمة لتبيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة:

أ. د راضية قراد

إعداد الطالبة:

نرجس جلاب

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د عبد الغني بوزيان	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
أ.د راضية قراد	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
أ.فاطمة الزهراء أمير علي	أستاذ مساعد "أ"	عضوا مناقشا

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
التخصص:

محضر تعديل مذكرة الماستر

يشهد الأستاذ (ة) خوراد را ضيق الرتبة: أستاذ تعليم عالي الصفة هش فخار مقربا
يشهد الأستاذ: بوزيان عبد الغني الرتبة: مسيبا الصفة: أستاذة تعليم عالي
بأن الطالب (ة): حليل بن زوحيس

قد تمت مناقشة مذكرته

بعنوان: اعتماد الطلبة الجامعيين على مناصف التواصل الاجتماعي
للحصول على المعلومات السياسية... دراسة ميدانية على عينه
صنفاً علمياً قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة

وقام بالتعديلات المطلوبة الآتية:

<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	الجانب الشكلي: نعم
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	الجانب المنهجي: نعم
<input type="checkbox"/>	لا	<input checked="" type="checkbox"/>	الجانب المضموني: نعم

- نسمح للطالب بإيداع مذكرته على مستوى الكلية - لا يسمح للطالب بإيداع مذكرته

إمضاء الأستاذ رئيس اللجنة: د. نور يا مع لقي
لعمري

إمضاء الأستاذ المشرف:
سلي

تبسة في: 023/07/13



قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

**إعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل
الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة تبسة**

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذة:

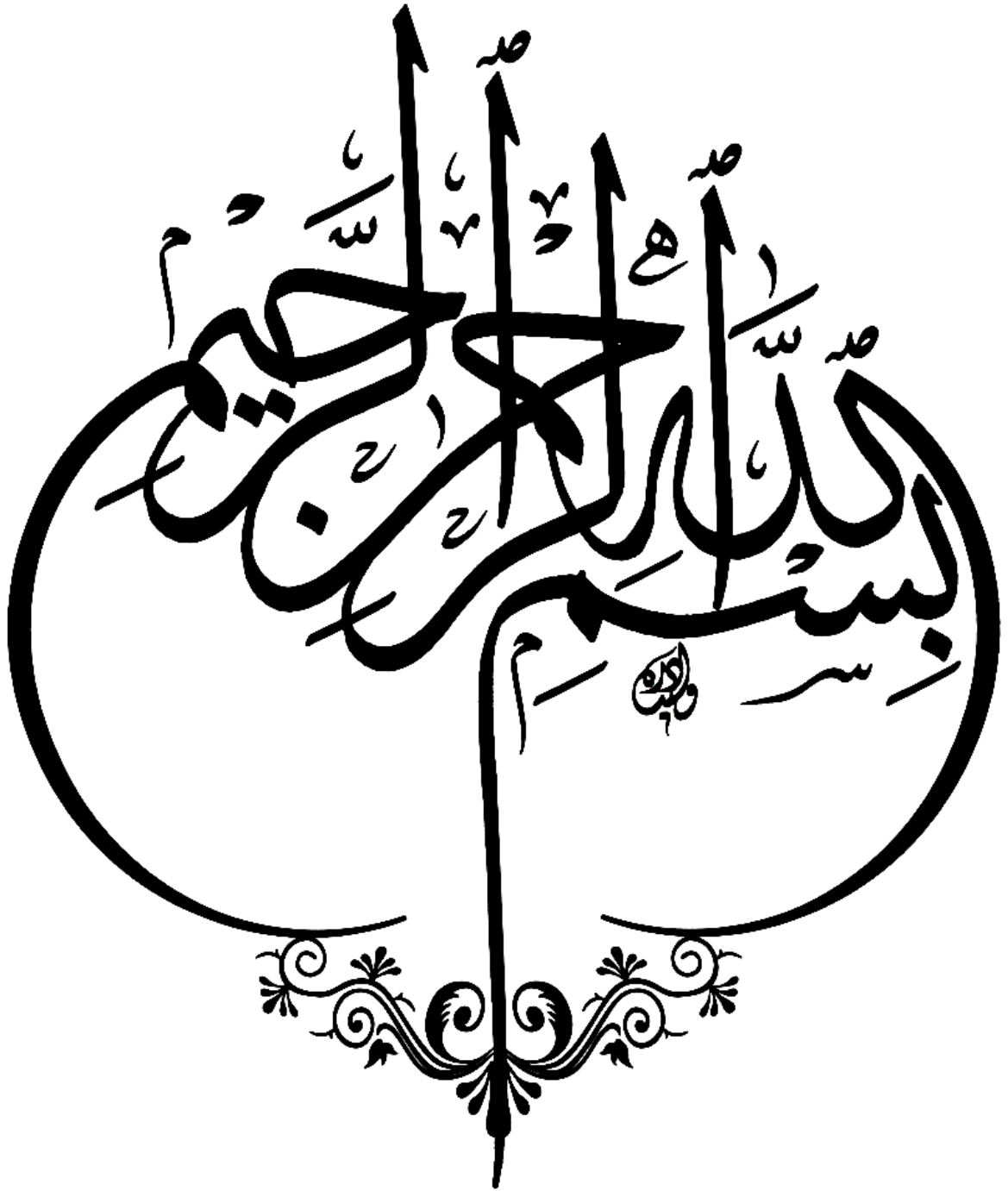
أ. د راضية قراد

إعداد الطالبة:

نرجس جلاب

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الاسم واللقب
رئيسا	أستاذ التعليم العالي	أ.د عبد الغني بوزيان
مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي	أ.د راضية قراد
عضوا مناقشا	أستاذ مساعد "أ"	أ.فاطمة الزهراء أمير علي



شكر وعرفان

الحمد لله حمداً طيباً به حياتنا، والشكر لله لأن رحمته تحفنا وفضله يعمرنا،

أعانا ووفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع.

أتقدم بجزيل الشكر والعرفان وأسمى عبارات التقدير والإمتنان لأستاذتي الكريمة

المشرفة على هذه المذكرة الدكتورة "قراد راضية" على حسن إشرافها لإجاز

هذا العمل، والتي كانت لي عوناً بمجهوداتها وملاحظاتها ومعلوماتها القيمة.

كما أتقدم بالشكر لأستاذتي الكرام أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة

هذا العمل وإثرائه.

وأتشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على مرافقتهم

إهداء

هذا العمل المتواضع مهدي لذوي السيرة العطرة والأثر الطيب، للمعطائين دون مقابل "أبي وأمي" حفظهما الله، "ولأختي ورفيقة أيامي "أسماء"، لأخي وسندي "بدر الدين لصديقتي، زملائي، ولكل طالب علم يسعى لكسب المعرفة أهدي هذا العمل.

نرجس

فهرس

المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكروعرفان
	إهداء
I-IV	فهرس المحتويات
VI-VII	فهرس الجداول
XI	فهرس الأشكال
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة ومدخلها النظري وإجراءاتها المنهجية	
4	أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة
4	1- مشكلة الدراسة
6	2- أسباب إختيار الموضوع
6	3- أهداف الدراسة
7	4- أهمية الدراسة
8	5- الدراسات السابقة
16	6- تحديد المفاهيم
19	ثانياً: المدخل النظري للدراسة
19	1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
19	2- مفهوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
20	3- فكرة نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
20	4- نشأة وظهور النظرية
21	5- الفروض التي تبني عليها النظرية

22	6- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
24	7- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
26	8- أهم الإنتقادات الموجهة للنظرية
27	9- علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة
28	ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة
28	1- مجالا الدراسة
29	2- مجتمع البحث وعينة الدراسة
31	3- منهج الدراسة
32	4- أدوات جمع البيانات
الفصل الثاني: المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي لدى الطالب الجامعي	
35	أولا: ماهية منصات التواصل الإجتماعي
35	1- نشأة منصات التواصل الإجتماعي
37	2- أهمية منصات التواصل الإجتماعي
38	3- خصائص منصات التواصل الإجتماعي
40	4- أهداف منصات التواصل الإجتماعي
41	ثانيا: أنواع منصات التواصل الإجتماعي الإيجابية والسلبية
41	1- أنواع منصات التواصل الإجتماعي
41	1-1 الفايسبوك facebook
42	2-1 اليوتيوب youtube
43	3-1 الإنستغرام.
44	4-1 تويتر.
45	5-1 المدونات الإلكترونية

45	6-1 مواقع مشاركة الصور
45	7-1 المنتديات
46	8-1 الويكي
46	2- إيجابيات منصات التواصل الإجتماعي
47	3- سلبيات منصات التواصل الإجتماعي
48	ثالثا: ماهية الطالب الجامعي
48	1- أهمية الطالب الجامعي
48	2- خصائص الطالب الجامعي
49	3- حاجيات الطالب الجامعي
50	رابعا: المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي
50	1- منصات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالسياسة
51	2- دور منصات التواصل الإجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية
53	3- مساهمة منصات التواصل الإجتماعي في دعم المعرفة السياسية
الفصل الثالث: تفرغ وتحليل البيانات الميدانية للدراسة ونتائجها	
56	أولا: تفرغ وتحليل البيانات الميدانية
56	1- المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية.
58	2- المحور الثاني: عادات وأسباب إعتماذ طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال على منصات التواصل الإجتماعي.
66	3- المحور الثالث: آثار الإعتماذ على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة.
75	4- المحور الرابع: صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة.

81	ثانيا: نتائج الدراسة.
81	1- النتائج العامة للدراسة.
83	2- النتائج في ضوء الدراسات السابقة
86	خاتمة
88	قائمة المراجع
97	الملاحق
	الملخص

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع الطلبة حسب التخصصات	30
02	توزيع المبحوثين حسب متغير النوع	56
03	توزيع المبحوثين حسب السن	57
04	مواقع التواصل الإجتماعي التي يعتمدها المبحوثين	58
05	توزيع إجابات المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه يوميا وهم متصلون على منصات التواصل الإجتماعي	59
06	الوقت المفضل لدى المبحوثين لتصفح منصات التواصل الإجتماعي	60
07	الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح منصات التواصل الإجتماعي	61
08	المعلومات السياسية التي يتابعها المبحوثين من خلال هذه المنصات	62
09	نوع المعلومات السياسية التي يفضل المبحوثين الحصول عليها	63
10	دوافع إعتقاد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي	64
11	أهمية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي	65
12	مدى تأثر المبحوثين بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي	66
13	نوع التأثير إن كان إيجابي أم سلبي	67
14	في حالة ما إن كان التأثير إيجابي	68
15	في حالة ما إن كان التأثير السلبي	69
16	تأثير الإعتقاد على منصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي على مفهوم الوعي السياسي بالنسبة للمبحوثين.	70
17	مدى إعتقاد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات للحصول على المعلومات السياسية	71
18	تأثير الإعتقاد على منصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي على المعارف العلمية للمبحوثين	72

73	تأثير إعتماا المبحوثن على منصات التواصل الإجتعاى على عاااا تعاملهم مع مختلف القضايا السياسية	19
74	رأى المبحوثن فى مءى عرض منصات التواصل الإجتعاى للمحتويات الهاءفة من قبل الأشخاص المتخصصين	20
75	إجاباا المبحوثن حول ما إذا كانت منصات التواصل الإجتعاى بالنسبة لهم مصءراً رئيسيا للحصول على المعلومات السياسية المفيدة أم لا	21
76	أسباب إجابة المبحوثن بـ "لا"	22
76	إجاباا المبحوثن عن ما إن كانوا يتبادلون المعلومات السياسية عبرهااا المواقع مع غيرهم	23
77	تقييم المبحوثن للمعلومات السياسية ااى يتعرضون لها عبر منصات التواصل الإجتعاى	24
78	مءى إقتناع وتصءيق المبحوثن للمعلومات السياسية ااى يتعرضون لها وىتلقونها من خلال منصات التواصل الإجتعاى	25
79	عناصر مصءاقية المعلومات السياسية ااى أقءمها منصات التواصل الإجتعاى من خلال إجاباا المبحوثن	26
80	حتمية إعتماا المعلومات السياسية ااى يتم عرضها عبر منصات التواصل الإجتعاى فى ظل ما يشهءه العالم من أءراا وأأاااا سياسية عامة	27

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
56	توزيع المبحوثين حسب متغير النوع	01
57	توزيع المبحوثين حسب السن	02
60	توزيع إجابات المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه يوميا وهم متصلون على منصات التواصل الإجتماعي	03
67	مدى تأثر المبحوثين بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي	04
68	نوع التأثير إن كان إيجابي أم سلبي	05
70	في حالة ما إن كان التأثير السلبي	06
72	مدى إعتداد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي في وقت الأزمات للحصول على المعلومات السياسية	07
74	رأي المبحوثين في مدى عرض منصات التواصل الإجتماعي للمحتويات الهادفة من قبل الأشخاص المتخصصين	08
75	إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لهم مصدرًا رئيسيا للحصول على المعلومات السياسية المفيدة أم لا	09
77	إجابات المبحوثين عن ما إن كانوا يتبادلون المعلومات السياسية عبرهاته المواقع مع غيرهم	10
78	تقييم المبحوثين للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها عبر منصات التواصل الإجتماعي	11

مقدمتہ

أظهرت التطورات التكنولوجية التي مست كل المجالات إستحداثا و تطويرا لطرق جديدة للتواصل وتناقل الأخبار والمعلومات وتسهيل عمليات الإتصال والإعلام من خلال منصات التواصل الإجتماعي على إختلاف أنواعها، كذلك كون هاته المنصات تعتبر إعلاما جديدا وبديلا للإعلام التقليدي، وبصورة أوضح فإن ما يمكننا قوله في هذا الأمر أن هاته المنصات ليست موجودة عبثا أو لمجرد التسلية فقط كما يراها البعض أو أنها فقط تضيع الوقت، ورغم سلبياتها فإن لها جوانبها الإيجابية في أنها تؤدي دورا مهما في تسهيل الحصول على المعلومة التي يرغب المستخدم في الحصول عليها بأقل جهد وتكاليف، كما أصبحت تتعامل مع الفرد على أنه متلقي للمعلومات كما أنه طرف رئيسي أو مصدر للحصول على المعلومات وهذا بسبب خاصية التفاعلية التي بها قد تجاوزت منصات التواصل الإجتماعي حدود الإعلام التقليدي الذي كان يقدم المعلومات فقط من طرف المتخصصين ومن مصادر محدودة جدا.

كما لا يخفانا أن منصات التواصل الإجتماعي ومنذ أواخر القرن العشرين أخذت تتوسع شيئا فشيئا وهذا منذ نشأتها وصولا إلى اليوم وتزداد إتساعا من حيث تعداد المستخدمين، والكم الهائل من المعلومات التي تحتويها، فهذه المنصات تستقطب كل شرائح المجتمع كمستخدمين لها، ولكن لكل شريحة خاصياتها ومميزاتها فضلا عن نوع المعلومات التي تسعى كل شريحة للحصول عليها.

وفي جانب إستخدام منصات التواصل الإجتماعي في وقتنا هذا، نجد أن الطلبة الجامعيين بدورهم يستخدمونها لأغراض متعددة كالدرشة وملئ وقت الفراغ، وسعيا منهم للحصول على مختلف المعلومات في المجالات التي تهمهم، كالمعلومات السياسية.

فهاته المنصات حاليا بإمكانها تزويد مستخدميها بمختلف الآراء والأخبار والأفكار وكل جديد يذكر في أي مجال خاصة إذا كان هذا المجال ما إهتماماتهم، وإذا قلنا أخبار، آراء، أفكار فإننا نتجه لمفهوم المعلومات التي يحصل عليها الأفراد من خلال منصات التواصل الإجتماعي.

فلقد تعدت أرقام مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي المليارين مؤخرا ممن ينشطون شهريا ويشاركون المعلومات على هاته المنصات وبإعتبار الطلبة الجامعيين فئة ذات أهمية كبيرة في المجتمع، وهم فئة تمتاز بالإستكشاف والبحث، وحب الإطلاع على الأحداث الجديدة فإن أكثر مجال يمكنه جذبهم هو مجال السياسة حاليا، حيث أصبحت السياسة مجالا يستدعي المتابعة لأهميته الكبرى، وهذا فضلا عن كون السياسة ذات دور فعال في تحديد الحياة العامة للمجتمعات في العالم ككل.

ولقد بدأنا في دراستنا هذه بعرض الإطار المفاهيمي للدراسة لما له من أهمية بالغة في أي بحث علمي، ولقد قمنا فيه بتحديد مشكلة الدراسة وصولاً إلى التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية، ثم تطرقنا لأسباب إختيار الموضوع، وأهداف الدراسة، وأهميتها، وبعد ذلك قمنا بعرض الدراسات السابقة، وتحديد مفاهيم الدراسة، وبعدها تطرقنا الإطار النظري للدراسة تليه الإجراءات المنهجية للدراسة حيث قمنا فيها بتحديد مجالات الدراسة، ومجتمع البحث والعينة ثم المنهج المستخدم وصولاً إلى أدوات جمع البيانات.

أما فيما يخص الجانب النظري للدراسة فلقد تم تناوله في الفصل الثاني تحت عنوان المعلومات السياسية عبر منصات التواصل الإجتماعي لدى الطالب الجامعي

ويحتوي هذا الفصل أربعة عناصر أساسية أولها ماهية منصات التواصل الإجتماعي وشملت النشأة والأهمية والخصائص والأهداف عموماً لمنصات التواصل الاجتماعي، ثم تم عرض أنواع منصات التواصل الاجتماعي وإيجابياتها وسلبياتها، ثم عنصر الطالب الجامعي وذلك بالإشارة لأهميته وخصائصه وحاجياته، وبعدها المعلومات السياسية، وفيه تم التطرق إلى علاقة منصات التواصل الاجتماعي بالسياسة، ثم دور منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية، ثم مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في دعم المعرفة السياسية.

أما الفصل الثالث فقد خصص للدراسة الميدانية وفيه تم تفرغ وتحليل وتفسير البيانات الميدانية ، باستخدام الجداول والتعليق على نتائجها، ثم تم عرض نتائج الدراسة ثم الخاتمة.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للدراسة ومدخلها النظري وإجراءاتها المنهجية

أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة

- 1- مشكلة الدراسة
- 2- أسباب إختيار الموضوع
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- الدراسات السابقة
- 6- تحديد المفاهيم

ثانياً: المدخل النظري للدراسة

- 1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
- 2- مفهوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
- 3- فكرة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 4- نشأة وظهور النظرية
- 5- الفروض التي تبني عليها النظرية
- 6- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
- 7- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام
- 8- أهم الإنتقادات الموجهة للنظرية
- 9- علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة

ثالثاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1- مجال الدراسة
- 2- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 3- منهج الدراسة
- 4- أدوات جمع البيانات

أولاً: الإطار المفاهيمي للدراسة.

1- مشكلة الدراسة:

تعتبر شبكة الأنترنت من أهم التطورات التي شهدها العالم ككل، وذلك لأنها حولت العالم إلى قرية صغيرة وأبرزت أنماط أخرى للتواصل، وكانت نقطة تحول بين الماضي والحاضر، أي أن الحياة في كل المجالات قبل ظهور الأنترنت كانت بشكل مغاير تماماً لما هي عليه اليوم وخاصة في مجال علوم الإعلام والاتصال وذلك بسبب التطور التكنولوجي الموجود في العالم حالياً.

لقد تسببت الثورة التكنولوجية في إحداث العديد من التغيرات على كافة الأصعدة، وخاصة أسلوب الحياة وطريقة التفكير أما فيما يخص طرق تبادل المعلومات والحصول عليها، إضافة إلى انتقال الأخبار فإن الأمر هنا أصبح مختلفاً تماماً عن ما كان عليه في أزمنة سابقة، فالיום نحن نرى أنه من أبرز ما أفرزته التكنولوجيا الحديثة والشبكة العنكبوتية هو منصات التواصل الاجتماعي التي تعد وليدة الإعلام الجديد، وبوجودها تغير مفهوم الإعلام التقليدي تماماً وتغيرت نظرة الجمهور إليه، إضافة إلى أنها جعلت الجمهور يعتمد عليها لإستقاء المعلومات والأخبار في كافة المجالات.

ونجد اليوم أنه من أبرز وأشهر مظاهر التقدم والتطور في الوقت الحالي منصات التواصل الاجتماعي، لأنها تعتبر رابطة بين كافة المجتمعات الإنسانية، وساهمت كذلك في التقارب والتعارف وتبادل الأفكار والآراء نحن اليوم نرى أنه قد شاع إستخدام منصات التواصل الاجتماعي وبشكل كبير في جميع المجالات، نظراً لسهولة إستخدامها، حتى أن مستخدميها أصبحوا يتفاعلون ويتشاركون من خلالها كل المعلومات التي تهمهم.

إن أهم ما يمكن الإشارة إليه هو أن قفزة نوعية حدثت في مجال التواصل بين الأفراد وذلك بسبب منصات التواصل الاجتماعي، ليس هذا فحسب، إنما أصبح إعتماؤها بشكل كبير في كل المجالات ومن قبل كافة الفئات، ومن بين الفئات التي تعتمد على هاتهن المنصات نجد فئة الطلبة الجامعيين، وذلك بالرغم من وجود الكثير من وسائل الإعلام الأخرى، إلا أنها هي التي تصدر بقيه وسائل الإعلام وتأتي في المقدمة وذلك لعدة أسباب، أهمها سهولة الاستخدام والأنية والسرعة في نقل ونشر الأخبار والمعلومات، وبما أن الطلبة الجامعيين هم الأكثر حاجة لإستقاء المعلومات والحصول عليها وأيضاً الأكثر عرضة لتلقيها ذلك أنهم في مرحلة تعليمية تفتح لهم آفاق جديدة لإكتساب المعارف والخبرات في مجالات عدة، لتنمية ثقافتهم، وتطوير أفكارهم فهم من يعتمدون هذه المنصات بشكل أكبر في الغالب، لأنها تدعم خاصيات عدة، كصناعة المحتوى بمختلف أشكاله، المشاركة التفاعل، إبداء الآراء، وغيرها...

تقوم هذه المنصات بتقديم الكثير من المعلومات، حتى أنه لا يمكن أبداً حصرها أو إحصاؤها، وذلك في كل المجالات، (العلوم، الثقافة، السياسة...) وغيرها، ذلك أن هاته المعلومات تكون حسب رغبة جمهور منصات التواصل الاجتماعي إضافة إلى أنها دائما ما تكون مواكبة للأحداث الجديدة والمهمة، ونظرا للتطورات السياسية التي حدثت في العالم مؤخرا وكل ما يشهده من أحداث، فإن أكثر ما قد يبحث عنه معتمدوا منصات التواصل الاجتماعي وبالمقابل أكثر ما قد تركز عليه هذه الشبكات هو الجانب السياسي وآخر الأخبار السياسية، وهذا ما قد يزيد من اعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات السياسية، التي بإمكانها أن تساهم وبدرجات متفاوتة في تنمية ثقافة الطلبة الجامعيين والزيادة في درجة وعيهم السياسي بما يحدث حولهم. وعلى هذا الأساس ومن خلال كل ما سبق سنحاول عن طريق هاته الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية:

ما هو واقع اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية؟

وللإجابة هذا التساؤل الرئيسي حاولنا صياغته في شكل عدة تساؤلات فرعية:

1. ما هي عادات وأسباب اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية؟
2. كيف تؤثر منصات التواصل الاجتماعي على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال من خلال المعلومات السياسية؟
3. ما صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة؟

2- أسباب إختيار الموضوع:

من المؤكد أن إختيار الباحث لموضوع ما من أجل دراسته من أكثر المراحل أهمية وحساسية في البحث العلمي، وذلك أن إختيار موضوع معين بذاته دون غيره لا يكون صدفة، أو دون سبب معين ودوافع وإهتمامات وميولات تخص الباحث وتجعله يختار وينتقي موضوع معين دون غيره. وهنالك عدة أسباب جعلتني أختار هذا الموضوع تحديداً:

أ- أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي للباحثة في دراسة المواضيع المتعلقة بمنصات التواصل الإجتماعي وكيف يتم إعتماها في الوسط الجامعي خاصة.
- الرغبة في إجراء دراسة ميدانية في الجامعة تحديداً على عينة من طلبة التخصص بجامعة تبسة بإعتبار أنهم الفئة الأكثر علاقة بالموضوع.

ب- الأسباب الموضوعية:

- الرغبة في إثراء الموروث الأدبي بدراسات تطبيقية فيما يخص منصات التواصل الإجتماعي وإعتماها في الوسط الجامعي من أجل الحصول على المعلومات.
- أهمية نظرية الإعتما المتبادل على وسائل الإعلام في علوم الإعلام والاتصال وتطبيقها في هذا الموضوع على منصات التواصل الإجتماعي كوجه للإعلام الجديد.
- مدى أهمية منصات التواصل الإجتماعي في الوقت الحالي، ومعرفة مدى إعتماها من طرف الطلبة الجامعيين والوقوف على مصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها.
- التعرف على المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي.

3- أهداف الدراسة:

لابد من وجود مجموعة أهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها من خلال دراسته وهي كالتالي:

أ- أهداف علمية:

- معرفة عادات وأنماط اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية.
- التعرف على أسباب اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الاجتماعي.
- بيان تأثير منصات التواصل الاجتماعي على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال من خلال المعلومات السياسية.
- الوقوف على صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

ب- أهداف عملية:

- التمرس والتدريب وتنمية القدرات على إعداد البحوث والدراسات النظرية والتطبيقية منها في مجال التخصص.

4- أهمية الدراسة:

لا بد من أنه لكل بحث علمي أو دراسة أهمية كبيرة وتتمثل أهمية دراستنا هذه فيما يلي:

يمكن تحديد الأهمية العلمية لهذه الدراسة في معرفة دوافع طلبة الإعلام والاتصال كتخصص بجامعة تبسة لإعتماد منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية، وذلك خاصة في ظل ما يشهده العالم اليوم من أحداث وتغيرات سياسية هامة إضافة إلى أن أهمية هذه الدراسة تتضح في كونها موجهة لمعرفة مدى إهتمام الطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال في جامعة تبسة بالمعلومات السياسية، إضافة إلى كفاءات وطرق الحصول عليها، أما فيما يخص منصات التواصل الاجتماعي فإن هذه الدراسة تسعى لمعرفة قدراته المنصات على تزويد الطلبة الجامعيين بكافة المعلومات السياسية وإثراء رصيدهم المعرفي بها. أيضا تتجسد أهمية هذه الدراسة في كونها موضوع جديد يركز على الطلبة الجامعيين وعلاقتهم بمنصات التواصل الاجتماعي وما إن كانت هذه العلاقة تفيدهم وتكسبهم معارف جديدة خاصة بمجال السياسة أم أنها عكس ذلك، إضافة إلى أنه يتوقع الاستفادة العلمية من هذه الدراسة لبقية الطلبة

وتمهيد الطريق نحو إجراء مختلف الدراسات الأخرى التي لها علاقة بأحد متغيرات هاته الدراسة، إضافة إلى أن هاته الدراسة تستمد أهميتها أساسا من أهمية منصات التواصل الإجتماعي كوجه للإعلام الجديد وإعتمادها بشكل دائم ومستمر في كل المجالات، كذلك أهمية الطلبة الجامعيين داخل المجتمع ودورهم الكبير فيه.

5- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

أطروحة دكتوراه:

هي دراسة بعنوان: إعتقاد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات "الفايسبوك نموذجاً". دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة. لـ: "صوالحية غنية" من جامعة العربي التبسي تبسة بسنة 2019/2020.

قدمت هذه الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص الإعلام والاتصال في التنظيمات.

تدرس إشكالية هذه الدراسة أساسا مدى إعتقاد أساتذة جامعة تبسة على مواقع التواصل الإجتماعي والفايسبوك تحديدا كمصدر للمعلومات. وعلى هذا الأساس صاغت الباحثة إشكاليتهما كالتالي:

ما مدى إعتقاد أساتذة جامعة تبسة على مواقع التواصل الإجتماعي "فايسبوك" كمصدر للمعلومات؟

- منهجية الدراسة:

أ- المنهج المستخدم:

إعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي الذي يهدف لإكتشاف الوقائع ووصف الظواهر، إضافة إلى المنهج المسحي الذي يعتبر من أهم المناهج الأساسية وأكثرها شيوعا في البحوث الوصفية. إضافة إلى المنهج الإحصائي كمنهج أساسي للدراسة.

ب- أدوات جمع البيانات: إعتمدت الباحثة على عدة أدوات لجمع البيانات وهي الملاحظة البسيطة بإعتبارها الخطوة الأولى في البحث العلمي، إضافة إلى الإستمارة التي تستخدم لجمع البيانات بشأن معتقدات وآراء وأفكار الباحثين.

ج- عينة الدراسة: إتمدت الباحثة في دراستها التطبيقية على العينة الحصصية وهي من أكثر العينات غير العشوائية المستخدمة في البحوث حيث يقوم الباحث بتحديد الخصائص العامة والخاصة التي يتصف بها مجتمع البحث والتي لها علاقة بما يدرسه الباحث ثم تقسيمها إلى مجموعات وتؤخذ هذه المجموعات نسب معينة، وهذه النسب تتفق والصفات التي قسم المجتمع بموجبها.

- أهم نتائج هذه الدراسة:

- توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته 40.59% من الذين يعتمدون بدرجة عالية على موقع فيسبوك كمصدر للمعلومات.
- أكدت هذه الدراسة أن ما نسبته 61.17% من أفراد العينة يرون أن المعلومات التي يحصلون عليها من موقع فيسبوك مهمة.
- أكدت الدراسة أن ما نسبته 54.11% من أفراد العينة قد زادت معارفهم بدرجة عالية من خلال اعتمادهم على الفايسبوك كمصدر للمعلومات.

أوجه الاختلاف: اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في ما يخص المتغيرات حيث استخدمنا نحن في دراستنا متغير الطلبة الجامعيين في حين هذه الدراسة استخدمت متغير الأساتذة الجامعيين إضافة إلى متغير منصات التواصل الإجتماعي الذي إتمدناه نحن في دراستنا استخدمت الباحثة في دراستها متغير "الفايسبوك" أيضا نحن استخدمنا متغير المعلومات السياسية في حين استخدمت الباحثة متغير المعلومات فقط.

أوجه التشابه: تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا وذلك من خلال استخدام نفس النظرية وهي نظرية الإعتدال على وسائل الإعلام، إضافة إلى نوع العينة المستخدم وهي العينة الحصصية.

مجال الإستفادة: إستفدت من هذه الدراسة في الجانب النظري خاصة حيث مكنتني من الوصول إلى عدة مراجع لتوظيفها في دراستي إضافة إلى أنها أفادتني في الجانب الشكلي من حيث ترتيب العناصر.

الدراسة الثانية:

مقال:

هي دراسة بعنوان: دور الشبكات الإجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري: مقارنة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري لـ"خالد هدار وسعاد عيساني" من جامعة باتنة. وهي دراسة في شكل مقال للمجلة الجزائرية للأمن الإنساني منشور سنة 2019.

إشكالية هذه الدراسة تدرس الدور الذي تقوم به منصات التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري ومن خلال هذا المنطلق صاغ الباحثان إشكالية الدراسة:

ما هو دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري؟

إنبثقت من خلال هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية نذكرها:

- ما هو دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل المعرفة السياسية كشكل من أشكال الوعي السياسي للشباب الجزائري؟

- ما هو دور شبكات التواصل الإجتماعي في دعم المشاركة السياسية للشباب الجزائري.

منهجية الدراسة:

أ- المنهج المستخدم:

إعتمد الباحثان في هذه الدراسة على إستخدام المنهج الوصفي الذي يهدف إلى وصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق والمعلومات.

ب- أدوات جمع البيانات:

الأداة المستخدمة في هذه الدراسة هي أداة الإستقصاء وهي أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف إستمارة الأفراد المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة.

ج- عينة الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة التطبيقية على العينة الطبقية حيث تم اختيار عينة الدراسة من خلال تقسيم المجتمع إلى طبقات ويكون هذا التقسيم مجموعات، يبنى هذا التقسيم على الصفات الخصائص المهمة للدراسة ثم اختيار أفراد العينة بشكل عشوائي.

أهم نتائج هذه الدراسة: توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- تبين من خلال الدراسة الميدانية أن الشباب الجامعي الجزائري يمتلكون حساسا على فيسبوك وأغلبهم منتسبون إليه منذ 3 إلى 6 سنوات.
- أظهرت النتائج أن الشباب الجامعي الجزائري يهتمون أكثر بالمواضيع الثقافية والسياسية والإجتماعية.
- تبين أن شبكات التواصل الإجتماعي قد دعمت المعرفة السياسية لدى الشباب.
- أظهرت الدراسة أن اعتماد طلبة الجامعات الجزائرية على شبكات التواصل الإجتماعي كوسيلة للمشاركة السياسية قليل جدا.

أوجه الاختلاف:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في المتغيرات حيث تدرس هذه الدراسة دور الشبكات الإجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري في حين دراستنا تدرس اعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، إضافة إلى أنها تختلف مع دراستنا في نوع العينة المستخدم في حيث استخدمت هذه الدراسة العينة الطبقية واعتمدت دراستنا على العينة الحصصية.

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في أنها تتعلق بالشبكات الإجتماعية وأيضا في المنهج المستخدم إضافة إلى أنها تدرس الشباب الجامعي الجزائري.

مجال الاستفادة:

استفدت من هذه الدراسة من خلال توظيفها في الجانب النظري لدراستي كمرجع والإستعانة بمعلوماتها إضافة إلى أنها سهلت علينا الوصول إلى عدة مراجع.

الدراسة الثالثة:

رسالة ماجستير:

هي دراسة بعنوان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني. ل: أشرف عصام فريد صالح من جامعة الشرق الأوسط أجريت هذه الدراسة بتاريخ أيار 2016.

قدمت هذه الدراسة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام.

تدرس إشكالية هذه الدراسة أسباب اعتماد الشباب الجامعي على منصات التواصل الاجتماعي كوسيلة لزيادة المعرفة بالقضايا السياسية. وأيضا دوافع إستخدامهم وطبيعة إستخدامهم لهذه المنصات.

من خلال ما سبق صاغ الباحث إشكالية في مجموعة من الأسئلة نذكرها:

1. ما طبيعة إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 2. ما دوافع إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؟
 3. ما الدوافع السياسية لإستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي؟
 4. ما أسباب اعتماد الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية؟
 5. ما الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية التي تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية؟
 6. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعة إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي، تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية (الجنس، السنة الدراسية، الكلية التي يدرس بها، الجامعة التي يدرس بها)؟
 7. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في التعرف إلى دوافع إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيراتهم الديموغرافية (الجنس، السنة الدراسية، الكلية التي يدرس بها، الجامعة التي يدرس بها)؟
- منهجية الدراسة:

أ- المنهج المستخدم:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية والتي تستهدف دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، وعلاقتها والعوامل المؤثرة فيها.

ب- أدوات جمع البيانات:

فيما يخص أدوات الدراسة إستخدم الباحث في دراسته هذه الإستبانة كأداة رئيسية في جمع المعلومات.

ج- عينة الدراسة: يتكون مجتمع هذه الدراسة من طلبة جامعي اليرموك والشرق الأوسط في مرحلة البكالوريوس تحديداً، في هذه الدراسة تم تطبيق العينة القصدية العشوائية التطبيقية.

أهم نتائج هذه الدراسة:

1. أظهرت النتائج وجود آثار معرفية ووجدانية وسلوكية متوسطة تحققت لدى الشباب الجامعي الأردني نتيجة إعتمادهم على مواقع التواصل الإجتماعي في متابعة القضايا السياسية.

2. أظهرت النتائج وجود مستوى متوسط لدوافع إستخدام الشباب الجامعي الأردني لمواقع التواصل الإجتماعي.

3. أظهرت النتائج وجود أسباب لإعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الإجتماعي في متابعة القضايا السياسية وللأحداث الجارية بدرجة متوسطة.

أوجه الاختلاف:

إختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في المتغيرات "القضايا السياسية" حيث إستعملنا نحن في دراستنا متغير المعلومات السياسية، إضافة إلى نوع العينة المستخدم حيث إستخدمنا نحن أسلوب العينة الحصصية، بينما وظفت هذه الدراسة أسلوب العينة القصدية العشوائية التطبيقية.

أوجه التشابه:

تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير مواقع التواصل الإجتماعي وكذلك أداة جمع البيانات.

مجال الاستفادة: أفادتني هذه الدراسة كثيراً بحيث سهلت علينا الوصول إلى مجموعة من المراجع المهمة إضافة إلى أنها ساهمت في عملية توظيف وشرح بعض المصطلحات في دراستنا الحالية.

الدراسة الرابعة:

مقال:

هو دراسة بعنوان: إعتماذ الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتاعي (الفايسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم "دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية" ل: لمرام محمد مناجرة، وهي دراسة على شكل مقال لمجلة بحوث الإعلام والرأي العام المجلد 03، العدد 01، منشور سنة 2020.

تسعى إشكالية هذه الدراسة للكشف عن مساهمة مواقع التواصل الإجتاعي في تكوين الثقافة السياسية لدى الطلبة أو الشباب الجامعي، وتأثيرها على السلوكات السياسية والفكر السياسي لهم. ومن خلال ما سبق صاغت الباحثة إشكالياتها المتمثلة في:

ما درجة إعتماذ الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتاعي "فايسبوك" في تشكيل الوعي السياسي لهم؟ تفرعت عن هاته الإشكالية عدة تساؤلات فرعية نذكرها:

1. ما أنماط إستخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقع فايسبوك؟
2. ما درجة الثقة بمصداقية موقع الفايسبوك من قبل طلبة الجامعات الأردنية؟
3. ما درجة اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على موقع فايسبوك لزيادة الوعي السياسي لديهم؟
4. ما أسباب إعتماذ طلبة الجامعات الأردنية على موقع فايسبوك لتعزيز وعيهم السياسي؟
5. ما القضايا والأخبار التي يبحث عنها طلبة الجامعات الأردنية عبر موقع فايسبوك؟
6. ما التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تنتج عن إعتماذ طلبة الجامعات الأردنية على موقع فايسبوك لرفع درجة وعيهم السياسي؟
7. ما التوصيات التي يمكن أن تسهم في تعزيز الإستخدام الأمثل لشبكات التواصل الإجتاعي؟

منهجية الدراسة:

أ- المنهج المستخدم:

تدخل هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، وفي إطار نوعية الدراسات الوصفية تم استخدام الأسلوب المسحي، حيث وظفت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي لمسح الجمهور الذي يضل في الدراسة الحالية: الشباب الجامعي الأردني وإعتماده على الفايسبوك لمعرفة مستوى الوعي والمعرفة السياسية لديه.

ب- أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتم تطبيقها على مجموعة من الطلبة في الجامعات الأردنية.

ج- عينة الدراسة:

فيما يخص عينة الدراسة اعتمدت الباحثة على استخدام العينة العشوائية البسيطة.

أهم نتائج هذه الدراسة:

بينت نتائج الدراسة وجود درجة متوسطة لدرجة اعتماد الشباب الجامعي على (فايسبوك) في تشكيل الوعي السياسي.

أظهرت نتائج هذه الدراسة وجود درجة مرتفعة لأسباب الاعتماد على موقع الفايسبوك في تشكيل الوعي السياسي للشباب الجامعي.

أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح الفايسبوك.

أوجه الاختلاف:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير منصات التواصل الإجتماعي حيث وظفت هذه الدراسة متغير الفايسبوك وأيضا متغير الوعي السياسي فنحن إستعملنا متغير المعلومات السياسية إضافة إلى توظيفها للعينة العشوائية البسيطة في حين نحن إستخدمنا أسلوب العينة الحصصية.

أوجه التشابه:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في مدخلها حيث اعتمدت هذه كذلك نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إضافة إلى المنهج الوصفي.

مجال الإستفادة:

إستفدت من هذه الدراسة من خلال توظيفها للمدخل النظري لنظرية الإعتماد حيث سهلت علينا عملية فهم بعض الأفكار وبسطتها.

6- تحديد المفاهيم:

1-الاعتماد:

تعريف الاعتماد لغة:

من الكلمة عمد أي تعني الإستناد على الشيء، وهي مصدر إعتمد أي أن الاعتماد على النفس فضيلة¹ كما يقال، الإعتماد يعني أساسا الإتكال أو الإستناد².

التعريف الإجرائي للإعتماد: يقصد بالإعتماد في هذه الدراسة أنه تلك العلاقة المتبادلة بين كل من منصات التواصل الإجتماعي وجمهورها من طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال، وهو الإتكال على هاته المنصات المختلفة للحصول على المعلومة، ومنصات التواصل الإجتماعي بدورها تقوم بتزويده بما يحتاجه من معلومات ولكل منهما أهداف معينة تتحقق عند الإعتماد على الآخر لأن العلاقة أساسا إعتماد متبادل.

2-الطلبة الجامعيين:

لغة: هي كلمة مشتقة من الطلب، ونعني بالطلب السعي وراء الشيء للحصول عليه.

إصطلاحا: هو كل فرد ينتمي لمكان تعليمي مثل المدرسة، الجامعة، ويكون لهذا الإنتماء هدف معين كطلب العلوم الحصول على شهادة معترف بها³.

التعريف الإجرائي: هم مجموعة من الأفراد لهم مستوى تعليمي معين في الجامعة (جامعة العربي التبسي تبسة قسم علوم الإعلام والإتصال) وما زالوا يزاولون دراستهم فيها، لهم هدف معين أو مجموعة أهداف وهي التحصيل العلمي، نيل شهادات عليا معترف بها...الخ.

¹ - معجم الغني، متاح على الرابط <https://www.arabehome.com/mojam/q>، 2023/02/04، على الساعة 21:30.

² - معجم لغة الفقهاء، متاح على الرابط، <https://www.atinternational.org/forums/showthread.php?t=1578>

2023/02/05، على الساعة 23:30.

³ - بن قايد فاطمة الزهراء، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مخبر بحث دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة جامعة برج بوعرييج، ص ص 1-2.

3- تعريف منصات التواصل الاجتماعي:

أ- التواصل لغة: التواصل في اللغة العربية مصدر تواصل وتعني الإجتماع والإتفاق، ويقال تواصل أي وصل أحدهما الآخر أي اجتمعا أو إتفقا، أما التواصل الإجتماعي فمن الممكن أن يكون لفظيا أو كتابيا أو إلكترونيا.¹

منصات التواصل الاجتماعي:

هي عبارة عن مجموعة من المواقع المتخصصة، التي تمكن مستخدميها من التواصل مع بعضهم البعض مهما كانت المسافات، وذلك عن طريق شبكة الأنترنت، إضافة إلى تناقل ونشر الأخبار والمعلومات، وتبادل الرسائل والصور والأخبار والتعليقات وغيرها² أيضا هي مجموعة من المواقع التي تمكن الأفراد من التواصل افتراضيا عن طريق شبكة الأنترنت في مجتمع افتراضي.³

وتعتبر منصات التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، من ثم ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء جامعة أو ثانوية.⁴

4-تعريف المعلومات السياسية:

المعلومات لغة: المعنى اللغوي لكلمة معلومات من كلمة يعلم وتدل على الإحاطة أو الدراية بالأشياء، وتظل أيضا على العلم والوعي وإدراك الأمور.⁵

المعلومات اصطلاحا: تعتبر المعلومات مجموعة من الحقائق والبيانات والأحداث والآراء التي تخص مجال أو موضوع معين وتكون لها عدة غايات وأهداف أساسية من بينها تنمية وزيادة المعرفة لدى الأفراد

¹ حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، ط1، دار القلم، دمشق، 2022، ص 23.

² خولة بحري، تأثير منصات التواصل الاجتماعي في زيادة العزلة الإجتماعية في ظل جائحة كورونا، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 04، 2020، ص 03.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/467/4/2/134517>

³ هشام المصري، الإعلام الرقمي السياسي، المواجهة أم الملائمة، ط1، الإسكندرية، 2020، ص 139.

⁴ حسن قطيم طماح المطيري، الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتير" من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير، تخصص الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص ص 24-25.

⁵ عبد الرزاق محمد الدليبي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 137.

وتحقيق مستوى من الإكتفاء المعلوماتي في جانب أو مجال معين وقد تكون هاته المعلومات عبارة عن،
حقائق، أفكار، آراء، أخبار، تكتسب هذه المعلومات من خلال عملية التواصل أو البحث... إلخ.¹

السياسة لغة: هي كلمة إغريقية الأصل، مشتقة من الكلمة الإغريقية (polis) حيث تعني هذه الكلمة
"الدولة المدنية" وهي مشتقة في اللغة العربية الحديثة من المصدر (ساس) وساس تعني الأمر قوم الأمر
وأصلحه.²

السياسة إصطلاحاً: تدل كلمة السياسة على التنظيم أو الإدارة، (إدارة المجتمعات البشرية) وهي تعني
ظاهرة السلطة أو ظاهرة الدولة³ ويرى مالك بن نبي أن السياسة هي عمل تقوم به الدولة، منظم ومحدد
بميثاق وطني، ووقايته من أعمال التخريب.⁴

وتعتبر السياسة برنامج عمل يهدف إلى تحقيق جملة من القرارات أو التصدي لمشكلة، أو مواجهة
قضية أو موضوع ما. والسياسة هي علم وفن وسلوك وتديبر في الوقت ذاته.⁵

التعريف الإجرائي للمعلومات السياسية:

هي مجموع الأفكار والأخبار والمعلومات الخاصة بالسياسة، التي تتكون عند الطلبة الجامعيين (طلبة
قسم علوم الإعلام الإتصال بجامعة تبسة) ويقومون بتداولها وشاركونها وتصل إليهم أو يحصلون عليها من
خلال منصات التواصل الإجتماعي المختلفة حول المواضيع السياسية وآخر الأخبار والمستجدات في هذا
المجال، سواء كانت تخص الصعيد المحلي أو الصعيد العالمي.

¹ - جغلول زغدو، الحق في الحصول على المعلومة ودورها في مكافحة الفساد، قراءة في التشريعات ذات صلة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،
المجلد 08، العدد 02، 2021، ص 208.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/86/8/2/150134>

² - صايل زكي الخطابية، مدخل إلى علم السياسية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص 34-35.

³ - علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص ص 82-83.

⁴ - بغداداي باي نعيمة، مفهوم السياسة والأخلاقيات السياسية عند المفكر مالك بن نبي، مجلة الحضارة الإسلامية، العدد 29، 2016، ص 719.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/45/17/29/30080>

⁵ - جاسم زكريا، المدخل إلى علم السياسة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2018، ص 4.

ثانيا: المدخل النظري للدراسة:

1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

هناك العديد من النظريات في مجال علوم الإعلام والاتصال التي جاءت لتفسر لنا أبعاد مختلفة من عملية الإتصال والحصول على المعلومات، ومن بين هذه النظريات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام¹ وتعتمد هذه الدراسة أساسا على هذه النظرية، وهي التي تشكل إطارا نظريا مرجعيا مناسباً لبناء التساؤلات وتفسير النتائج وتحقيق الأهداف المرجوة والمتعلقة بالدراسة، والتي تتمثل في محاولة معرفة الإعتماد المتبادل بين الطلبة الجامعيين ومنصات التواصل الإجتماعي بأنواعها من أجل الحصول على المعلومات السياسية².

2- مفهوم نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

يتضح مفهوم هذه النظرية "الإعتماد على وسائل الإعلام" من خلال إسمها، وهو الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة إعتماذ بين الإعلام والنظم الإجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها³، حيث يقصد بهذه النظرية التي تركز أساسا على علاقة الأفراد بوسائل الإعلام بمختلف أشكالها؛ وتعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل التي تفترض أن وسائل الإعلام تتنوع تأثيراتها بين القوة والضعف، وهي لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في قوة وسائل الإعلام لأن الأفراد منعزلون من دون روابط إجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات وتفرض على الجمهور بلوغ أهدافهم الشخصية علاوة على أنه كلما زاد اتساع مجال الأهداف كلما تطلب الوصول إلى مصادر معلومات وسائل الإعلام⁴. إن هذه النظرية يمكن القول عنها أنها "نظرية بيئية" والنظرية

¹ - ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي في التزود بالمعلومات، دراسة مسحية في جامعة تبوك بالسعودية، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018، ص 11.

² - شرحبيل غالب حميد أبو سليمان، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات رسالة ماجستير، تخصص الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص 11.

³ - حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الإجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص 176.

⁴ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص 33.

البيئية تنظر للمجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية إرتباط الأجزاء من النظم الإجتماعية الصغيرة والكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات¹.

ما يبين "دي فلور وساندرا بول" أن المعلومة فيما سبق ذكره يقصد بها كل الرسائل الإعلامية حتى الترفهية منها، ومن الأهداف الرئيسية للنظرية، محاولة معرفة الأسباب التي تجعل لوسائل الإتصال آثار قوية ومباشرة أحياناً، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة.

3- فكرة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعتمد فكرة هذه النظرية أساساً على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش فيه أو داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر، من خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى إعتقاد طلبة الجامعات على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات والأخبار²، في مختلف المجالات، حيث تشير هذه النظرية إلى فكرة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام كأداة مباشرة تساعد على الوصول إلى المعلومات في أي مجال³ وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الإجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية أن هناك إعتقاداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري، والنظام الإجتماعي الذي ينشأ فيه، فقد لاحظت (ساندرا بول روكيتش) إحدى مؤسسي النظرية ومطورها أن شمولية نظرية الإعتقاد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته⁴.

4- نشأة وظهور النظرية:

ظهر مفهوم الإعتقاد على وسائل الإعلام في منتصف السبعينات من القرن العشرين على يد الباحثين "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" وهم صاحباً كتاب "نظريات وسائل الإعلام" ومؤسساً نظرية الإعتقاد على وسائل الإعلام، وذلك لملاً الفراغ الذي تركه نموذج الإستخدامات والإشباع الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز فقط على المتلقي وأسباب استخدامه لوسائل الإعلام⁵. وبالتالي فلقد جاءت هذه النظرية كرد

¹ - حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997، ص 314.

² - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص ص 176-177.

³ - راندا عبد الحميد، موضوع عن نظرية الإعتقاد على وسائل الإعلام متاح على الرابط: <https://maqaal.com/topic.media>

⁴ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 176.

⁵ - المرجع نفسه، ص 176.

فعل على نظرية الإستخدامات والإشباع، حيث تساهم في وضع العلاقة ضمن إطار واسع من العلاقات والتي تفسر أهمية المنظور الإجتماعي، وهو ما ساهم في ظهور نظرية تحت عنوان نظرية الإعتماد المتبادل على وسائل الإعلام¹. وتعود نشأة نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام إلى إهتمام بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي وأكد بعضهم أن إختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة. بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة. كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الإجتماعية ومؤسستها في المجتمع على أساس الإعتماد المتبادل ومن ثم كانت بوادر البدايات الأولى للنظرية على يد كل من الباحثة ساندرابول روكيتش وزملائها عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات" وطالبوا فيها بضرورة الإنتقال من مفهوم الإقناع لوسائل الإعلام إلى وجهة النظر التي ترى قوه وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يستمد من إعمادات الآخرين على المصادر النادرة للمعلومات التي تسيطر عليها وسائل الإعلام أي أن هناك علاقة إعتد على وسائل الإعلام والأنظمة الإعلامية الأخرى.²

5- الفروض التي تبني عليها النظرية:

الفرضيات:

- لقد انطلقت نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام والتي من بينها نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام من عده إفتراضات التي من خلالها يمكننا إستخلاص بعض الفروض من فكره النظرية ومضمونها والهدف منها:
- تؤثر درجة إستقرار المجتمع على درجة الإعتماد على وسائل الإتصال فكما زاد إستقرار المجتمع قل إعتد الجمهور على وسائل الإعلام والعكس بالعكس.
- تزداد درجة الإعتماد على النظام الإعلامي السائد في مجتمع ما في حالة قلة قنوات الإعلام الأخرى.
- تتأثر درجة الإعتماد على وسائل الإتصال بإختلاف خصائص الجمهور الديموغرافية والخاصة.³

¹- لبنى مهدي، ما هي نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام؟ متاح على الرابط:

<https://WWW.google.com/ampts/e3arbi.com.media/>، يوم 5 فيفري 2023، على الساعة 20:30

²- عمار خلايفية، تطبيقات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03 بتاريخ 2022/09/30، ص 43.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/778/3/3/201554>

³- كمال الحاج، نظريات الإعلام والإتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020، ص 146.

- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى¹.
- أن طريقة استخدام الجمهور لوسائل الإتصال وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع من وسائل الإتصال كما أن الفرد يتأثر بما سيحدث لحظة تعامله مع وسائل الإتصال².
- كلما كانت المعلومات والقضايا التي تبث عبر وسائل الإعلام ذات أهمية للفرد، كلما زاد إعماده على هذه الوسائل للتعرف على تلك القضايا والمعلومات.
- كلما زاد إعتقاد الأفراد على وسائل الإعلام في إستقاء المعلومات كلما زادت التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية لتلك الوسائل في هؤلاء الأفراد.
- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الإعلام³.

6- ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم علاقة الإعتداد على وسائل الإعلام بالجمهور على ركيزتين أساسيتين هما:

أولاً: الأهداف:

- فحتى يحقق أفراد الجمهور والمنظمات أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى⁴.
- إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد إعتداد المجتمع على وسائل الإعلام، فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المنوطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور زاد ذلك من إعتداد

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 178.

² - وديع العززي، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص9.

³ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص ص 37-38.

⁴ - عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المجلد 28، ص 83.

الجمهور على وسائل الإعلام، إضافة إلى أن حدة الصراع في الحروب مثلاً أو التغيير السياسي، أو الإقتصادي أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع¹.

إن اعتماد أفراد الجمهور على وسائل الإعلام يتنوع لتحقيق ثلاثة أهداف هامة:

- **الفهم:** ويتمثل في الفهم الذاتي من خلال تعلم المرء عن ذاته ونموه كشخص والحصول على الخبرات ومعرفة أشياء عن البيئة المحيطة به وتفسيراتها، والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

- **التوجيه:** ويشتمل على ثلاثة أمور، الأول توجيه ذاتي، مثل إتخاذ القرارات المناسبة، والثاني توجيه العمل والسلوك، أما التوجيه الثالث فهو توجيه تفاعلي وتبادلي مثل الحصول على دلالات عن كيفية التعامل أو التصرف مع المواقف الجديدة أو الصعبة.

- **التسلية والترفيه:** وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء عندما يكون الفرد بمفرده والتسلية الاجتماعية كالذهاب إلى السينما أو مشاهدة التلفزيون، أو الاستماع إلى الموسيقى رفقة الأصدقاء... أو غيرها².

ثانياً: المصادر:

حيث يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، إذ تعد وسائل الإعلام نظام معلومات تسيطر على ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات يجب على الأفراد الحصول عليها من أجل تحقيق أهدافهم التي يأملونها وتتلخص هذه المصادر في التالي:³

- **جمع المعلومات:** بمعنى جمع المعلومات من مصادرها أو أماكن حدوثها ومن ثم إرسالها إلى المؤسسات الإعلامية.

- **تنسيق المعلومات:** يعني ذلك إذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات وتكون في بعض الأحيان مستقبلية من أكثر من مصدر مثل المراسلين، وكالات الأنباء، الأنترنت، تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية.

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 179.

² - عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، مرجع سابق، ص 84.

³ - المرجع نفسه، ص 83.

- نشر المعلومات: وتوزيعها بصورة جماهيرية وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات وذلك لخدمة هدف المؤسسة وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة.¹

7- آثار الاعتماد على وسائل الإعلام:

قسم كل من "ميلفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيتش" آثار الاعتماد على وسائل الإعلام إلى ثلاثة أصناف هي الآثار المعرفية، الآثار الوجدانية، الآثار السلوكية:

أولاً: الآثار المعرفية:

والمقصود هنا بالآثار المعرفية زيادة الوعي والمعرفة، وذلك بناء على تأثير التوجهات المعرفية للأفراد بوسائل الإعلام لأنها مصدر مهم من مصادر التنشئة وتشتمل الآثار المعرفية لهذه النظرية على عدة أمور هي:

أ- كشف الغموض:

تزداد رغبة الفرد في السعي إلى المعلومات لإزالة هذا الغموض وفي الكثير من الأوقات يكون المصدر الوحيد هو وسائل الإعلام فالغموض ناتج عن نقص المعلومات، في جانب أو حدث معين يترتب عنه عدم معرفة التفسير الصحيح للحدث من قبل الجمهور وهناك تكشف وسائل الإعلام الغموض من خلال تقديم تفسير واضح.²

ب- تكوين الاتجاه:

تعمل وسائل الإتصال الجماهيري على تكوين الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه مثل مساهمة وسائل الإعلام في تكوين اتجاهات الفرد نحو القضايا.³

ج- ترتيب الأولويات:

ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل اسمه حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا وتخفي قضايا أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من جراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.⁴

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص ص 179-180.

² - محمود حسن إسماعيل، نظريات الإعلام، المكتب المصري للمطبوعات، مصر، 2015، ص ص 109-110.

³ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص 42.

⁴ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 110.

ثانيا: الآثار الوجدانية:

المقصود بالآثار الوجدانية هو المشاعر مثل العاطفة، الخوف... وعرضت كالتالي:

أ-الفتور العاطفي:

كثرة التعرض لوسائل الإعلام تؤدي بالفرد إلى الشعور بالفتور العاطفي.¹

ب-الخوف والقلق:

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين والقلق من الوقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

ج-الدعم المعنوي والإغتراب:

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالإغتراب.²

ثالثا: الآثار السلوكية:

وفقا لكل من ديفليير وروكيتش فإن الآثار السلوكية لإعتماد الفرد على وسائل الإعلام تنحصر في سلوكين فقط هما:

أ-التنشيط:

ويعني به قيام الفرد بنشاط ما نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وهذا هو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية بالوجدانية، وقد يكون التنشيط مفيدا اجتماعيا وقد يكون ضار اجتماعيا.³

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 182.

² - حسن عماد مكاي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 328.

³ - محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 111.

ب-الخمول:

ويعني هذا العزوف على العمل ويعني هذا الإبتعاد عن أي نشاط وعدم القدرة على القيام به، ولم يحظ هذا الجانب بالدراسة الكافية، ويحدث العزوف نتيجة التغطية المبالغ فيها، مما يسبب الملل¹.

8- أهم الإنتقادات الموجهة للنظرية:

لقد وجهت لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام العديد من الإنتقادات نذكر أهمها:

- ✓ أنها تبالغ في تقويم الإعتماد من جانب فئات الجمهور على النظام الإعلامي.
- ✓ تضخم من تأثير وسائل الإعلام خاصة في وقت الأزمات الطارئة.
- ✓ تتغافل تماما عن دور قنوات التأثير الشخصي مثل الإتصال داخل الجماعة أو داخل المنظمات.²
- ✓ إن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى نظريات الإتصال القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات وسائل الإعلام واستخداماته وأن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات وقد تكون هذه العلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة، قوية أو ضعيفة، كما أن وعي الأفراد لم يعد يكفي بالخبرات الشخصية بل أصبح اليوم أكثر اعتمادا على خبرات الآخرين وأصبح الإعتماد بصورة متزايدة على وسائل الإعلام.
- ✓ كلما وفرت وسائل الإعلام معلومات أكثر أهمية زاد الإعتماد عليها وكلما كثرت الصراعات والتوترات وتعاقبت زاد الإعتماد عليها أيضا.
- ✓ حينما يكون التغيير الإجتماعي والصراع مرتفعين فإن المؤسسة القائمة والمعتقدات والممارسات التي تواجه التحدي تجبر الناس على إعادة تقويم آرائهم وتضعهم أمام اختيارات عدة وفي مثل هذه الأوقات فإن إعتماد الناس على وسائل الإعلام يكون في تزايد للحصول على المعلومات التي تساعدهم.³

¹ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 182.

² - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 148.

³ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص 49.

9- علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة:

بعد عرض الافتراضات العلمية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام يمكننا من استنتاج علاقاتها بموضوع دراستنا وهي:

أن الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية لا يحصل بمعزل عن المجتمع الذي نعيش فيه باعتبارها ضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وهذا الاعتماد مرتبط بالتأثيرات السلوكية والعاطفية والمعرفية التي أكدت عليها النظرية بأبعادها ومؤشراتنا المختلفة يختلف نوع وحجم هذه التأثيرات باختلاف درجة الإقبال والاعتماد من قبل الطلبة عينة الدراسة على منصات التواصل الاجتماعي.

درجة اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال على هاته المنصات توضح العلاقة التبادلية مع هذه المنصات إذا كانت مصدرا من مصادر المعلومات السياسية وبالنسبة لهم بغية فهمها ووصولهم للهدف المرجو من خلال إستخدامها والاعتماد عليها، وهذا مرتبط بسلوكياتهم نحوها.

بما أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام من أبرز النظريات التي تمكنت من تفسير عمل وسائل الإعلام الجديد من بينها منصات التواصل الاجتماعي فإن دراستنا إعتمدت هذه النظرية لتحديد تأثيرها تحت عنوان "إعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية حيث تدرس العلاقة بين جمهور الوسيلة الإعلامية وهو الطلبة الجامعيين" طلبة جامعة العربي التبسي، قسم علوم الإعلام والاتصال، ومنصات التواصل الاجتماعي كونها وسيلة الإعلام، والمعلومات السياسية باعتبارها مجتمع أو نظام.

ثالثا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1- مجال الدراسة.

أ- المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة الميدانية بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة، على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، حيث تأسست جامعة العربي التبسي - تبسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-08 الصادر في 04 جانفي 2009، وقد جاء الإعلان عن ترقية المؤسسة إلى مصف جامعة، تتويجا للمجهودات الجبارة التي بذلتها الأسرة الجامعية بكل أطيافها، على مدار سنوات متواصلة، كانت بدايتها سنة 1985، سنة تأسيس المعاهد الوطنية للتعليم العالي في تخصصات علوم الأرض، الهندسة المدنية والمناجم.

أما المحطة الثانية التي عرفتها مسيرة تطوير المؤسسة فكانت سنة 1992 أين أنشأ المركز الجامعي الشيخ العربي التبسي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92/297 الصادر في 27 سبتمبر 1992، وقد حمل اسم العلامة الكبير وابن مدينة تبسة الشيخ العربي التبسي تيمنا بما يحمله هذا الاسم من دلالات العلم والنضال الفكري البناء.

وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 06/272 الصادر في 16 أوت 2006، وفي إطار الهيكلة الجديدة للمراكز الجامعية، تمت هيكلة المؤسسة باعتماد تقسيم جديد للمصالح الإدارية وتوزيع الأقسام والمعاهد، أما المرحلة الحاسمة فكانت يوم 12 أكتوبر 2008، في حفل الافتتاح الرسمي للسنة الجامعية 2008/2009 من جامعة تلمسان أين أعلن رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة ترقية المركز الجامعي تبسة إلى مصف جامعة، وهذا التاريخ يعتبر نقطة تحول هامة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، حيث عرفت جامعة تبسة اليوم تغيرات كبرى على مستوى الهيكل التنظيمي والعلمي بما يسمح لها بإبراز كفاءاتها العلمية وإمكانياتها المادية التي تتيح لها الفرصة لمنافسة الجامعات الكبرى ورفع مستوى التكوين والتأطير في مختلف التخصصات والفروع الموجودة.*

ب- المجال الزمني: كانت البداية الأولى لإنجاز هذه الدراسة في شهر نوفمبر من السنة الماضية 2022، وكان ذلك مباشرة بعد الإعلان عن مواضيع مذكرات التخرج، وانقسمت فترة إنجاز هذه الدراسة إلى مرحلتين:

* <http://www.univ-tebessa.dz/arab/ult-at-a-glancear/>

المرحلة الأولى: الجانب النظري حيث بدأ البحث في شهر نوفمبر من سنة 2022 إلى غاية شهر أفريل 2023.

المرحلة الثانية: الجانب الميداني: بدأ العمل على الجانب الميداني للدراسة في شهر مارس من السنة الحالية إلى غاية ماي 2023، وذلك بتوزيع إستمارات الإستبيان ثم جمعها، وتفريغ البيانات وتحليلها وإستخلاص النتائج.

2- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ- مجتمع البحث: يعرف مجتمع الدراسة على أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو الدراسة.

كما يعرف مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية بأنه مجموعة غير منتهية من العناصر المحددة مسبقاً، والتي تركز عليها الملاحظات،¹ ويشمل مجتمع الدراسة جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.²

يتمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في الطلبة الجامعيين بجامعة العربي التبسي بالضبط كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، ويرجع سبب اختيارنا لمجتمع البحث هذا أن فئة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال هم الأكثر معرفة وإلماماً وعلاقة بموضوع دراستنا لأنهم متخصصون ويمكننا من خلالهم الحصول على إجابات حقيقية بإمكانها خدمة البحث العلمي وإثراءه، حيث بلغ عدد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة 769 طالب، والموزعة بين السنوات والتخصصات كالتالي: سنة ثانية جامعي إعلام وإتصال 212 طالبا، سنة ثالثة جامعي تخصص إتصال 206 طالبا، السنة الثالثة إعلام 18 طالبا، السنة الأولى ماستر سمعي بصري 19 طالبا، السنة الثانية ماستر سمعي بصري 19 طالبا، السنة الأولى ماستر إتصال تنظيمي 134 طالبا، السنة الثانية ماستر إتصال تنظيمي: 161 طالبا.*

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص 298.

² ربيعي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه- مناهجه وأساليبه- إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، عمان، 2001، ص 159.

* معلومات تم إستقاؤها من طرف نائب رئيس علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة.

ب- عينة الدراسة: ومن أجل إنجاز هذه الدراسة تم إختيار العينة الحصصية التي تعتبر من العينات الغير احتمالية، وتعرف على أنها عينة من مجتمع معني بالبحث، ليتم إنتقاها لتمثل كل فئات المجتمع تمثيلا دقيقا¹، ومن أبرز أسباب اختيار أسلوب المعاينة الحصصية لأننا واجهنا صعوبات في الحصول على التمثيل النسبي للطبقات والفئات في مجتمع بحثنا وهو طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة بزيادة الوقت والجهد في الحصول على البيانات الخاصة بالفئات وفي هذه الحالة لجأنا إلى تحديد عدد المفردات لكل فئة في العينة بناء على تقديراتنا وأحكامنا الذاتية والمعلومات التي تم استقاها من الإدارة.²

حيث تم سحب عينة دراستنا بإنتقاء عناصر لتمثل كل فئات مجتمع الدراسة تمثيلا دقيقا، ولقد تم إختيار طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة تبسة، حيث تقرر إختيار 76 مفردة من الطلبة نظرا لتباين مجتمع البحث من أصل 767 طالب بما يعادل 10% تقريبا من مجتمع البحث، ثم توزيعها على التخصصات، وجاء توزيعها كالتالي:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع الطلبة حسب التخصصات

مجموع العينة 76 طالب	مستوى وتخصص الطلبة
21	سنة ثانية جامعي إعلام وإتصال
20	سنة ثالثة جامعي إتصال
02	سنة ثالثة جامعي إعلام
02	سنة أولى ماستر سمعي بصري
02	سنة ثانية ماستر سمعي بصري
13	سنة أولى ماستر إتصال تنظيبي
16	سنة ثانية ماستر إتصال تنظيبي

تبين من خلال الجدول أعلاه أن عينة دراستنا تشمل 76 طالبا، لكن عند قيامنا بالدراسة الميدانية وتوزيع الإستمارات على المبحوثين تم إسترجاع ما عدده 75 إستمارة، وأسفر هذا عن مرتجعات قدرت ب إستمارة واحدة وبذلك فإن نتائج هذه الدراسة ستحتسب نسبة إلى 75 مفردة.

¹ السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومناهجه، ط3، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2008، ص 52.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 139.

3- منهج الدراسة:

لا بد من إتباع عدة خطوات ومراحل منظمة من أجل القيام بأي دراسة أو بحث علمي، وذلك بتطبيق خطوات منهجية منظمة واختيار المنهج العلمي الذي يتماشى والدراسة المراد القيام بها. ويعرف المنهج بشكل عام على أنه الطريقة التي يسلكها الباحث للإجابة على الأسئلة التي تثيرها المشكلة موضوع البحث.¹

كما يعرف المنهج العلمي أيضا على أنه تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي، أو ما تؤلفه بنسبة العلوم الخاصة، والمنهج العلمي بهذا المعنى يستخدم أداة منهجية في غاية الأهمية، وهي التحليل لمجموعة المبادئ والأسس التي ينطلق منها أي بحث علمي.²

ونظرا لأن موضوع دراستنا هذه هو اعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، فالمنهج المعتمد في دراستنا هذه بطبيعة الحال هو المنهج الوصفي وهذا نظرا لأن هذا النوع من الدراسات يندرج ضمن الدراسات الوصفية، حيث يعرف المنهج الوصفي على أنه أول خطوة يقوم بها الباحث حين يريد أن يدرس ظاهرة ما ويجب عليه وصف الظاهرة التي يريد دراستها وجمع أوصاف أو معلومات دقيقة عنها، والمنهج الوصفي يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبير كفي أو تعبير كمي، والمنهج الوصفي مرتبط منذ نشأته بدراسة المشكلات الإنسانية، وما زال هو الأكثر استخداما في دراستها حتى الآن وذلك نتيجة لصعوبة استخدام الأسلوب التجريبي في المجالات الإنسانية.³

إن الهدف الرئيسي من الأبحاث الوصفية هو أنه تصوير للواقع المدروس، ومن ذلك فهي لا تستخدم الفرضيات في تحقيق نتائجها النهائية، لكونها ليست أبحاثا تفسيرية للعلاقات السائدة بين المتغيرات، بل تستخدم التساؤلات حتى يتمكن الباحث من الحفاظ على التطوير السليم لمسارات البحث، وفق ما يستجيب لأهدافه النهائية، من خلال الإرتباط دائما بما يتطلبه التساؤل الرئيسي من إجابة على مستوى كل محور من محاور الدراسة.⁴

¹ إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 65.

² عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار النمير، دمشق، 2002، ص ص 1-2.

³ عمار بوحوش، محمد محمود الذبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص

137.

⁴ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 52.

4- أدوات جمع البيانات:

لإعداد أي بحث علمي يجب استخدام أدوات منهجية لجمع البيانات في إطار ما يخص الدراسة من معلومات، وفي دراستنا هذه إعتدنا على:

- الإستبيان:

كما تطلبت طبيعة موضوعنا أيضا الإستعانة بأداة الإستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات والحصول على إجابات لأسئلة البحث، حيث يعرف الإستبيان على أنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة بهدف الحصول على المعلومات الخاصة بالظاهرة أو مجتمع البحث، ويتطلب الإستبيان تحديد المشكلة البحثية بشكل واضح حتى يمكن عرضها على شكل أسئلة، وإلا فإن الغموض والتفسير الخاطئ سيكون لهما تأثير على النتائج ومدى صحتها وفائدتها.¹

ويعرف الإستبيان أيضا على أنه مجموعة من التساؤلات الإستفهامية، المرتبة بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة، توجه إلى مجموعة أشخاص معينين يعدون مصدر لجمع المعلومات، يتولون التأشير أو الملأ للمعلومات المطلوبة بأنفسهم، ليعيدوها عقب ذلك إلى مصدر الإستفهام.²

وينقسم الإستبيان في البحث العلمي إلى عدة أنواع ولقد إعتدنا في بحثنا على طريقة الإستبانة المقننة التي تعرف على أنها تتميز يتساؤلاتها التي تصمم بطريقة تضمن تحديد وتقنين إجابات المبحوثين مسبقا بعدد من الإجابات التي يحددها الباحث مسبقا.

ولقد وظفنا في دراستنا إستمارة الإستبيان من أجل جمع البيانات والمعلومات حول الجانب التطبيقي للدراسة، بعد ما تم تصويبها من طرف الأستاذة المشرفة "أ.قراد راضية" وتحكيمها من طرف الأساتذة ولقد إحتوى هذا الإستبيان على 4 محاور كالتالي:

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية.

المحور الثاني: عادات وأسباب إعتداد طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية.

¹ عادل جربوع، فاطمة الزهراء تنيو، خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، 2017، ص100.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/496/1/2/93264>

² مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002، ص242.

المحور الثالث: آثار الإعتماد على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

المحور الرابع: صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

الفصل الثاني

المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي لدى الطالب الجامعي

أولاً: ماهية منصات التواصل الإجتماعي

- 1- نشأة منصات التواصل الإجتماعي
 - 2- أهمية منصات التواصل الإجتماعي
 - 3- خصائص منصات التواصل الإجتماعي
 - 4- أهداف منصات التواصل الإجتماعي
- ثانياً: أنواع منصات التواصل الإجتماعي الإيجابية والسلبية

1- أنواع منصات التواصل الإجتماعي

1-1 الفايسبوك facebook

2-1 اليوتيوب youtube

3-1 الإنستغرام.

4-1 تويتر.

5-1 المدونات الإلكترونية

6-1 مواقع مشاركة الصور

7-1 المنتديات

8-1 الويكي

1- إيجابيات منصات التواصل الإجتماعي

2- سلبيات منصات التواصل الإجتماعي

ثالثاً: ماهية الطالب الجامعي

1- أهمية الطالب الجامعي

2- خصائص الطالب الجامعي

3- حاجيات الطالب الجامعي

رابعاً: المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي

1- منصات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالسياسة

2- دور منصات التواصل الإجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية

3- مساهمة منصات التواصل الإجتماعي في دعم المعرفة السياسية

أولاً: ماهية منصات التواصل الإجتماعي:

1- نشأة منصات التواصل الإجتماعي:

لقد كانت البداية الحقيقية لظهور منصات التواصل الإجتماعي أو الشبكات الإجتماعية، في أوائل التسعينات من القرن الماضي حين صمم "راندي كونرادز" موقعا إجتماعيا للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة بداية 1995 وأطلق عليه إسم classmates.com وبهذا الحدث كان قد سجل أول موقع تواصل إلكتروني إفتراضي بين سائر الناس.

ثم بدأت مواقع التواصل الإجتماعي بالإننتشار، فظهر موقع six degrees.com عام 1997 من أجل وضع ملفات شخصية وخاصة لمستخدمي الموقع مع التعليق على الأخبار الموجودة بالموقع، وتبادل الرسائل النصية بين المستخدمين¹.

كان هذا الموقع يروج نفسه على أنه أداة تساعد الناس على التواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين، وإستطاع في غضون شهور قليلة إستقطاب مئات الملايين من المستخدمين، إلا أنه عاد يواجه مشكلات التمويل حتى أضطر للتوقف سنة 2000.

خلال فترة 1997-1999 ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الإجتماعي واهتمت بتدعيم المجتمع بمواقع مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين Axianavenue، وموقع البشرة السمراء Blackplanet، بعد هذا ظهرت مجموعة أخرى من مواقع التواصل الإجتماعي خلال فترة 1999-2001 إلا أنها لم تلق نجاحا كبيرا مثل موقع Migent، وموقع المجالات والأخبار وبعده ظهر الموقع الكوري الإفتراضي Cyworld، أما سنة 2002 فقد إنطلق موقع التواصل الإجتماعي friendster.com، إذ تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف بين مختلف فئات المجتمع في العالم، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر موقع فرنسي بإسم Skyrock.com كمنصة للتدوين وتحول بعدها لموقع تواصل.

وحتى هذه المرحلة، لم تكن هذه المواقع معروفة في مجتمعات العربية إلا بشكل محدود جدا خصوصا أن خدمات الإنترنت لم تكن على مستوى كبير من الإنتشار والترحيب.

¹ - عبد الرحمان ابن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص

وقد ساعد تطور الإنترنت وانتشارها في ظهور جيل جديد من مواقع التواصل الإجتماعي التي امتازت بسهولة استخدامها والتطبيقات الكثيرة التي تناسب مختلف الشرائح الإجتماعية بما فيها اللغة¹ وقد أنشئ في عام 2003 موقع May space الأمريكي، ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الإجتماعي في سنة 2006، وبعد ذلك بعام تقريبا في سنة 2004 نشأت شبكة الفاييس بوك على يد "مارك زوكربورغ" في جامعة هارفارد، وكانت فكرته إجتماعية إذ يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم إن أرادوا ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، لكن الدور الكبير الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية، جعلها تنمو وتتسع بسرعة لتحقيق شعبية كبيرة خصوصا بين الأجيال الشابة، وطلاب الجامعات.²

بعدها انتشرت فكرة مواقع التواصل الإجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع تويتر حيث ظهر سنة 2006 وأطلق رسميا للمستخدمين سنة 2007،³ ولقد أنشئ التويتر من قبل "جاك دورسي" ويتمتع هذا الموقع بشعبية كبيرة جدا هو الآخر حيث بلغ عدد مستخدميه 200 مليون مستخدم حسب إحصائيات سنة 2011.⁴

أما فيما يخص موقع اليوتيوب فإنه حسب إحصائيات سنة 2011 بلغ عدد زوار الموقع 800 مليون زائر شاهد و90 مليار مشاهدة وبلغ عدد المشاهدة فيه عبر الهواتف الجواله 600 مليون مشاهدة، إضافة إلى أربع مليارات مقطع يشاهد يوميا.⁵

¹ - ماطر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص ص 19-20

² - حسن قطيم طماح المطيري، مرجع سابق، ص 27.

³ - ماطر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص 20.

⁴ - حساسي مليكة، مواقع التواصل الإجتماعي والتسويق التجاري دراسة في الأهمية والتغيرات، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 5، العدد 1، جامعة

عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016، ص 03.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/206/5/1/102141>

⁵ - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 90-91.

2- أهمية منصات التواصل الإجتماعي:

تبرز أهمية منصات التواصل الإجتماعي في أنها تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة، فهي توفر المعلومات التي تصنع مستخدميها فرصة التواصل لتبادل الأفكار والآراء، كما حولت المستخدم لها من متلق للمعلومات كما في وسائل الإعلام التقليدية إلى منتج للمعلومات ومشارك لها كما يشاء وبشكل حر للتعبير عن وجهات النظر.¹

وتبرز أهمية مواقع التواصل الإجتماعية من خلال مايلي:

- تمكن المستخدم من التعرف على مشتركين وأعضاء آخرين تجمع بينهم إهتمامات ومصالح واحدة، وبالتالي تعزز من قدرته على تحقيق مصالحه وغاياته.

- يتمكن المستخدم من التعبير عن رأيه بحرية وتبادل الخبرات مع الآخرين.²

برز دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل مفاهيم الناس وتصوراتهم بالنسبة للحقيقة بالإضافة إلى تزويد الشعب بالخبرات السياسية التي من خلالها يتشكل الرأي العام في المجتمع كما أنها تلعب دورا مهما في خلق التماسك بين جميع أفراد الشعب في المواقف السياسية المهمة.

كما لعبت دورا كبيرا في صنع صحوة حرية التعبير التي دخلت في الجسم السياسي والإجتماعي، وخلقت ساحة مفتوحة للمعاملات الشعبية المستمرة بالإصلاحات المجتمعية وكسرت القبضة الخانقة على وسائل الإعلام من قبل الدولة.³

كما تبين في عديد من الدراسات أن أهمية منصات التواصل الإجتماعي تكمن فيما يلي:

- تساعد مستخدميها على متابعة كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة من خلال الإطلاع على المؤتمرات والندوات.

¹ - شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الإجتماعية على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2015، ص ص33-34.

² - أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الإجتماعية وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، 2021، ص 08.

<https://www.eimj.org/uplode/images/photo/..pdf>

³ - حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، ج2، ديسمبر 2017، ص 89.

- تحقق التفاعلية والمرونة لمستخدميها فهي تجعل المستخدم لها متلقيا وملقيا.
- تسهم في تنمية الوعي لمستخدميها بقضايا المجتمع المختلفة.
- تنمي لدى مستخدميها روح المبادرة والحوار واتساع الأفق مما يساعدهم على تبادل الآراء والمقترحات.
- تنمي العديد من المهارات لدى مستخدميها كمهارات البحث والتفكير والمهارات الحياتية كالإتصالات، والتحدث والعرض والإقناع والحوار والتفاوض واتخاذ القرار وغيرها.¹

3- خصائص منصات التواصل الإجتماعي:

لقد تعددت خصائص منصات التواصل الإجتماعي كونها تقنية من التقنيات الحديثة التي من خلالها يتم تبادل المعلومات والأفكار والآراء ومن أهم هاته الخصائص نذكر:

أ- سهولة الإستخدام: تطورت شبكات التواصل الإجتماعي بحيث تكون سهلة من أجل الإستخدام فهي بحاجة إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقيق التواصل عبر الإنترنت، فأى شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت يمكنه من إنشاء صفحة شخصية مجانية والتواصل مع الآخرين، فكل ما يحتاجه مستخدم تلك المواقع مهارات قليلة وتكلفة بسيطة وجهد محدود.²

ب- تشكيل المجتمع بطريقة جديدة: يمكن من خلال منصات التواصل الإجتماعي تشكيل المجتمع بطريقة جديدة فقد وفرت هذه المنصات سبلا جديدة للإتصال، يمكن من خلالها تبادل وقراءة الكتب التي يحبون.³

ج- المشاركة: الإعلام الإجتماعي كما يسمى أو منصات التواصل الإجتماعي تدعم وتشجع المشاركات ورجع الصدى من كل من هو مهتم، فهو يطمس الخط الفاصل بين الإعلام والمتلقي.⁴

¹- شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، مرجع سابق، ص 33-34.

²- هشام المصري، مرجع سابق، ص 141-142.

³- شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، مرجع سابق، ص 39.

⁴- خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 298.

د- الإنفتاح: معظم شبكات التواصل الإجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادرا ما يوجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والإستفادة منه لأن حمايته بكلمة المرور أمر غير موجود نهائيا.¹

هـ- المحادثة: بينما وسائل الإعلام التقليدية تتمحور حول البث (المحتوى المنقول أو الموزع إلى الجمهور المتلقي) الإعلام الإجتماعي ينتمي إليه على أنه المحادثة بين إتجاهين.²

و- التفاعل: هو قدرة وسيلة الإتصال الجديدة على الإستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين وقد سعت مواقع شبكات التواصل الإجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعل بين أفرادها، سواء بالنسبة لنوع الموضوع الذين يرغبون في تداوله أو حرية تبادل الآراء والمناقشات فيه.³

ز- الحرية المطلقة من القيود: شبكات التواصل الإجتماعي جعلت بإمكان أي شخص لديه إرتباط بالإنترنت أن يصبح ناشرا وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم ومناقشة أي موضوع يخطر على ذهنه مع عدد غير محدد من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم، وأدى ذلك إلى رفع سقف حرية التعبير وإمكانية الحصول على المعلومة والقدرة على الإتصال بشكل غير مسبوق (حرية موضوعية، مناقشة أي موضوع بحرية مكانية، بث الخبر أو تلقيه من أي مكان في العالم، حرية عديدة نوعية: بث الخبر لعدد غير محدود من البشر تابع لأي فصيلة أو فرقة أو دولة).⁴

ح- التجمع: تتيح شبكات التواصل الإجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ويربط تلك التجمعات إهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي وقضايا سياسية وغيرها.⁵

لقد تمكنت منصات التواصل الإجتماعي من تحقيق تطور ملحوظ، وذلك بسبب تعدد خصائصها ومميزاتها وفوائدها حيث مكنت الأشخاص من التواصل دون الحاجة لقطع مسافات، ووفرت الجهد والوقت وذلك لإستخدامها أحدث تقنيات التواصل الجديدة كمكالمات الفيديو وإرسال الصور والفيديوهات، الرسائل وإمكانية النشر والمشاركة، فإستطاعت بذلك بناء المجتمع بطريقة جديدة وهو المجتمع الافتراضي.

¹ - شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، مرجع سابق، ص 28.

² - خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 298.

³ - هشام المصري، مرجع سابق، ص 142.

⁴ - المرجع نفسه، ص 142.

⁵ - شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، مرجع سابق، ص 28.

4- أهداف منصات التواصل الإجتماعي:

- إن هدف منصات التواصل الإجتماعي خلق جو من التواصل في مجتمع إفتراضي تقني بين مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع أو منصة واحدة، تختلف خصائصهم وتتفق لغتهم التقنية.
- إن الشخص في هذا المجتمع عضو فعال، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك ويسمع ويتحدث فدوره هنا هو تجاوز الدور السلبي من الإستماع والإطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الإطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.¹
- ولإستخدام منصات التواصل الإجتماعي غايات وأهداف في مختلف المجالات:
 - 1- غايات دينية وأخلاقية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينية المسموعة والمرئية والمكتوبة.
 - 2- غايات تجارية: وتتضح هذه الغايات من خلال التسويق، الإعلان، الترويج.
 - 3- غايات سياسية: وتتضح هذه الغايات من خلال الدعاية والتحريض والإشاعات والأخبار...، ولقد تمت معاينة العالم لما لشبكات التواصل الإجتماعي من تأثير كبير ودور بارز في إنتقال الثورات السياسية وانتشار الأخبار.
 - 4- غايات تعليمية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية، وتبادل الأفكار والمعلومات والخبرات.
 - 5- غايات ترفيهية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل المقاطع الموسيقية، الصور، مقاطع الفيديو وما إلى ذلك.
 - 6- غايات أدبية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها.

¹ - أثر وسائل التواصل الإجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر العدد 169، يوليو 2016، ص337.

7- غايات نفسية إجتماعية: خروجاً من العزلة وسعيًا إلى بناء علاقات إجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات إجتماعية.¹

ثانياً: أنواع منصات التواصل الإجتماعي الإيجابية والسلبية.

1- أنواع منصات التواصل الإجتماعي:

1-1 الفيسبوك facebook:

يعتبر هذا الموقع من أشهر مواقع التواصل الإجتماعي في العالم وقد تم إطلاقه في فيفري 2004 من قبل أربعة طلاب من جامعة هارفارد الأمريكية، ويمكن من خلال هذا الموقع تكوين أصدقاء والتعرف على أشخاص جدد وأصدقاء الدراسة حول العالم أو الانضمام لمجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الإشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أماكن العمل، المناطق الجغرافية، المجموعات الإجتماعية... إلى غير ذلك وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الإتصال بالأعضاء الموجودين على نفس الشبكة.²

ويحتل موقع الفيسبوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي غوغل ومايكروسفت، بلغ عدد المشاركين فيه أكثر من 800 مليون شخص وأكثر بكثير.

ومن هنا يمكننا القول بأن الفيسبوك يعتبر موقع التواصل إجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور ومقاطع الفيديو.. إلى غير ذلك من خاصياته.

وللفيسبوك خدمات كثيرة وما يجعل هذا الموقع متميز عن غيره من المواقع أنه إنفرد بالكثير من الخصائص التي لا توجد في بعض المواقع الأخرى، وهو الآن أكبر مواقع التواصل الإجتماعي ولا يمكن الإستغناء عنه.³

¹ - حامد سعيد الجبر وآخرون، مرجع سابق، ص ص 93-94.

² - وديع العززي، مرجع سابق، ص 59.

³ - جبريل بن حسن العريشي، سلى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، ط 1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 38.

2-1 اليوتيوب youtube:

هو موقع لمشاركة الفيديوهات وهو الأكثر شهرة على الإطلاق المملوك للشركة العملاقة غوغل¹، تأسس هذا الموقع عام 2005 في ولاية كاليفورنيا الأمريكية عن طريق كل من "تشاد هرلي" و"ستيف تشن" و"جاود كريم"، ولقد قامت قوقل بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب، وأصبح اليوتيوب سنة 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية²، ولقد ساهم اليوتيوب في ظهور وانتشار مسميات جديدة من العمل الصحفي مثل صحافة المواطن، صحافة المشاركة، صحافة الويب، والتي تتيح لأي مواطن ممارسة حقوقه الإعلامية في إرسال واستقبال الآراء والأخبار وذلك فضلا عن إتساع رقعة الإنترنت وإنتشارها عالميا وتزايد عدد مستخدميها³.

ويعمل اليوتيوب وفق ما يلي:

1. إمكانية تبادل وتحميل مقاطع الفيديوهات وتسميتها في جميع أنحاء العالم من قبل كافة المستخدمين، إضافة إلى أن الموقع يحتوي على المقاطع الأحدث والحاصلة على أعلى تقييم والتي تحظى بأكبر قدر من النقاش والأكثر تفضيلا والأكثر إتصالا بمواقع أخرى⁴.

2. يتميز اليوتيوب بخصائص فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة إتصالية من بينها:

- ✓ ضخامة المساحة التخزينية التي ليس لها حدود.
- ✓ مجانيته، ذلك أن الشركة الأم في كاليفورنيا لا تتقاضى رسوما من المستخدمين لكن حكومات الدول هي التي فرضت رسوما على مستخدميه من مواطنيها.
- ✓ سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية.
- ✓ إمكانية إستقباله على أجهزة إلكترونية متعددة.
- ✓ تنوع وتعدد مستخدميه.
- ✓ كثرة خياراته ومواده.

¹ - حسنين شفيق، مواقع التواصل الإجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن، القاهرة، 2013، ص 174.

² - عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 65.

³ - حسنين شفيق، مرجع سابق، ص 176.

⁴ - عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط 1، دار شروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص 216-217.

✓ يستخدم كوسيلة تسويقية وإعلامية وترويجية.¹

3-1 الإنستغرام.

يعد الإنستغرام من أحد أهم منصات التواصل الإجتماعي ولقد تم إطلاقه رسمياً سنة 2010 بواسطة "كايفن سيستر" و"ميك كريقر"، كما يعرف إنستغرام بأنه منصة تمكن مستخدميها من مشاركة حياتهم بطريقة مرحة مع الأصدقاء من خلال سلسلة من الصور أو مقاطع الفيديو، وفي سنة 2011 أطلقت شركة Apple على إنستغرام لقب أفضل تطبيق iPhone لذلك العام كما اكتسب التطبيق شعبية كبيرة عندما تم إطلاقه على أجهزة أندرويد، لأنه تم تنزيله أكثر من مليون مرة في أقل من يوم واحد بعد الإطلاق، ذلك أن الإنستغرام يعد أحد وسائل التواصل الإجتماعي الأكثر سرعة في النمو، كما يقضي المستخدمون لمنصات التواصل الإجتماعي وقت أطول في هذا التطبيق مقارنة بمنصات التواصل الأخرى،² كما تشير الإحصائيات التي أجريت في نهاية الربع الثالث سنة 2016 إلى وجود 300 مليون مستخدم فعال ومتفاعل شهرياً على الإنستغرام.³

ويحتل الإنستغرام حالياً المرتبة الرابعة في قائمة المواقع الأكثر شعبية بعدد 1.28 مليار مستخدم ناشط شهرياً، ومؤخراً تحولت خوارزمية المنصة من الصور الثابتة إلى تفضيل محتوى الفيديو فأصبحت تقريباً تواكب خوارزمية وقاعدة مستخدمي tiktok.⁴

ويتيح تطبيق الإنستغرام للمستخدمين مشاركة منشوراته في الحساب علانية، ويمكن أن يخصصه فقط مع المتابعين الموافقين عليهم مسبقاً، ويمكن للمستخدمين الإعجاب بصور الآخرين ومتابعة المستخدمين الآخرين، وأضاف تطبيق إنستغرام (Instagram) خدمة المحادثة والقدرة على إدراج صور أو مقاطع فيديو مختلفة في منشور واحد بالإضافة إلى خاصية القصص "story" التي تتيح للمستخدمين نشر الصور ومقاطع

¹ - إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله مهاراته وتأثيراته وأخلاقياته، وزارة الثقافة والتراث، ط1، قطر، 2014، ص175.

² - نورا داوود، أثر الإنستغرام على السلوك الشرائي لدى الإناث، دراسة عملية على طالبات الجامعات السورية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، ص32.

³ - ماطر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص31.

⁴ - مات أليقرين، فريق أبحاث WSR إحصائيات وحقائق واتجاهات IWSI AGRAM لعام 2023، 2023/04/05 متاحة على الرابط

<https://www.websiterating.com>، 2023/04/17، على الساعة 14:17.

الفيديو بشكل متسلسل، ويمكن الوصول لهذه القصة من قبل الآخرين لمدة 24 ساعة فقط، ويبلغ عدد مستخدمي الإنستغرام أكثر من مليار مستخدم نشط شهريا عبر العالم منذ سنة 2021.¹

4-1 تويتر.

يعتبر تويتر أحد منصات التواصل الاجتماعي التي إنتشرت في السنوات الأخيرة ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة منطقة الشرق الأوسط، كما يأخذ تويتر إسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد، وإتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة، كما يسمح أيضا لمن لديه حساب موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات.²

ولقد كان ظهور التويتر الأول سنة 2006 من قبل ثلاثة أشخاص "جاك دورسي"، "بزستون" "نوح كلاس"، ومن ثم تم طرحه إلى الأسواق ليتم تداوله في شهر جويلية من العام ذاته.³

ويقدر عدد مستخدمي تويتر حسب الإحصائيات الأخيرة لعام 2016 أكثر من 30 مليون مستخدما ينشطون شهريا.⁴

ويمكن التويتر المستخدمين من الإشتراك فيه بشكل مباشر عن طريق الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي بإسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. ولقد لقي تويتر إستحسان الملايين من المستخدمين والعديد من الشركات العاملة في مجال الإعلام والأنترنيت بالرغم من تكوين خدمات أخرى منافسة لتويتر إلا أن المستخدمين قد ارتبطوا بعلاقة وثيقة مع تويتر ترغمهم على إستخدامه.

¹ - هاجر بوعموشة، المحتوى الرقمي المؤثر عبر موقع أنستغرام ودوره في تشكيل ثقافة الإستهلاك لدى المرأة الجزائرية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2022، ص 387.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/212/6/2/198917>

² - جبريل بن حسن العريشي، سلى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص 43.

³ - رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013، ص 44.

⁴ - حسن قطيم طماح المطيري، مرجع سابق، ص 36.

والواقع أن موقع تويتر سهل كثيرا من عملية نشر الأخبار والتواصل بين الناس لما به من إمكانيات تضمن نشر الرسائل بين أكبر عدد من المشتركين وتزيد أهمية الموقع بازدياد الإقبال عليه ومن ثم زيادة من تصب إليهم الأخبار والرسائل المختلفة.¹

5-1 المدونات الإلكترونية.

المدونة هي صفحة إلكترونية يمكن تحديثها بمحتوى يظهر فيها بشكل دوري، وقد يكون هذا المحتوى نصا أو صوتا أو فيديو أو قد يجمع بين كل ما سبق، وتحفظ هذه الصفحة بأرشفة إلكتروني في كل ما تنشره فيها ويمكنك وضع قائمة بالروابط الإلكترونية المفضلة لديك واستخدامها لا يحتاج لمهارات إلكترونية فذة بل هي ببساطة استخدام البريد الإلكتروني.² فالمدونات هي مواقع تتمتع بتحديثات منتظمة عادة ما تجمع بين النصوص والصور وكذا الرسومات أو الفيديو وروابط صفحات ويب أخرى، وعادة ما تكون غير رسمية وتعتمد على إدخال مذكرات أو أخبار يومية.³

6-1 مواقع مشاركة الصور.

تتميز هاته المواقع بخاصية مشاركة الصور، حيث تسمح لك ب: مشاركة الصور حرفيا عبر الإنترنت مع الأصدقاء والزلاء وأفراد العائلة، ويعتبر فيلكر واحدا من الأكثر شيوعا على الأنترنت فيما يخص مواقع مشاركة الصور.⁴

7-1 المنتديات.

تعتبر المنتديات أحد أهم أشكال الإعلام الجديد المنتشرة بصورة كبيرة وواسعة في العالم وهي عبارة عن مساحات متاحة على أي موقع ذو طابع خاص أو عام على شبكة الأنترنت وتسمح بعرض الآراء والأفكار والقضايا المطروحة للمناقشة.⁵

¹ - وسام طایل البشاشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الإجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر)، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، 2013، ص35.

² - حسنين شفيق، مواقع التواصل الإجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، مرجع سابق، ص130

³ - حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص108.

⁴ - ماطر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص30.

⁵ - مصعب حسام الدين لطفى قتلوني، دور مواقع التواصل الإجتماعي الفاييسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجا، رسالة ماجستير، تخصص التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012، ص98.

8-1 الويكي:

هو مشروع موسوعة متعددة اللغات مبنية على الإنترنت حرة المحتوى، وقد بدأ هذا المشروع المميز عام 2001 وتحتوي مؤسسة ويكيميديا على مشاريع شقيقة للموقع تساهم في نشر العلم والثقافة أيضا مثل ويكاموس (القاموس الحر)، ويكي مصدر مكتبة كتب رقمية حرة (ويكي كتب) كتب للإطلاع فقط وليس للتحميل... إلخ ومن أهم مميزات هذه الموسوعة الحرة هو إمكانية الإضافة والتعديل.¹

2- إيجابيات منصات التواصل الاجتماعي.

- الإستخدامات الإتصالية الشخصية: وهو الإستخدام الشائع، ذلك أن فكرة مواقع التواصل الاجتماعي كانت لهدف التواصل الشخصي مع الأصدقاء أو غيرهم، ومشاركة الصور والفيديوهات والملفات وتبادل الآراء والأفكار وغيرها...

- الإستخدامات التعليمية: للشبكات الإجتماعية دور كبير في تعزيز العملية التعليمية وذلك من خلال التعليم الإلكتروني والتعليم عن بعد حيث يزيد التواصل التعليمي خارج أوقات الدراسة، إضافة إلى إشراك مختلف أطراف المنظومة التربوية في العملية التعليمية.

- الإستخدامات الإخبارية: أتاحت الشبكات الإجتماعية نقل الأخبار في حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية.²

وهناك بعض الإيجابيات أيضا نذكرها كالتالي:

- ✓ إلغاء حاجزي الزمان والمكان ومن ثم سرعة التأثير وسرعة الإنتشار.
- ✓ إبعاد إمكانية التعقيم على الواقع وإخفائه ومن ثم تحقيق المصادقية والشفافية وتفعيل مبدأ الحق في الإطلاع وحرية تداول المعلومات.
- ✓ التشجيع على إبداء الرأي دون أي خوف من العقاب أو التسلط وهذا من أكبر المحفزات على الإبداع والإجتهد والتجديد.
- ✓ تحفز على التفكير الإبداعي بسبب التواصل مع أشخاص مثقفين من بيئات مختلفة.

¹ - خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الإجتماعية والإقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي، ط1، دار النفائس، عمان، 2014، ص 50.

² - عبد الرحمان ابن إبراهيم الشاعر، مرجع سابق، ص 68-69.

✓ تحقيق قدرة لا بأس بها من الترفيه والتسلية.¹

✓ سهولة الإستخدام لكونها تحتوي على مختلف التقنيات والبرمجيات المتطورة التي تجتمع مع بساطة التصميم والألوان وتستخدم أيقونات وأدوات واسعة، كما توفر صوراً وأشكالاً تتزامن مع الوقت للتحديثات وإشعارات محددة تثير إنتباه المستخدم.²

3- سلبيات منصات التواصل الإجتماعي.

• إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم يبدأ مباشرة بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها دون أن يزيد أي منفعة له أو لغيره.

• الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار السلبية التي تشكل خطراً على مستخدمي الشبكة الإجتماعية فإن قضاء فترات طويلة أمام منصات التواصل الإجتماعي يؤدي إلى عزل الأفراد عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم وتفاعلهم مع مجتمعاتهم.

• ظهور لغة جديدة بين الشباب: ظهرت لغة جديدة بين الشباب يستخدمونها أثناء تواصلهم عبر منصات التواصل الإجتماعي، وهي ليست لغة عربية أو إنجليزية أو فرنسية أو غيرها وإنما مجموعة حروف وأرقام ورموز تجمع هاته اللغات لا يفهمها سوى فئة الشباب مثلاً: محمد يكتب MO7AMED، والمختصرات أيضاً مثل: C'est bon تكتب cbn.

• إنعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع مشكلة إنعدام الخصوصية مما يتسبب في الكثير من الأضرار المعنوية والنفسية، على مستخدمي هاته المنصات.³

• ويمكن حصر سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي فيما يلي:

• تعمل على تدمير أو اضرار العلاقات بين الأفراد والمجتمعات.

• إنتهاك الخصوصية بالنسبة للأفراد المستخدمين والمشاركين في هاته المنصات وذلك بتفكيك حساباتهم وإستغلال معلوماتهم الشخصية والإطلاع على خصوصياتهم.

¹ - جبريل بن حسن العريشي، سلى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص ص 63-64.

² - أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016، ص 39.

³ - جبريل بن حسن العريشي، سلى بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، مرجع سابق، ص ص 66-68.

- إضاعة وقت المستخدمين، وكذلك عدم وجود نوع من الراحة فيما يخص تدفق المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي في كل لحظة قبل أن يترد إليك طرفك هناك الجديد من المعلومات، وهذا الحمل الزائد من المعلومات السريعة لا يمنحك وقت للتفكير الحقيقي في كل هذه المعلومات.¹

ثالثاً: ماهية الطالب الجامعي

1- أهمية الطالب الجامعي:

يعتبر الطالب الجامعي المورد الأساسي الذي يقوم عليه التعليم الجامعي الذي يهدف إلى تنمية المهارات العقلية والاجتماعية وثقيف عقل الطالب وتنمية ملكة البحث العلمي لديه والفكر الحر المنطلق والقدرة على الإبداع والإبتكار.

حيث تأتي أهمية الطالب الجامعي في المجتمع من حيث فاعلية التأثير الذي يقوم به لأنه في مرحلة عمرية وعقلية ونفسية يكون مؤثراً في المحيط الذي يعيش فيه ويتعامل معه بصورة أعلى مما هو عليه في المراحل الدراسية الأدنى من المرحلة الجامعية، فهو يمثل أحد أعمدة المستقبل والأمل المنشود لتحقيق تطلعات أبناء المجتمع نحو التطور والرقى والمساهمة في مسيرة الحضارة الإنسانية.²

2- خصائص الطالب الجامعي:

الطالب الجامعي هو ذلك الفرد الذي يتابع أو يزاوّل دراسته في جامعة أو مدرسة عليا، وذلك على أنه هو من قام بإختيار مزاولة دراسته هناك والطالب الجامعي خصائص نذكرها:

النمو العقلي عالي المستوى: الطالب الجامعي كما وهو معلوم هو فرد يدخل في مرحلة الشباب، وتتسم هذه المرحلة بالطاقة التي تصل إلى أعلى مستوياتها لذا فإن الطالب الجامعي يكون قادراً على القيام بعمليات عقلية مختلفة من تفكير وإدراك وابتكار كما أنه بحاجة ماسة إلى الوقفة العقلية بمعنى أنه بحاجة إلى رفاق يناقشهم ويخاطب عقولهم أكثر من حاجته للأستاذ.

الرغبة في التوصل إلى أسلوب حياة أفضل: من خصائص الطالب الجامعي الشعور بالرغبة في التأهيل إلى فلسفة معينة تحدد له دوره في الحياة وهذه الفلسفة التي تعنيها هي أسلوب حياة ويتمثل في نظرته

¹ - ماطر عبد الله حمدي، مرجع سابق، ص 33-34.

² - إيمان جفال، إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي -تبسة-، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة، 2022، ص 141.

إليها وتقييمه لها وذلك اعتماداً لفهمه لمعناه فإذا استطعنا أن نحدد لهذا الشاب أسلوب في الحياة يرضيه ويرضى عنه في مجتمعه الذي يتربيه ليعيد له مجداً لطالما حلم به منذ عصور.

دوافع وتقديرات الذات: الطالب الجامعي مثله مثل أي إنسان آخر يدفعه في سلوكه دوافع معينة ويعد من أبرز هذه الدوافع دافع التقدير، تقدير الذات للطالب الجامعي وهذا يجعله يسلك السلوك الذي يشعر من خلاله أنه إنسان ذو قيمة وأنه يستطيع أن يقوم بالعمل الموكل له، وبإمكانه إنجازه على أكمل وجه حتى يصبح بذلك موضع تقدير للمحيطين به.¹

3- حاجيات الطالب الجامعي:

أ- الحاجات الجسمية:

الحاجة إلى تكوين جسم صحي ولياقة جسمية جيدة وذلك بإشباع حاجات الجسم الطعام والشراب وتوفير وسائل التثقيف والوعي الصحي.

- الحاجة إلى النشاط والحركة، مما يحافظ على سلامة النمو وقوة البنية

- الحاجة إلى فهم وقبول التغييرات الجسمية والفيزيولوجية السريعة التي تطرأ على الشباب في الفترة الأولى من المراهقة وإلى تحقيق التكيف مع هذه التغييرات.

ب- الحاجات النفسية:

الحاجة إلى تحقيق التوازن النفسي والتكيف العاطفي، وإلى تكوين الإنفعالات والعواطف والإتجاهات الإيجابية المقبولة، من المجتمع الذي يعيش فيه الشباب.

الحاجة إلى تنمية الشعور بقيمة الذات وأهميتها، ليرضى عن نفسه، ولا يجتاحه الشعور بالنقص والدونية من خلال تهيئة الشاب للمواقف الإنسانية وإعطائه الفرص للتعبير عن آرائه ووجهات نظره، دون إستخفاف وإهمال لتلك الآراء، مما يبعث الثقة في نفسه، وقيمه في المجتمع.

¹ قرزيز محمود، يحيواوي مريم، الطالب الجامعي وقضاء وقت الفراغ في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة طلبة جامعة برج بوعريج، مجلة الحقيقة، العدد 35، 2015، ص 348-349.

ج- الحاجات الإجتماعية:

الميل للإستقلال ومحاولة التخلص من الضغوط وكافة ألوان التسلط الإجتماعي لتأكيد الذات للتعبير عن الرغبة في التحرر والإنفتاح، ومن ثم الخروج عن كافة أطراف الثقافة التقليدية السائدة، وبالتالي الإقبال المتزايد على وسائل الإتصال الجماهيري بشتى أنواعها كمتنفس لإشباع حاجاتهم وإرضاء تطلعاتهم ورغباتهم. الرغبة في تغيير الواقع: تتجلى هذه الخاصية من خلال قدرة الشباب على تقبل واستيعاب كل ما هو جديد ومستحدث سواء على الساحة الثقافية أو الإجتماعية.. إلخ، الأمر الذي يترتب عليه تصارع الأقطاب "صراع الأجيال"، فالشباب لديهم طاقات وطموحات هائلة قد تتعارض مع ما هو سائد ومتعارف عليه داخل بيئة إجتماعية ما، لهذا سوف يحاولون جاهدين من أجل تغيير الواقع وتطويره بما يتماشى مع طموحاتهم وتطلعاتهم¹.

رابعاً: المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي

يعتبر عصرنا الحالي عصر إعلام ومعلومات وذلك نظراً لما وصل إليه من إمكانات وقدرات على التأثير في الآراء بمختلفها، والإقناع إضافة إلى تشكيل الآراء والأفكار، فلقد باتت وسائل الإعلام على إختلافها من أهم العناصر الداعمة للتنمية والتطوير في كافة المجالات (سياسة، إقتصاد، ثقافة، علوم.....الخ). وأصبحت معظم الدول تعتمد بشكل كبير على وسائل الإعلام خاصة منها وسائل الإعلام الجديد كمنصات التواصل الإجتماعي وذلك من أجل استخدامها لتحقيق مختلف أهدافها الإستراتيجية، وخاصة منها الأهداف السياسية، ومن هذا المنطلق أصبح الإعلام السياسي ذا أهمية كبيرة ومكانة خاصة في الدول ودوره هو العمل على إحداث التأثيرات المعرفية والسلوكية والعاطفية على الآخرين.

1- منصات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالسياسة:

تعرف على أنها ماهية الأدوار والوظائف المتعددة التي تقوم بها منصات التواصل الإجتماعي في خدمة النظام السياسي لدرجة تجعل من الصعب على النظم السياسية في الوقت الحالي خاصة أن تتعايش دون الإعتماد على منصات التواصل الإجتماعي. ويقف المتلقي على الجانب الآخر متعرضاً لرسائل عديدة تساهم بشكل كبير في إمداده بالمعلومات والمعارف السياسية وبناء فكره السياسي وصولاً إلى تشكيل آراءه ومعتقداته

¹- ليلي شاشة، تصورات الشخصية القدوة لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الإجتماع، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف02، 2022، ص ص 133-135.

وإتجاهاته ومن ثم سلوكه السياسي، فمنصات التواصل الإجتماعي تقف بين الجمهور والأنشطة السياسية والمصادر الأخرى المتعلقة بالأيدولوجية التطبيقية ويمكنها بهذه الحالة الوسيطة أن تهتم بالمجال السياسي وتفسره حيث أصبحت هاته المنصات ضرورة في المجتمع ولا يستطيع الفرد أن يثبت وجوده بدونها.¹

إن العلاقة بين الدولة ونظامها السياسي وكل مؤسساتها ووسائل الإعلام الجديد (منصات التواصل الإجتماعي) هي علاقة إرتباط وثيقة، فمهما اختلف النظام السياسي للدولة، فإن الأداة الإعلامية تظل هي أداة التواصل الرئيسية بين السلطة السياسية والرأي العام وهو ما يجعل وسائل الإعلام (منصات التواصل الإجتماعي) أداة تسيطر عليها السلطة السياسية بنحو أو بآخر في الأنظمة السياسية جميعها، وتزيد هذه السيطرة بشكل خاص أوقات الأزمات.²

2- دور منصات التواصل الإجتماعي في الحصول على المعلومات السياسية:

تؤدي منصات التواصل الإجتماعي دورا هاما جدا بالنسبة لروادها ومستخدمي شبكة الأنترنت بشكل عام، وذلك من خلال التواصل وتبادل الآراء والأفكار والمعلومات في الفضاء الإلكتروني بين الأفراد الذين تجمعهم نفس الإهتمامات، أما فيما يخص الطلبة الجامعيين فإن الدور الذي تلعبه منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لهم لم يكن مجرد التواصل الإنساني فحسب وإنما تعدى ذلك بكثير، فأصبح علاقة إعتقاد متبادل من أجل الحصول على المعلومات بشكل عام والمعلومات السياسية بشكل خاص.

الحصول على المعلومات السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي وليس المقصود بالطبع أن يستقي الفرد معلوماته السياسية من خلال منصات التواصل الإجتماعي وحدها كالفيسبوك أو غيره مثلا وإنما هاته المعلومات تفتح له الطريق لتكوين ثقافة سياسية ومعرفة سياسية حول ما يجري حوله من أحداث في المجال السياسي سواء كان ذلك على المستوى المحلي، الإقليمي، العربي، العالمي، ويتم ذلك من خلال متابعتهم المستمرة لمنصات التواصل الإجتماعي على إختلافها وإستقاء المعلومات التي في كثير من الأحيان لا تكون متاحة على بقية وسائل الإعلام ويتم حجتها عمدا.³

شكلت منصات التواصل الإجتماعي فضاء مفتوحا مكننا من الإطلاع على العالم الكبير لحظة بلحظة، حيث ساعدت في إلغاء الحواجز والحدود التقليدية بين الدول والشعوب وأظهرت دورها مقارنة

¹ - مهند رأفت عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 47.

² - خالد نعمة الجنابي، الصورة الذهنية لمجلس النواب ودور العلاقات العامة في تكوينها، ط1، دار المعتر، عمان، 2020، ص ص 146-147.

³ - حسنين شفيق، مواقع التواصل الإجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، مرجع سابق، ص 97.

بوسائل الإعلام التقليدية ذلك أن دورها هو الوساطة بين الشعوب والحكومات وبناء الإنتماءات وتبادل المعلومات السياسية ودفع الحركات السياسية.

كما ساعدت منصات التواصل الإجتماعي بشكل كبير في توفير أداة إتصال مباشرة بين الحكام والشعوب، حيث ارتفعت إلى مستوى الفاعل والمؤثر الأقوى في مختلف العلاقات الإجتماعية والإقتصادية والسياسية وذلك من خلال قدرة هاته المنصات على نشر الأخبار بسرعة هائلة وموثقة بالصور والفيديوهات، وزيادة مستوى الوعي السياسي ورفع مستوى المعرفة السياسية ومن ثم تزويد الأفراد بأكبر قدر ممكن من المعلومات السياسية حول ما يدور في العالم من قضايا وأحداث تهم الرأي العام، بالإضافة إلى طرح الآراء والأفكار الخاصة بهذا المجال لتكوين علاقة متبادلة بين الإنسان والتكنولوجيا والمؤسسات السياسية ومن بين أهم النقاط الإيجابية التي حققتها منصات التواصل الإجتماعي أنها ساهمت في القضاء بشكل ما على سياسة التعتيم وإخفاء الحقائق التي لم تعد ممكنة في زمن وجود منصات التواصل الإجتماعي. ومن هنا فإن منصات التواصل الإجتماعي شكلت بمجملها البيئة التحتية الأساسية للصياغة والنشر والحصول على المعلومات السياسية، وتفرض فيها قيمها ومبادئها لضبط السلوك الإنساني بما يتلائم مع مستجدات الأوضاع السياسية بشكل عام.¹

أولاً: تسهل الحصول على المعلومات السياسية وهي لا تزال طرية من مصادرها المباشرة، فبمجرد النقر على شاشة الكمبيوتر أو الهاتف الذي ينتقل القارئ من موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ عن أي موضوع أو خبر يشاء وبأي لغة يفهمها.

ثانياً: تسهيل عملية إيصال المعلومات إلى الجمهور دون أي تحكّم من الحكام المستبدّين أو غيرهم، إضافة إلى توفير المعلومات الصحيحة، هو أول خطوات التغيير، فلقد كان إحتكار الحكام للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتّمون بها.

ثالثاً: التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل دون تدخل موجة من أباطرة الإعلام الذين إعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وذلك بإخراجها بالطريقة التي تخدمهم.

رابعاً: إعطاء فرصة للقارئ أو المتلقي للإطلاع أكثر وذلك من الناحية الكمية ففي جلسة واحدة أمام منصات التواصل الإجتماعي يستطيع المستخدم أن يطالع العشرات من الأخبار وذلك على مستوى كل العالم

¹ - أشرف عصام فريد صالح، مرجع سابق، ص ص 42-43.

ودون الحاجة إلى تكاليف مالية كبيرة، وهو الأمر الصعب من حيث الوقت، ومن حيث التكلفة، وذلك في التعامل مع الإعلام التقليدي.

خامسا: إعطاء المستخدم حرية إنتقاء المعلومات والمقارنة بينها من خلال الإطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، ثم يتمكن من بعد ذلك من استخلاص النتائج لنفسه التي يراها أقرب للحقيقة، وهذا دون أن يضل أسيرا لرؤية مخصصة تفرضها عليه الحكومات أو الشركات المالكة لوسائل الإعلام.

سادسا: التمكن من القراءة المتخصصة، فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح جريدة بحثا عن معلومة معينة، أو انتظار برنامج مخصص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبحت منصات التواصل الاجتماعي تمكن المستخدم من الإطلاع على الموضوع الذي يريده.

سابعا: إيصال الرسالة الإعلامية (سياسية، علمية، ثقافية، دينية) إلى المدى العالمي، وتجاوز القيود الموجودة في التلفزيون والصحافة والراديو وبقية وسائل الإعلام التقليدية.¹

3- مساهمة منصات التواصل الاجتماعي في دعم المعرفة السياسية:

تعرف المشاركة السياسية على أنها عمل تطوعي من طرف المواطن، يهدف التأثير في إختيار السياسات أو الشؤون العامة أو إختيار القادة السياسيين على مستوى المحلي أو الوطني أو القومي.

لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم وفعال في دعم المشاركة السياسية عن طريق تبادل الآراء والمعلومات والأخبار كما أنها تشكل رافدا أساسيا في إختيار السياسات أو الشؤون العامة للدول، نتيجة لقدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام.

وقد أصبحت منصات التواصل الاجتماعي قوة متصاعدة بين الفئات الشبابية الذين أدركوا فعليا أن وسائل الإعلام التقليدية بمفردها غير قادرة على إشباع رغباتهم وتزويدهم بما يحتاجونه من الإعلام الجديد.²

¹ - علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار اليازوري، عمان، 2014، ص ص 164-165.

² - علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020،

ص ص 137-138.

فالمشاركة السياسية بمعناها الواسع، وذلك من وجهة نظر علم السياسة تعني إعطاء أوضح الحق الديمقراطي الدستوري لكافة أفراد المجتمع البالغين، العاقلين في الإشتراك بصورة منظمة في صنع القرارات السياسية، ويكون ذلك بعيدا عن الضغط أو الإكراه والإجبار وغير ذلك من هاته الممارسات.¹

يعرف الوعي السياسي بأنه مدى معرفة وإدراك واهتمام الناس بالقضايا والمؤسسات والقيادات السياسية على مختلف المستويات المحلية والإقليمية والعربية والدولية، ويرى آخرون أيضا بأن الوعي السياسي هو أن يعرف المواطن حقوقه وواجباته السياسية، وقدرته على تكوين صورة ذهنية عن ما يجري حوله من أحداث ووقائع فيما يخص السياسة ويكون قادرا على معاينة المشكلات والأحداث السياسية.²

كما تقوم منصات التواصل الإجتماعي بدعم المعرفة السياسية وذلك من خلال التنشئة السياسية، حيث يقصد بالتنشئة السياسية كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل لآخر، وهي تهتم بتطور شخصية الفرد وفق نموذج معياري مسبق لتعميق التوجهات والقيمة السياسية الشائعة والمستقرة في المجتمع، إضافة إلى وظيفة التثقيف السياسي حيث يبنى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة من قبل ويساهم الإعلام السياسي في تثبيت البعض منها وتطوير البعض الآخر، وتصنيف أفكار وآراء جديدة من أجل دعم الوعي السياسي، ويؤدي الإعلام السياسي دورا هاما في التعبئة السياسية فهو يقوم بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا، وذهنيا لإستقبال أحداث سياسية متوقعة مثلا كتسبيق بعض نتائج الإنتخابات التي لا يستحسنها المواطن، فهو يقوم بتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات واستراتيجيات مرسومة من قبل، بالإضافة إلى التطوير السياسي للأفراد، فالإعلام السياسي له دور مهم في عملية التطوير السياسي ونشر الثقافة السياسية وذلك عن طريق تقديم الأخبار والمعلومات عبر وسائل الإعلام باختلافها حيث تكون هذه المعلومات والأخبار عن السياسة.³

¹ - مولود زايد الطيب، علم الإجتماع السياسي، ط1، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007، ص 87.

² - أشرف عصام فريد صالح، مرجع سابق، ص ص 137-138.

³ - علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص ص 250-260.

الفصل الثالث

تفريغ وتحليل البيانات الميدانية للدراسته ونتائجها

أولاً: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

- 1- المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية.
- 2- المحور الثاني: عادات وأسباب إعتماء طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال على منصات التواصل الإجتماعي.
- 3- المحور الثالث: آثار الإعتماء على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة.
- 4- المحور الرابع: صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة.

ثانياً: نتائج الدراسة.

- 1- النتائج العامة للدراسة.
- 2- النتائج في ضوء الدراسات السابقة

أولاً: تفريغ وتحليل البيانات الميدانية

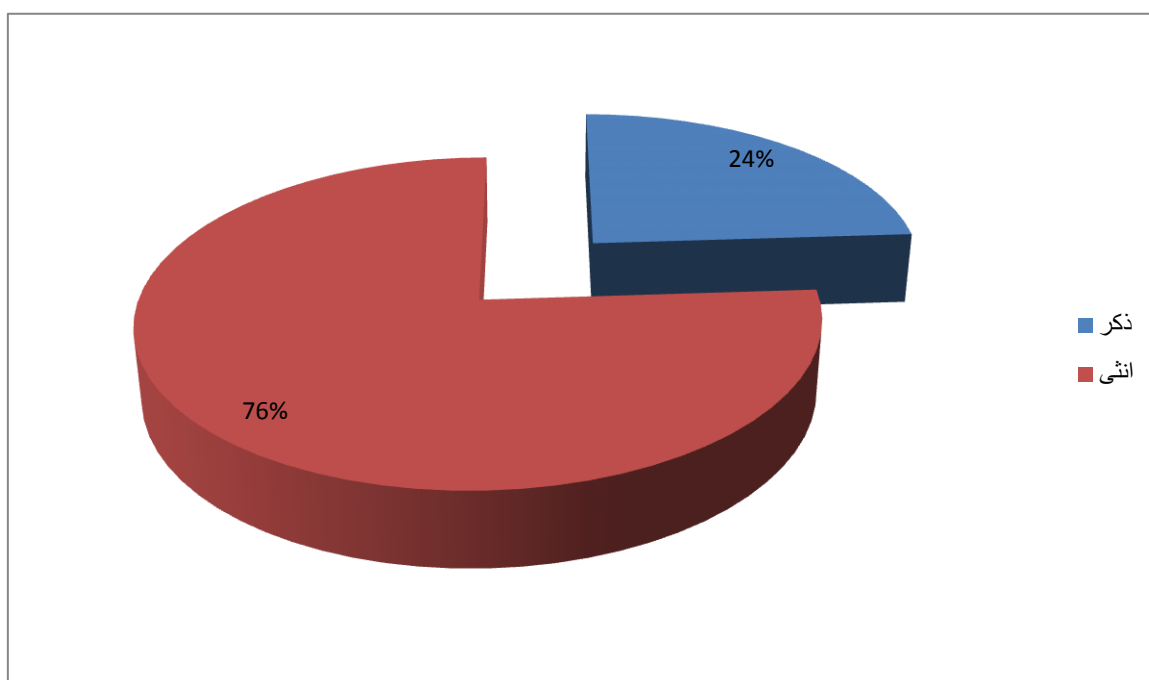
1- المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية.

جدول رقم (02): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير النوع

النسبة	التكرارات	العبارات
24%	18	ذكر
76%	57	أنثى
100%	75	المجموع

يبين الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع المبحوثين حسب النوع، أن نسبة الإناث 76%، وهذا ما أظهرته النتائج، ويعود إرتفاع نسبة الإناث في الجامعة على نسبة الذكور إلى أن نسبة النجاح في البكالوريا حسب إحصائيات وزارة التربية في كل سنة تكون أكثر بكثير من نسبة الذكور، وكذلك أوضح الجدول أن نسبة الذكور 24%.

الشكل رقم (01): يبين توزيع المبحوثين حسب متغير النوع

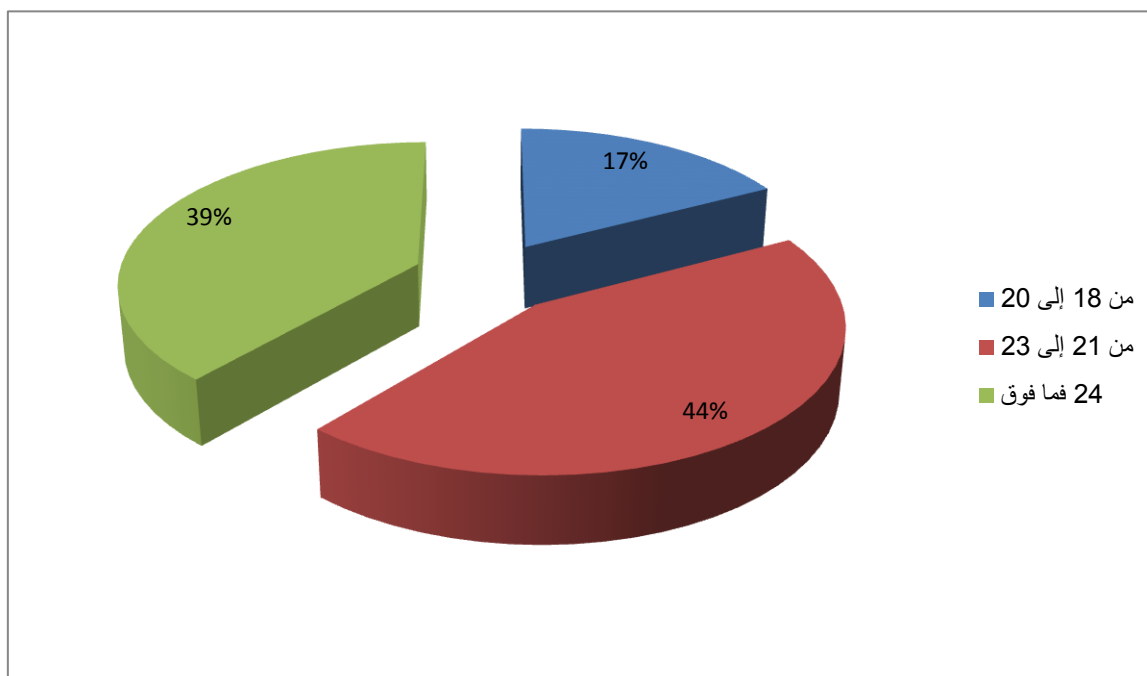


جدول رقم (03): يبين توزيع المبحوثين حسب السن

النسبة	التكرارات	العبارات
17.33%	13	من 18 إلى 20
44%	33	من 21 إلى 23
38.67%	29	24 فما فوق
100%	75	المجموع

يبين الجدول الموضح أعلاه توزيع المبحوثين حسب السن ومن خلال المعطيات الموضحة في هذا الجدول حيث يتبين لنا أن نسبة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين تتراوح أعمارهم بين 21 إلى 23 سنة أعلى نسبة حيث قدرت ب 44%، وهذا مرتبط بالسن الأكاديمي أو النظامي، أما فيما يخص نسبة الطلبة الذين أعمارهم من 24 سنة فما فوق فقد بلغت نسبتهم 38.67% وهم غالبا يشكلون الفئة ذات الأقدمية في الجامعة وأغلبهم يدرسون في طور الماستر، أما بالنسبة للطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 20 سنة فقد بلغت نسبتهم 17.33% وهذا راجع لأنهم يمثلون الفئة التي تدرس في السنة الثانية جامعي.

الشكل رقم (02): يبين توزيع المبحوثين حسب السن



المحور الثاني: عادات وأسباب اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال على منصات التواصل الاجتماعي

جدول رقم (04): يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدها المبحوثين*

المجموع		لا		نعم		منصات التواصل الاجتماعي
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	24	18	76	57	الفايسبوك
100	75	61.33	46	38.67	29	اليوتيوب
100	75	38.67	29	61.33	46	الإنستغرام
100	75	93.33	70	6.67	05	التويتير
100	75	85.33	64	14.67	11	أخرى تذكر

يبين الجدول أعلاه مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمدها طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال حيث أوضحت النتائج أن ما نسبة 76% يعتمدون على موقع الفاييسبوك، ويرجع هذا إلى أن موقع الفاييسبوك هو الأكثر شهرة واستخداما في العالم ككل حيث أوضحت إحصائيات عام 2023 أن الفيسبوك يضم 2.80 مليار مستخدم شهريا¹، ويليه مباشرة موقع الإنستغرام بنسبة 61.33% من الطلبة وهذا لأهمية منصة الإنستغرام وسهولة تداول الأخبار والمعلومات من خلالها وسرعة انتشار الأخبار فيها، وبعدها موقع اليوتيوب بنسبة 38.67% مستخدم من الطلبة عينة الدراسة وتعتبر هذه النسبة راجعة إلى أن اليوتيوب يدعم خاصية رفع الفيديوهات بالدرجة الأولى وهو الأكثر نشاطا فيما يخص مجال السياسة، ولقد ساعد في عمليات التغيير السياسي بشكل كبير وملحوظ.

أخيرا يأتي موقع تويتير بنسبة 6.67% كأقل نسبة ولقد أشار الطلبة إلى عدة منصات تواصل أخرى.

وهي السناب شات، التيك توك، الفايبير، الواتساب والتي تكررت أكثر من مرة بنسبة 14.67% وبعدها

11 مرة.

* تمت تكملة الجدول بالخيار الباقي المكمل لكل إجابة من أجل الحصول على جدول 100%. وذلك لحل مشكل كون التكرارات أكبر من عدد المفردات ونفس الشيء بالنسبة (لكل جدول يرفق بعلامة نجمة خلال الدراسة) أنظر: فضيل دليو، أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، 1997.

¹ إيهاب فرحات، إكتشف 10 إحصائيات فيسبوك ستحول تسويقك في عام 2023 في 2023/03/12 متاح على الرابط:

<https://ihabexpress.com>، 29 أبريل 2023، على الساعة 17:50.

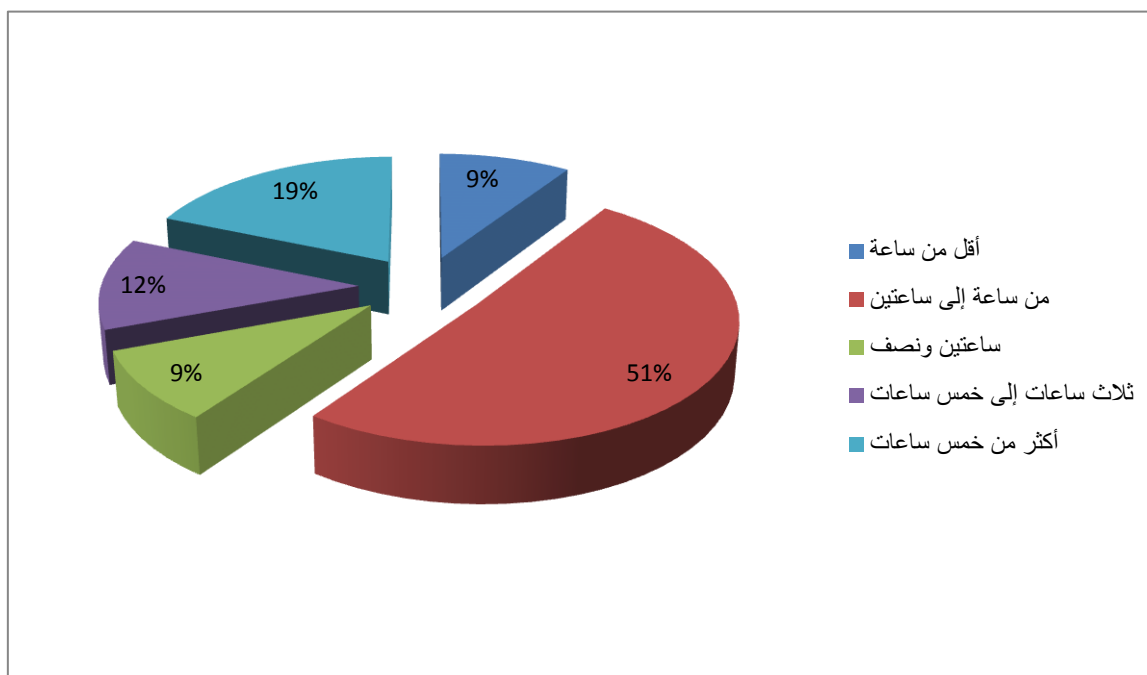
وهذا راجع أساسا إلى كثرة وتنوع منصات التواصل الإجتماعي واختلاف وظائفها فمنها المخصصة للألعاب والأخرى للدردشة والأخرى للتصوير... إلى غير ذلك وهو ما يزيد من التفاعلية بين الأفراد.

جدول رقم (05): يبين توزيع إجابات المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه يوميا وهم متصلون على منصات التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرارات	الوقت الذي يقضونه على منصات التواصل الإجتماعي
9.33%	7	أقل من ساعة
50.67%	38	من ساعة إلى ساعتين
9.33%	7	ساعتين ونصف
12%	9	ثلاث ساعات إلى خمس ساعات
18.67%	14	أكثر من خمس ساعات
100%	75	المجموع

يبين هذا الجدول توزيع إجابات المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه على منصات التواصل الإجتماعي، حيث كانت مدة ساعة إلى ساعتين أعلى نسبة وهي 50.67%، وهذا راجع لأن هذه المدة كافية يقضيها الطلبة عينة الدراسة في تصفح منصات التواصل الإجتماعي وهذا ما يبين أنهم في هذه المدة يحصلون على ما يحتاجونه من معلومات، وتلهمها مباشرة نسبة 18.67% ممن يقضون أكثر من خمس ساعات على منصات التواصل الإجتماعي، وتعتبر هذه المدة طويلة جدا يقضيها الطلبة عينة الدراسة في تصفح هاته المنصات، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مدى إرتباط الطلبة بمنصات التواصل الإجتماعي وقضاء أكبر وقت ممكن على هذه الشبكات دليل على سعيهم ملئ وقت الفراغ لديهم والتسلية، أما فيما يخص مدة 3 ساعات إلى 5 ساعات فإن نسبتها بلغت 12% وتلهمها مباشرة كل من الإجابتين أقل من ساعة والإجابة ساعتين ونصف، حيث تساوت نسبتها 9.33% وهذا راجع إلى أن هذه الفئة من الطلبة يرون أن هذه المدة تكفي لتغطية حاجياتهم وتزويدهم بما يحتاجونه من أخبار ومعلومات إضافة إلى أنهم لا يملكون أوقات فارغة يقضونها في تصفح منصات التواصل الإجتماعي.

الشكل رقم (03): يبين توزيع إجابات المبحوثين حسب الوقت الذي يقضونه يوميا وهم متصلون على منصات التواصل الاجتماعي



جدول رقم (06): يبين الوقت المفضل لدى المبحوثين لتصفح منصات التواصل الاجتماعي*

الوقت المفضل	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
الفترة الصباحية	4	5.33	71	94.67	75	100
فترة منتصف النهار	3	4	72	96	75	100
الفترة المسائية	25	33.33	50	66.67	75	100
ليلا	45	60	30	40	75	100
ليس هناك وقت محدد	19	25.33	56	74.67	75	100

يوضح هذا الجدول الوقت المفضل لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة لتصفح منصات التواصل الاجتماعي هو الليل بنسبة 60%، وهو الفترة التي يكون فيها الفرد بمفرده ويكون بحاجة للتسلية المنعزلة والراحة والإسترخاء بالإطلاع على الجديد في هاته المنصات.

إضافة إلى أن أغلب الأشخاص يكونون متفرغين في الليل، تليها مباشرة الفترة المسائية بنسبة 33.33 بالمائة أما نسبة 25.33% من الطلبة ليس لديهم وقت محدد لتصفح منصات التواصل الاجتماعي أي أنهم كل

ما وجدوا فرصة قاموا بتصفح هاته المنصات، أما نسبة متصفح المنصات في الفترة الصباحية قد بلغت 5.33% وتليها مباشرة فترة منتصف النهار كأقل نسبة وهي 04%، وهذا يعود إلى أن هاتين الفترتين يكون فيهم أغلب الأشخاص منشغلين إما بالدراسة أو العمل وغير ذلك.

جدول رقم (07): يبين الوسيلة التي يستخدمها المبحوثين لتصفح منصات التواصل الاجتماعي*

المجموع		لا		نعم		الوسيلة
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	2.67	2	97.33	73	هاتف ذكي
100	75	96	72	4	3	لوح إلكتروني
100	75	77.33	58	22.67	17	حاسب محمول
100	75	97.33	73	2.67	2	حاسوب مكتبي

يوضح هذا الجدول الوسيلة التي يستخدمها الطلبة لتصفح منصات التواصل الاجتماعي، حيث تصدر الهاتف المرتبة الأولى من خلال إجابات الطلبة بنسبة 97.33% كأعلى نسبة، حيث أظهرت دراسة أشرف عصام فريد صالح وهي دراسة بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، أن نسبة 97% من الشباب الجامعي يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي".¹

ويعود سبب ذلك أنه أكثر وسيلة مستخدمة في وقتنا الحالي نظرا لأنه سهل الإستخدام وصغير الحجم ومحمول ويمكن استخدامه في أي مكان، حيث يحتاج فقد للربط بشبكة الأنترنت، أما الحاسوب المحمول فقد بلغت نسبة استخدامه من طرف الطلبة 22.67% وهذا نظرا لأن بعض الطلبة يعتمدون عليه من أجل إنجاز بحوثهم والتواصل مع الأصدقاء ومتابعة تعليمهم، أما الألواح الإلكترونية فإن نسبة استخدامها من جمهور الطلبة بلغت 4% لأنها لا تدعم خاصية الشاشة الكاملة في بعض منصات التواصل الاجتماعي كالإنستغرام مثلا، أما أقل نسبة فهي 2.67% بالنسبة للحاسوب المكتبي، وهذا نظرا لأنه أصبح كلاسيكي ومتقادم وظهرت تكنولوجيا جديدة لتحل محله، وتقوم بمهامه، وهو أيضا كبير الحجم وهذا ما يصعب استخدامه في أي مكان.

¹ - أشرف عصام فريد صالح، مرجع سابق، ص 65.

جدول رقم (08): يبين المعلومات السياسية التي يتابعها المبحوثين من خلال هذه المنصات*

المجموع		لا		نعم		المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	40	30	60	45	المعلومات السياسية المحلية الجزائرية
100	75	82.67	62	17.33	13	المعلومات السياسية العربية الإقليمية
100	75	48	36	52	39	المعلومات السياسية العربية العالمية
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يبين هذا الجدول المعلومات السياسية التي يتابعها الطلبة عينة الدراسة من خلال منصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت أكبر نسبة هي المعلومات السياسية المحلية الجزائرية بنسبة 60%، وهذا هو المتعارف عليه عادة أن معلومات البلاد هي الأكثر أهمية بالنسبة لأي مواطن أو فرد، وهذا ماورد أيضا في دراسة الباحثان خالد هدار وسعاد عيساني وهي دراسة بعنوان "دور الشبكات الإجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، مقارنة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري" حيث توصل الباحثان إلى أن القضايا السياسية الجزائرية قد تصدرت قائمة المواضيع التي يتابعها الشباب الجزائري عبر الشبكات الإجتماعية¹ وتلها مباشرة المعلومات السياسية العالمية، وهذا راجع لما يشهده العالم حاليا من تغيرات وأحداث سياسية هامة تستدعي المتابعة، والسعي للحصول على أخبارها ومعلوماتها، وذلك بنسبة 52% أما أقل نسبة هي 17.33% وهي المعلومات السياسية الإقليمية، وهذا راجع إلى أن درجة الإستقرار المجتمع تؤثر على درجة الإعتماد على منصات التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات.²

¹ - خالد هدار، سعاد عيساني، مرجع سابق، ص 310.

² - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 146.

جدول رقم (09): يبين نوع المعلومات السياسية التي يفضل المبحوثين الحصول عليها*

المجموع		لا		نعم		أهمية المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	66.67	50	33.33	25	المعلومات السياسية الخاصة بسياسة الإحتواء
100	75	88	66	12	09	المعلومات السياسية الخاصة بسياسة التكتل
100	75	44	33	56	42	المعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الإقتصادية
100	75	80	60	20	15	المعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الإيديولوجية
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يوضح هذا الجدول نوع المعلومات السياسية التي يفضل طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال الحصول عليها، حيث كانت أكبر نسبة هي 56% للمعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الإقتصادية وهذا لما لها من أهمية عند الأفراد لأنها تقريبا تهتم برفع أجور المواطنين والإهتمام بالمجال التجاري وإدارة ميزانية الدولة وتلبيها مباشرة المعلومات السياسية الخاصة بسياسة الإحتواء بنسبة 33.33% وتلبيها مباشرة المعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الإيديولوجية بنسبة 20% وأخيرا المعلومات السياسية الخاصة بسياسة التكتل بنسبة 12 بالمئة وهذا نظرا لأنها غالبا لا تكون مهمة بالنسبة للأفراد.

جدول رقم (10): يبين دوافع إعتقاد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي*

المجموع		لا		نعم		دوافع إعتقاد الطلبة على منصات التواصل الإجتماعي
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	66.67	50	33.33	25	لأنها فضاء افتراضي يتيح التبادل الحر للآراء والمعلومات السياسية
100	75	62.67	47	37.33	28	إكتساب ثقافة في مجال السياسة
100	75	84	63	16	12	لأنها تساعد في تشكيل الآراء السياسية بسبب الطرح المتنوع لها
100	75	77.33	58	22.67	17	تلفت إنتباهك للمعلومات السياسية
100	75	74.67	50	25.33	19	تبني رأي أو فكرة معينة في المجال السياسي
100	75	80	60	20	15	ملئ وقت الفراغ
100	75	80	60	20	15	متابعة آخر ما صدر في السياسة
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يبين هذا الجدول دوافع إعتقاد طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال على منصات التواصل الإجتماعي، وهنا يتضح أن الدافع الأول هو اكتساب ثقافة في المجال السياسي بنسبة 37.33% وهذا راجع لأن الإعتقاد على منصات التواصل الإجتماعي من قبل الأفراد ودائما ما يكون لأجل اكتساب الثقافة في مختلف المجالات، حيث يسعى الفرد دوما إلى استقاء المعلومات لكشف الغموض الناتج عن نقص المعلومات والثقافة في مختلف المجالات.¹ وتليها مباشرة ثاني نسبة لمن يرون أن منصات التواصل الإجتماعي فضاء إفتراضي يتيح التبادل الحر للمعلومات السياسية بنسبة 33.33% وهذا ما أظهرته دراسة لـ "أشرف عصام فريد صالح" بعنوان "دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني" تساهم في تبادل نشر الآراء والأفكار السياسية بدرجة متوسطة² أما نسبة تبني رأي أو فكرة معينة في مجال السياسة فقد قدرت بنسبة 25.33% وتقاربت معها أيضا نسبة تلفت إنتباهك للمعلومات السياسية حيث قدرت هي الأخرى بـ 22.67% وهذا راجع لأن منصات التواصل الإجتماعي تفسح لهم المجال لتبني آراء وأفكار سياسية، كما تركز على عرض المعلومات السياسية التي تلفت انتباههم، لأنه كلما كانت المعلومات والقضايا التي تبث عبر مواقع التواصل الإجتماعي ذات أهمية للفرد، كلما زاد عرضها وزاد اعتماد الفرد على هذه

¹ - محمود حسن اسماعيل، مرجع سابق، ص 109.

² - أشرف عصام فريد صالح، مرجع سابق، ص 77.

المنصات للتعرف على هاته القضايا والمعلومات¹، وكذلك تساوي كل منهما نسبة 20% حيث يتضح أن مواقع التواصل الإجتماعي استطاعت أن تثبت دورها في ملئ وقت الفراغ بالنسبة للطلبة والترفيه أيضا، إضافة إلى دفعهم لمتابعة آخر الأخبار والوقائع السياسية اما أقل نسبة قدرت ب 16% هي لأنها تساعد في تشكيل الآراء السياسية بسبب الطرح المتنوع لها وهذا لأن الطلبة الجامعيين لا يرون أن لمنصات التواصل الإجتماعي دور في تشكيل الآراء السياسية بالنسبة لهم.

جدول رقم (11): يبين أهمية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي*

المجموع		لا		نعم		المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	76	57	24	18	إمام المستخدم بالمعلومات والحقائق السياسية
100	75	48	36	52	39	تتكون لدى الفرد نظرة عامة عن ما يجري حوله من أحداث سياسية
100	75	50.67	38	49.33	37	تحقق درجة من الوعي السياسي تجاه أفكار وقضايا معينة
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

من خلال نتائج الجدول أعلاه والمتعلق بأهمية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي يظهر لنا أن أعلى نسبة تأخذها فئة من يرون أنها تكون لدى الفرد نظرة عامة عن ما يجري حوله من أحداث سياسية بنسبة 52% وهذا راجع لأن وقتنا الحالي شهد الكثير من الأزمات السياسية على المستوى العالمي ككل وهذا ما أدى إلى زيادة اعتماد الأفراد على مواقع التواصل للعلم بما يجري في العالم من أحداث سياسية، أما من يرون أن أهمية هاته المعلومات تتمثل في كونها تحقق درجة من الوعي السياسي لهم تجاه أفكار وقضايا معينة وقد بلغت نسبتهم 49.33% أما أقل نسبة فقد كانت من نصيب الإمام المستخدم بالمعلومات والحقائق السياسية وقد بلغت 24% وهذا راجع لأن أغلب المعلومات السياسية وفي كثير من الأحيان تكون مضللة أو تخفى عمدا حيث أن منصات التواصل الإجتماعي تبرز قضايا وتخفي قضايا أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور وهذا بسبب تسليط الوسيلة الإعلامية الضوء على قضية دون أخرى.

¹ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص 37.

المحور الثالث: آثار الإعتماد على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

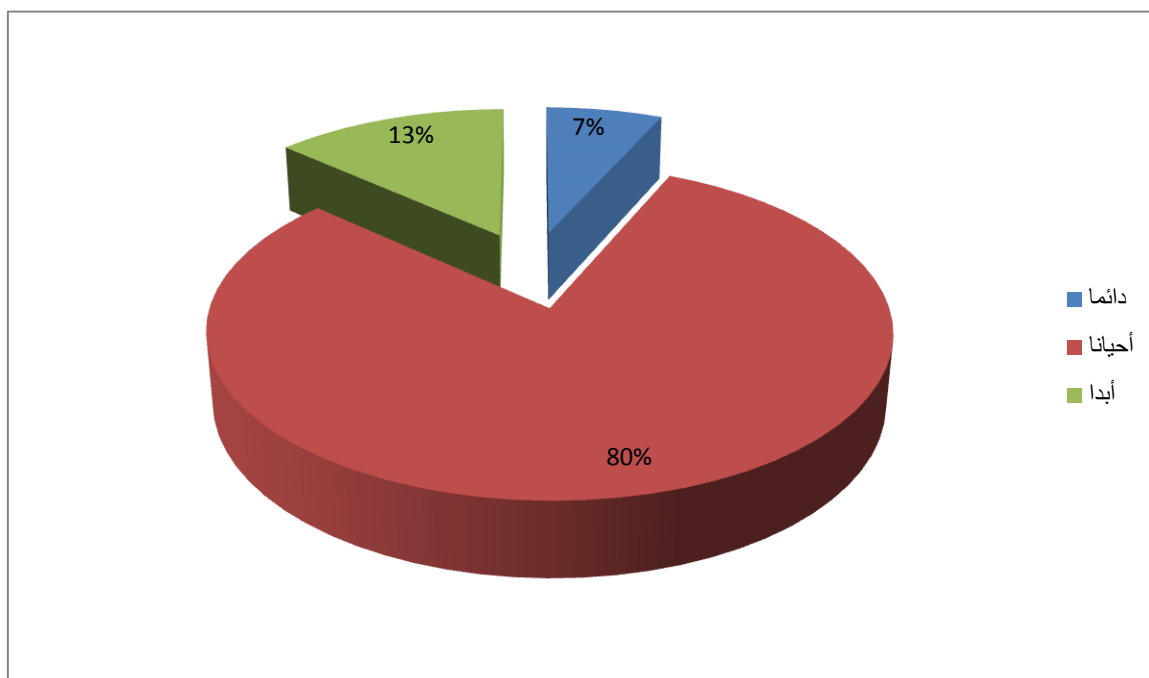
جدول رقم (12): يوضح مدى تأثير المبحوثين بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي

النسبة	التكرارات	الإجابة
6.67%	5	دائما
80%	60	أحيانا
13.33%	10	أبدا
100%	75	المجموع

يوضح الجدول أعلاه مدى تأثير الطلبة بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي حيث بلغت نسبة إجابة الطلبة بأحيانا 80% وهذا راجع لأن المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي لا تؤثر فيهم دائما لأنها تظهر لهم أنها معلومات غير هادفة في أغلب الأحيان، أو أنها من مصادر غير موثوقة، أما من لا يتأثرون بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي أبدا فقد بلغت نسبتهم 13.33% وهذا راجع غالبا لعدم أهمية المعلومات السياسية بالنسبة لهم أما أقل نسبة وهي 6.67% مثلت الفئة التي تتأثر دائما بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي، واهتمامهم بمجال السياسة بشكل كبير حيث أن لمنصات التواصل الإجتماعي أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما.¹

¹ - ملفين ديفلير، سانداربول روكيتش، تر: عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1992، ص ص 413-

الشكل رقم (04): يوضح مدى تأثير المبحوثين بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي

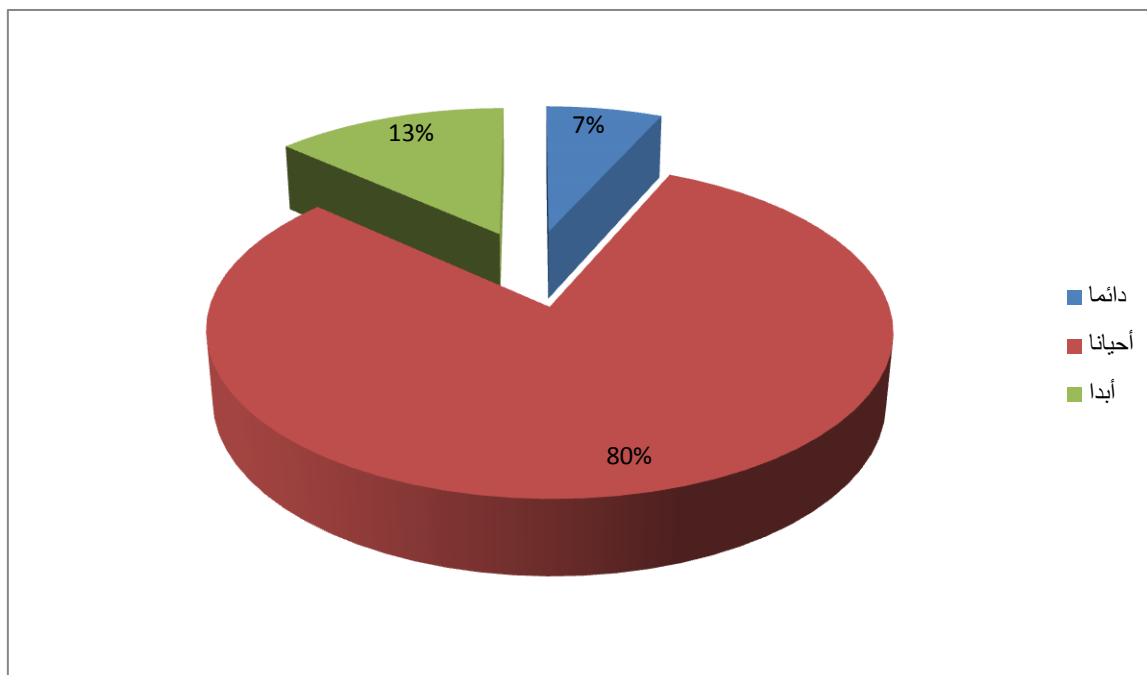


جدول رقم (13): يمثل نوع التأثير إن كان إيجابيا أم سلبيا

نوع التأثير	التكرارات	النسبة
إيجابي	56	86.16%
سلبى	09	13.84%
المجموع	65	100%

يوضح الجدول أعلاه نوع التأثير فيما يخص المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي ما إذ كان إيجابيا أم سلبيا، ولقد أوضح الجدول أن ما نسبته 86.16% من الطلبة يتأثرون بشكل إيجابي بالمعلومات السياسية التي تقدمها لهم منصات التواصل الاجتماعي، أما ما نسبته 13.84% يتأثرون بشكل سلبى بهذه المعلومات.

الشكل رقم (05): يمثل نوع التأثير إن كان إيجابياً أم سلبياً



جدول رقم (14): يبين في حالة ما إن كان التأثير إيجابياً*

المجموع		لا		نعم		نوع التأثير الإيجابي
%	ت	%	ت	%	ت	
100	56	32.14	18	67.86	38	الحصول على معلومات ومعارف جديدة
100	56	80.35	45	19.65	11	تغيير في السلوك السياسي إلى الأحسن
100	56	69.65	39	30.35	17	تعديل سلوك سياسي قديم وتكوين سلوك جديد
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يبين هذا الجدول في حالة ما إذا كان التأثير إيجابياً، حيث كانت أكبر نسبة هي نسبة الطلبة الذين يرون أن الحصول على معلومات ومعارف جديدة ممثلة بـ 67.86%، وهذا يعود لطبيعة الطلبة التي تتسم بالبحث المتواصل والإكتشاف والسعي لإكتساب معارف جديدة في كل المجالات، وتلهمها مباشرة نسبة الفئة التي ترى أن التأثير الإيجابي بالنسبة لهم كان تعديل سلوك سياسي قديم وتكوين سلوك جديد وذلك بنسبة 30.35%، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة من الطلبة تكونت لديهم سلوكيات سياسية جديدة مثلاً كالمشاركة السياسية ونمو الوعي السياسي لديهم بدرجات متفاوتة، إضافة إلى زيادة النشاط والفاعلية السياسية بأشكال مختلفة تمكنهم من الإشتراك في تنظيم الحياة السياسية للبلاد، أما أقل نسبة فهي الفئة التي ترى أن

السلوكات السياسية القديمة لديهم تغيرت إلى الأحسن بنسبة 19.65%، وهذا لأن منصات التواصل الاجتماعي هي من مصادر التنشئة وزيادة الوعي والمعرفة.¹ كما أنها بإمكانها أن تسهم في تنشيط الفرد وقيامه بنشاط جديد يكون مفيداً.²

جدول رقم (15): يبين في حالة ما إن كان التأثير السلبي

النسبة	التكرارات	نوع التأثير السلبي
44.45%	04	ظهور سلوكات سياسية سلبية
33.33%	03	رداءة المضمون
22.22%	2	التعرض لمحتويات غير موثوقة وغير هادفة
0	0	أخرى تذكر
100%	09	المجموع

يوضح الجدول أعلاه نوع التأثير السلبي المتكون لدى الطلبة من خلال المعلومات السياسية التي يحصلون عليها من خلال منصات التواصل الاجتماعي حيث تصدرت فئة الطلبة الذين ظهرت لديهم سلوكات سياسية سلبية المرتبة الأولى بنسبة 44.45% وتتمثل هذه السلوكات في العزوف عن المشاركة السياسية كالانتخابات مثلا وعدم الوثوق في شفافية نتائجها إضافة إلى عدم الثقة في السلطة الحاكمة إضافة إلى الوقوع في فخ الترويج للأخبار والمعلومات السياسية الكاذبة في كثير من الأحيان.

أما فئة الطلبة الذين يرون أن هذه التأثيرات السلبية تتمثل في تعرضهم لمضامين رديئة تخص المعلومات السياسية المقدمة لهم من المواقع الاجتماعية بنسبة 33.33%، كالمضامين التي تحرض على القيام بأفعال وسلوكات غير قانونية تجاه بعض التيارات السياسية أو السلطات الحاكمة، أما أقل نسبة فكانت للطلبة الذين يتعرضون لمحتويات غير موثوقة وغير هادفة بنسبة 22.22%، وهذا لأن مثل هذه الأحداث العنيفة مثلا تثير مشاعر الخوف والقلق لدى المتلقين أو مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي³، إضافة إلى الخمول والعزوف عن القيام بنشاط ما نتيجة التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي ويكون هذا العزوف نتيجة المبالغة التغطية مما يسبب الملل.⁴

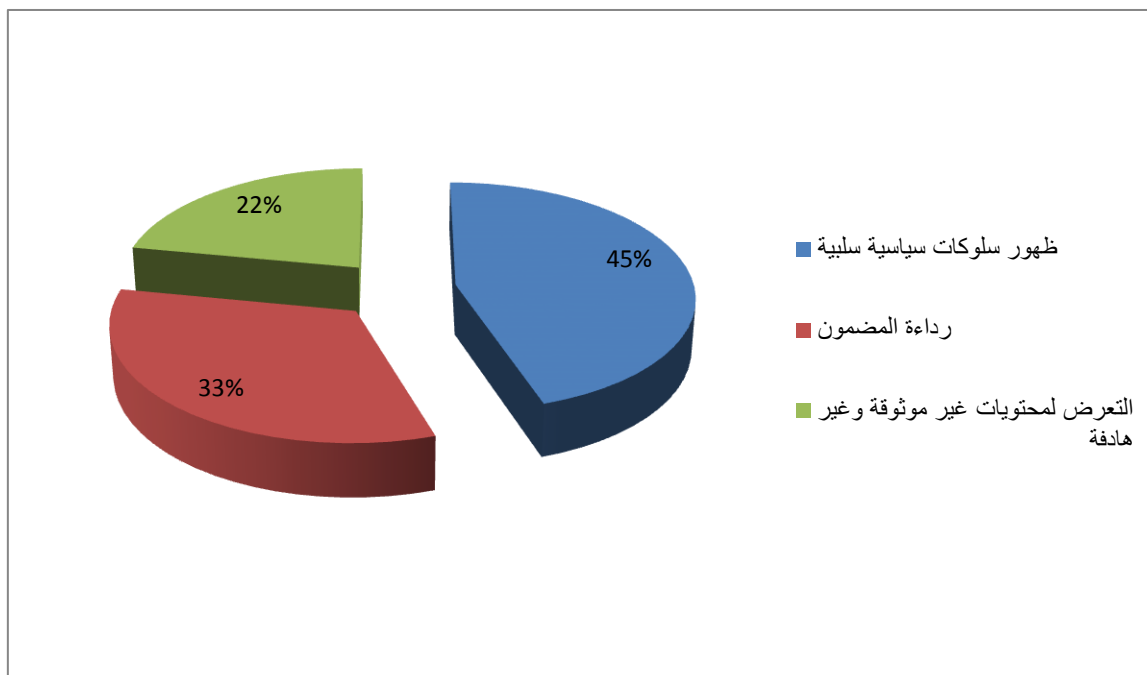
¹ - حسن محمود إسماعيل، مرجع سابق، ص 110.

² - المرجع نفسه، ص 111.

³ - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص 328.

⁴ - حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 182.

الشكل رقم (06): يبين في حالة ما إن كان التأثير السلبي



جدول رقم (16): يبين تأثير الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي على مفهوم الوعي السياسي بالنسبة للمبحوثين.*

المجموع	لا		نعم		مفهوم الوعي السياسي
	ت	%	ت	%	
100	65	69.23	45	30.77	الحصول على معارف سياسية جديدة
100	65	46.15	30	53.85	إدراك الفرد الظروف السياسية المحيطة
100	65	66.15	43	33.85	تكوين اتجاه فكري نحو السياسة في الوقت الحاضر
0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يمثل الجدول أعلاه تأثير الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي على مفهوم الوعي السياسي بالنسبة للطلبة عينة الدراسة في حين يرى نسبة 53.85% من الطلبة أن الوعي السياسي بالنسبة لهم كمفهوم هو إدراك الفرد للظروف السياسية المحيطة وهذا راجع لتحقيق طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة لدرجة من الوعي السياسي بما يجري حولهم وهذا بسبب المعلومات السياسية التي يتعرضون لها عبر منصات التواصل الاجتماعي، أما ما نسبته 33.85% هم فئة الطلبة الذين

يرون أن الوعي السياسي وتكوين اتجاه فكري نحو السياسة في الوقت الحاضر، وهذا راجع لتكوين الطلبة لصورة ذهنية عن السياسة في الوقت الحاضر وما آلت إليه، إضافة إلى القدرة على التمييز وتبني الأفكار والاتجاهات السياسية حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تكوين الاتجاهات لدى الجمهور نحو قضايا معينة.¹

أما أقل نسبة وهي 30.77% من الطلبة يرون أن الوعي السياسي هو الحصول على معارف سياسية أي أن الفرد الذي له ثقافة سياسية كبيرة هو الوعي سياسيا.

جدول رقم (17): يوضح مدى اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الاجتماعي في وقت

الأزمات للحصول على المعلومات السياسية

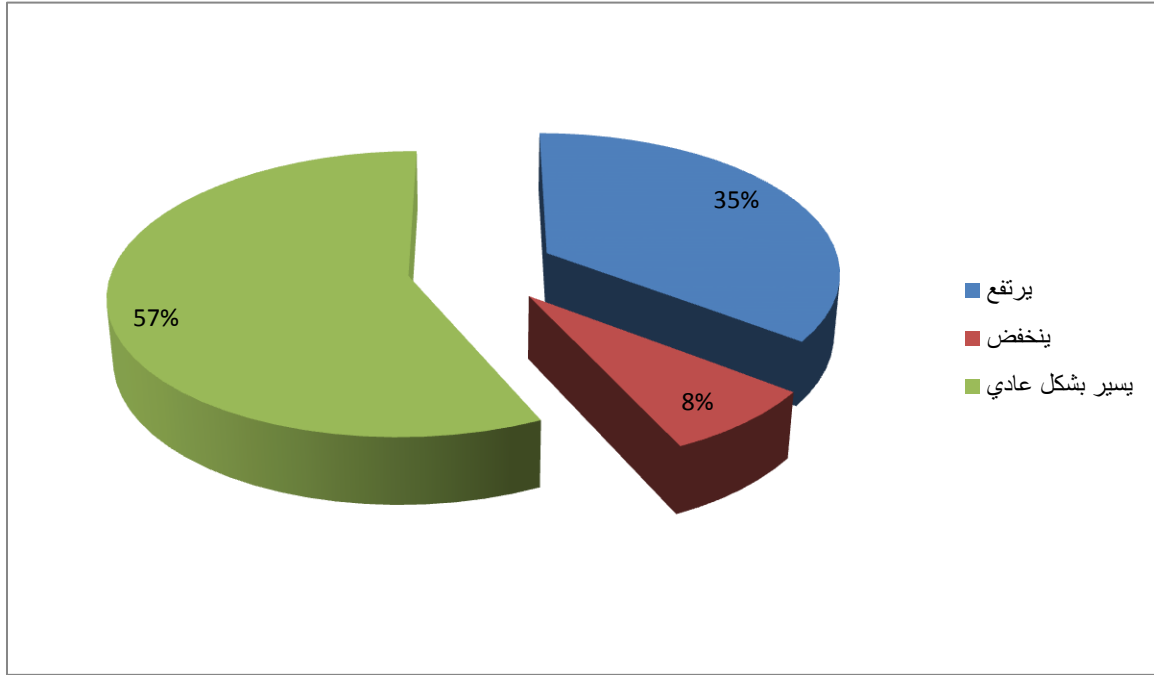
النسبة	التكرارات	مدى الاعتماد
35.38%	23	يرتفع
7.70%	05	ينخفض
56.92%	37	يسير بشكل عادي
100%	65	المجموع

يوضح هذا الجدول مدى اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال على منصات التواصل الاجتماعي في وقت الأزمات للحصول على المعلومات السياسية، حيث نرى أن أكبر نسبة هي 56.92% للطلبة الذين يرون أنه يسير بشكل عادي، وهذا غالبا يعود إلى أن الأزمات السياسية في أغلب الأحيان لا تحدث فجأة وإنما تسبقها الكثير من الأحداث التي تمهد لحدوثها أو تجعل الفرد يتوقع ذلك، أما الطلبة الذين يرتفع أو يزيد اعتمادهم على هاته المنصات في وقت الأزمات فقد بلغت نسبتهم 35.38%، وهذا بسبب السعي وراء معرفة الجديد من معلومات وأخبار حول تلك الأزمة أو الأزمات إضافة إلى الرغبة في اكتشاف ومتابعة الأخبار أولا بأول وهذا في كثير من الأحيان يكون سببه الخوف والقلق، أما أقل نسبة هي 7.70% تمثل الطلبة الذين ينخفض اعتمادهم على هاته المنصات ومن الواضح أن السبب في هذا هو الآثار السلبية التي تخلفها الأخبار والمعلومات السياسية في الأزمات لهم، وهذا ما يظهر أن درجة استقرار المجتمع تؤثر على درجة الاعتماد على وسيلة إعلامية كمنصات التواصل الاجتماعي والعكس بالعكس، فإذا كان المجتمع في حالة غير مستقرة أو أزمة فإن الاعتماد على الوسيلة الإعلامية إما يزيد أو يبقى بالشكل ذاته.²

¹ - علاء نجاح نوري، مرجع سابق، ص 42.

² - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 146.

الشكل رقم (07): يوضح مدى إعتقاد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي في وقت الأزمات للحصول على المعلومات السياسية



جدول رقم (18): يوضح تأثير الإعتقاد على منصات التواصل الإجتماعي في المجال السياسي على المعارف العلمية للمبحوثين

المجموع		لا		نعم		التأثير على المعارف العلمية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	65	69.23	45	30.77	20	التمتع بنظرة علمية تساعدني في تفسير وتحليل القضايا السياسية
100	65	36.93	24	63.07	41	تحصيل رصيد معرفي مفيد في المجال السياسي
100	65	75.38	49	24.62	16	القدرة على تكوين رأي أو إتجاه سياسي معين
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يوضح هذا الجدول تأثير الإعتقاد على منصات التواصل الإجتماعي في المجال السياسي على المعارف العلمية للطلبة حيث يرى فئة من الطلبة نسبتهم 63.07% أنهم يحصلون رصيد معرفي مفيد في المجال السياسي، وهذا لأنهم استفادوا من هاته المعلومات السياسية بشكل كبير وتزودوا بمعارف علمية، أما ما نسبته 30.77% فإنهم يرون أن هذا التأثير يتمثل في التمتع بنظرة علمية تساعدهم في تفسير وتحليل القضايا السياسية والأحداث بشكل جيد، ولقد تشابهت نتائج دراستنا هنا مع نتائج دراسة أشرف عصام فريد صالح

بعنوان "دور مواقع التواصل الإجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي حيث أثبتت هذه الدراسة أن منصات التواصل الإجتماعي زادت ورفعت مستوى المعرفة السياسية لدى الطالب الجامعي إضافة لتقديم معلومات هامة عن السياسة بدرجة متوسطة¹ أما أقل نسبة هي 24.62% تمثل الطلبة الذين يرون أن هذا التأثير المعرفي العلمي هو القدرة على تكوين رأي أو اتجاه سياسي معين.

جدول رقم (19): يمثل تأثير اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي على عادات تعاملهم مع مختلف القضايا السياسية*

المجموع		لا		نعم		عادات التعامل مع مختلف القضايا السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	65	60	39	40	26	القدرة على تحليل القضايا السياسية بمفردك
100	65	35.38	23	64.62	42	توقع بعض الأحداث القادمة من خلال ما يجري الآن
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يوضح الجدول أعلاه أن ما نسبته 64.62% من الطلبة يرون أن اعتمادهم على منصات التواصل الإجتماعي أثر على عادات تعاملهم مع مختلف القضايا السياسية بتوقع بعض الأحداث القادمة من خلال ما يجري الآن، وهذا بسبب الوعي السياسي لديهم، أما ما نسبته 40% من الطلبة يرون أن هذا التأثير يتمثل في القدرة على تحليل القضايا السياسية والأحداث بمفردهم، وهذا نتيجة المعارف المكتسبة في المجال السياسي والرغبة في إبداء رأيهم وتبادل الأفكار في هذا المجال.

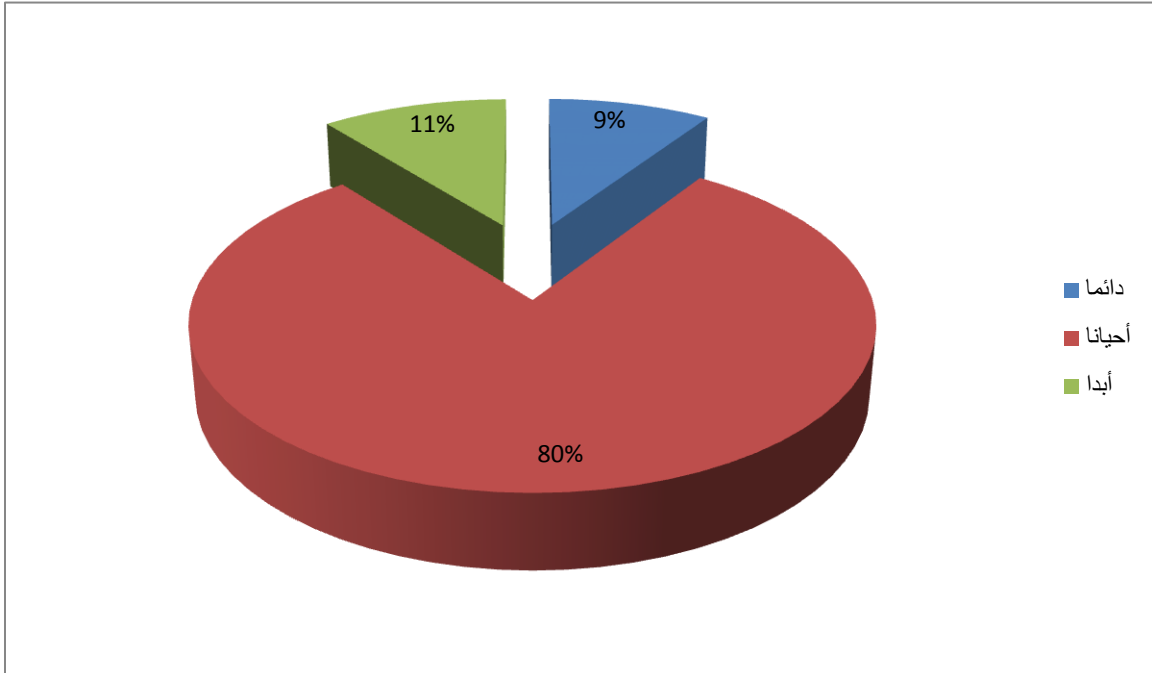
¹- أشرف عصام فريد صالح، مرجع سابق، ص 75.

جدول رقم (20): يوضح رأي المبحوثين في مدى عرض منصات التواصل الإجتماعي للمحتويات الهادفة من قبل الأشخاص المتخصصين

النسبة	التكرارات	الإجابة
9.33%	07	دائما
80%	60	أحيانا
10.67%	08	أبدا
100%	75	المجموع

يمثل الجدول أعلاه رأي الطلبة في مدى عرض منصات التواصل الإجتماعي لمحتويات هادفة في مجال السياسة من قبل الأشخاص المتخصصين، حيث بلغت نسبة الإجابة بأحيانا ب80% كأعلى نسبة وهذا راجع لعدم تعرضهم الدائم لهذه المحتويات وتلبيها الإجابة بأبدا بنسبة 10.67% هذا بسبب عدم إهتمام هذه الفئة بمثل هاته المحتويات وعدم البحث عنها، أما من أجابوا بدائما فقد مثلتهم أقل نسبة وهي 9.33%، وهذا ما يوضح أن هاته الفئة تهتم بمجال السياسة وترغب في البحث والإكتشاف في هذا المجال مما يجعلها الأكثر عرضة لهذه المحتويات دون غيرها.

الشكل رقم (08): يوضح رأي المبحوثين في مدى عرض منصات التواصل الإجتماعي للمحتويات الهادفة من قبل الأشخاص المتخصصين



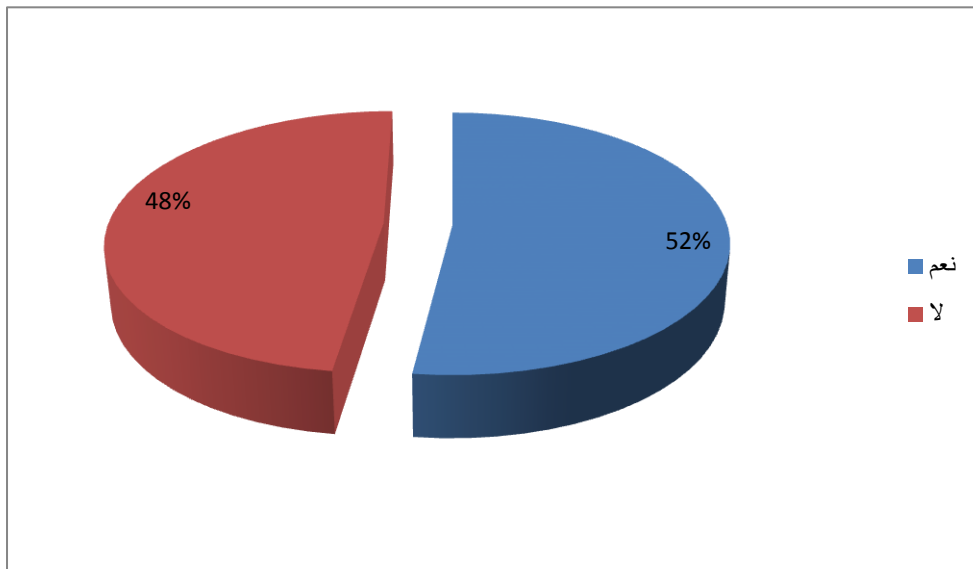
المحور الرابع: صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

جدول رقم (21): يوضح إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لهم مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات السياسية المفيدة أم لا:

النسبة	التكرارات	الإجابة
52%	39	نعم
48%	36	لا
100%	75	المجموع

يرى المبحوثون حسب نتائج الجدول أعلاه أن منصات التواصل الإجتماعي تمثل مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات السياسية المفيدة بنسبة 52% في حين يرى 48% منهم أن منصات التواصل الإجتماعي لا تمثل لهم مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات السياسية المفيدة، وهذا راجع لمصادقية هذه المعلومات حيث أن هذه الفئة يرون أنهم لا يستفيدون من المعلومات السياسية المقدمة من طرف منصات التواصل الإجتماعي في أي مجال كان علمي أو معرفي أو غيره.

الشكل رقم (09): يوضح إجابات المبحوثين حول ما إذا كانت منصات التواصل الإجتماعي بالنسبة لهم مصدراً رئيسياً للحصول على المعلومات السياسية المفيدة أم لا



جدول رقم (22): يوضح أسباب إجابة المبحوثين بـ "لا"*

المجموع		لا		نعم		أسباب الإجابة بـ "لا"
%	ت	%	ت	%	ت	
100	36	63.89	23	36.11	13	كثرة وتشعب المعلومات السياسية عبرهاته المنصات
100	36	33.33	12	66.67	24	عدم خضوع المعلومات للرقابة
100	36	77.78	28	22.22	08	نقص الخبرة في التعامل مع ما يتم عرضه عبر هذه المنصات
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يوضح الجدول أعلاه أسباب إجابة المبحوثين بـ "لا" حيث يرى فئة من الطلبة نسبتهم 66.67% أن السبب هو عدم خضوع المعلومات للرقابة، لأنها في غالب الأحيان تكون مجرد شائعات وترويج لأخبار كاذبة، أما نسبة 36.11% من الطلبة يرون أن السبب هو كثرة وتشعب المعلومات السياسية عبرهاته المنصات، أما نسبة 22.22% من الطلبة يرون أن السبب هو نقص خبراتهم في التعامل مع ما يتم عرضه عبرهاته المنصات، وهذا راجع لنقص معارفهم العلمية المكتسبة مسبقا في هذا المجال التي كان بإمكانها مساعدتهم في التعامل مع هاته القضايا.

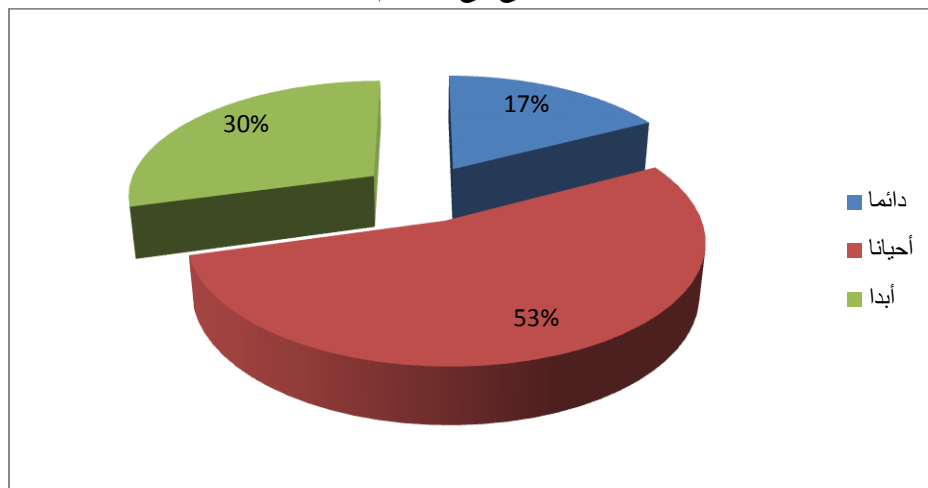
جدول رقم (23): يوضح إجابات المبحوثين عن ما إن كانوا يتبادلون المعلومات السياسية عبرهاته المواقع مع غيرهم

النسبة	التكرارات	الإجابة
17.33%	13	دائما
53.33%	40	أحيانا
29.34%	22	أبدا
100%	75	المجموع

يمثل الجدول أعلاه والذي له العلاقة مع الجدولين 15 و 20 إجابات المبحوثين عن ما إن كانوا يتبادلون المعلومات السياسية عبر هذه المواقع مع غيرهم، حيث كانت نسبة الطلبة المجيبين بأحيانا أكبر نسبة حيث بلغت 53.33%، وهذا يكون حسب أهمية هاته المعلومات السياسية بالنسبة للطلبة، أما ما نسبته 29.34% من الطلبة لا يشاركون هاته المعلومات مع غيرهم أبدا وهذا باعتبار أنها لا تهمهم أو لا يصدقونها، أما فئة

الطلبة الذين يتبادلون مختلف هاته المعلومات السياسية مع غيرهم فقد بلغت نسبتهم 17.33% كأقل نسبة، حيث يتضح هنا أن الطلبة المجيبين بدائما مهتمون بالمعلومات السياسية ويتشاركونها فيما بينهم.

الشكل رقم (10): يوضح إجابات المبحوثين عن ما إن كانوا يتبادلون المعلومات السياسية عبر هاته المواقع مع غيرهم

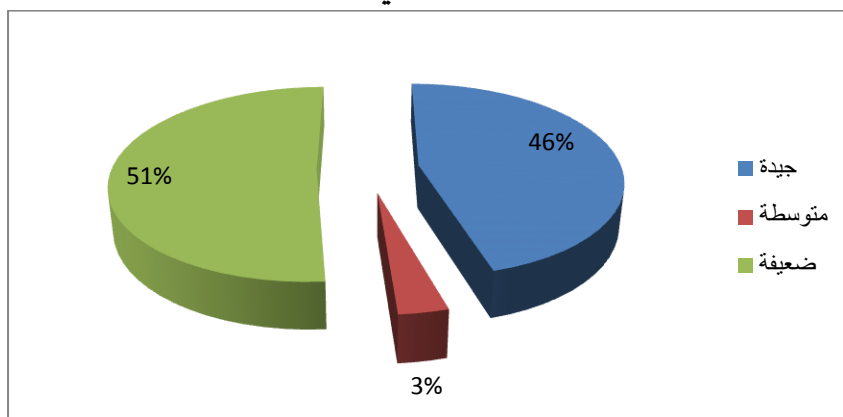


جدول رقم (24): يوضح تقييم المبحوثين للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها عبر منصات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرارات	الإجابة
10.67%	08	جيدة
77.33%	58	متوسطة
12%	09	ضعيفة
100%	75	المجموع

يوضح هذا الجدول تقييم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة لتبسة للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها عبر منصات التواصل الاجتماعي، حيث تبين النتائج أن نسبة 77.33% يقيمون هاته المعلومات على أنها متوسطة حسيم لأن هاته المعلومات أحيانا تكون في المستوى، أما الطلبة الذين يرون أنها ضعيفة فقد بلغت نسبتهم 12%، وهذا راجع لأن هذه المعلومات في كثير من الأحيان تكون غير مفيدة أو تعرض بطريقة ساخرة من طرف أشخاص لا علاقة لهم بالمجال، أما ما نسبته 10.67% يرون أنها جيدة وهذه النسبة من المبحوثين يرون أنه من الممكن أن تكون هاته المعلومات في قادم الأيام أكثر مصداقية وترتقي للمستوى المطلوب الذي يتطلعون إليه إضافة إلى أنهم قد استفادوا من هاته المعلومات سابقا بشكل كبير.

الشكل رقم (11): يوضح تقييم المبحوثين للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها عبر منصات التواصل الاجتماعي



جدول رقم (25): يوضح مدى إقتناع وتصديق المبحوثين للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها ويتلقونها من خلال منصات التواصل الاجتماعي*

المجموع		لا		نعم		مدى الإقتناع والتصديق
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	96	72	04	03	تصدق كل ما تتعرض له من معلومات سياسية
100	75	53.33	40	46.67	35	تصدق بعض ما تتعرض له من معلومات سياسية
100	75	90.67	68	9.33	07	تقتنع بكل ما تلقيته من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات
100	75	74.67	56	25.33	19	تقتنع ببعض ما تلقيته من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات
100	75	88	66	12	09	لا تصدق أي شئ مما تتعرض له من معلومات سياسية عبر هاته المنصات
100	75	78.68	59	21.33	16	لا تقتنع بكل ما تتلقاه من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يتبين من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى اقتناع وتصديق طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال للمعلومات السياسية التي يتعرضون لها ويتلقونها من خلال منصات التواصل الاجتماعي، حيث كانت أعلى نسبة وهي 46.67% لفئة الطلبة الذي يصدقون بعض ما يتعرضون له من معلومات سياسية، وهذا راجع بطبيعة الحال كما ذكرنا سابقا في الجدول رقم 14 أن أغلب المعلومات السياسية تكون مضللة أو كاذبة، لهذا

لا يصدقونها كلها، وتلميها مباشرة فئة الطلبة الذين يقتنعون بعض ما يتلقونه من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات بنسبة 25.33%، أما فئة الطلبة الذين لا يقتنعون بكل ما يتلقونه من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات فقد بلغت نسبتهم 21.33%، وهذا راجع في أغلب الأحيان إلى رداءة المضامين المقدمة فيما يخص هذا النوع من المعلومات حيث تجعل الفرد يعزف عن متابعتها أو تصديقها.

أما فئة الطلبة الذين لا يصدقون أي شيء مما يتعرضون له من معلومات سياسية عبر هاته المنصات فقد بلغت نسبتهم ب12%، وهذا بسبب تعرضهم فقط للأخبار والمعلومات الكاذبة والمضللة في هذا المجال ما جعلهم لا يصدقون أي شيء من هاته المعلومات السياسية.

أما فئة الطلبة الذين يقتنعون بكل ما يتلقونه من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات فقد مثلت نسبتهم ب9.33%، وهذا راجع لأسباب عدة كاستقائهم لهذه المعلومات من مصادر وصفحات موثوقة وذات مصداقية، أما فئة الطلبة الذين يصدقون كل ما يتعرضون له من معلومات سياسية فقد بلغت نسبتهم 04% كأقل نسبة.

جدول رقم (26): يوضح عناصر مصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي من خلال إجابات المبحوثين*

المجموع		لا		نعم		عناصر مصداقية المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	76	57	24	18	شمولية المعلومات السياسية التي تعرضها هذه المنصات
100	75	73.33	55	26.67	20	عدم التحيز في عرض المعلومات السياسية
100	75	70.67	53	29.33	22	الدقة في عرض المعلومات السياسية
100	75	73.33	55	26.67	20	وضوح مصدر المعلومات السياسية
100	75	66.67	50	33.33	25	كثرة تداول هذه المعلومة على أكثر من منصة وأيضا بقية وسائل الإعلام
0	0	0	0	0	0	أخرى تذكر

يبين الجدول أعلاه عناصر مصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي حيث كانت أكبر نسبة ب33.33% لفئة الطلبة الذين يعتبرون أن كثرة تداول هذه المعلومات على أكثر من منصة وأيضا بقية وسائل الإعلام من عناصر مصداقيتها، وهذا لأن المعلومة تكون صحيحة يكثر تداولها

وتعرضها أيضا وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون والإذاعات وغيرها لأنها مصادر في أغلب الأحيان موثوقة ولا تحتاج للتأكد من صحة معلوماتها، أما ما نسبته 29.33% من الطلبة يرون أنه من عناصر مصداقية هاته المعلومات الدقة في عرضها، مثل عرض التفاصيل عن هذا الخبر أو المعلومة وتدقيقها، أما فيما يخص عنصري عدم التحيز في عرض المعلومات السياسية ووضوح مصدر هاته المعلومات السياسية فقد تساوت نسبتها حيث بلغت نسبة كل منها 26.67%، وهذا يعود إلى مصداقية وأخلاقيات مصدر المعلومة حيث يلغي المصدر تماما معيار التحيز أو التطرف في عرضه للمعلومة وإذا كان المصدر واضح وله أخلاقيات ومبادئ فبطبيعة الحال ستكون المعلومة محل ثقة، أما شمولية المعلومات التي تعرضها هاته المنصات فقد بلغت نسبة الطلبة الذين يعتبرونها من عناصر مصداقية المعلومات السياسية 24%.

جدول رقم (27): يوضح حتمية اعتماد المعلومات السياسية التي يتم عرضها عبر منصات التواصل الإجتماعي في ظل ما يشهده العالم من تغيرات وأحداث سياسية عامة*

المجموع		لا		نعم		حتمية اعتماد المعلومات السياسية
%	ت	%	ت	%	ت	
100	75	69.33	52	30.67	23	أمر ضروري
100	75	82.67	62	17.33	13	أمر غير ضروري
100	75	96	72	04	03	أمر غير مجد
100	75	38.67	29	61.33	46	أمر مهم للتزود بالمعلومات وآخر الأخبار والأحداث

يوضح الجدول أعلاه حتمية اعتماد المعلومات السياسية التي يتم عرضها عبر منصات التواصل الإجتماعي في ظل ما يشهده العالم من تغيرات وأحداث سياسية هامة حيث يرى نسبة 61.33% من الطلبة أنه أمر مهم للتزود بالمعلومات وآخر الأخبار والأحداث وهذا راجع لمدى اهتمام هاته الفئة من الطلبة بمجال السياسة والتغيرات الحاصلة في العالم وسعيهم لإكتشاف كل ما هو جديد، أيضا يرى نسبة 30.67% من الطلبة أنه أمر ضروري لنفس الأسباب السابقة، وأما الطلبة الذين يرون أنه أمر غير ضروري فقد بلغت نسبتهم 17.33% وهذا قد يعود في كثير من الأحيان إلى اعتمادهم على وسائل الإعلام الأخرى من أجل متابعة آخر الأخبار وأحداث الأزمات السياسية في العالم، أما نسبة الطلبة الذين يرون أنه أمر غير مجد فقد مثلت نسبتهم بـ 04% وهذا يوضح عدم إهتمامهم أو إكتراثهم بالأحداث السياسية الأخيرة والتغيرات.

ثانيا: نتائج الدراسة

1- النتائج العامة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها، والتي تتمحور حول اعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، توصلنا إلى عدة نتائج:

- نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الأول:

والذي يتمحور حول عادات وأنماط اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الإجتماعي

تبين من خلال الدراسة أن المبحوثين يعتمدون منصات التواصل الإجتماعي، ولكن الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى دون منصات التواصل الإجتماعي الأخرى بالنسبة للطلبة عينة الدراسة حيث يقضون أوقاتا متفاوتة على منصات التواصل الإجتماعي وهذا من أجل الحصول على المعلومات، ذلك أن أغلب المبحوثين يتصفحون منصات التواصل الإجتماعي ليلا وهذا راجع لإنشغالهم في بقية الفترات من اليوم كالدراسة والعمل وغيرها، كما أن أكثر وسيلة يعتمدها المبحوثون من أجل تصفح منصات التواصل الإجتماعي هي الهاتف الذكي، حيث يتضح من خلال نتائج الدراسة أن المعلومات السياسية الأكثر متابعة على منصات التواصل الإجتماعي من طرف المبحوثين هي المعلومات السياسية الجزائرية.

- نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الثاني:

والذي يتمحور حول أسباب اعتماد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال على منصات التواصل الإجتماعي.

أظهرت نتائج هذه الدراسة أنه من أبرز دوافع طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال للاعتماد على منصات التواصل الإجتماعي هو إكتساب ثقافة في مجال السياسة، ويؤكد المبحوثون أن أهمية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي تكمن في أنها تكون لدى الفرد نظرة عامة عن ما يجري حوله من أحداث سياسية، كما تشكل درجة من الوعي السياسي لديهم.

- نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الثالث:

والذي يبحث في تأثيرات منصات التواصل الإجتماعي على طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة من خلال المعلومات السياسية.

حيث توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن المبحوثين يتأثرون أحيانا فقط بالمعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي، كما أن هذا التأثير يكون بشكل إيجابي وهذا من خلال الحصول على معلومات ومعارف جديدة وتغيير وتعديل سلوكياتهم السياسية إلى ما هو أفضل، إضافة إلى أن اعتماد المبحوثين على منصات التواصل الإجتماعي في المجال السياسي أثر على مفهوم الوعي السياسي لديهم حيث أصبح مفهومه هو إدراك الفرد الظروف السياسية المحيطة حيث أن اعتمادهم على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية وقت الأزمات يسير بشكل عادي.

تبين هذه الدراسة أن تأثير الاعتماد على منصات التواصل الإجتماعي على المعارف العلمية للطلبة يكون من خلال تحصيل رصيد معرفي مفيد وكافي في المجال السياسي كما أنها تؤثر على عادات تعاملهم مع مختلف القضايا السياسية من خلال توقع بعض الأحداث السياسية القادمة من خلال ما يجري الآن.

- نتائج خاصة بالسؤال الفرعي الرابع:

والذي يدرس مدى مصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الإجتماعي لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

تبين من خلال نتائج هذه الدراسة أن المبحوثين يعتبرون منصات التواصل الإجتماعي مصدرا رئيسيا لهم للحصول على المعلومات السياسية كما أن العنصر الأساسي لمصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها هاته المنصات بالنسبة للمبحوثين هو تداول هذه المعلومات على أكثر من منصة إضافة إلى تداولها أيضا على بقية وسائل الإعلام المختلفة، ويؤكد المبحوثون أن الاعتماد على منصات التواصل الإجتماعي من أجل الحصول على المعلومات السياسية أمر مهم جدا للتزود بالمعلومات والأخبار بالنسبة لهم.

2- النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

أولاً: بالنسبة للدراسة الأولى: وهي دراسة للباحثة غنية صوالحية، بعنوان إعتقاد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، الفيسبوك أنموذجاً، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة تبسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، ل.م.د، تخصص إتصال في التنظيمات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019-2020، فإن نتائج هذه الدراسة والواردة في الصفحات (373-380) تتفق بشكل كبير مع نتائج دراستنا التي تم التوصل إليها حيث أن الأساتذة الجامعيين يعتمدون على موقع الفيسبوك للحصول على المعلومات بصفة عامة، وأيضاً الطلبة الجامعيون يعتمدون على منصات التواصل الاجتماعي ككل للحصول على المعلومات السياسية ويعتمدون بصفة أكبر على موقع الفيسبوك على غرار مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

ثانياً: بالنسبة للدراسة السابقة الثانية: وهي دراسة للباحثان خالد هدار وسعاد عيساني، بعنوان دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري، مقارنة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي الجزائري، مقال منشور على المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، المجلد 04، العدد 02، بتاريخ جويلية 2019، حيث تبين أن نتائج هذه الدراسة والواردة في الصفحات (321-322) تتوافق مع نتائج دراستنا في أن الشباب الجامعي الجزائري يهتمون ويتابعون القضايا السياسية الجزائرية بشكل كبير وأيضاً من خلال دراستنا فإن الطلبة الجامعيين يميلون أكثر لمتابعة المعلومات السياسية الجزائرية.

ثالثاً: بالنسبة للدراسة السابقة الثالثة: وهي دراسة للباحث أشرف عصام فريد صالح بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2016 حيث أظهرت نتائج هذه الدراسة الواردة في الصفحات (89-91) أن الشباب الجامعي الأردني يفضل استخدام موقع الفيسبوك دون المواقع الأخرى إضافة إلى وجود أسباب لإعتماد الشباب الجامعي الأردني على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة القضايا السياسية والأحداث الجارية وذلك بدرجة متوسطة، كما بينت نتائج دراستنا وجود أسباب ودوافع لإعتماد الطلبة على منصات التواصل الاجتماعي من أجل الحصول على المعلومات السياسية.

رابعاً: بالنسبة للدراسة السابقة الرابعة: للباحثة مرام محمد مناجرة، بعنوان إعتقاد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم، دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، مقال منشور على المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جوان 2020، حيث أوضحت نتائج الدراسة الواردة في الصفحة 203 أن أفراد عينة الدراسة يثقون بمصداقية الفيسبوك بدرجة متوسطة وأنهم يعتبرونه مساهماً في تعزيز الوعي السياسي لديهم، كما أن الطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي يرون أن الإعتقاد على منصات التواصل الاجتماعي أمر مهم للتزود بالمعلومات السياسية، ويثقون بمصداقية المعلومات التي تقدمها هاته المنصات.

خاتمة

تعد منصات التواصل الإجتماعي بصفة عامة أكثر تأثيرا في الأفراد من خلال توفير الأخبار والمعلومات لهم وتسييرها بشكل يرضي المتلقي ويليق به، خاصة في عصر المعلومات هذا حيث تبين من خلال هذه الدراسة أن لمنصات التواصل الإجتماعي دور هام في إمداد الأفراد بالمعلومات التي تهمهم، كما أنها أصبحت فضاء افتراضيا أتاح للأشخاص حرية تبادل الآراء والمعلومات والأفكار وأسهمت في تزويدهم بالمعارف في مجالات عديدة خاصة منها مجال السياسة. وهذا ما جعلها وجهة لكل مستخدميها خاصة فئة الطلبة الجامعيين، الذين يتسمون بحب الإكتشاف والإطلاع وكشف الغموض، وهذا ما جعلهم يعتمدون هاته المنصات لتكوين إتجاهاتهم وآراءهم إزاء مختلف القضايا في مختلف المجالات والحصول على المعلومات السياسية.

ولقد توصلت دراستنا هذه إلى أن الطلبة يعتمدون على منصات التواصل الإجتماعي بشكل كبير وهذا لأنهم يعتبرونها متنفسا لهم للترفيه والتسلية إضافة إلى إعتقادها كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات وهذا ما أكده طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة تبسة حيث يرون أن الإعتقاد على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية أمر ضروري ومهم جدا ولا بد منه خاصة في ظل التغييرات والأحداث السياسية الجارية مؤخرا.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: الكتب

1. إبراهيم أبراش، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الإجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
2. إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر، وسائله مهاراته وتأثيراته أخلاقياته، وزارة الثقافة والتراث، ط1، قطر، 2014.
3. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
4. جاسم زكريا، المدخل إلى علم السياسة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2018.
5. جبريل بن حسن العريشي، سلمي بنت عبد الرحمان محمد الدوسري، ط1، الدار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
6. حسان شمسي باشا، ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الإجتماعي رحلة في الأعماق، ط1، دار القلم، دمشق، 2022.
7. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
8. حسنين شفيق، مواقع التواصل الإجتماعي أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، دار فكر وفن، القاهرة، 2013.
9. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الإجتماعي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
10. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، ماهية مواقع التواصل الإجتماعي وأبعادها التقنية الإجتماعية والإقتصادية والدينية والسياسية على الوطن العربي، ط1، دار النفائس، عمان، 2014.
11. خالد نعمة الجنابي، الصورة الذهنية لمجلس النواب ودور العلاقات العامة في تكوينها، ط1، دار المعتز، الأردن، 2020.

12. ربيعي مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه- مناهجه وأساليبه- إجراءاته، بيت الأفكار الدولية، عمان، 2001.
13. السيد أحمد مصطفى عمر، البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط3، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، 2008.
14. صايل زكي الخطابية، مدخل إلى علم السياسية، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
15. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار شروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
16. عبد الرحمان ابن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
17. عبد الرزاق محمد الدليبي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
18. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار النمير، دمشق، 2002.
19. علاء نجاح نوري، المعرفة السياسية في الإذاعات الدولية الموجهة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
20. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
21. علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الإجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020.
22. علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، دار اليازوري، عمان، 2014.
23. عمار بوحوش، محمد محمود النذيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
24. كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، دمشق، 2020.
25. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

26. محمود حسن إسماعيل، نظريات الإعلام، المكتب المصري للمطبوعات، مصر، 2015.
27. مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002.
28. ملفين ديفلير، سانداربول روكيتش، تر: عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1992.
29. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006.
30. مولود زايد الطبيب، علم الاجتماع السياسي، ط1، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007.
31. هشام المصري، الإعلام الرقمي السياسي، المواجهة أم الملائمة، ط1، الإسكندرية، 2020.
32. وديع العززي، الإعلام الجديد مفاهيم ونظريات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

ثانياً: الأطروحات والرسائل

1. إيمان جفال، إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي التبسي -تبسة-، أطروحة دكتوراه، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة، 2022، ص 141
2. ليلي شاشة، تصورات الشخصية القدوة لدى الطالب الجامعي، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد ملين دباغين سطيف 02، 2022.
3. أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2016.
4. حسن قطيم طماح المطيري، الإستخدامات السياسية لمواقع التواصل الاجتماعي "تويتر" من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير، تخصص الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
5. رافت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، جامعة البترا الأردنية، 2013.

6. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الإجتماعية على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، رسالة ماجستير، جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا، فلسطين، 2015.
7. شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات رسالة ماجستير، تخصص الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2015.
8. ماطر عبد الله حمدي، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الإجتماعي في التزود بالمعلومات، دراسة مسحية في جامعة تبوك بالسعودية، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2018.
9. مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك في عملية التغيير السياسي مصر نموذجاً، رسالة ماجستير، تخصص التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2012.
10. نورا داوود، أثر الإنستغرام على السلوك الشرائي لدى الإناث، دراسة عملية على طالبات الجامعات السورية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق.
11. وسام طایل البشاشة، دوافع إستخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الإجتماعي وإشباعاتها (فيس بوك وتويتر)، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا، 2013.

ثالثاً: المقالات

1. أثر وسائل التواصل الإجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر العدد 169، يوليو 2016.
- https://jsrep.journals.ekb.eg/article_48759_6e94b0a265248e0b872afa1783872761.pdf
2. أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الإجتماعية وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36، 2021.

<https://www.eimj.org/uplode/images/photo/..pdf>

3. بغداداي باي نعيمة، مفهوم السياسة والأخلاقيات السياسية عند المفكر مالك بن نبي، مجلة الحضارة الإسلامية، العدد 29، 2016.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/45/17/29/30080>

4. بن قايد فاطمة الزهراء، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مخبر بحث دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة جامعة برج بوعرييج.

https://www.academia.edu/36558907/_docx

5. جغلول زغدو، الحق في الحصول على المعلومة ودورها في مكافحة الفساد، قراءة في التشريعات ذات صلة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 08، العدد 02، 2021.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/86/8/2/150134>

6. حامد سعيد الجبر وآخرون، واقع دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 176، ج2، 2017.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/45/17/29/30080>

7. حساسي مليكة، مواقع التواصل الإجتماعي والتسويق التجاري دراسة في الأهمية والتغيرات، مجلة الحوار الثقافي، المجلد5، العدد1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/206/5/1/102141>

8. خولة بحري، تأثير منصات التواصل الإجتماعي في زيادة العزلة الإجتماعية في ظل جائحة كورونا، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 04، 2020.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/467/4/2/134517>

9. عادل جربوعة، فاطمة الزهراء تنيو، خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، 2017.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/496/1/2/93264>

10. عبد المالك بن عبد العزيز الشلهوب، مدى اعتماد الجمهور السعودي على مواقع التواصل الاجتماعي في المعرفة بقضايا المجتمع: دراسة مسحية في مدينة الرياض، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، المجلد 28.

https://www.researchgate.net/publication/338770819_mdy_atmad_aljmhwr_als_wdy_ly_mwaq_altwasl_alajtmay_fy_almrft_bqdaya_almjtm_drast_mshyt_fy_m_dynt_alryad

11. عمار خلايفية، تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد 03 بتاريخ 2022/09/30.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/778/3/3/201554>

12. قرزيز محمود، يحيواوي مريم، الطالب الجامعي وقضاء وقت الفراغ في الجزائر، دراسة ميدانية على عينة طلبة جامعة برج بوعرييج، مجلة الحقيقة، العدد 35، 2015.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/49/14/4/8163>

13. هاجر بوعموشة، المحتوى الرقمي المؤثر عبر موقع الإنستغرام ودوره في تشكيل ثقافة الإستهلاك لدى المرأة الجزائرية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2022.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/212/6/2/198917>

رابعاً: المواقع الإلكترونية

1. راندا عبد الحميد، موضوع عن نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام متاح على الرابط:

https://maqaal.com/topic.media_dependency_Theory/، 6 فيفري 2023، الساعة 21:30.

2. لبنى مهدي، ما هي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؟ متاح على الرابط:

<https://WWW.google.com/ampts/e3arbi.com.media/>، يوم 5 فيفري 2023، على الساعة 20:30.

3. مات أليقرين، فريق أبحاث WSR إحصائيات وحقائق وإتجاهات IWSI AGRAM لعام 2023،

2023/04/05 متاحة على الرابط <https://www.websiterating.com>، 2023/04/17، على الساعة 14:17.

4. إيهاب فرحات، إكتشف 10 إحصائيات فيسبوك ستحول تسويقك في عام 2023 في 2023/03/12

متاح على الرابط: <https://ihabexpress.com>، 29 أبريل 2023، على الساعة 17:50.

5. معجم الغني، متاح على الرابط <https://www.arabehome.com/mojam/q>، 2023/02/04، الساعة 21:30.
6. معجم لغة الفقهاء، متاح على الرابط، <https://www.atinternational.org/forums/showthread.php?t=1578>، 2023/02/05، الساعة 23:30.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

السنة الثانية ماستر

استمارة استبيان لدراسة بعنوان

إعتماد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل
الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية
دراسة ميدانية على عينته من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال
بجامعة تبسة

تحية طيبة مباركة:

نرجوا من سيادتكم الإجابة على هذا الاستبيان بكل حرية وأمانة لخدمة موضوع بحثنا عنوانه المذكور أعلاه، حيث أننا نسعى إلى جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات من أجل تحقيق الأهداف المسطرة وهذا الأمر لا يتحقق دون مساعدتكم. علما أن المعلومات المستقاة سوف تستخدم في أغراض علمية فقط ويتم التعامل معها بسرية تامة. تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير على تعاونكم.

إشراف الأستاذ:

أ.د قراد راضية

من إعداد الطالبة:

نرجس جلاب

المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية (الشخصية):

- 1- النوع: ذكر أنثى
- 2- السن: من 18 سنة إلى 20 سنة من 21 سنة إلى 23 سنة 24 سنة فما فوق
- 3- المستوى الدراسي :
- 4- التخصص :

المحور الثاني: عادات وأسباب اعتماد طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الاجتماعي .

5- أي منصات التواصل الإجتماعي تعتمد ؟

- الفيسبوك اليوتيوب الإنستغرام التويتر
- أخرى تذكر :

6- كم من الوقت تقضي متصلا على هاته المنصة او المنصات في اليوم ؟

- أقل من ساعة
- من ساعة الى ساعتين
- ساعتين ونصف
- ثلاث ساعات إلى خمس ساعات
- أكثر من خمس ساعات

7- ماهو أفضل وقت لتصفح منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة لك ؟

- الفترة الصباحية
- فترة منتصف النهار
- الفترة المسائية
- ليلا
- ليس هناك وقت محدد

8- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها لتصفح منصات التواصل الإجتماعي؟

- هاتف ذكي لوح إلكتروني حاسوب محمول حاسوب مكتبي

- أخرى تذكر:.....

9- أي المعلومات السياسية تتابع على هذه المنصات؟

- المعلومات السياسية المحلية الجزائرية
 - المعلومات السياسية العربية الإقليمية
 - المعلومات السياسية العالمي

- أخرى تذكر :

10- ما نوع المعلومات السياسية التي تفضل الحصول عليها من خلال منصات التواصل

الاجتماعي؟

- المعلومات السياسية الخاصة بسياسة الإحتواء
 - المعلومات السياسية الخاصة بسياسة التكتل
 - المعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الاقتصادية
 - المعلومات السياسية الخاصة بالسياسة الأيديولوجية

- أخرى تذكر.....

11- أي دافع تعتمد على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية؟

- لأنها فضاء افتراضي يتيح التبادل الحر للأراء والمعلومات السياسية

- إكتساب ثقافة في مجال السياسة

- لأنها تساعد في تشكيل الأراء السياسية بسبب الطرح المتنوع لها

- تلفت إنتباهك للمعلومات السياسية

- تبني رأي أو فكرة معينة في المجال السياسي

- ملئ وقت الفراغ

- متابعة آخر ما صدر في السياسة

- أخرى تذكر

12- هل ترى أن أهمية منصات التواصل الإجتماعي في تقديم المعلومات السياسية تكمن في ؟

- إمام المستخدم بالمعلومات والحقائق السياسية
- تتكون لدى الفرد نظرة عامة عن ما يجري حوله من أحداث سياسية
- تحقق درجة من الوعي السياسي تجاه أفكار وقضايا معينة
- أخرى تذكر.....

المحور الثالث: آثار الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياسية بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة .

13- هل تتأثر بالمعلومات السياسية التي تقدمها لك منصات التواصل الاجتماعي ؟

- دائما أحيانا أبدا

14- هل ترى أن هذا التأثير:

- إيجابي سلبي

15- في حالة ما إن كان هذا التأثير إيجابي هل يتمثل ذلك في :

- الحصول على معلومات ومعارف جديدة
- تغيير في السلوك السياسي إلى الأحسن
- تعديل سلوك سياسي قديم وتكوين سلوك جديد
- أخرى تذكر :

16- في حالة ما إن كان هذا التأثير بالسلب ، يتمثل ذلك في :

- ظهور سلوكيات سياسية سلبية
- رداءة المضمون
- التعرض لمحتويات غير موثوقة وغير هادفة
- أخرى تذكر :

17- هل ترى أن اعتمادك على منصات التواصل الاجتماعي في المجال السياسي أثر على

مفهومك للوعي السياسي من خلال اعتباره ؟

- الحصول على معارف سياسية جديدة

- إدراك الفرد الظروف السياسية المحيطة
- تكوين اتجاه فكري نحو السياسة في الوقت الحاضر
- أخرى تذكر.....

18- هل ترى أن إعتماذك على منصات التواصل الإجتماعي وقت الأزمات السياسية للحصول

على المعلومات السياسية :

- يرتفع
- ينخفض
- يسير بشكل عادي

19- هل أثار إعتماذك على مواقع التواصل الاجتماعي في المجال السياسي على معارفك

العلمية من خلال؟

- التمتع بنظرة علمية تساعدني في تفسير وتحليل القضايا السياسية
- تحصيل رصيد معرفي مفيد في المجال السياسي
- القدرة على تكوين رأي أو إتجاه سياسي معين
- أخرى تذكر :

20- هل ترى أن إعتماذك على مواقع التواصل الاجتماعي أثار على عادات تعاملك مع

مختلف القضايا السياسية من خلال؟

- القدرة على تحليل القضايا السياسية بمفردك
- توقع بعض الأحداث القادمة من خلال ما يجري الآن
- أخرى تذكر.....

21- في رأيك هل ترى أن منصات التواصل الإجتماعي تعرض محتويات هادفة من قبل

أشخاص متخصصين :

- دائما
- أحيانا
- أبدا

المحور الرابع: صدق المعلومات السياسية التي تقدمها منصات التواصل الاجتماعي بالنسبة لطلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة.

22- هل تعتبر أن منصات التواصل الاجتماعي مصدرا رئيسيا في الحصول على المعلومات السياسية المفيدة؟

نعم لا

23- إذا كانت الإجابة ب لا هل يعود ذلك إلى:

- كثرة وتشعب المعلومات السياسية عبر هاته المنصات
- عدم خضوع المعلومات للرقابة
- نقص الخبرة في التعامل مع ما يتم عرضه عبر هذه المنصات
- أخرى تذكر.....

24- هل تتبادل المعلومات السياسية التي اعتمدها عبر هذه المواقع مع غيرك؟

دائما أحيانا أبدا

25- ما هو تقييمك للمعلومات السياسية التي تتعرض لها عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

جيدة متوسطة ضعيفة

26- عند إنتهائك من تصفح منصات التواصل الاجتماعي فإنك :

- تصدق كل ما تتعرض له من معلومات سياسية
- تصدق بعض ما تتعرض له من معلومات سياسية
- تقتنع بكل ما تلقيته من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات
- تقتنع ببعض ما تلقيته من من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات
- لا تصدق اي شئ مما تتعرض له من معلومات سياسية عبر هاته المنصات
- لا تقتنع بكل ما تتلقاه من معلومات سياسية من خلال هاته المنصات

27- حسب رأيك ما هي عناصر مصداقية المعلومات السياسية التي تقدمها لك منصات

التواصل الاجتماعي؟

- شمولية المعلومات السياسية التي تعرضها هذه المنصات
- عدم التحيز في عرض المعلومات السياسية
- الدقة في عرض المعلومات السياسية
- وضوح مصدر المعلومات السياسية
- كثرة تداول هذه المعلومة على أكثر من منصة وأيضاً بقية وسائل الإعلام
- أخرى تذكر:

28- في ظل ما يشهده العام من تغييرات وأحداث سياسية هامة هل ترى في ذلك حتمية

للإعتماد على المعلومات السياسية التي يتم عرضها عبرها المنصات؟

- أمر ضروري
- أمر غير ضروري
- أمر غير مجد
- أمر مهم للتزود بالمعلومات وآخر الأخبار والأحداث.

شكراً على تعاونكم



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

إذن بالإيداع

أنا الموقع أدناه، الأستاذ(ة): رائدة قراد الرتبة: أستاذة للتعليم العالي
المشرف على مذكرة الماستر تحت عنوان: العضادات الطلبة الجامعية على منصات
التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات السياحية: دراسة ميدانية
حسب عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة تبسة
والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: الدراسات السياحية
من إعداد:

1. الطالب(ة): نيس حبس جلاب
2. الطالب(ة):

أصرح بأنني تابعت المذكرة عبر جلسات إشرافية خلال الموسم الجامعي 2023/2022 ، وأنها تتوفر على الشروط العلمية الأكاديمية والأسس المنهجية والجوانب الشكلية والموضوعية والتي تجعلها مؤهلة للعرض أمام لجنة المناقشة.

وعليه أجاز هذه المذكرة للإيداع لدى أمانة القسم

تبسة في:.....

توقيع الأستاذ المشرف ،
رائدة قراد



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

تصريح شرفي

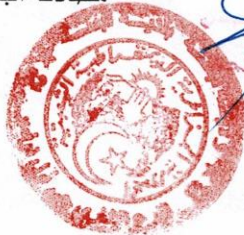
يتضمن الإلتزام بالأمانة العلمية لانجاز البحوث

ملحق القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/07/20

أنا الموقع أدناه، الطالب(ة) : محمد جلال رقم التسجيل : 18-183/02-17-18
صاحب بطاقة التعريف رقم : 404190803 المؤرخة في : 2023/01/14
الصادر عن بلدية / دائرة : العقبة تبسة
والمسجل في ماستر : استكمال التلميذ خلال السنة الجامعية : 2023 / 2022
والمكلف بإنجاز مذكرة ماستر بعنوان : استكمال الطلبة الجامعيين
على ماتر العلوم الإنسانية والاجتماعية للحصول على الخلاصات
البيانية البيانية من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
تحت إشراف الأستاذ(ة) : الاستاذة فتيحة
أصرح بشرفي أنني إلتزمت بالمعايير العلمية والمنهجية والأخلاقية المطلوبة في إنجاز البحوث
الأكاديمية وفقا لما نص عليه القرار رقم 933 المؤرخ في 2016/07/20 المحدد للقواعد المتعلقة
بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها، وأتحمل أي مخالفة لهذا القرار وكل ما يترتب عنه
من عواقب قانونية.

تبسة في : 30 مايو 2023

مصادقة البلدية



ملخص الدراسة:

هذه الدراسة بعنوان إعتقاد الطلبة الجامعيين على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، والتي تهدف إلى معرفة إعتقاد طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة على منصات التواصل الإجتماعي من أجل الحصول على المعلومات الخاصة بالسياسة، وهي من المواضيع المهمة التي تستدعي من الطالب البحث فيها، وتم إستخدام المنهج الوصفي الذي يتخلله التحليل من أجل وصف الظاهرة المراد دراستها، أما التحليلي فقد إستخدم لتحليل البيانات وتفسيرها والوصول إلى النتائج، كما تمت الإستعانة بالإستبيان والملاحظة البسيطة كأدوات لجمع البيانات الخاصة بالدراسة.

ولقد توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن الطلبة الجامعيين يعتمدون فعلا على منصات التواصل الإجتماعي للحصول على المعلومات السياسية، كما يعتبرون أنها ذات مصداقية في عرضها للمعلومات السياسية، إضافة إلى تأكيدهم على ضرورة إعتقادها للحصول على هاته المعلومات السياسية لأنها بالنسبة لهم أمر في غاية الأهمية.

الكلمات المفتاحية: الإعتقاد، الطلبة الجامعيين، منصات التواصل الإجتماعي، المعلومات السياسية.

Abstract

abstract of the study:

This Study Is Entitled University Students Accreditation On Social Media Platforms For Political Information And Aims To Learn More About The Accreditation Of Students In The Department Of Information And Communication Sciences At The University Of TEBESSA On Social Media Platforms To Obtain Political Information, This Is An Important Topic For The Student To Consider. And The Descriptive Approach Of The Analysis Was Used To Describe The Phenomenon To Be Studied, The Analysis Was Used To Analyze And Interpret The Data And Achieve The Results And The Questionnaire And Simple Observation Were Used As Tools To Collect The Study Data.

The Results Of This Study Revealed That Undergraduate Students Actually Rely On Social Media Platforms For Political Information And Are Considered Credible In Their Presentation Of Political Information. And To Stress That They Should Rely On This Political Information Because It Is Very Important To Them.

Keywords: accreditation, undergraduate students, social media platforms, political information.