وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الوادي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل م د) في علم الاجتماع

تخصص: اتصال

إعداد الطالبة:
✓ **بوخلوة مريم**

إشراف:
– أ.د عريق لطيفة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	المؤسسة الأصلية	الصفة
عبد الباسط هويدي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الوادي	رئيساً
لطيفة عريق	أستاذ التعليم العالي	جامعة الوادي	مشرفاً ومقرراً
سليم دحه	أستاذ التعليم العالي	جامعة الوادي	ممتحنا
ربيحة نبار	أستاذ التعليم العالي	جامعة الوادي	ممتحنا
رابح رياب	أستاذ التعليم العالي	جامعة ورقلة	ممتحنا
عماد الدين خواني	أستاذ التعليم العالي	جامعة سطيف	ممتحنا

السنة الجامعية: 2025/2024م

الاهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى فيض الحب والحنان والنبض الساكن في عروقي إلى من مهد لي طريق العلم أبي العزيز وأمي الغالية اللذان كنت أتمنى أن تكونا حاضرين لتشاركاني هذه اللحظات

وأتمنى من الله عز وجل أن يكون هذا العمل صدقة جارية عني وعنكما، فاللهم تقبل.

وإلى نجوم سمائي وسندي في الحياة اخوتي اخواتي.

إلى أخوتي التي لم تلدهم لي أمي وولدتهم لي الأيام وكانوا لي سندا وحافزا.

شكر وعرفان

أجدد نيتي لله تعالى في هذا البحث المتواضع...

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

الحمد والثناء والشكر لله العلي القدير على نعمه الظاهرة والباطنة وتوفيقي لإنجاز هذا البحث.

واعترافا بالفضل وتقديرا للجميل ليسعني إتمام إعداد هذا البحث إلا أن أتوجه إلى الأستاذة المشرفة: "عريق لطيفة"

لقبولها الإشراف على الرسالة، وعلى توجيهاتها السديدة، ونصائحها الدقيقة، وملاحظاتها القيمة، ، فجزاها الله عني خير الجزاء، وبارك الله لها في وقتها وعملها، مع التمني لها دوام التفوق والنجاح إلى أعلى المراتب في مشوارها العلمي.

كما أتقدم بالشكر وعظيم الامتنان لأساتذة كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، وكلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر

وأتقدم بالشكر والعرفان إلى الأساتذة" لجنة المناقشة "الذين تحملوا عناء قراءة وتفحص المذكرة

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي، حيث أجريت الدراسة على عينة من طلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي. وتم الاعتماد على في هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث شملت عينة طبقية مطبقة على 250 طالب وطالبة، أما أداة جمع البيانات فتمثلت في الاستمارة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج كان منها:

- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة.
- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الاسلامي عند أفراد العينة.
- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني عند أفراد العينة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند أقراد العينة تعزى لمتغير الانتماء السياسي.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع للاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي عند أقراد العينة تعزى لمتغير التخصص.

الكلمات المفتاحية: دور، شبكات التواصل الاجتماعي، الاتجاهات، الاتجاهات السياسية.

Abstract:

The current study aims to explore the role of social media in shaping political attitudes among university students. The study was conducted on a sample of law and political science students at the University of Shahid Hama Lakhdar in Eoued. A descriptive approach was adopted, involving a stratified sample of 250 students. The data collection tool used was a questionnaire. The study reached several conclusions, including:

- There are statistically significant differences related to the use of social media among the sample members attributed to the variable of political affiliation.
- There are statistically significant differences related to the satisfactions achieved from social media among the sample members attributed to the variable of specialization.
- There is a correlational relationship between the use of social media and national orientation among the sample members.
- There is a correlational relationship between the use of social media and Islamic orientation among the sample members.
- There is a correlational relationship between the use of social media and secular orientation among the sample members.

Keywords: Role, Social Media, Attitudes, Political Attitudes.

فهرس المحتويات

فهرس الموضوعات	الصفحة
الاهداء	أ
شكر وعرفان	ب
ملخص الدراسة	ج
فهرس المحتويات	د
فهرس الجداول	ز
مقدمة	2
الفصل الأول: موضوع الدراسة	
تمهيد	4
أولا– الإشكالية	6
ثانيا– أسباب اختيار الموضوع	8
ثالثا– أهمية وأهداف الدراسة	9
رابعا– منهج وفرضيات الدراسة	10
خامسا– تحديد مفاهيم الدراسة	11
المفاهيم المشابهة لمفاهيم الدراسة	29
الدراسات العربية	30
الدراسات المحلية	40
الدراسات الأجنبية	43
المقاربة النظرية	44
خلاصة	48
الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي (والفيسبوك)	
تمهيد	50
أولا– نشأة الشبكات الاجتماعية	51
ثانيا– أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	52
ثالثا– أنواع التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي	53
رابعا– خصائص شبكات التواصل الاجتماعي	54
خامسا– وظائف وسائل التواصل الاجتماعي	55
سادسا– متغيرات شبكات التواصل الاجتماعي: فوائد وإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي	57

سابعا– دور شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي وحملات الاتصال: من منظور سوسيولوجي وإعلامي	60
ثامنا– النظريات المفسرة لدور شبكات التواصل الاجتماعي:	62
خلاصة	69
الفصل الثالث: الاتجاهات السياسية	
تمهيد	71
أولا– نشأة الاتجاهات السياسية	72
ثانيا– أهمية الاتجاه السياسي	72
ثالثا– مكونات الاتجاه السياسي	73
خامسا– عوامل تكوين الاتجاهات السياسية	80
سابعا– الاتجاهات المفسرة لموضوع الاتجاهات السياسية	81
ثامنا– علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاهات السياسية	89
خلاصة	90
الفصل الرابع: اسهامات الفيسبوك في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي	
تمهيد	92
أولا– نشأة الجامعة	93
ثانيا– أهداف الجامعة	94
ثالثا– خصائص الجامعة	95
رابعا– وظائف الجامعة	95
خامسا– معوقات الجامعة كمؤسسة بحثية تخدم المجتمع	96
سادسا– الطلبة والعمل السياسي	96
خلاصة	99
الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة	
تمهيد	101
أولا– مجالات الدراسة	102
ثانيا– الأدوات المستخدمة في الدراسة:	106
ثالثا– الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:	117
خلاصة	118
الفصل السادس: مخرجات الدراسة الميدانية	
تمهيد	120

تحليل الجداول على ضوء البيانات الشخصي	121
النتائج العامة	354
أ/ عرض نتائج محور البيانات الشخصية على ضوء الدراسات السابقة	354
ب/ عرض ومناقشة النتائج الفرضية الأولى التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير(الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الانتماء السياسي)على ضوء الدراسات السابقة	355
ج/ عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع للاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، التخصص، منطقة السكن، الانتماء السياسي) على ضوء الدراسات السابقة	357
د/ عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة	359
هـ/ عرض والمناقشة نتائج الفرضية الرابعة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الاسلامي عند أفراد العينة	360
و/ عرض والمناقشة نتائج الفرضية الخامسة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني عند أفراد العينة	360
خاتمة	
قائمة المراجع	365

فهرس الجداول

رقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع طلبة حقوق وعلوم سياسية حسب القسم والتخصص	104
02	يبين نسبة اتفاق المحكمين على استمارة المقياس	108
03	يبين معاملات ارتباط الفقرات بالمجموع الكلي	110
04	يوضح ألفاكرونباخ لكل محور في المقياس	116
05	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	121
06	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	121
07	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	122
08	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	123
09	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	124
10	يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	125
11	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الانتماء السياسي	126
12	يوضح توزيع علاقة الجنس باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة	128
13	يوضح توزيع علاقة السن باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة	130
14	يوضح توزيع علاقة الحالة الاجتماعية لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	133
15	يوضح توزيع علاقة المستوى التعليمي لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	136
16	يوضح توزيع علاقة منطقة السكن لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	138
17	يوضح توزيع علاقة الانتماء السياسي لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي	141
18	يوضح أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة	143
19	يوضح عدد ساعات استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	145
20	يوضح توزيع مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة	146
21	يوضح نوعية اسم المستخدم عند ولوج أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.	148
22	يوضح توزيع علاقة الجنس باستخدام اسم مستعار لولوج أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي	149
23	يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي لمتغير الجنس لدى أفراد العينة	149
24	يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير السن	152
25	يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي	154

	حسب متغير التخصص	
26	يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة مختلف شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير منطقة السكن	156
27	يوضح الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لمتغير الانتماء السياسي	157
28	يوضح المواضيع التي يتصفحها أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي	159
29	يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه الوطني	162
30	يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه الإسلامي	171
31	ا يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه العلماني	176
32	يوضح علاقة وقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الوطني	180
33	يبين علاقة وقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي	186
34	يوضح علاقة وقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني من طرف أفراد العينة	190
35	يوضح علاقة مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة بالاتجاه الوطني	193
36	يوضح علاقة مكان استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي	201
37	يوضح علاقة مكان استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني	205
38	علاقة الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الوطني	209
39	يوضح الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي	221
40	يوضح الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني	228
41	يوضح علاقة استخدام افراد العينة لشركات شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه الوطني	235
42	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه الإسلامي	244

43	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه العلماني	249
44	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه الوطني	255
45	يوضح علاقة علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه الإسلامي	263
46	يوضح علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاههم السياسي لأفراد العينة بالاتجاه الوطني	274
47	يوضح علاقة علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاههم السياسي بالاتجاه الإسلامي	291
48	يوضح علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالاتجاه الوطني	311
49	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالاتجاه العلماني	331
50	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تناولهم للأحداث والقضايا والمواضيع السياسية والوطنية بالاتجاه الوطني	336
51	يوضح علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تناولهم الأحداث والقضايا والمواضيع السياسية والوطنية بالاتجاه الإسلامي	343

مقدمة

مقدمة:

في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدأت شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة بسيطة للتواصل الشخصي في أوائل الألفية الثالثة ففي عام 2002 ظهرت Friendster ثم عقبتها Myspace التي لاقت رواجا كبيرا بين الشباب، وفي عام 2004 اكتشف الفيسبوك الذي أحدث ثورة في العالم وغير من طريقة التواصل الاجتماعي، ليأتي التوتير بعده في 2005 حيث أضاف بعدا آخرا في كيفية استهلاك المحتوى.

كما تزايد جمهور هذه الشبكات حتى أصبحت أدوات حيوية تؤثر في مختلف جوانب الحياة خاصةً في الجانب السياسي حيث يعكس ذلك تغيراً جذرياً في كيفية تفاعل الأفراد مع السياسة والمشاركة في العملية الديمقراطية، كما اتخذ الناشطون سواء الأفراد العاديين أو السياسيون شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة مؤثرة في الحملات السياسية ليجعلوا من هذه الشبكات أداة تحدي يستخدمونها لنشر برامجهم السياسية وأفكارهم بين أوساط الشعب بسرعة تخول لهم الوصول إلى الرأي العام، كذلك تتيح هذه الشبكات للأفراد وخاصة الطلبة الجامعيين فرصة للتفاعل والبحث السريع وتبادل الأفكار والمعلومات حول القضايا السياسية كما يعكس هذا التفاعل مدى تأثير هذه الشبكات على سلوكهم.

وفي عام 2010 نجد أن العالم بأسره شهد مشاركة شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي. حيث استخدمها كل الأفراد ومنهم الطلبة الجامعيين في نقل تفاصيل الاحتجاجات والمظاهرات الشعبية، ونقل الأفكار والصور والفيديوهات لحظة بلحظة وذلك لتحفيز الأفراد ومنهم الطلبة الجامعيين والتأثير.

حيث شهد استخدام الطبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي اعتمادا ملحوظا مما أتاح لهم تبادل المعلومات والأخبار في مجالهم الدراسي أو في مجال القضايا الإجتماعية أو السياسية، حيث شارك الطلبة في الحملات التوعوية مثل الصحة، حقوق الانسان، والنشاطات السياسية كالحملات الانتخابية مثل تشجيع زملائهم في المشاركة في الانتخابات وإعطاء تصويتهم لمن يستحق ذلك، والاحتجاجات الطلابية، كما حدث خلال الحراك الشعبي في الجزائر أين شارك الشباب الجامعي في المظاهرات الاحتجاجية التي دامت لفترة زمنية.

وبفضل هذه المشاركات السياسية زاد معها وعي الطلبة الجامعيين بالقضايا والمواضيع السياسية المتنوعة الشيء الذي ساعدهم في المشاركة والتفاعل السياسي مع ذويهم من الطلبة أو رجال السياسة حيث مكنهم ذلك من التعبير عن آرائهم الشخصية بكل حرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي فتحت أمامهم الآفاق لكتابة مقالات ونقل صور وفيديوهات وصنع محتوى خاص بهم مما عزز شعورهم بالانتماء لوطنهم لكن هذا لا يخلو من أنهم في مواجهة كبيرة مع وجهات نظر مختلفة مع زملائهم أو شخصيات سياسية، خاصة إذا تعرضوا لمعلومات متناقضة والمضللة، وهنا يجد الطلبة أنفسهم أمام تحديات عديدة مما يجعلهم من الصعب اتخاذ موقف أو قرار صائب، وهذا بدوره يؤثر على تشكيل آرائهم السياسية اتجاه القضايا المطروحة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تحتاج منهم إلى

خبرة ووعي أكبر للرد والتحقق ونقد تلك الأفكار والآراء المختلفة بسيطة كانت أو معقدة خاصة إذا كانوا يفتقرون إلى المعلومات الدقيقة والمهارات اللازمة لتحليل وتقييم ما يعرض أمامهم من أخبار وأفكار قد تكون أكبر من سنهم وخبرتهم في الحياة، إضافة إلى تدخل الآخرين والسياق الاجتماعي من عادات وتقاليد وقيم فهذا يجعل الأمر أكثر صعوبة عليهم.

لذلك تأتي هذه الدراسة لِلتعرف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين وطلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي بالخصوص. حيث احتوت على مجموعة من الفصول مقسمة كما يلي:

الفصل الأول شمل على توضيح الإشكالية المحورية التي ترتكز عليها الدراسة، ثم الأسباب التي دفعت لاختيار هذا الموضوع وأهميته في ظل التغيرات الاجتماعية والسياسية الحالية، كما تم تحديد منهج الدراسة وفرضياتها، فضلاً عن توضيح المفاهيم الأساسية المتعلقة بالدراسة والمفاهيم المشابهة لها.

وفي الفصل الثاني، تم تناول ماهية شبكات التواصل الاجتماعي وأهم الاتجاهات النظرية التي تدرس تأثيرها.

أما الفصل الثالث تم فيه تناول الاتجاه السياسي، مستعرضًا الاتجاهات النظرية المرتبطة به.

ثم الفصل الرابع، تم فيه تسليط الضوء على الطالب الجامعي، وتناول السمات المميزة له ودوره كفاعل في الحياة السياسية.

وتناول الفصل الخامس الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة التي احتوت على مجالات الدراسة والأدوات المستخدمة وبعدها الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة.

أما الفصل السادس والأخير جاء فيه مناقشة مخرجات الدراسة الميدانية، ثم مناقشة نتائج الدراسة المختلفة بناءًا على الفرضيات المحددة.

وأخيرا الخاتمة والمقترحات والتوصيات التي قد تسهم في تعزيز الفهم لدور شبكات التواصل الاجتماعي في الحياة السياسية للطلبة.

ومنه هذه الدراسة تسعى إلى تقديم رؤية شاملة عن كيفية تأثير هذه الشبكات على الوعي وتكوين الإتجاهات السياسية للشباب الجامعي الأمر الذي يسهم في تعزيز دورهم كمواطنين فاعلين في المجتمع.

الفصل الأول:

موضوع الدراسة

تمهيد

أولا- الإشكالية

ثانيا- أسباب اختيار الموضوع

ثالثا- أهمية وأهداف الدراسة

رابعا- منهج وفرضيات الدراسة

خامسا- تحديد مفاهيم الدراسة

سادسا- المفاهيم المشابهة لمفاهيم الدراسة الحالية

سابعا- الدراسات السابقة

ثامنا- المقاربة النظرية

تمهيد:

في ظل التطورات السريعة في التكنولوجيا وانتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت هذه الشبكات ليست مجرد وسائل للتواصل الاجتماعي بل أدوات فاعلة في تشكيل وتأثير الآراء والاتجاهات السياسية للأفراد، وخاصة بين الشباب والطلبة الجامعيين حيث تهدف الدراسة الحالية إلى فهم عمق الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل مواقفهم وآرائهم السياسية.

كما يعزى اختيار هذا الموضوع إلى أهمية التأثير المتزايد لشبكات التواصل الاجتماعي في الساحة السياسية، وضرورة فهم عمق هذا التأثير على الأفراد خاصة الطلبة الجامعيين الذين يمثلون جزءاً مهماً من المجتمع ومستقبله السياسي. كما تهدف الدراسة إلى تحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية، وفهم الآليات التي تحكم هذا التأثير، بالإضافة إلى إبراز أهمية تفاعل الطلبة الجامعيين مع المحتوى السياسي على هذه الشبكات.

كذلك سيتم تناول تحديد مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاهات السياسية، وفهم كيفية تفاعل هذه المفاهيم مع بعضها البعض لتشكيل الاتجاه السياسي لدى الطلبة الجامعيين. بالاضافة إلى استكشاف المفاهيم المشابهة لمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي والتأثير السياسي، مثل المفاهيم السياسية كالانتماء السياسي والولاء والنظريات الاجتماعية المفسرة لدور شبكات التواصل الاجتماعي في الميدان السياسي.

كما تتضمن الدراسة استعراضًا لبعض الأبحاث السابقة التي تناولت هذا الموضوع، والتي ستساهم في بناء فهم أعمق لسياق البحث الحالي، وتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية.

وعليه فإن هذا الفصل يوضح الخلفية والأهداف والمنهج المتبع في دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

أولا- الإشكالية:

شهدت المجتمعات البشرية مجموعة من التطورات مست جميع مجالات الحياة خاصة في السنوات الأخيرة التي ميزها استخدام المعلومة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، هذه الأخيرة التي ساهمت في عولمة العالم من خلال ادماجها في الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية، فمنذ عشرينات القرن العشرين تطلعت الأفراد والجماعات إلى المشاركة في ابداء آرائهم في جميع الميادين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة التي لم تعد كمنصات للتواصل بين الأفراد بل أصبحت أدوات حيوية تؤثر على الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية بشكل كبير وملحوظ بسبب التفاعل الفوري والواسع النطاق، حيث مكنت الأفراد من التعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية بسهولة وبسرعة، بالإضافة إلى مساهمتها في تشكيل الرأي العام وتوجيه الرؤى نحوى عدة قضايا عالمية سواء من خلال التفاعل المباشر مع الأحداث الجارية أو عن طريق البرامج والحملات السياسية التي تنشر على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

لكنها وإن سارت بخطى متثاقلة إلا أنها وصلت إلى الوطن العربي لاسيما الجزائر التي فتحت الباب أمام الديموقراطية في تسعينات القرن العشرين حيث اعتبرت أحداث أكتوبر 1988 منعرجا حاسما في تاريخ التحول السياسي وظهور مجموعة من الاتجاهات السياسية: الإسلامية، الوطنية والعلمانية.... الخ

فقد ساعدت شبكات التواصل الاجتماعي رجال السياسة بشكل متزايد في نشر مبادئهم وبرامجهم السياسية من خلال عملية التأثير وإقناع الجماهير بمجموعة من الأفكار والآراء التي تشكل في مجملها الاتجاه السياسي حيث يعمل الساسة والمهتمون بتطوير العمليات الاقناعية في شتى المجالات بغية التأثير في الجماهير ونشر اتجاهاتهم السياسية عبر الحملات السياسية الرقمية والاعلانات المستهدفة للوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع وهذا ما يزيد من مشاركة الناخبين وانخراطهم في العملية السياسية، حتى يكونوا مشاركين فعالين في الحوارات السياسية، وأن يؤثروا على القرارات السياسية من خلال التعبير عن آرائهم والتفاعل مع السياسيين والمنظمات السياسية عبر تلك الشبكات التواصلية.

إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الميدان السياسي تطور بشكل كبير وأثر بشكل ملحوظ على طريقة مشاركة جميع أفراد المجتمع خاصة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون كل الأنواع المتاحة لديهم كاليوتيوب وانستجرام وتيك توك...وغيرها كأدوات للتواصل الاجتماعي، أين نجدهم يستفيدون منها في عدة نواحي من حياتهم، كالتواصل مع الأقارب والتفاعل مع زملائهم والأساتذة، والتعرف على الأخبار اليومية، وأيضًا توفر لهم منصة للتعبير عن آرائهم والمشاركة في النقاشات الأكاديمية والثقافية، وتساعدهم على زيادة الوعي بالقضايا السياسية والاجتماعية المختلفة.

لكن بالمقابل تواجههم عدة مخاطر أثناء استخدامهم لهذه الشبكات، فقد يتم تداول الأخبار المزيفة والمعلومات غير الموثقة حول أحداث اجتماعية أو سياسية مما يؤدي إلى إشاعة الشائعات أو التأثير بشكل سلبي على تصوراتهم ومعرفتهم، خاصة إذا لم يكن لهم القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة

والشائعة، ويفتقرون إلى الخبرة الكافية للتحقق من صحة المعلومات والتأكد منها، فالتأثيرات الخارجية قد تحاول توجيه الطلبة بأفكار معينة أو التأثير على آرائهم ومواقفهم بطرق غير شرعية، مما يؤثر على قدرتهم في صنع القرار الصائب أو تكوين أي اتجاه سياسي.

كما تمكن شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة من التفاعل مع المنشورات والآراء المختلفة، وفتح عدة نقاشات في فهم وتقييم مختلف الاتجاهات السياسية المتاحة على الساحة ومتابعة الأحداث والتطورات السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حتى يتمكنوا من المشاركة السياسية وتعزيز فهمهم الشخصي للقضايا السياسية والاجتماعية، والتفاعل البناء مع المحتوى السياسي الذي ينشر على تلك الشبكات.

فمن خلال أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كأداة قوية في دعم وتعزيز قدرة الطلبة الجامعيين على المشاركة الفعالة في الحوارات واتخاذ القرارات المدروسة في المستقبل، جاءت هذه الأطروحة التي تسلط الضوء على أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وتكوين الاتجاهات السياسية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين بالجامعة الجزائرية، ومنها طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، باعتباره الفئة المثقفة القادرة على التكيف، وإحداث التغيير أكثر من الفئات الأخرى.

فإلى أي مدى تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي؟

التساؤلات الفرعية:

1- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند أفراد العينة تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الانتماء السياسي)؟

2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع للاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، التخصص، منطقة السكن، الانتماء السياسي)؟

3- هل توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة؟

4- هل توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الاسلامي عند أفراد العينة؟

5- هل توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني عند أفراد العينة؟

ثانيا- أسباب اختيار الموضوع:

إن تغير المجتمع وظهور التكنولوجيا واستخداماتها ورغبة الفرد نحو التقليص والوصول الى الأهداف من أقصر الطرق، واستفحال ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعلات الرقمية وجهت جود الباحثة نحو هذه الدراسة فكانت بين الذاتية والموضوعية:

1- **أسباب ذاتية:** اذا كانت الاسباب الذاتية محكومة بذاتية الباحثة و انطباعاتها نحو الموضوع و احكامه المسبقة فان هذه الأخيرة موجهة من طرف الباحثة و معايشتها لفترتين: الأولى تميزت بالاتصال التقليدي البسيط الذي لم يعرف الشبكة و الرقمنة، و الثانية تميزت باتساع استخدام شبكة الانترنت و شبكات التواصل الاجتماعي، حيث اتضح جليا التغير على مستوى التفكير، و الوسائل، و ادماج الرقمنة في شتى المجالات لاسيما المجال السياسي و كأن مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات للتأثير و صناعة الاتجاه السياسي و كسب المؤيدين بغض النظر عن نوع و طبيعة التوجه السياسي.

عموما قد تبلورت الأسباب الذاتية في:

أ- الاهتمام الشخصي بالموضوع والرغبة في البحث فيه بطريقة علمية محكمة، وهذا نابع من الانتشار المذهل لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، وقوتها في التأثير على الأفكار وتكوين الاتجاهات.

ب- رغبة الباحثة في الوقوف على الاتجاهات السياسية المتفاعلة في الوسط الجامعي فمن خلال ملاحظتها الشخصية على الاستخدام المتزايد لشبكة التواصل الاجتماعي والفيسبوك بشكل خاص أدى بنا إلى دراسة التغيرات الحاصلة جراء تفاعل الطلبة الجامعيين في جميع المجالات خاصة المجال السياسي، ومعرفة آثار ذلك التفاعل السياسي في تكوين الاتجاهات السياسية لدى مستخدميه من طلبة الحقوق والعلوم السياسية.

2- **أسباب موضوعية:** تتمثل في:

أ- تناول الدراسة أحد شبكات التواصل الاجتماعي وهو الفيسبوك، الذي استحوذ على وقت وعقول المستخدمين، ومنهم طلبة الحقوق والعلوم السياسية حيث مكنهم من الولوج إلى جميع المجالات دون عناء لا سيما المجال السياسي.

ب- توفر شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك على خصائص كثيرة منها سرعة استيعابها ومرونتها، مع خدماتها والتنوع في مضامينها وتعدد وسائطها ومستويات الاتصال فيها، الشيء الذي جعل هذه الشبكات الاجتماعية أداة سهلة مرنة ومساعدة في نشر ما يرغب طلبة الحقوق والعلوم السياسية على جميع الأصعدة خاصة السياسية.

ج- الدور الفعال الذي حققه الفيسبوك في تنمية التواصل السياسي والمشاركة السياسية ونشر الوعي السياسي سواء على مستوى الفرد في حد ذاته أو في المجتمع ككل.

د- تزايد خدمات الفيسبوك في المشاركة بطريقة غير مباشرة في حل بعض القضايا المختلفة المحلية أو الوطنية أو الدولية وفي جميع المجالات، فكانت هذه الدراسة للوقوف والتعرف على أهم هذه الخدمات، خاصة ما يتعلق بتكوين وتشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين.

ذ- الاسهام في إثراء البحوث والدراسات العلمية بدراسة توضح العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) والمجال السياسي.

ثالثا- أهمية وأهداف الدراسة:

1- أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة الحالية التي هي بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي" فيما يلي:

أ- تبرز أهمية هذا الموضوع من أهمية التطور التكنولوجي في مجال الشبكات الرقمية و استخدامها في مجالات الحياة المختلفة، وكذا أهمية الوسيلة التي نعني بها شبكات التواصل الاجتماعي عامة بما أحدثته من تغييرات غير مسبوقة في تاريخ الإنسانية، خاصة ظهور الفيسبوك، بما يقدمه من خدمة تبدأ بالطابع الافتراضي لتصل إلى الحقيقة الملموسة في جميع المجالات، منها المجال السياسي وتكوين الاتجاهات والنظم السياسية والحزبية، و خلق فرص للحوار ومناقشة كل ما يهتم بإدارة الجماعة و رسم السياسات الحاكمة، والتأثير الذي تمارسه على المستوى الفردي و المجتمعي، لتؤكد للجمهور أن شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك أخرجت وسائل الاعلام من وسائل متحكم فيها تخدم التوازن الاجتماعي الى وسائل تساهم في إحداث التغيرات وتحسين الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

ب- كذلك تكتسي هذ الدراسة أهميتها من أهمية الاتجاهات السياسية التي تلعب دور في تكوين شخصية الفرد في المجال السياسي حتى يستطيع فهم ومواجهة القضايا السياسية ذات الأبعاد المختلفة في وطنه وخارجه.

ج- تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالغة في فهم كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي السياسي لدى طلبة الجامعات، حيث تشكل هذه الشبكات الآن جزءًا أساسيًا من حياتهم اليومية ومصدرًا رئيسيًا للمعلومات والتواصل، من خلال فهم تأثير هذه الشبكات، يمكن تطوير استراتيجيات تعليمية وتربوية تساعد على تعزيز الوعي السياسي والمشاركة الفعالة في النقاشات العامة بين الشباب.

ح- كما تتمثل أهمية هذه الدراسة في تحديد العوامل التي تؤثر في تشكيل الرأي السياسي للطلبة الجامعيين، وتوجيههم نحو المشاركة الفعالة في الحوارات العامة، مما يساهم في تعزيز الديمقراطية والتفاعل السياسي بين الشباب في المجتمعات الحديثة.

2- أهداف الدراسة:

ككل الدراسات العلمية الاجتماعية تتلخص اهداف الدراسة الحالية الموسومة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي في النقاط المرتبطة ارتباطا وثيقا مع الأسئلة الفرعية والوقوف على دور شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الحقوق والعلوم السياسية من خلال:

1- الوقوف على عادات استخدام طالب الحقوق والعلوم السياسية لموقع الفايسبوك.

2- محاولة التعرف على الإشباعات التي يحققها طالب الحقوق والعلوم السياسية من استخدام الفايسبوك.

3- محاولة تقييم الفايسبوك كمنصة للتفاعل الاجتماعي في تحديد نوع الاتجاه السياسي لدى طالب الحقوق والعلوم السياسية.

4- محاولة معرفة أسلوب شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية (وطني – اسلامي- علماني) لدى طالب الحقوق والعلوم السياسية.

5- التعرف على نظرة طالب الحقوق والعلوم السياسية لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية (وطني –اسلامي- علماني)

6- التعرف على الاشباعات المحققة من استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي.

7- تحديد التحديات والمخاطر التي قد تنشأ من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الآراء السياسية للطلاب، مثل انحياز الخوارزميات وانتشار المعلومات غير الدقيقة.

رابعا- منهج وفرضيات الدراسة:

أ- المنهج المستخدم في الدراسة:

تتوقف مصداقية النتائج المحصل عليها في العلوم الاجتماعية خاصة على مدى نجاح الباحث في اختيار المنهج العلمي المناسب، والعينة الممثلة التي بإمكانها ان تعطي نتائج قابلة للتعميم.

في دراستنا هذه إرتأينا أن نتبع خطوات المنهج الوصفي:" الذي يعد من المناهج المناسبة للبحوث الآنية، والذي يصف لنا الظاهرة كما هي موجودة في الواقع ويهتم بوصفها وصفا كيفيا وكميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى[1].

كما يصف المنهج الوصفي الظاهرة، وذلك من خلال عرض خصائص وصفات الشيء الموصوف، وتحديدها بدقة مع بيان الظروف والعلاقات ذات الصلة بالواقع[2].

---

[1]عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 8، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2016، ص 138.

[2]مبروك بن عيسى، مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط 1، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 72.

وهذا لا يتأتى إلا عن طريق مجموعة من المراحل التي تبدأ بتحديد الإشكالية، فصياغة الفرضيات وتحديد أدوات جمع البيانات بعد تحديد مجتمع الدراسة وعينته، ومن ثمة اختبار الفرضيات من خلال الدراسة الميدانية، من خلال اتباع المنهج الوصفي التحليلي في دراستنا الحالية، حيث انه يساعد على وصف الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في حياتنا الاجتماعية والسياسية، ويحلل كيفية تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي.

ب- فرضيات الدراسة: تعتبر الفرضية نقطة انطلاق للبحث تهدف إلى الخوض في موضوع معين بغية الوصول إلى نتائج نهائية.

الفرضية هي تخمين ذاتي على شكل حل مؤقت يقترحه الباحث في بداية بحثه، ويتحقق منه عن طريق المادة المتوفرة لديه.[1]

الفرضية هي بيان يطرح توقعًا أو تفسيرًا محتملًا حول علاقة معينة بين متغيرين أو أكثر، ويستخدم كقاعدة للاختبار العلمي، كما تهدف الفرضية إلى تقديم إطار عمل للدراسة، حيث يمكن اختبارها باستخدام أساليب إحصائية لتحديد ما إذا كانت النتائج تدعمها أو لا.

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات الفعّالة التي غزت مجتمعنا، خصوصًا بين فئة الشباب، مثل الطلبة الجامعيين، إذ تتيح هذه الشبكات للأفراد الوصول إلى معلومات متنوعة ومناقشات مختلفة في شتى الموضوعات والقضايا الاجتماعية والسياسية، مما قد يؤثر في آرائهم وميولهم السياسية. كما تستهدف هذه الدراسة استكشاف دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي من خلال وضع عدة فرضيات بحثية تهدف إلى تحليل الفروق والارتباطات بين استخدام هذه الشبكات وعدد من المتغيرات الاجتماعية والسياسية وهي كالآتي:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند أفراد العينة تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الانتماء السياسي).

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع للاشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، التخصص، منطقة السكن، الانتماء السياسي).

3- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة.

4- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الاسلامي عند أفراد العينة.

5- توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني عند أفراد العينة.

[1] غريب حسين، آليات طرح الفرضيات في الدراسات النفسية-بين إلزامية الطرح وإمكانية التخلي-، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، العدد الثاني، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الجلفة، الجزائر، ب س، ص 75.

خامسا- تحديد مفاهيم الدراسة

لكل دراسة سوسيولوجية مجموعة من المصطلحات والمفاهيم العلمية يقف عندها الباحث أثناء دراسته العلمية لموضوع بحثه، لذلك عليه بتحديد معناها اللغوي والاصطلاحي حتى يسهل عليه فهم دلالتها العلمية الحقيقية، ونزع اللبس والغموض الذي قد يؤدي إلى الفهم الخاطئ للدراسة سواء من طرف الباحث أو القارئ، لأن المفهوم هو أساس المعرفة العلمية ومنه تتكون أشكالها ومستوياتها المختلفة[1]

وفي دراستنا الحالية مجموعة من المفاهيم العلمية التي يجب علينا تحديدها حتى نتمكن من إيصال المعنى الحقيقي للموضوع، والوصول إلى المعنى الاجرائي الصحيح الذي يترجم لنا ذلك التناسق بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية.

1- مفهوم الدور:

أ- لغة: جاءت كلمة (الدور) من خلال عملية الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل(دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه.

وعرف قاموس(وبيستر) الدور لغوياً على حسب موضعه: فهو الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد، وهو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية[2].

- **و**حسب معجم Woutburg Bloch نجد كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية Rotulas وتعني عدة معان، فمن جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة ثانية ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية. وابتداءا من القرن 11م تغير مفهوم الدور إلى وظيفة اجتماعية أو مهنية[3].

ب- اصطلاحا: يعرف الدور بأنه هو السلوك الفعلي والجانب الديناميكي للمركز، فهناك علاقة وثيقة بين الدور الاجتماعي والمركز، والدور مصطلح علائقي لأن الفرد يؤدي دورا في مواجهة دور شخص اخر، فالأفراد هم من يؤدي الأدوار او يشغلون المراكز، وليس التنظيمات او النظم او الأنساق الفرعية.[4]

وكذلك يعرف الدور بأنه الوظيفة، بمعنى السلوك الذي يؤديه الجزء من أجل بقاء الكل.[5]

---

[1]عثمان عمر بن عامر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ط1، دار الكتاب الوطنية بن غازي، 2002، ص 14.

[2]محمد كشيش، خشان الموسوي، أثر موقع العراق الجغرافي السياسي في مستقبل علاقته مع دول المجال الأسيوي الجديد، رسالة ماجستير في الجغرافية السياسية، قسم الجغرافية، جامعة الكوفة، العراق، 2021، ص9-11 .

[3]عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد02، جوان 2020، ص 292.

[4]رؤى لؤي عبد الله، الثقافة السياسية ودورها في تكوين الاتجاهات، المجلة السياسية والدولية، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية، العراق، ص 1112.

4سمرناصر عبد الوهاب، دور رجال الأعمال في التغير الاجتماعي والثقافي، مجلة كلية الآداب، جامعة بور سعيد، العدد11، ص40.

كما يعرف الدور بأنه مجموعة من المسؤوليات والأنشطة، والصلاحيات الممنوحة لشخص أو فريق، ويمكن أن يكون لهما أدوار متعددة.[1]

الدور هو ذلك السلوك الذي يؤديه الجزء من أجل بقاء الكل، وتشكل أنماط العلاقات الاجتماعية بين الأدوار الشخصية جوهر البناء الاجتماعي، ولبناء المجتمع كاملا لا بد من تلاحم أنماط العلاقات بين النظم الاجتماعية.[2]

بالإضافة إلى أن الدور الاجتماعي مركب من مجموعة أنماط السلوك المتعارف عليها، والمصاحبة لمركز محدد.[3]

جـ- اجرائيا: بعد عرضنا لمجموعة من التعاريف الاصطلاحية للدور يمكن ان نتفق على ان الدور في دراستنا الحالية نقصد به مجموعة الوظائف التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي في شتى المجالات ومنها المجال السياسي، باعتبارها مؤسسة من المؤسسات الاجتماعية للوصول الى اهداف معينة.

2- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- مفهوم الشبكات: تتمثل في:

لغة: "الشبكات"وهي جمع لكلمة شبكة التي جاءت من الفعل شبك، فالعرب تقول شبك الشيء أي نشب بعضه في بعض، وشبكت الأمور أي تداخلت واختلطت [4].

اصطلاحا: تعرف الشبكة بأنها شبكة داخلية ضمن شركة أو مؤسسة، هدفها الأساسي هو مشاركة معلومات وموارد الشركة بين الموظفين والدخول إلى الشبكة يتم من خلال اسم مستخدم وكلمة مرور.[5]

كما تعرف الشبكة بأنها النظام العالمي الذي يتصل بعضه البعض بواسطة عناوين منفردة معتمدة على بروتوكول الإنترنت، حيث تعتبر وسيط ناقل للمعلومات بين أجهزة الكمبيوتر المتصلة به، بواسطة أنظمة تحكم في البيانات وبروتوكولات وعناوين خاصة، من أجل تبادل المعلومات والموارد بينها.[6]

---

[1]دينا رامس محفوظ بيت زايد، دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة أسعار النفط، رسالة قدمت لاستكمال متطلبات الحصول علي درجة الماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2017، ص 9.

[2]سمر ناصر عبد الوهاب، دور رجال الأعمال في التغير الاجتماعي والثقافي (بحث اجتماعي ميداني)، مجلة كلية الآداب، جامعة بور سعيد، مصر، العدد الحادي عشر، يناير 2018، ص 40.

[3]العقبي الأزهر، المراكز والأدوار الاجتماعية ومحدداتها الثقافية في النظام الأسري العربي، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الثامن جوان 2012، ص 82.

[4]حداد نريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دكتوراه غ منشورة، تخصص اعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018-2019، ص 19

[5]إبراهيم السنوسي نصر، مقدمة الأنترنت،

[6]ميمي محمد عبد المنعم توفبق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس 193، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني)، مصر، 2018، ص8.

الشبكات عبارة عن تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها إما من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وقد مرت الشبكات الاجتماعية بعدة مراحل، وفي كل مرة وظيفة جديدة تزيد من قيمتها التفاعلية، سواء بين الأفراد أو بين الشعوب، ولم تكتفي بوظيفتها الاجتماعية بل تعدى الأمر إلى المجال السياسي، خاصة في الوقت الحاضر أين كثرت الثورات والنزعات السياسية في الدولة الواحدة أو بين الدول.[1]

إذا كانت الشبكة هي مجموعة من العقد المتشابكة، فإن الشيفرة هي النقطة التي يتقاطع فيها مُنحنَيَا هذه الشبكة، وتكون الشيفرات متفاوتة فيما بينها ارتباطًا بالشبكة، ولكن تزيد هذه الشيفرات من أهمية الشبكة عن طريق امتصاص المزيد من المعلومات المرتبطة بها، ومعالجتها بأكثر كفاءة إذ لا تتبع أهمية الشيفرة النسبية من معالم تقنية محددة، بل من قدرتها على المساهمة في تحقيق أهداف الشبكة[2].

وتعبر الشبكات عن عالمين مختلفين مرتبطين ببعضهما البعض، عالم افتراضي رقمي موجه ومنظم لعالم آخر ينتج عنه التأثير، والفعل هو العالم الحقيقي الذي سيظهر النتائج بشكل تظاهرات واحتجاجات، والدول عادة ما تخشاهما معا، ولكن التأثير يتحكم به متغيرين أساسيين، الأول هو حجم انتشار التكنولوجيا في المجتمع، والثاني نوع الاستعمالات والاشباع الذي تحققها التكنولوجيا لأبناء المجتمع.[3]

تناولت هذه المفاهيم مجموعة من الصفات والوظائف التي تؤديها الشبكات، وذلك حسب نوعية العلاقة الموجودة أو المكان أو الهدف الذي أسست من أجله. كما نجد أن الدور الذي تؤديه هذه الشبكات في المجتمع يتأتى من تأثير وتأثر بين الوسيلة والأحداث أو المعلومات التي تنشرها شبكات التواصل الاجتماعي بين الأفراد.

ب- التواصل:

- **لغة:** إذا رجعنا لكلمة وصل، فإن الواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء حتى يعلقه، والوصل ضد الهجران، ويعني الرسالة التي ترسلها إلى صاحبك. [4]

عرفه الفيومي فقال: "وصلت الشيء بغيره وصلاً فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع".[5]

---

[1] نضال عبد الله بريخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، عمادة الدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الصحافة والاعلام، غزة، فلسطين، 2015، ص62.

[2] إدريس الغزواني، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقاربة تأويلية مجلة عمران، المجلد 9، العدد 33، جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب، 2020، ص 146.

[3] علي عبد الفتاح، الإعلام التفاعلي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 م، ص 52.

[4] ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي(أنواعه-ضوابطه-آثاره-ومعوقاته)، ماجستير غ منشورة في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، كلية أصول الدين، غزة، 2011، ص 7.

[5] الحسين أسعد بن ناصر بن سعيد، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد ١٦٩ الجزء الثالث، يوليو لسنة ٢٠١٦ م.

اصطلاحا: التواصل يدل على عملية نقل الأفكار، والتجارب وتبادل المعلومات والأحاسيس بين الأفراد والجماعات، وقد ينبني هذا التواصل على الموافقة أو على المعارضة والاختلاف.

ويعرف شارلزكولي Charles Cooley التواصل بأنه: "هو الميكانيزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور، إنه يتضمن كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال وتعزيزها في الزمان. كما يشمل تعابير الوجه، وهيئات الجسم، والحركات ونبرة الصوت، والكلمات والكتابات والمطبوعات، والقطارات والتلغراف والتليفون، وكل ما يشمله آخر ما تم في الاكتشافات في المكان والزمان.[1]

جـ- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

يعرف **(زاهر راضي)** شبكات التواصل الاجتماعي بأنها:" منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ويتم ربطه مع أعضاء لهم نفس الهوايات والاهتمام عن طريق نظام اجتماعي الكتروني.

أما **(محمد عواد)** يعرفها بأنها:" تركيبة اجتماعية الكترونية تتم صناعتها سواء من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، ويزداد عمق هذه العلاقات على حسب طبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص".[2]

(على شقرة): شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع على شبكة الأنترنت، وكل من يملك حسابا يستطيع التواصل بعدة طرق (كتابة، صوتا، وصورة)، مع من يريد سواء من يملكون حسابا في هذه المواقع، أو أشخاصا طبيعيين كالأصدقاء القدامى أو أصدقاء عمل، أو زبائن أو أشخاص معنويين كالشركات والمؤسسات، حيث يمكن تبادل الأفكار والآراء والمشاعر أو الترويج لسلع أو منتج معين، وإنجاز الأعمال في مجتمع افتراضي[3].

ويعرف **(تينر)** شبكات التواصل الاجتماعي بأنها:" تلك الوسائل التي تمكن من تحويل كميات هائلة من المعلومات الالكترونية، وتسمح لأي عدد من المستخدمين للوصول، ودمج وتسلسل المعلومات وفقا لتفضيلاتهم ومتطلباتهم، وبالتالي فإنه يمكن أن تتجاوز الحدود التي يمليها موضوع معين"

---

[1] عبد الرحمان عمار، جمهورية الفايس بوك السلطة الافتراضية (دراسة استطلاعية لعصر ما بعد الحداثة)، دار بغدادي للنشر والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2014 م، ص23 ص24.

[2] نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث الصادرة عن جامعة زيان عاشور، العدد 11-12، 2013 م، جامعة الجلفة، الجزائر.

[3] فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، قدمت هذه الرسالة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2015، ص61.

– ويعرفها الباحثان **(بويد وأليسون) بأنها:** " صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الويب، تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم (public profil)، أو شبه متاح للعموم في اطار نظام محدد، كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة الأصدقاء)".[1]

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها: مواقع أو تطبيقات أخرى مخصصة لإتاحة الفرصة للمستخدمين، للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات، تعليقات، رسائل، صور.... إلخ، وبالتالي يغطي مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي المستخدم في هذه الدراسة جانب البرمجيات والتطبيقات، ولا يغطي جانب الأدوات المستخدمة كالأجهزة المختلفة، من الحواسب المكتبية والنقالة واللوحية والهواتف الذكية وتقنيات الاتصالات.[2]

– وعرفها **(إيلسون وستينيلفد ولامب)** بأنها مواقع الكترونية تتيح للفرد إنشاء صفحة شخصية، أو عامة، أو شبه عامة، من خلال نظام محدد، بحيث تشتمل هذه الصفحة على قائمة الاتصالات الخاصة به، والخاصة بالمستخدمين الآخرين، الذين يشاركونه الاتصال من خلال نفس النظام.[3]

(جورج سيمل): الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مجموعة التفاعلات المتبادلة، بين الأفراد والمجموعات وبذلك يعرف النظرية العلائقية، حيث يهتم بجانب أساسي وهو الجانب الشكلي، حيث يرى أن المهم في الشبكة الاجتماعية ليس في محتوى التبادلات الاجتماعية، ولكن في طبيعة التفاعلات التي تتم بين مختلف الأطراف، حيث أن الأهم من وجهة نظره هو التساؤل عن العلاقة هل هي متجانسة، أو عادلة، أو متساوية أومتبادلة.[4]

وتعرف شبكات التواصل الاجتماعي أيضا بأنها: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت ومكان يشاؤون، واكتسبت اسمها الاجتماعي لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية[5].

---

[1]هدار خالد، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب الجزائري نحوي عملية التغير السياسي في الوطن العربي، الشباب الجامعي الجزائري أنموذجا، المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية، 2016 م، ص 188.

[2]جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (من القبيلة الى الفيسبوك)، ط4، الامارات العربية المتحدة، 2014م، ص 20.

[3]لبنة خليل عمر عامر، درجة استخدام المرشدين التربويين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا المهني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الارشاد النفسي والتربوي، جامعة عمان العربية، كلية العلوم التربوية والنفسية، الأردن، 2017، ص5.

[4]داود جفافلة، إشكالية توطين مصطلح الشبكات الاجتماعية الرقمية في النسق العربي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 31، ديسمبر 2017، ص509.

[5]ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2017 م، ص 35.

– تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكات تفاعلية سهلة الدخول، وتسمح للمستخدمين بمشاركة اهتماماتهم، وتتناسب مع كل الفئات والأعمار[1]

– شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع الكترونية تسمح للأفراد ببناء شبكات اجتماعية وذلك بالتعريف بأنفسهم واهتماماتهم وتوجهاتهم، واختيار اصدقائهم ضمن مجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة أو سرية، كما يمكنهم تبادل ونشر المواد المكتوبة والصور وأفلام الفيديو، ومجموعة من الأدوات لتسهيل عملية الاتصال والتواصل.[2]

– تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى (الويب) تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون في نفس المصالح، لبناء ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية تمكن المستخدمين التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية.[3]

– كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجتمعات إلكترونية ضخمة، تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية، بواسطة الوسائل والخدمات المقدمة مثل التعارف والصداقة والمراسلة والمحادثة الفورية وإنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد

والمؤسسات المشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديوهات والبرمجيات، كما تشير وسائل التواصل الاجتماعي إلى التفاعل الشخصي بين الأشخاص من خلال وسائل وأدوات محددة تجمع بين التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي، وهذا بهدف نشر المعرفة والمعلومات بسرعة لعدد كبير من المستخدمين وتتمثل هذه الأدوات في الإنترنت mayspace و facebookو twitter youtube[4].

---

[1] شيماء الهواري، محمود محمد أحمد، مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحتي BBC عربي، قناة DW الألمانية عربي، مجلة الدراسات الإعلامية –المركز الديمقراطي العربي – برلين –ألمانيا – العدد الثامن أغسطس 2019، ص 32.

[2] فاطمة صالح علي الخطيب، آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم، أطروحة دكتوراه مقدمة في تخصص أصول التربية، جامعة اليرموك، كلية التربية، قسم أصول التربية، الأردن، 2017، ص10.

[3] شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015، ص 7.

[4] بن يحي حميدة، أونيس عبد المجيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة ميدانية من المستهلكين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والتكامل في الاقتصاد العالمي، جامعة أمحمد بوقرة، الجزائر، المجلد رقم 14 العدد الأول، 2020، ص 3.

وهي كذلك مواقع على الأنترنت ذات صبغة اجتماعية وتشاركية، تهدف إلى تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه أو مشكلة ما، وهذه الشبكات تعكس عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.[1]

شبكات التواصل الاجتماعي هي منظومة من الشبكات الإلكترونية، التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء الموقع الخاص، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.[2]

كما تعرف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيسبوك، واتساب، لينكد، ويوتيوب، وما إلى ذلك باسم وسائل التواصل الاجتماعي. وتؤدي هذه المواقع وظائف ربط الأفراد ومجموعات الأفراد معا. وتعد وسائل التواصل الاجتماعي أيضا مصدرا جيدا لتبادل أي نوع من المعلومات ولإبقاء المواطن على اطلاع جيد بالأحداث العالمية المعاصرة، يطلق على العصر الرقمي حقا عصر المعلومات لحقيقة أن التقنيات المعاصرة قد ضغطت على الوقت والمكان في تبادل المعلومات في الوقت الفعلي في جميع أنحاء العالم[3].

– شبكات التواصل الاجتماعي هي مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم نفس الاهتمامات وتخصصات، حيث تتيح لهم مشاركة الملفات والصور، وتبادل مقاطع الفيديو وانشاء المدونات وارسال الرسائل، واجراء المحدثات الفورية. ووصفت هذه الشبكات بالاجتماعية بفضل عملية التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة، وتقوي بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت[4].

– شبكات التواصل الاجتماعي عبارة عن مواقع اكتسبت صفة مواقع الشبكة الاجتماعية التي تجمع بين العديد من أدوات الإنترنت المختلفة وذات شعبية كبيرة، وعلى سبيل المثال الفيس بوك التي تعمل كأداة للاتصال الشخصي والتفاعلي الذاتي مثله مثل ما يعرف بالبلوق أو موقع على شبكة الانترنت الشخصية، حيث يتيح خدمة الرسائل الفورية، ويمكن استخدامه كمنتدى للنقاش...الخ.[5]

---

[1] عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التربية، جامعة نزوى، كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية، تخصص ارشاد نفسي، الأردن، 2014–2015، ص18

[2] محمد فاضل علي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017، ص 5.

[3] Muhammad Zuair khan, Social Media and Political Socialization of Students in Higher Education Institution in Khyber Pakhtunkhwan,Pakistan, xi5lkogretem Online-Elementary Education Online, 2021, vol 20, issue5,p 3664.

[4] ياسر عبيد الله، رمزي عودة، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشبابي بالحق في التنظيم، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث المجلد 4، العدد 1، 2019، ص 271.

[5] مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،2016 م، ص109.

التعريف الاجرائي:

شبكات التواصل الاجتماعي هي كل المنصات الرقمية، التي توفر تفاعلا من خلال ما يظهر على واجهتها من نصوص وصور وفيديوهات، لتلبي رغبة لدى المستخدمين، ومن بين شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك الذي يعتبر الأكثر استخداما وانتشارا، باعتباره منصة يتفاعل ويتبادل فيها الطلبة الجامعيين مع الآخرين المعلومات والأخبار التي تخص مجتمعهم والعالم ككل خاصة السياسية منها، بغية تكوين موقف أو رأي حول موضوع أو قضية سياسي.

د- مفهوم الفيسبوك:

يركز مؤسسه **(مارك زوكربيرج)** على أنه موقع ويب مجاني خاص محدود المسؤولية، كملكية خاصة لشركة facebook، فالمستخدمون يمكنهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها الندينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وارسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.[1]

كما يرجع اسم **الفيسبوك** إلى اسم الدليل الذي تسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها،وسمي بوجه الكتاب أو كتاب الوجود يضع فيه الطلاب أسماء وصور زملائهم أصدقائهم ومعلومات مختصرة عنهم، فهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين، وتمكينهم من تبادل المعلومات والملفات،و الصور الشخصية ومقاطع الفيديو[2]...

الفيسبوك شبكة اجتماعية حضيت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خاصة الشباب في جميع أنحاء العالم، ويعد موقع الفيس بوك أشهر المواقع على الشبكة العالمية، ورائد التواصل الاجتماعي، ومنبر افتراضي للتعبير، واتخذه الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية العاجزة الفاشلة.[3]

كذلك **الفيسبوك** هو موقع تفاعلي على الأنترنت يستطيع مستخدميه بناء صفحة شخصية خاصة بهم، وإمكانية تبادل المحتوى فيما بينهم.[4]

---

[1]أمينة يحي نبيح، الاتصال الرقمي والاعلام الجديد، موقع Facebook نموذجا، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2018، ص 119.

[2]سعداوي فاطمة الزهراء، الحاج سالم عطية، مواقع التواصل الاجتماعي و تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري- الفيسبوك نموذجا-مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3 ،1121- : ISSN- 12 (02) 2020،2170.

[3]نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث الصادرة عن جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 11-12 2013، م، ص5.

[4]عثمان احسان عيدان، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن، ،قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015، ص 12.

ويرى (ماركزوكربيرج) أن الفيس بوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، ويمكنه السيطرة على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وهو موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما، من خلال الإدلاء والمشاركة بما يرغبون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكانا أكثر انفتاح[1]

تعليقا على معظم كل هذه التعريفات للفيسبوك نجد أن العلماء والباحثين عبروا فيها عن مكانة الفيسبوك بين الشباب واستخداماته المتنوعة، سواء على مستوى الفرد أو المجتمع في جميع المجالات.

ويقصد بالفيسبوك الموقع الأكثر شهرة وتداول في الجزائر في التواصل الاجتماعي، وأصبح يلعب دورا محوريا في الحياة السياسية، وذلك لما يوفره من سهولة ومرونة في نقل الاخبار وسرعة تداولها بين المتتبعين خاصة ما بعد حراك 22 فبراير.[2]

التعريف الاجرائي: الفسبوك منصة اجتماعية يتفاعل ويتبادل من خلالها طلبة الحقوق والعلوم السياسية الأفكار والمعلومات والأخبار، في مختلف المجالات منها المجال السياسي من أجل تكوين وجهة نظرهم حول قضية أو حدث سياسي.

هـ- مفهوم تشكيل الاتجاهات السياسية:

- مفهوم الاتجاه:

يعريف (ألبورت) الاتجاه بأنه حالة عقلية أو حالة من الاستعداد العقلي والعصبي منظمة من خلال الخبرة تمارس تأثيرا توجيهيا وديناميا على استجابات الأفراد بالنسبة لجميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها هؤلاء الأفراد.[3]

كما يعريف (ردكيتش) الاتجاه بأنه عبارة عن تنظيم يكتسبه الفرد في موضوع ما أو موقف ما تصبح فيما بعد معتقدات تحمل صفة الاستمرار النسبي.[4]

---

[1]محمد الأمين أحمد عبد مرزوك، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، ط 1، المركز الديمقراطي العربي، ألمانيا، برلين، 2020، ص 61.

[2]كرايس الجيلاني، مهلول جمال الدين، ربيع زمام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير، -الفيسبوك-من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف، مجلة الدراسات الإعلامية -المركز الديمقراطي العربي -برلين-ألمانيا-العدد الثامن، 2019 م، ص14.

[3]جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة منتوري، قسنطينة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2006 م، ص 90.

[4]محمود علي السيد جبريل، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2019م، ص77

ويعرف **(دانيال كاتز)**Daniel Katz: ميل أو استعداد لدى الفرد لتقييم بعض الرموز أو المواضيع أو الأفكار في محيطه بطريقة إيجابية أو سلبية، ويرى أن الرأي هو تعبير كلامي عن الاتجاه ومن الممكن أن يتم التعبير عن الاتجاه بطريقة سلوكية غير كلامية[1]

كما يعرف على انه" حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثير توجيهيا على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء، ويرتبط الاتجاه بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرف معينا.[2]

– و**الاتجاه** مصطلح غالبا ما يلفت الانتباه إلى مشكلة نفسية دون أن يسهم في تقديم حل جذري، فالاتجاهات الكامنة وراء الاضطهاد العنصري مثلا هي نتائج التجارب السابقة لهذا يصعب تلافيها، لأن هذه التجارب قد تتكون مرات ومرات في مجتمع معين بالذات، كذلك الاتجاهات السياسية تتطور وترسخ كلما ازداد الفرد نضجا[3]

– ويعرف **الاتجاه** بأنّه "محرك كامن يقع وراء سلوك الفرد، يدفع استجابته لمثير اجتماعي معين كالأفكار، والمواقف والمعتقدات والقيم، وفي هذه الاستجابة تقويم موجب أو سالب، القبول أو الرفض لموضوع ذي صبغة اجتماعية.[4]

– كذلك **الاتجاه** هو ميل نفسي نحو المثيرات الخارجية (كالأنترنت، استخدام وسائل الاتصال) التي تجد قبولا وتفضيلا من قبل الفرد أو رفضا، مثل استخدام وسائل الاتصال لإشباع حاجات معينة تعليمية تعليمية، ترفيهية...إلخ[5]

الاتجاه هو رد فعل الفرد نحو أي موضوع أو مواقف أو أشخاص أو أشياء أخرى، من خلاله يقوم الفرد بعملية التقييم يتضمن خاضعا للأفضلية[6]

---

[1] أمين مشلقبة، محمد الهزايمة، الاتجاهات السياسية لأعضاء مجلس النواب الأردني الثالث عشر، مجلة دراسات، عمادة البحث العلمي للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، 2000م، ص 145.

[2] محمد جمال الفار – المعجم الإعلامي– دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2006، ص02.

[3] رؤى لؤي عبد الله، الثقافة السياسية ودورها في تكوين الاتجاهات، المجلة الدولية السياسية، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية، ص1113.

[4] ضيف الله عودة أبو صعيليك، محمد سليم الزبون، أثر شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مؤته للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الثامن والعشرون، العدد السابع، 2013م، ص330.

[5] محمود عبد الحميد هلال، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات وقيم طلبة الجامعات (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الملك فيصل بالمملكة السعودية) ن مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الآداب، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص156.

[6] قاسم حسين صالح، سيكولوجيا اللغة والاتصال،ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 107.

التعريف الاجرائي للاتجاه:

هو أي موقف أو رأي لدى الطالب الجامعي اتجاه أي موضوع أو ظاهرة سياسية تخص المجتمع الجزائري، فهو نتاج التجارب والخبرات السابقة بالدرجة الأولى التي عاشها هذا الطالب، ويتشكل من خلال تصفحه لموقع الفيسبوك.

- مفهوم تشكيل الاتجاهات:

يحتاج تشكيل الاتجاهات لدى الرأي العام إلى عرض حقائق ومعلومات وأحداث عن مواضيع محددة ذات صلة بالموضوع التي يراد إيصاله للرأي العام ويساعد الاتصال في توفير الحقائق اللازمة لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول القضايا العامة، وبالتالي تكوين الأ راء والاتجاهات عند الأفراد والجماعات والشعوب لما لها من دور مهم في تكوين ال أ ري العام ولا يمكن عزل هذه الوظيفة عن الوظائف الأخرى إلا أنها تمتاز بخصوصية تكمن من هدفها وهي اهتمامها بتشكيل الآراء والاتجاهات عند الجمهور.[1]

وتشكيل الاتجاهات هو: تكوين وإيجاد استجابة لدى كل فرد نحو مشكلة ما والاستعداد لاتخاذ قرار مناسب.[2]

بالإضافة إلى أن تشكيل الاتجاهات: هي محاولة تشكيل أو تغيير اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية باستخدام الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.[3]

تسهم وسائل الاعلام بجزء كبير في تشكيل اتجاهات الفرد نحو القضايا والأحداث المثارة في المجتمع مثل في الازمات والحروب وفي مشكلات البيئة والتربية وازمات الطاقة والفساد[4].

المفهوم الاجرائي: هي عملية تحديد الموقف أو الرأي الذي سيتبعه طالب الحقوق والعلوم السياسية، اتجاه قضية سياسية من أجل تحقيق هدف معين من خلال استخدامه للفيسبوك.

---

[1] راضي رشيد حسن، ايثار طاق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام، مجلة كلية التربية الأساسية، كلية الاعلام، جامعة العراق، العدد 73، 2012، ص 515.

[2] ازدهار يوسف حسين شتيات، تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك، الدراسة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير (كلية الاعلام)، بجامعة الشرق الأوسط، 2012م، ص س.

[3] محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري، دراسة ميدانية بالتطبيق على قضية التعديلات الدستورية 2019، ص 80.

[4] محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، الإعلام والمشاركة السياسية جدلية الموقف والاتجاه، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص 77.

مفهوم السياسة:

- لغة :

- يحتمل مصطلح السياسة معان وتعريفات متعددة فاصله من فعل ساس، وساس الأمر هو بمعنى قام به وتدبره بما ينتج عنه صلاح هذا الأمر، فسياسة أمر وتدبره يعني جعل هذا الأمر متجددا ومتغيرا وليس راكدا، فالسياسة لا تستوي إلا في مجتمعات أو تجمعات قادرة على أن تتجدد وتنمو.

المصطلح له أيضا معان متعددة باللغات الأجنبية، ففي اللغة الفرنسية مصطلح السياسة مشتق عن عبارة بمعنى الحاضرة أو المدينة.

في الحضارة الإغريقية القديمة politiria أي نظام العلاقات الذي تتبني عليه الحاضرة أو المدينة وطريقة الحكم فيها.[1]

تعني السياسة في اللغة العربية منهج أو طريق، بمعنى القيام على الشيء بما يصلحه، وكذلك سست الرعية سياسة، أي أمرتها ونهيتها.

يسوس الشيء أي يتعهده بما يصلحه، والسوس الرياسة، يقال ساسوهم سوسا، وإذا رأسوه قيل سوسوه، وساسوه، وساس الأمر سياسة: قام به وسوسه القوم: جعلوه يسوسهم.

إن أصل كلمة سياسة عند العرب هو من السوس بمعنى الرياسة، والسياسة فعل السائس الذي يسوس الدواب أي يقوم عليها ويروضها، والوالي يسوس الرعية أي يأمرهم.

وورد في الأدب العربي في العصر الجاهلي مترادفات أخرى ترمز لمدلول واحد هي ممارسة السياسة، منها الرئاسة والريادة والقيادة والملك، والسياسة لا تستوي إلا في مجتمعات أو تجمعات قادرة على أن تتجدد وتنمو.[2]

كما جاء في معجم الموسوعة الميسرة للمصطلحات السياسية، فإنها:" طريقة يمكننا من خلالها أن نفهم وننظم شؤوننا الاجتماعية"[3]

- مفهوم السياسة اصطلاحا:

السياسة هي صناعة الخير العام، وقد رجح (ابن خلدون) خيرها على شرها، فوصف الانسان من حيث هو انسان بأنه "...إلى الخير وخلاله أقرب. والملك والسياسة إنما كانا له من حيث هو إنسان لأنها

---

[1] محمد فقيهي، دروس في علم السياسة، المملكة المغربية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، فاس، المغرب، 2014م/2015م، ص02.

[2] محمد فقيهي، دروس في علم السياسة، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، فاس، المغرب، 2014م، 2015م، ص 02.

[3] رشيد حمراوي، تغيير الانتماء السياسي وأثره في الانتدبات الانتخابية في ضوء اجتهادات القضاء الدستوري والقضاء الإداري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية الأكاديمية، جامعة الحسن الثاني، المحمدية، المملكة المغربية، المجلد 11، العدد 1، 2023، ص 217..

خاصة للإنسان لا الحيوان" والتي يتجلى فيها الصراع حول الخير العام من جهة، ومصالح الجماعات من جهة أخرى، ويظهر فيها استخدام القوة بصورة أو بأخرى لإنهاء هذا الصراع أو التخفيف منه أو استمراره.[1]

كما قدم (ابن خلدون) ثلاث أشكال للسياسة وهي:

– السياسة الطبيعة: والتي تعني حمل الناس على مقتضى الغرض والشهوة بما يحقق الاستبداد والمصالح الفردية.

– السياسة العقلية: والتي تشير إلى حمل الناس على النظر العقلي في جلب المصالح الدنيوية ومنع المضار من أجل النفع في الدنيا فقط.

– السياسة الشرعية: والتي تنصب على حمل الناس مقتضى النظر الشرعي في مصالحهم الآخروية والدنيوية من أجل النفع في الدنيا والآخرة.[2]

وعرفها الدكتور أحمد الحصري بأنها: اسم للأحكام والتصرفات التي تدبر بها شئون الأمة

في حكومتها، وتشريعه، وقضائها، وفي جميع سلطاتها، وعلاقتها بغيرها من الأمم[3]

أما ملحم قربان يعرف السياسة بأنها:" الفض السلطوي للخلافات وهي الحل المطاع للمنازعات، الحل الذي يقدر إذا ما تحداه أحد المتنازعين أو جميعهم معا، على فرض احترامه عليهم...السياسة هي التسويات المسموعة للخصومات".[4]

ويعتبر **دوركايم** السياسة ليست مستقلة عن المجتمع بل هي من صميم التمثلات الجمعية، ذلك أن الاشتراكية بوصفها تيارا من التيارات السياسية المعاصرة إنما هي واقعة من وقائع الرأي العام أو شكلا من أشكال الفعل الإنساني الذي يرمي إلى تحقيق مثل أعلى يتمحور حول قيم العدالة الاجتماعية والمساواة.[5]

ينظر أميتاي إتزيوني إلى أن السياسة تتعلق بتجسيد علاقات السلطة والقوة بين المجتمع والدولة، وتفترض التمييز بين الاثنين .وهو بهذا يرفض ما يصفه باختزال السياسي في الاجتماعي، والخلط بين الدولة والمجتمع.[6]

---

[1] مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022، ص26.

[2] محمد زروق محمد إبراهيم، إيهاب عبد الله عباس، مبادئ العلوم السياسية، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، 2019م، ص 09.

[3] محمد محمود أبو ليل، السياسة الشرعية في تصرفات الرسول صلى الله عليه وسلم المالية والاقتصادية، رسالة دكتوراه في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، جامعة الأردن، 2005، ص10

[4] محمد فايز عبد أسعيد، قضايا علم السياسة العام، ط1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان،1983م، ص 10 ص 11.

[5] أحمد أغبال، مفهوم الدولة عند دوركايم، مجلة overblog، 2012/04/26 على الساعة 58: 08، 2023/12/04 على الساعة 45: 18.www.sophia-Overblog

[6] عبد الوهاب الأفندي، عن السياسة والسياسي والنظرية: تأملات في السجال بين المنهج والنظرية في وظيفة العلوم السياسة، مجلة سياسات عربية، العدد 41، الدوحة، نوفمبر 2019م، ص 07.

كما عرف هارولدلاسويل السياسة بأنها دراسة السلطة التي تحدد من يحصل على ماذا (المصادر المحدودة) متى وكيف.[1]

ويعرفها موريس ديفرجيه على أنها علم السلطة في الجماعات الانسانية[2]

السياسة هي تنظيم أمور الدولة وتدبير شؤونها، قد تكون شرعية أو مدنية فإذا كانت شرعية كانت إحكامها مستمدة من الدين، وإذا كانت مدنية كانت قسما من الحكمة العملية وهي الحكمة السياسية.[3]

التعريف الاجرائي للسياسة: هي مجموعة القوانين والنظم السياسية التي تنظم وتحكم المجتمع الجزائري، من أجل فرض وتنظيم السلطة بين الحاكم والمحكومين.

جـ- مفهوم الاتجاه السياسي:

- يعرف كل من **(كيرك باتريك وبيتي)** (1972)" الاتجاهات السياسية بأنها مجموعة مترابطة من الآراء والأفكار والمشاعر والإدراكات إزاء الموضوعات السياسية، وهي الأحداث والوقائع والقضايا والمؤسسات المرتبطة بصناعة القرار في المجتمع أو بالسلطة"[4].

تعرف الاتجاهات السياسية بأنها القدرة واستعداد وتأهب الفرد للاستجابة للمواقف والمواضيع السياسية، حيث يستطيع الفرد أن يكون رد فعل جراء خبرته الشخصية.[5]

في مقاله الالكتروني المعنون بالاتجاهات السياسية الناقضة للديمقراطية والمواطنة، المنشور في مجلة الحوار المتمدن يعرف ضياء الشكرجي الاتجاهات السياسية على أنها: كل ما يشمل الأحزاب والتنظيمات والقوى والتكتلات السياسية، والقوائم الانتخابية، والتحالفات والكتل البرلمانية، والولاءات السياسية، كأن نتكلم عن اتجاه إسلامي، أو اتجاه علماني، أو اتجاه قومي، أو اتجاه طائفي أو مذهبي، أو اتجاه يساري، أو اتجاه ليبرالي، أو غيرها[6].

---

[1] سميحة ناصر خليف، ما هو مفهوم السياسة، مجلة موضوع، 7أغسطس 2019، 2023/11/13 على الساعة 25: 17. mawdoo3.com

[2] مباركة منماني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية –الفيس بوك نموذجا–المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد 03، العدد 04، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر،2021، ص59.

[3] مباركة منماني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية –دراسة ميدانية–الفيسبوك نموذجا، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، المجلد 03، العدد 04، ديسمبر 2021، ص 59.

[4] أحمد عطا علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في علم التربية، تخصص علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، قسم علم النفس، 2011م، ص 22.

[5] أمينة عبد الرحمن محمد، عوامل تشكيل التباينات السياسية، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، مصر، العدد 75، 2020، ص 16.

[6] ضياء الشكرجي، الاتجاهات السياسية الناقضة للديمقراطية والمواطنة، مجلة الحوار المتمدن الالكترونية، العدد4934، 2015.

كما تعرف الاتجاهات السياسية بأنها الميول السياسية التي تكونها أو ترسخها وسائل الاتصال لدى جمهورها، لتكون له استجابة للرسائل الإعلامية التي تبثها تلك الوسائل بطرائق متنوعة، قد تكون ضدها أو محايدة لها أو معها.

وهي مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم سلوك الأنظمة الإعلامية، وتوجهه، وتستنبط عادة من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي ترتكز عليها في بلد ما.[1]

المفهوم الاجرائي: يعني عملية تحديد السياسات والتوجهات التي سيتبعها جهاز حكومي أو حزب سياسي أو منظمة دولية أو أي كيان سياسي آخر، لتحقيق أهدافه ومبادئه الأساسية، من خلال التواصل مع الجمهور عن طريق الفيسبوك، حيث يتم شرح الرؤية والسياسات المعتمدة وكسب دعم الجمهور لها.

د- مفهوم الطالب الجامعي:

- مفهوم الطالب:

- **لغة:** حسب قاموس معجم اللغة العربية يعرف الطالب الجامعي:

طالب، يطالب، مطالبة وطلابا، فهو مطالب والمفعول مطالب، طالبه بالشيء أي سأل بإلحاح ما يعتبره حقا له "طالبه بحصته/ بوفاء دينه/بإرثه/ بحقه.

طالب مفرد وجمعه طالبون وطلبة وطلاب، مؤنثه طالبة، جمع مؤنث طالبات: اسم فاعل من طلب، تلميذ يطلب العلم في مرحلتي التعليم الثانوية والجامعية.

- **الطالب اصطلاحا:** هو كل شخص يدرس في مكان تعليمي معين، مثل: المدرسة، أو الجامعة، أو الكلية، أو المعهد، بغية الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها تخول له دخول الحياة العملية.[2]

مفهوم الجامعة:

- لغة:

الجامعة: لغوياً مشتقة من الفعل"جمع "وتدل على الحدث وهو الجمع، وفاعله من فعل الحدث، وساهم في تحقيقه" .والجمع تأليف المتفرق"؛ وعلى ذلك نشير إلى أن كلمة الجامعة université مأخوذة من كلمة Universitésوتعني الاتحاد الذي يضم ويجمع القوى ذات النفوذ في مجال السياسة من أجل ممارسة السلطة، وتستخدم هذه الكلمة للدلالة على التجمع العلمي لكل من الأستاذ والطالب.[3]

---

[1] محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، الإعلام والمشاركة السياسية (جدلية الموقف والاتجاه)، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2021، ص 16.

[2] بن قايد فاطمة زهرة، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مخبر دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة LIZINRU، جامعة برج بوعريريج، الجزائر، ص 2

[3] قادري حليمة، مشكلات الطلبة الجدد، دراسة ميدانية بجامعة وهران-السانيا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، وهران، الجزائر، جانفي 2012، ص 92.

- اصطلاحا:

تعد الجامعة مؤسسة إنتاجية تهدف إلى إثراء المعارف، وتطوير التقنيات وتهيئة الكفاءات في مختلف المجالات العلمية والإدارية والتقنية، إذ تمثل صورة من صور المنظمات والأشكال التنظيمية المختلفة للعمل الجمعي والمجتمعي، وبخاصة ما ينطوي عليه ذلك العمل من البناءات التنظيمية الرسمية للمجتمع[1].

ويرى **جوزاف تيسمان** أن الجامعة في الحقيقة مؤسسة أكاديمية، منظمة لاكتساب المعارف وتتضمن أقسام تحارب الجهل في مختلف الجبهات، وهذه النجاحات هي التي غيرت العالم.[2]

كما **يعرفها ألان توران** بأنها مكان لقاء يتحقق فيه الاحتكاك بين عملية تنمية المعرفة وخدمة هدف التعليم، والحاجة إلى الخرجين، ويبرز هذا التعريف دور الجامعة في إعداد رأس المال البشري من الخرجين والذي تناط بهم مهمة خدمة المجتمع وتنميته.[3]

ومنه الجامعة هي مؤسسة تربوية تقدم لطلابها الحاصلين على شهادة الثانوية العامة، وما يعادلها تعليما نظريا معرفيا ثقافيا يتبنى أسسا إيديولوجية وانسانية يلازمه تدريب مهني، بهدف إخراجهم إلى الحياة العامة كأفراد منتجين، وتؤثر على تفاعلات هؤلاء الطلاب المختلفة[4]

الجامعة مؤسسة اجتماعية تعليمية وهي آخر مراحل النظام التعليمي، حيث تكون الشباب علميا وفكريا وثقافيا ووجدانيا، فهي مركز فكر وتنوير للمجتمع بما تمده من كوادر قادرة على تولي مناصب اقتصادية وسياسية وثقافية، فكلما زاد تعليم الفرد أصبح واعيا بتأثير النظام السياسي، وزاد شغفه السياسي بالشؤون العامة، وتراكمت لديه الكثير من المعرفة السياسية.[5]

التعريف الاجرائي: الجامعة ذلك المكان المخصص للتعليم العالي للطلبة الجامعيين في مدينة الوادي حيث تحكمها قوانين وأنظمة محكمة، ويتحصل الطلبة من خلالها على شهادة جامعية للحصول على عمل في المستقبل.

---

[1] لخضر مداح، الجامعة أساس المعرفة وخدمة المجتمع، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية-دراسات اقتصادية-23(1)، جامعة زيان عاشور، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجلفة، الجزائر، ص 188.

[2] فلوح أحمد، مواصفات أساتذة الجامعة من وجهة نظر الطلبة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس وعلوم التربية، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية، وهران، الجزائر، 2012-2013، ص17.

[3] مسعودان نسمة، كحيط إيمان، اشراك الجامعة الجزائرية في المحيط الاقتصادي (الانتظارات والرهانات)، الملتقى الدولي (الجزء الثاني): الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2018، ص 95.

[4] العلمي فريدة، روابحي رزيقة، دور الجامعة: بين جدلية إنتاج المعرفة وتحقيق الأهداف المطلوبة من المجتمع، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد السابع، الجلد الأول، سبتمبر 2017، ص 209.

[5] أحمد إبراهيم أحمد عطية خليل، دور الدولة والأحزاب في التنشئة والثقافة السياسية، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد الخامس والأربعون، جامعة الإسراء، بغداد، العراق، أفريل 2024، ص 49.

- مفهوم الطالب الجامعي:

الطالب الجامعي هو ذلك الشخص الذي يتلقى دروس ومحاضرات، والتدريب على كيفية الحصول على المعلومات في مؤسسة التعليم العالي للحصول على شهادة جامعية.[1]

يعرفه" رياض قاسم " بأنه شخص يسمح له مستواه العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة وفقا لتخصص يخول له الحصول على الشهادة تؤهلهم للقيام عند التخرج بدور وظيفي في المجتمع يستطيعون من خلاله تحمل مسؤولية القيادة والبناء والتنمية، حيث يعد أغلب الطلبة من فئة الشباب[2]

والطالب الجامعي هو الشخص الذي أنهى الدراسة الجامعية ومازال يواصل بها الد راسة في شكل تكوين مدى الحياة إذ يمثل أحد أهم العناصر الفاعلة في التكوين الجامعي كما يمثل عدديا الفئة الغالبة في المؤسسة الجامعية[3].

وعرف "**فضيل دليو** "الطالب الجامعي بأنه:" ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني أو العالي إلى الجامعة، تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب الجامعي أحد العناصر الأساسية في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عدديا النسبة الحالية للمؤسسات الجامعية[4]"

وعرفه **محمد ابراهيم** الطالب على أنه الفرد الذي اختار مواصلة الدراسة الأكاديمية والمهنية، ويأتي إلى الجامعة محملا معه جملة قيم وتوجهات صقلتها المؤسسات التربوية الأخر ، والجامعة من المفروض تحضره للحياة العليا.[5]

الطالب الجامعي هو المتلقي أو المرسل إليه الذي يسعى كل من الأستاذ وواضع المنهاج إلى مخاطبته والتأثير فيه باتجاه معين وفي زمن محدد وبكيفية مرسومة بغية تحقيق أهداف مقصودة[6].

---

[1] مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص24.

[2] عبد الرؤوف مشري، شبكة الفيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 23، العدد 01، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2022، ص 350.

[3] بخوش وليد، نصيب أسماء، تأثير الفيسبوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، العدد 06، 2017، ص 163.

[4] فضيل دليو وآخرون، مجلة الباحث الاجتماعي، مجلة دورية تصدر عن دائرة البحث، معهد علم الاجتماع، جامعة خنشلة 2، ص226.

[5] منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم للإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، د س، ص 402.

[6] فلوح أحمد، الواقع الدراسي للطالب الجامعي، المجلة العربية لعلم النفس، المركز الجامعي أحمد زبانة، العدد 05، غليزان، الجزائر، 2018ص 82.

المفهوم الإجرائي:

هو ذلك الشخص الذي يتلقى المنهاج والدروس في الجامعة، من أجل الحصول على شهادة علمية تؤهله للحياة العملية.

المفاهيم المشابهة لمفاهيم الدراسة:

- الانتماء السياسي:

لغة: الانتماء لغة الانتساب، يقال: انتمى فلان إلى فلان إذا ارتفع إليه في النسب، ويشترك تعريف الانتماء اصطلاحاً مع التعريف اللغوي بأن كليهما انتساب[1]

اصطلاحا: الانتماء هو شعور الفرد بكونه جزء من مجموعة أشمل، قد تكون أسرة أو حزبا أو نحو ذلك ينتمي إليها وكأنه ممثل لها أو متوحد فيها أو يتقمصها ويحس بالاطمئنان والفخر والرضى المتبادل بينه وبينها.[2]

الانتماء هو ظاهرة إنسانية فطرية تجمع بين الأفراد من خلال تلك العلاقات التي تشعرهم بوحدتهم اتجاه مكان ما يمنحهم حقوقا، ويفرض عليهم واجبات، وينوع ويتسع ليربط دوائره بالحذف والاضافة وليس بالإلغاء ولا بالخلق الجديد[3].

ويعرف **ثورندايك** الانتماء بوصفه صفة لجزء ينتسب بشدة إلى جزء آخر، ويكمله[4].

الانتماء حسب **(ماسلو)** من الحاجات الأساسية للفرد، والذي صنف الحاجات إلى قسمين هما:

- الحاجات الأساس: وذلك مثل الحاجة إلى الانتماء والتواصل مع الأخرين ورغبة الفرد في تقدير الآخرين له.
- الحاجات الثانوية: مثل الحاجات المعرفية كحب الاستطلاع والرغبة في الفهم.[5]

ويعرفه **(موسى الشرقاوي)** بأنه إحساس الفرد أنه جزء من كل، فإذا كان فرد في مجتمع فهو جزء من بنية هذا المجتمع يعيش فيه ويتعايش معه، ويتفاعل مع تفاعلاته ويعتنق أيديولوجيته ويمثل ثقافته ويتمسك بها ويكون ولاؤه أولا وأخيرا لهذا المجتمع[6].

---

[1] سميح الكراسنة، وليد مساعدة، علي جبران، وآلاء الزعبي، الانتماء والولاء الوطني في الكتاب والسنة النبوية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد السادس، العدد2، 2010م، ص3.

[2] حمراوي رشيد، تغيير الانتماء السياسي وأثره في الانتدابات الانتخابية في ضوء اجتهادات القضاء الدستوري والقضاء الإداري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية الأكاديمية المغربية، جامعة الحسن الثاني، المحمدية، المغرب، المجلد 2، العدد 1، 2023، ص 218.

[3] أحمد عباس عبد عساف، نجم عبد علي رئيس، الانتماء السياسي للسلطة في العصر العباسي الأول، مجلة كلية التربية، جامعة واسط، العدد 33، 2018، ص 167.

[4] عط أحمد علي شقفة، مرجع سابق، 2011، ص 32.

[5] هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والاخباري في الفضائيات، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010، ص 151.

[6] علاونة ربيعة، الانتماء وعلاقته بتحقيق الذات لدى الطالب الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 2017/09/30، جامعة محمد دباغين، سطيف، الجزائر، ص 26.

الولاء الوطني: الذي يضم ثلاثة أنواع أولها الولاء للنظام السياسي، ويعتبر أحد مرتكزات الدولة فهو الذي يحافظ على كرامة واستقرار الوطن، ويتحقق بأداء الواجبات وطاعة النظام السائد في الدولة التي نعيش فيها، كذلك الحفاظ على التراث الوطني وممتلكاته، ثم الولاء للمكان الذي نعيش فيه، والولاء للشعب وفي الأخير الولاء للعالم ككل.[1]

المشاركة السياسية: للمشاركة السياسية أربعة مراحل تمثلت في:

- مرحلة الاهتمام السياسي: وهي متابعة القضايا العامة والأحداث الالسياسية.
- مرحلة المعرفة السياسية: وهي معرفة الشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع، سواء على المستوى المحلي أو القومي.
- مرحلة التصويت السياسي: ونعني بها مشاركة الأفراد في الانتخابات الرئاسية والبرلمانية.
- مرحلة المطالب السياسية: وفيها يتم الاتصال بالأجهزة الرسمية، وتقديم الشكاوى والالتماسات والاشتراك في عضوية الأحزاب والجمعيات التطوعية[2].

ولقد في ربطها علماء السياسة بالحق الديمقراطي السياسي الخاص بالفئة البالغة والعاقلة، والتي لها الحق المشاركة المنظمة في صنع القرارات السياسية التي تتصل بحياتهم المجتمعية، مقابل المسؤولية المجتمعية اتجاه الأهداف العامة وفي إطار الشعور بحرية الفكر والعمل والتعبير[3]

الدراسات السابقة: لكل دراسة في العلوم الاجتماعية خلفيات علمية يبدأ منها الباحث بحثه، "لأنه من شبه المستحيل البدء من الصفر، فالعلم تراكمي لأن الباحث أو الطالب غالبا ما لا يكون الوحيد الذي يدرس ذلك الموضوع، فنجده يبتدأ من حيث انتهى غيره أو يختبر ما توصل إليه غيره"[4] وتتمثل الدراسات السابقة فيما يلي:

الدراسات العربية:

– الدراسة الأولى: بعنوان **الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي، للطالب عطا احمد علي شقفة وهي** اطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في التربية، تخصص علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية بالقاهرة لسنة 2011. في هذه الدراسة يحاول الباحث دراسة العلاقة بين العوامل الخمسة الكبرى للشخصية (**العصابية– الانبساطية–**

---

[1] سميح الكراسنة، وليد مساعدة، علي جبران، آلاء الزعبي، الانتماء والولاء الوطني، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد السادس، العدد2، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، الأردن، 2010، ص 53.

[2] علا عبد القوي عامر، دور وسائل الاعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي، كلية تكنولوجيا الاعلام والإذاعة والتلفزيون، جامعة سيناء، مصر، 2015، ص 539.

[3] ميساء حريتي، الطاهر بلعيور، الجامعة وثقافة المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 05، العدد 01، جامعة جيجل، الجزائر، 2022، ص 1690.

[4] فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص185.

الوداعة- التفاني- الانفتاح على الخبرة)، والاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي المنتمي للتنظيمات السياسية الفلسطينية كون الانتماء السياسي من المجالات المهمة التي يناقشها علم النفس السياسي لما لها من دور كبير في تقوية وتدعيم الاتجاه السياسي، حيث قام الباحث باختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية من مجتمع الدراسة الأصلي وهي مجموع طلبة الجامعات الرئيسة الأربع بمحافظات غزة وهي : جامعة الأقصى، والجامعة الإسلامية، وجامعة الأزهر، وجامعة القدس المفتوحة، مستخدما المنهج الوصفي ومعتمدا على استبانة لجمع البيانات، حيث اختار الباحث عينته بالطريقة العشوائية وزعت على أفراد العينة الكلية (450) طالبًا وطالبة، منهم (230) طالبًا و (170)طالبة للعام الدراسي2010 /2011، و50 استبانة المتبقية لا تستوفي الشروط لذلك تم استبعادها، وتوصل الباحث في الأخير على مجموعة من النتائج أهمها:

- لا توجد علاقة دالة إحصائيًا بين الاتجاهات السياسية ومستوى الانتماء السياسي لدى أفراد العينة.
- لا توجد علاقة دالة إحصائيًا بين الاتجاهات السياسية والعوامل الخمسة للشخصية لدى أفراد العينة
- الكلية.
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا في العوامل الخمسة الكبرى للشخصية تبعًا للانتماء الحزبي لأفراد العينة.
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا في الاتجاهات السياسية تبعًا للمتغيرات التصنيفية لدى أفراد العينة
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا في العوامل الخمسة الكبرى للشخصية تبعًا للنوع الاجتماعي لدى أفراد العينة.
- لا توجد فروق دالة إحصائيًا في الانتماء السياسي تبعًا للمتغيرات التصنيفية لدى أفراد العينة.

لقد كشفت نتائج الدراسة بأن مستوى الاتجاهات السياسية لدى أفراد عينة الدراسة من طلبة الجامعات بغزة جيد، وتأتي الراديكالية في أعلى مراتب الاتجاهات السياسية، تليها المحافظة، ثم تأتي الليبرالية، وأخيرًا تأتي الفاشية.

وجه الشبه والاختلاف بين هاته الاطروحة والدراسة الحالية:

- الاشتراك في المتغير الثاني للدراسة الحالية، الذي هو الاتجاهات السياسية.
- نفس مجتمع الدراسة التي هي الشباب الجامعي.
- نفس المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي.
- نفس أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الاستبانة.

ويتضح الاختلاف في النقاط التالية:

- الاطروحة الموسومة بالاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي ركزت على دراسة العلاقة بين الاتجاهات والمكونات الخمسة بينما تناولت الدراسة الحالية شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية عند طلبة الجامعة.

- الدراسة السابقة تناولت الجانب النفسي والسياسي للشباب الجامعي، بينما الدراسة الحالية تناولت الجانب الاجتماعي الاتصالي والسياسي للطالب الجامعي.
- الدراسة السابقة ربطت بن علم الاتجاه كمصطلح سياسي والعوامل النفسية الخمسة بينما ركزت الدراسة الحالية على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاه في حد ذاته.

وجه الاستفادة من الدراسة:

- اعتبرت الدراسة السابقة مرجع استفادت منه الباحثة في جمع المعلومات النظرية وشرح بعض المفاهيم كالاتجاهات السياسية الخاصة بالدراسة الحالية.
- اختيار المنهج المناسب للدراسة.
- الأدوات البحثية للدراسة.

الفجوة المعرفية هي النقاط التي تجاهلها الباحث في دراسته وتعتبر نقطة انطلاقة للدراسة الحالية، فإذا كانت الدراسة الأولى قد انطلقت من سؤالها الرئيس الذي يبحث عن العلاقة بين الاتجاهات السياسية والانتماء السياسي من خلال مظاهره التي سماها الباحث العوامل الخمسة المتعلقة بالجانب النفسي الانفعالي للشخص على افتراض ان الاتجاه مكون لدى الفرد مسبقا، فإن الدراسة الحالية تناولت دور بين شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية.

وإذا كان المكون الانفعالي الوجداني أحد مكونات الأيديولوجية، فإن الأيديولوجية تصنع الانتماء لدى الأفراد ويتضح الانتماء من خلال الولاء، فان هاته العلاقة تتعدى المكون النفسي الى المكونات الادراكية والمعرفية، لذلك كانت انطلاقة الدراسة الحالية من الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام والاتصال عامة وشبكات التواصل الاجتماعي خاصة في تكون الاتجاهات بما يحمله من مكونات، ومن هنا تتضح الفجوة المعرفية التي انطلقت منها الباحثة.

- **الدراسة الثانية بعنوان: تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك، للطالبة ازدهار_يوسف حسين شتيات** قدمت هذه الدراسة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير (كلية الاعلام)، بجامعة الشرق الأوسط 2012م، بهدف التعرف إلى مدى أهمية ودور صحافة الرأي العام في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني.

حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتم اختيار عينة عشوائية طبقية من طلبة الجامعتين وتتكون من 380 طالب وطالبة من جامعة اليرموك والشرق الأوسط وزعت عليهم استمارة كأداة لجمع البيانات وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كان منها:

- شعور الشباب الجامعي بالرضا عند مناقشة بعض صحف الرأي اليومية الأردنية لمشكلاتهم السياسية التي تواجههم حيث احتلت الترتيب الأول، وامتياز بعض الصحف الأردنية الورقية بسقف حرية مرتفع حيث احتلت الترتيب الثاني، واهتمامها بمناقشة مشكلات الشباب الجامعي السياسية التي تواجههم.

- وجود مشاركة فعالة وعالية المستوى لصحف الرأي الأردنية الورقية، وبعض كتاب الرأي فيها في تشكيل وتوجيه الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي.
- مساهمة ضعيفة من طرف صحف الرأي الأردنية الورقية في تنمية الاتجاهات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي.

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

- المتغير التابع هو نفسه في كلتا الدراستين وهو الاتجاهات السياسية.
- يشتركان في نفس مجتمع الدراسة هو الشباب الجامعي.
- يشتركان في نفس منهج الدراسة وهو المنهج الوصفي.
- يشتركان في نفس أداة جمع البيانات هي الاستمارة.

وتختلف الدراسة الحالية عن هذه الدراسة السابقة في النقاط التالية:

- المتغير المستقل في الدراسة الحالية هو شبكات التواصل الاجتماعي أما في الدراسة السابقة فقد تحدثت عن صحافة الرأي الورقية ودورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي الأردني.

وجه الاستفادة:

- ساعدت الدراسة السابقة الباحثة في تبسيط بعض مفاهيم الدراسة الحالية مثل مفهوم الاتجاه السياسي، الرأي العام وإزالة الغموض عنهما، بالإضافة إلى اختيار المنهج المناسب وأداة جمع البيانات المناسبة.
- دراسة النتائج المتحصل عليها في الدراسة السابقة وجعلها نقطة بداية للدراسة الحالية حتى لا يكون هناك تكرار، أي الاهتمام بنقاط جديدة لم تدرس.
- كذلك من خلال الدراسة السابقة نجد أن الباحثة تناولت الاتجاهات السياسية من زاوية مختلفة عن الدراسة الحالية، حيث أنها درست المشكلات السياسية لدى الشباب الجامعي بعكس الدراسة الحالية التي تبحث عن الاتجاهات السياسية وكيفية تشكلها من خلال تصفح الطالب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك.

- **الدراسة الثالثة: بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية «جامعة أم القرى نموذجا" لأسامة غازي المدني** وهي دراسة ميدانية نشرت في مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية بجامعة السلطان قابوس للمملكة العربية السعودية، 2015م.وقد أجري هذا البحث الميداني للتعرّف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية.

حيث طبقت هذه الدراسة على عينة مكونة من 200 مفردة من طلبة جامعة أم القرى بالسعودية وزعت على عينة عشوائية من كليات مختلفة، مستخدما الباحث المنهج المسحي، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها:

– أن نسبة % 41.86 من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام.

– أن نسبة % 55.23 من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام.

– أن نسبة % 2.91 من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى منخفض في تشكيل الرأي العام.

– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلاب تبعاً لاختلاف مستويات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.

– أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

– التشابه في المتغير الأول وهو (شبكات التواصل الاجتماعي).

– تشترك الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في نفس مجتمع الدراسة وهو طلبة الجامعة.

واختلفت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي:

– يعتبر الرأي العام أحد المفاهيم القريبة من مفهوم الاتجاه، كما يعبر الرأي في كثير من الأحيان على المكون المعرفي للاتجاه.

– استخدمت الدراسة السابقة المنهج المسحي بينما اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي.

الفجوة المعرفية: كان لشبكات التواصل الاجتماعي الدور الكبير في تنمية الرأي العام بين أفراد المجتمع، فهي تمتاز بالفورية في نشر المعلومات والأخبار خاصة في المجال السياسي، حتى يتسنى لقادة الرأي العام في إنجاح عملهم السياسي، من خلال ايصال ونشر ومشاركة أفراد المجتمع أفكارهم وآرائهم السياسية. كذلك الحال في دراستنا الحالية التي تسعى لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي.

– الدراسة الرابعة بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي لحمدي أحمد عمر علي، وهي دراسة ميدانية في سوسيولوجيا الأنترنت (الفيسبوك) على عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر حيث استخدم الباحث منهج المسح مستعينا بالاستمارة كأداة لجمع البيانات مستخدما عينة قصدية من شباب صعيد مصر من ثلاث محافظات أسيوط وسوهاج وقنا من مستخدمي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي مكونة من 640 مفردة من الشباب، وتحصل الباحث على جملة من النتائج أهمها:

– 54.7 % من العينة يعتمدون بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي لاكتساب المعلومات والأخبار السياسية.

– أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في تشكيل الوعي السياسي للشباب من أفراد العينة من خلال 62.3 % من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

– أن الديموقراطية تساعد على نشر روح التسامح والمساواة والعدالة الاجتماعية في المجتمع المصري بدرجة كبيرة.

– تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث احتل دافع الحصول على معلومات سياسية واجتماعية المرتبة الأولى، لتأتي متابعة التغيرات السياسية والاجتماعية على الصعيد المحلي والعربي والدولي في المرتبة الثانية ثم دافع التثقيف السياسي والاجتماعي في المرتبة الثالثة.

– أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

– يشترك عنوان الدراسة السابقة مع عنوان الدراسة الحالية في المتغير الأول وهو شبكات التواصل الاجتماعي، كما ركزت الدراستين في دراستهما الميدانية على الفيسبوك كأحد تلك الشبكات الاجتماعية المنتشرة في المجتمع.

– تشترك كل من الدراستين في نفس أداة جمع البيانات وهي الاستمارة.

واختلفت الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في:

- المتغير التابع وهو الوعي السياسي.
- مجتمع الدراسة وهو عينة من الشباب في بعض محافظات صعيد مصر.
- المنهج المستخدم في الدراسة هو السابقة المنهج المسحي.

الاستفادة من الدراسة السابقة:

- شرح بعض مفاهيم الدراسة مثل مواقع التواصل الاجتماعي.
- اختيار أداة جمع البيانات.

تناولت الدراسة السابقة وظيفة مواقع التواصل الاجتماعي الإخبارية حيث استعملها الشباب كوسيلة للتعرف على الأخبار السياسية في بلدانهم بالدرجة الأولى ثم التثقيف السياسي ليصل إلى الوعي السياسي الذي له دور في تكوين أحد مكونات الاتجاه السياسي ألا وهو المكون المعرفي في المرحلة الأخير، أما الدراسة الحالية فعمدت الى ابراز دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الاتجاه السياسي بكل مكوناته الثلاثة من أول مرحلة.

– **الدراسة الخامسة** بعنوان **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، للطالب (رأفت مهند عبد الرزاق)** ، وهي دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من ألأنبار، تكريت والعراق، وقدمت هذه الرسالة لاستكمال الحصول على شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والاعلام. حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع استبانة على طلبة الجامعات الثلاثة على عينة قدرت ب 430 مفردة تم اختيارها بطريقة عشوائية، وتوصل الباحث إلى بعض النتائج أهمها:

- تسهم مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب، توتير، الفيسبوك) في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلاب جامعات كل من الأنبار وتكريت والموصل.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، الكلية، السن)

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوك السياسي والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي.

- أظهرت نتائج الدراسة استخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بنسبة 85.5 %

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

- كل من الدراستين كان لها نفس المتغير المستقل الذي هو شبكات التواصل الاجتماعي، ونفس المتغير التابع وهو الاتجاهات.

- نفس المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.

- نفس مجتمع الدراسة وهو طلبة الجامعة.

وقد اختلفت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية في تعدد مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب، توتير، الفيسبوك) أما الدراسة الحالية فتناولت الفيسبوك فقط.

- ناقشت الدراسة السابقة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، أما الدراسة الحالية فتناولت دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية.

- أما الاستفادة من الدراسة السابقة يظهر جليا في شرح بعض المفاهيم المتشابهة في الدراسة الحالية مثل الاتجاه، الفيسبوك، ومساعدة الباحثة في اختيار المنهج المناسب والأداة البحثية المناسبة في جمع البيانات.

فبعد الاطلاع على الدراسة السابقة يتضح لنا أن الدراسة الحالية بدأت من حيث انتهت الدراسة السابقة، ذلك لأنها تناولت في طياتها عدة جوانب من الدراسة الحالية هاته منها الدور الذي تلعبه بعض شبكات التواصل الاجتماعي كاليوتيوب، توتير والفيسبوك في تشكيل الوعي والاتجاهات السياسية، وكذلك تناولت أثر تلك الشبكات الاتصالية على السلوك والفكر السياسي اللذان يعتبران أحد فروع الاتجاه السياسي، فالسلوك يترجم المكون السلوكي للاتجاه والفكر يعبر عن المكون المعرفي للاتجاه.

- **الدراسة السادسة بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية لعبد الكريم الدبيسي وزهير ياسين الطاهات،** حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية والكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، حيث اعتمدت هذه الدراسة على عينة مكونة من

300 طالب وطالبة موزعة على 50 مفردة من كل جامعة من الجامعات الأردنية مستخدمان في ذلك المنهج الوصفي، ومستعينين بأداة الاستمارة لجمع البيانات ومن أهم النتائج المتحصل عليها:

- انتشار استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي.
- تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما للحصول على الأخبار والمعلومات التي تؤثر في تشكيل الرأي العام.
- منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الاعلام التقليدية والصحافة الالكترونية في الحصول على المعلومات.

- الاستفادة من هذه الدراسة:

- الاستفادة من بعض المفاهيم مثل: شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك.

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين:

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في تناولهما لنفس المتغير المستقل وهو شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك اتخاذهما لنفس المنهج وهو المنهج الوصفي بالإضافة الى استخدام نفس أداة جمع البيانات وهي الاستمارة التي طبقت على نفس عينة الدراسة وهم الطلبة الجامعيين كأداة مناسبة لجمع المعلومات حول الدراسة.

وتختلف كلتا الدراستين: في المتغير الثاني حيث عمدت الدراسة السابقة إلى البحث عن كيفية تشكيل الرأي العام من خلال الفيسبوك أما الدراسة الحالية فهي تبحث عن تشكيل الاتجاهات السياسية للطلبة الجامعيين من خلال التصفح المستمر لصفحات الفيسبوك.

كما اتجهت الدراسة السابقة إلى دراسة تأثير استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، في رصد الأخبار والمعلومات وتشكل الرأي العام في حين تعالج الدراسة الحالية دور الفيسبوك في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي.

- الدراسة السابعة بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوجهات السياسية، لمشتاق طلب فاضل، حيث هدفت هذه الدراسة لإبراز أثر مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التغيير وتحديد التوجهات السياسية في الوطن العربي، مستخدما الباحث المنهج الإحصائي التحليلي، أما العينة فكانت عشوائية مستعينا بالاستبانة كأداة لجمع البيانات وزعت على 400 مفردة، وتوصل الباحث على مجموعة من النتائج نذكر منها:

- أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور في تحديد التوجهات السياسية مما يتيح أمام فئة الشباب من فرص المتابعة والتعرض لهذه المواقع.
- تصدر الفيسبوك المرتبة الأولى باعتباره أكثر المواقع استخداما وتأثيرا على التوجهات السياسية.
- إن الجماهير اليوم يستخدمون هذه المواقع وبشكل كبير لأنها أصبحت جزءا من الواقع الحالي، وكذلك لأن الوطن العربي يمر ويعاني من أحداث عنف وعدم الاستقرار السياسي في السنوات الأخيرة،

وقد ساعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في التطلع على العالم الخارجي والدعوة لتغيير الواقع، كما أن أصحاب الرأي العام عبر هذا العالم الافتراضي يجدون أنفسهم في تفاعل واستجابة لموضوعاتهم ومنشوراتهم أكثر مما يجدونه في الواقع.

- دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل التوجهات السياسية، ومدى الوعي السياسي كونها أصبحت أداة لتحريك الرأي العام بالاتجاه الصحيح.

أوجه التشابه بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية:

- تتشابه الدراستين في تناولهما نفس المتغيرين المستقل وهو شبكات التواصل الاجتماعي والمتغير التابع وهو الاتجاهات السياسية.

- اعتماد الدراستين نفس المنهج وهو المنهج الوصفي، ونفس أداة جمع البيانات وهي الاستبيان.

أوجه الاختلاف:

- **الاستفادة من هذه الدراسة:** كانت الاستفادة كبيرة من هذه الدراسة خاصة وأن الدراسة السابقة والدراسة الحالية تشتركان إلى حد كبير في عنوان الدراسة، لذلك ساعدت هذه الدراسة في إيضاح عدة مفاهيم أساسية في دراستنا الحالية مثل الاتجاهات السياسية، كما وضحت لنا الرؤيا في اختيار المنهج وأداة جمع البيانات المناسبين لهذه الدراسة.

- **الدراسة الثامنة بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية** لسنة 2015 لـ**رضوان قطبي،** وهي دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي، وقام الباحث بهذه الدراسة من أجل البحث في العلاقة بين استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمشاركة الانتخابية الجماعية والجهوية التي شهدها المغرب في سبتمبر 2015، مستخدما المنهج الوصفي المناسب للدراسة مستعينا بأداة لجمع البيانات وهي الاستمارة التي وزعت على عينة عشوائية مكونة من 400 مفردة. حيث توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- أبرز استخدامات الشباب الجامعي لشبكات التواصل الاجتماعي تمحور حول المشاركة في أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية بالمغرب 2015.

- أهم الاشباعات التي حققها الشباب الجامعي كانت الاشباعات السياسية ومتابعة العملية الانتخابية.

- 43.52% من أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية كمصدر رئيسي لمتابعة أحداث الانتخابات الجماعية والجهوية، ويحتل الفيسبوك المركز الأول بوصفه أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي، حيث كان له تأثير كبير أثناء الانتخابات الجماعية والجهوية 2015.

- ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي بقدر كبير في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، من خلال تشكيل اتجاهاتهم ورؤيتهم في الحياة السياسية، وفتح المجال أمامهم للمشاركة السياسية والانتخابية.

أوجه التشابه بين الدراستين:

- نفس المتغير الأول وهو شبكات التواصل الاجتماعي.
- نفس مجتمع الدراسة.
- نفس الأداة البحثية للدراسة وهي الاستبيان.
- كلا الدراستين اهتمت بالجانب السياسي.
- اعتمدت الدراسة السابقة والدراسة الحالية على نفس المقاربة النظرية، وهي نظرية الاستخدامات والاشباعات.

أوجه الاختلاف بين الدراستين: اختلفت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في المتغير التابع حيث نجد أن الدراسة السابقة تناولت المشاركة السياسية، أما الدراسة الحالية تناولت الاتجاهات السياسية.

الاستفادة من الدراسة: كانت هذه الدراسة أداة موجهة، ومساعدة في فهم بعض مفاهيم الدراسة الحالية كمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي، واختيار المنهج المناسب للدراسة، بالإضافة إلى الأداة البحثية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة.

تناولت كلتا الدراستين دور شبكات التواصل الاجتماعي في الجانب السياسي، لكن كلا منهما درست بعدا من الأبعاد السياسية، فالدراسة الحالية اختصت بالاتجاهات السياسية والدراسة السابقة عمدت إلى المشاركة السياسية، ومن النتائج التي تحصلت عليها في الأخير هو أن المشاركة السياسية لها دور كبير في تشكيل اتجاه الفرد السياسي.

الدراسة الثالثة: بعنوان اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم لمرام محمد مناجرة، وهي دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية، وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة درجة اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي لديهم، بالإضافة إلى معرفة أنماط استخدام طلبة الجامعات الأردنية لموقع الفيسبوك زيادة على ذلك معرفة أهم القضايا والأخبار التي يبحث عنها طلبة الجامعات والتأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية التي تنتج عن اعتماد الشباب الجامعي على الفيسبوك لرفع درجة وعيهم السياسي، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحي مستخدمة الاستبانة التي طبقت على عينة قدرت بـ200 مفردة من طلبة جامعات اليرموك والعلوم والتكنولوجيا وجامعة جدارا وأريد الأهلية، ومن أهم النتائج نذكر:

- وجود درجة متوسطة لدرجة الاعتماد على الفيسبوك في تشكيل الوعي السياسي.
- وجود درجة مرتفعة لأسباب الاعتماد على موقع الفيسبوك.
- وجود درجة متوسطة لأهم القضايا والأخبار التي يعتمد عليها طلبة الجامعات من خلال الفيسبوك.

- غالبية أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد لتصفح الفيسبوك وذلك بنسبة 57%.
- غالبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك في المنزل بنسبة 60%.

– **الاستفادة من الدراسة:** نظرا للتقارب الموجود في الدراستين تمكنت الباحثة من الاستفادة من مفاهيم الدراسة النظرية، وكذلك الاستعانة بالجانب الميداني لاتباع الأسلوب والطريقة العلمية الصحيحة في الدراسة.

– **أوجه التشابه:** كلتا الدراستين تناولت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف الشباب الجامعي وبالتحديد وسيلة الفيسبوك، حيث استخدمت كلتاهما الاستبانة لجمع البيانات حول الظاهرة المدروسة.

– **أوجه الاختلاف:** اختلفت الدراستين في المتغير التابع حيث كان في الدراسة السابقة الوعي السياسي، أما في الدراسة الحالية تمثل المتغير التابع في الاتجاهات السياسية، وإن كان بينهما نقطة تقاطع في مكونات الاتجاه.

يأتي تشكيل الاتجاهات السياسية من خلال وعي الفرد بالأفكار التي ينتقيها من محتوى صفحات الفيسبوك أو غيرها من مصادر المعرفة الخارجية في الجانب السياسي، ومنه يكون لديه اتجاه سياسي مشبع بقناعته الشخصية نحو أي اتجاه سياسي موجود في مجتمعه. لذلك استفادت الباحثة من الدراسة السابقة في زيادة فهم موضوع الدراسة من خلال التمكن من تحديد الطرق وأدوات جمع البيانات.

– **الدراسات المحلية:**

الدراسة الأولى بعنوان الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" لبوعمر سهيلة : وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس (2013– 2014) حيث هدفت الدراسة الى التعرف على طبيعة الاتجاهات النفسية والاجتماعية للطلبة الجامعيين ببسكرة اتجاه الفيسبوك، وللكشف عن الفروقات الإحصائية ذات الدلالة تعزى لمتغيرات الجنس، سنوات الاستخدام، ساعات الاستخدام، اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي، أما العينة فكانت العينة العشوائية الطبقية، مكونة من 379 طالب وطالبة في التدرج (الليسانس– الماستر) بجامعة محمد خيضر ببسكرة، ومعتمدة على مقياس ليكرت الخماسي لقياس الاتجاهات النفسية الاجتماعية، للتتوصل الى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

- ان أغلب اتجاهات أفراد العينة الاجتماعية نحو الفيسبوك كانت بين الإيجابية والحياد.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير الجنس نحو الفيسبوك وذلك لصالح فئة الإناث.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة تعزى لمتغير سنوات الاستخدام نحو الفيسبوك.

أوجه التشابه:

تشاركت كلا من الدراسة الحالية وهذه الدراسة في متغيرات الدراسة والمتمثلة في الفيسبوك والاتجاهات

كما تشابها في المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي، وكذلك أداة جمع البيانات التي طبقت على نفس عينة الدراسة وهم طلبة الجامعة، وبما أن كلتا الدراستين تبحث في الاتجاهات فقد لجأ كلا الباحثين إلى استخدام مقياس ليكرت الخماسي المناسب لقياس الاتجاهات.

أوجه الاختلاف: بالرغم أن كلتا الدراستين درست الاتجاهات إلا أن الدراسة السابقة تطرقت إلى الاتجاهات النفسية الاجتماعية، أما الدراسة الحالية فقد عالجت الاتجاهات السياسية.

الاستفادة من هذه الدراسة السابقة: افادتنا الدراسة السابقة في تعريف نسبة كبيرة من مفاهيم الدراسة، على سبيل المثال شبكات التواصل الاجتماعي، الفيسبوك، الطلبة الجامعيين، الاتجاهات، ومساعدة الباحث في اختيار المنهج وأداة جمع البيانات المناسبان للدراسة الحالية، والاستعانة بمقياس ليكرت الخماسي.

الدراسة الثانية: بعنوان الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر- دراسة لتمثلات استخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك لسوهيلة بضياف وهي أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال (تخصص علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة) جامعة باتنة1، الجزائر، 2018/2017م. تهدف هذه الدراسة الى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي ومنهج تحليل الخطاب على عينة مكونة من 50 مفردة من الشباب مستخدما الملاحظة والشبكة الترابطية والمقابلة نصف الموجهة والمقابلة الجماعية كأدوات لجمع البيانات واستخلصت الدراسة على مجموعة من النتائج تتمثل في الآتي:

- يتمثل الشباب شبكة الفايسبوك كوسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى، كما يحملون نظرة متوازنة وعقلانية عن الفايسبوك، حيث يفرقون بين الايجابي والسلبي فيه.

- يختلف استخدام الشباب لشبكة الفايسبوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية، حيث يظهر على الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع شبكة الفايسبوك،كما ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايسبوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.

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

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

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

الاستفادة من هذه الدراسة السابقة:

– الاستفادة من المفاهيم المتشابهة مع الدراسة الحالية كالشبكات الاجتماعية.

– مساعدة الباحث في اختيار المنهج المناسب للدراسة الحالية.

أوجه التشابه: كل من الدراسة السابقة والدراسة الحالية اهتمت بدور شبكات التواصل الاجتماعي، وركزت كلا منهما على وسيلة الفيسبوك.

وقد انتهجت الدراسة السابقة والحالية نفس المنهج ألا وهو المنهج الوصفي التحليلي المناسب لطبيعة الموضوع.

أوجه الاختلاف: تباينت الدراستين في المتغير التابع، ففي الدراسة السابقة درس الباحث الشبكات الاجتماعية الالكترونية وكيفية تشكيل الرأي العام في الجزائر، أما الدراسة الحالية اهتمت بدراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية.

كما اختلفت عينة الدراسة في كلا الدراستين، فنجد أن الدراسة السابقة اختارت الشباب الجزائري كعينة بحث من المجتمع كلية، أما الدراسة الحالية فاختصت دراستها على الطالب الجامعي.

بالإضافة إلى ازدواجية المنهج المستخدم في الدراسة السابقة، حيث استخدم الباحث منهجين، الأول المنهج الوصفي التحليلي والثاني منهج تحليل الخطاب لأنه عمد إلى الملاحظة والمقابلة الجماعية والنصف موجهة مع عينة الدراسة مكونة من 50 مفردة.

يعد الرأي العام أحد المفاهيم المقاربة للاتجاه السياسي، فهو يعبر عن الجانب الفكري للاتجاه من آراء ومعارف وخبرات يتحصل عليها الفرد خلال تفاعله مع المجتمع بشتى الوسائل المتاحة لديه، منها وسيلة الفيسبوك التي ساعدته إلى حد ما في اكتساب وتكوين معارف جديدة، خاصة الشباب العربي الذي مكنته من الخوض في ثورات الفيسبوك ابان الحراك الشعبي. وبالتالي نستطيع القول أن الدراسة السابقة كان لها دور في إثراء الدراسة الحالية ببعض المفاهيم والأفكار التي قد تزيل جانبا من الغموض العلمي للباحث.

الدراسات الأجنبية:

دراسة الشبكات الاجتماعية والمساحات الديمقراطية الجديدة: تأثير على الاتجاهات السياسية لدى الشباب الكندي لـ فيليب دوجوا (Philippe Duguay)،

تهدف هذه الأطروحة إلى دراسة تأثيرات الشبكات الاجتماعية والمساحات التداولية الجديدة على الاتجاهات السياسية، ومدى التغيرات في الاتجاهات التي يمكن ملاحظتها على المدى الطويل والآليات الأساسية الخاصة بالسياسة، والاتصال عبر الإنترنت، الدراسة تبحث في كيفية استخدام الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي لتبادل الآراء والمعلومات السياسية، وكذلك تأثير ذلك على تكوين وتطوير معتقداتهم واتجاهاتهم السياسية. يُنظر إلى كيفية تأثير هذه الأدوات على عمليات التعلم السياسي والمشاركة السياسية للشباب، وكيف يمكن أن تسهم في تعزيز ديمقراطية أكثر شمولًا ونشطًا.

عادةً ما تركز هذه الدراسات على تحليل نماذج السلوك السياسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مثل الانخراط في الحوارات السياسية، ونشر المعلومات السياسية، وتأثير هذه الأنشطة على اتجاهات التصويت والمشاركة في السياسة الحقيقية، ويشير تحليل النتائج إلى:

– أن التواصل بين الأشخاص والبحث عن المعلومات عبر الإنترنت آخذ في ازدياد الفائدة السياسية.

– تأثير المناقشات السياسية عبر الإنترنت يعيد النظر بشكل تجريبي في مسلمة الفصل الأيديولوجي وتجانس الشبكات الاجتماعية من خلال تحليل شامل لمحتوى موقع Reddit.com باستخدام التحليل بمساعدة الكمبيوتر على مجموعة من عدة مليارات من التعليقات.

تظهر النتائج وجود اتجاه نحو قدر أكبر من عدم التجانس الأيديولوجي بشكل عام، والذي يعزى إلى تدفق كبير للأعضاء الجدد، على الرغم من الزيادة في تجانس المواقف التي تم التعبير عنها في العديد من الأحزاب.

وتظهر النتائج أيضًا تحولات كبيرة في توزيع المواقف التي تم التعبير عنها في فجر الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 في مجتمعات معينة.

تُظهر المؤشرات الرقمية للقبول الاجتماعي تنوعًا في المواقف المهمة في السياقات التي تكون فيها التعليقات المعبر عنها منفصلة أيديولوجيًا.

– تضيف هذه الأطروحة فارقًا بسيطًا إلى الأدبيات المتعلقة بالفصل الأيديولوجي عبر الإنترنت، وعواقبه على المواقف السياسية للمستخدمين.

– تساهم هذه الأطروحة أولاً في الأدبيات المتعلقة بالآثار السياسية لاستخدام الإنترنت، ووسائل الإعلام من خلال تكرار التأثير الإيجابي للمشاركة في المناقشات السياسية عبر الإنترنت حول المصلحة السياسية باستخدام البيانات الطولية والكندية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة التي كانت مشابهة في أغلبها للدراسة الحالية، سواء في المتغير المستقل وهو شبكات التواصل الاجتماعي وتخصيصا الفيسبوك، أو المتغير التابع الموسوم بتشكيل الاتجاهات السياسية، حيث نجد أن هذه الدراسات قد اهتمت في مجملها بدراسة الاستخدامات وأهمية شبكات التواصل الاجتماعي في جميع مجالات الحياة اليومية منها الجانب السياسي الذي هو موضوع الدراسة الحالية، بالإضافة إلى دراسة الاشباعات المحققة من ذلك.

كما أشارت الدراسات السابقة إلى الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك، ومدى امتلاكه من طرف كل الفئات العمرية للمجتمع، ناهيك عن الشباب الجامعي الذي وجد ضالته الكبرى في استحواذه المجاني على وسيلة الفيسبوك، مما ساعده في التصفح اليومي لكل ما ينشر على صفحاته المختلفة، منها ولوجه للقراءة والتعليق على الموضوعات المطروحة أمامه بل تعدى الأمر إلى أكثر من ذلك، وهو مشاركته السياسية واعلاء كلمة الرأي العام وهذا ما شاهدناه في ثورات الربيع العربي وما زلنا.

نشاهده على صفحات هذه الشبكات. كما وضحت لنا أيضا مدى التأثر والتأثير الذي سببته فضاءات شبكات التواصل الاجتماعي. وكانت الاستفادة من هذه الدراسات في إثبات أهمية الفيسبوك الذي يحتل المرتبة الأولى اليوم بين جميع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، وذلك في تعزيز حرية التعبير وإعطاءها متنفس وطريقة للنشر دون قيود.

المقاربة النظرية: تحتل النظرية السوسيولوجية مكانة كبيرة في الدراسات الاجتماعية، فلا يكاد يخلو بحث أو دراسة علمية من تبني أحد النظريات الاجتماعية التي تساعد الباحث الاجتماعي في معالجة فكرته المطروحة في موضوع دراسته، حيث تعتبر النظرية مجموعة قواعد أو ثوابت تعطي تفسير متفق عليه لظاهرة ما بعد أن يتم التثبت من صحة افتراضاتها منطقيا أو تجريبيا[1].

كما تمثل النظرية أعلى درجات المعرفة على حد تعبير العالم تيماشيف، وهي قادرة على إيجاد الأسباب والمواقف التي تحمل فيها تلك الآليات السببية[2]

والنظرية هي عبارة عن محصلة الدراسات والأبحاث والمشاهدات التي وصلت إلى مرحلة من التطور ومن ثم ضعت في إطار نظري وعملي، كما أن النظريات قامت على التنظير والافتراضات التي قويت

[1] علا زكي داود القاق، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية خلال الفترة 1945-2014، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015، ص 06.

[2] ياس خضير البياتي، النظرية الاجتماعية (جذورها التاريخية وروادها)، ط 1، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2002، ص 24.

تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، وتتميز النظرية بقدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديرة بالبحث، واستكشاف طرق جديدة للبحث العلمي[1]

ونظرا لتشعب وظائف شبكات التواصل الاجتماعي، والدور المتعدد الذي تؤديه في المجتمع سواءا من الناحية الاجتماعية أو الاتصالية، ارتأينا في هذه الدراسة تبني أو استخدام بعض النظريات السوسيولوجية من أجل الوصول إلى التصور الحقيقي وإعطاء موضوع الدراسة تفسيرا وتحليلا منطقيا لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين، ومن ضمن تلك النظريات ما يلي:

1- **النظرية البنائية الوظيفية:** تعتبر النظرية عنصرا هاما في أي بحث علمي سوسيولوجي، حيث تختص كل نظرية سوسيولوجية بمفاهيمها وروادها تعين الباحث الاجتماعي في تفسير الظواهر الاجتماعية، ومن بين تلك النظريات الاجتماعية النظرية الوظيفية التي تعتبر المجتمع مجموعة من الأنساق التي تتوحد فيما بينها حتى تحقق التوازن والاستقرار الاجتماعي، ويكمن توظيف هذا المدخل الوظيفي في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي لتحديد مكانتها عند الطلبة الجامعيين من خلال دراسة الوظائف التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي خدمة لهم وللمجتمع بأسره، والوظيفية أو الوظيفة مفهوم مستعار من أحد علوم الاحياء، وهو علم الفسيولوجيا وانتقل بعد ذلك الى العلوم الاجتماعية. والقاسم المشترك لمفهوم الوظيفة في هذه العلوم ومنها السياسة، يعني أن أي بناء عضوي سواء كان بشري أو كيان سياسي، يتكون من عدة عناصر يقوم كل منها بوظيفة معينة من أجل بقاءه واستمراره. [2]

تعد شبكات التواصل الاجتماعي بناء يقوم بوظيفة داخل النسق الجامعي الذي يحتوي على عنصر هام وهو الطالب الجامعي، والذي يعتبر بدوره نسق فرعي من مجموعة الأنساق التي تكون النسق الجامعي الكلي، بالإضافة إلى أن "سلوك الفرد الاجتماعي لا يصدر عن فراغ ولا من عقله أو رغبته الذاتية، بل من تفاعله مع الآخرين حيث تلعب المؤسسة الاجتماعية (المدرسة، الجامعة، ووسائل الاعلام ...الخ) الدور الأساسي في تقنين تصرفاته مع الآخرين، وحسب معاييرها وأنماطها وسماتها ليخرج الفعل على شكل تصرف منتظم وملتزم وموجه[3]"

وفي الدراسة الحالية تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي نسق من الأنساق الاجتماعية التي تؤدي وظيفة داخل المجتمع، فهي تتفاعل مع الأنساق الأخرى لتحقيق التوازن فيما بينها وفي النسق الكلي الذي هو المجتمع أو العالم بأسره، من خلال ربط العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية...

وعندما ننظر إلى تشكل الاتجاه لدى الفرد نجد أن تالكوت بارسونز أحد رواد النظرية البنائية الوظيفية قد تحدث عن الجانب المعرفي للاتجاه الذي يتعلق بمعرفة الحقائق والمواقف في تحليله للنسق الذي يقوم

---

[1] هيثم الهيتي، الاعلام السياسي والاخباري في الفضائيات، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 123.

[2] علا زكي داود القاق، مرجع سابق، ص 06.

[3] ياس خضير البياتي، النظرية الاجتماعية (جذورها التاريخية وروادها)، ط 1، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2002، ص 129.

على الفعل الاجتماعي باعتباره تنظيما للتفاعلات بين الفاعل والموقف، وهذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي من توفيرها للمعلومات والمعارف التي يحتاجها الطالب الجامعي في جميع المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

نظرية الاستخدامات والاشباعات:

نظرية الاستخدامات والاشباعات هي ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة، من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة[1].

ويتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية– المضمون الذي يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية[2]

وتعد نظرية الاستخدامات والاشباعات من نظريات الاتصال الكبرى التي تعبر عن استخدام الجمهور لوسائل الاعلام بغض النضر تقليدية كانت أو حديثة، فهي تسعى إلى تلبية رغباته وتحقيقها في شتى المجالات الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية، ولقد تم توظيفها في هذه الدراسة الحالية من أجل التعرف عن كيفية ومدى استخدام الشباب الجامعي الجزائري لما يعرض على شبكات التواصل الاجتماعي، والاشباعات المتحققة منها، وخاصة بعد الأحداث التي تعرضت لها الجزائر في السنوات الأخيرة والتي عبر عنها الشعب الجزائري في الحراك الشعبي، من خلال تلك المظاهرات السلمية المتداولة كل جمعة على المستوى الوطني، جعل وسائل الاعلام الجديد تتناقل الأخبار والمستجدات اليومية عن كثب، خاصة الفيسبوك الذي كان وما يزال المتتبع الرئيسي لتلك الأحداث لحظة بلحظة، وكان الوسيلة الأقرب والأسهل للشباب الجزائري لنقل أفكارهم عبر التراب الوطني، وبالتالي فقد استخدمه الجمهور بشدة نظرا لأنها تلبي اشباعاته وحاجاته في معرفة تفاصيل الأحداث السياسية الحديثة، وبغية الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة من قبل.

ومنه كانت هذه النظرية مناسبة للدراسة الحالية نظرا لأنها الوسيلة الأكثر استخداما من قبل أفراد العينة، ويترجمه الحجم الساعاتي الذي يقضيه الطالب الجامعي في التعرض للفيسبوك، سواء في المنزل أو خارجه.

[1] صلاح عبد الحميد، الاعلام الجديد، ط 1، دار أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص 64.

[2] ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية 2014، دورية الاعلام الشرق الأوسط، العدد الحادي عشر، 2015، ص 6.

نظرية الفضاء العام:

أقر هابرماس أنّ جذور الفضاء العام ضاربة في القدم، انطلاقا من المدينة الإغريقيّة التي كان فيها الفصل بين مجال الدولة أو الحكومة، ومجال جمهور الشعب أو العامة خاصة في ساحة السوق وربّما في أماكن أخرى أيضا، إضافة إلى جملة من المؤسسات الاجتماعيّة التي برزت في القرن الثامن عشر في أوروبا مثل المجلات والصحف والمقاهي بأنجلترا، والصالونات الباريسيّة بفرنسا ونوادي القراءة بألمانيا. وكانت جميعها فضاء لمناقشة القضايا أو المسائل الاجتماعيّة والسياسيّة مناقشة نقديّة دفعت بالمجال العام ليشكّل سلطة في مواجهة الدولة كان من نتائجها الديمقراطيّة النيابيّة[1].

إن معالجة هابرماس لمفهوم الفضاء العمومي لا تنفصل عن مقاربته لمفهوم الرأي العام الذي يمثل مقولة تاريخية، إذ يؤكد على أن المفهومين يمكن مقاربتهما من زوايا مختلفة للعلوم الأخرى كعلم الاجتماع والتاريخ والسياسة، وموضوع الفضاء العمومي هو الجمهور باعتباره حاملا لرأي عام ذي وظيفة نقدية[2]

إن هؤلاء الأفراد شخصيات خاصة أي أنهم ليسوا منتمين لأي وحدات اجتماعية تقليدية، ويعتمدون في سلوكهم على مبادئ العقد الاجتماعي والحرية والفردية، لكونهم كذلك فهم لا يسعون نحو الحصول على امتيازات خاصة ولا إلى تركيز السلطة في يد أحد، بل يسعون إلى جعل السلطة شعبية وإدخال مبدأ المشاركة بها.[3]

باعتبار أن نظرية المجال العام تحدثت عن الفضاء الافتراضي الذي أتاح للجمهور الحرية في التعبير عن آرائه وأفكاره في جميع الميادين، وبذلك فهو ساحة للتفاعل الاجتماعي والسياسي، وهذا ما يتناسب مع دراستنا الحالية التي تناقش دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي، حيث فتحت له المجال الافتراضي الواسع ليعبر وينشر أفكاره بكل حرية وديمقراطية، ويتلقى أفكار جديدة خاصة في الميدان السياسي، فقد ساعدته في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك الذي يعتبر الشبكة الأسهل والأكثر استخداما من طرف الأفراد وبالخصوص للطالب الجامعي، الذي يمارس حريته في التعبير عنها بواسطة منشور أو صورة أو فيديو وتجده في كثير من الأحيان ليست له فائدة خاصة أو مبتغى في تشجيع وتأييد اتجاه من الاتجاهات السياسية الموجودة على الساحة الوطنية، وإنما مجرد ممارسة لحق من حقوقه الاجتماعية أو اثبات ذاته في فضاء افتراضي يجد فيه ضالته. يعتبر الفضاء العام أو المجال العام المكان الذي تجتمع فيه الأفراد بمختلف الفئات العمرية لتتناقش في شتى المواضيع الاجتماعية أو السياسية التي ترتبط بالصالح العام حيث نجدهم يتفقون أحيانا

---

[1] info@mominoun.com, الفضاء العام,14/05/2013, le 10/10/2023 à 21.00.

[2] هناء علالي، مصطفى كيحل، الفضاء العمومي ودوره في تفعيل الفكر التواصلي عند هابرماس، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد 50، 2017، ص 187.

[3] منصور أشرف حسن، نظرية هابرماس في المجال العام، مجلة دار المنظومة(الرواد في قواعد المعلومات العربية)، المجلد 7، رقم 7، مصر، 2016، ص 257.

ويختلفون في مواضع أخرى، فقد كان الأفراد يلتقون قديما في المقاهي والأماكن العامة، أما الآن ظهر عالم آخر أو بالأحرى فضاء آخر أوسع للحوار والنقاش خاصة في الأمور السياسية، أين وجد رجال السياسة ضالتهم في الترويج عن أفكارهم وحملاتهم السياسية عبر الفضاء الافتراضي الذي يتيح الفرصة لكل فرد من المجتمع أن ينشر أو يتصفح ما كتب على صفحات الفيسبوك من أخبار ومعلومات سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو العالمي.

بفضل شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة كبر عدد المنخرطين في الفضاء الافتراضي هذا الأخير الذي زاد من حدة التفاعل الاجتماعي، وأصبح بإمكان كل مواطن التفاعل مع الآخرين من جميع أنحاء العالم كما هو الحال الآن، حيث تناقلت صفحات الفيسبوك أحداث ثورات الربيع العربي، ومن ثم الحراك الشعبي في الجزائر أين أتاح الفيسبوك المجال للشباب الجزائري متابعة الأحداث لحظة بلحظة ومشاركتها مع بغضهم البعض. ومن هنا سهلت فكرة تهييج الرأي العام حول القضايا الاجتماعية والسياسية التي تهم المجتمع، ويتفق هذا مع النظرية التي أتى بها عالم الاجتماع الألماني يورجن هابرماس وهي نظرية المجال العام التي نشرها في كتابه المشهور "التحول البنيوي للمجال العام (Structural Transformation of the Public)

خلاصة:

تناول الفصل الأول من الدراسة استعراض الإشكالية المطروحة، والأسباب التي دفعت لاختيار هذا الموضوع، تم اعتماد المنهج الوصفي الذي يتضمن وصف وتحليل وتفسير دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل وتوجيه الآراء والمواقف السياسية لدى الطالب الجامعي، مما يبرز أهمية دراسة هذه الظاهرة والتفاعلات الاجتماعية والسياسية المرتبطة بها في المجتمع الجامعي، ثم تطبيق نظريات تفسر الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين وتشكيل الاتجاهات السياسية. كما تم استعراض المفاهيم المتعلقة بالموضوع والدراسات السابقة التي تناولته، مع التركيز على المقاربات النظرية التي توضح كيفية تفاعل هذه الشبكات مع الاتجاهات السياسية للطلبة الجامعيين، منها نظريات في علم الاجتماع والاتصال، وعلم الاجتماع السياسي التي تفسر التأثيرات الاجتماعية والسياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيقها على سياق شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين

الفصل الثاني:

شبكات التواصل الاجتماعي (والفيسبوك)

تمهيد:

أولا- نشأة الشبكات الاجتماعية

ثانيا- أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

ثالثا- تصنيف شبكات التواصل الاجتماعي وأنواعها

رابعا- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي

خامسا- وظائف شبكات التواصل الاجتماعي

سادسا- متغيرات شبكات التواصل الاجتماعي فوائد وإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي

سابعا- دور شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي وحملات الاتصال: من منظور سوسيولوجي وإعلامي

ثامنا- النظريات المفسرة لدور شبكات التواصل الاجتماعي

خلاصة:

تمهيد:

لفهم نشأة شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن النظر إلى تطور الإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات في العقود الأخيرة، ففي السابق كانت وسائل التواصل تقتصر على وسائل التواصل الشخصية، ووسائل الإعلام التقليدية مثل البريد والهاتف والتلفزيون، ومع ظهور الإنترنت في أوائل التسعينات، بدأت الفرص تتوسع للتواصل عبر الحدود الجغرافية وبشكل فوري.

تأثرت الشبكات الاجتماعية بنمط حياة الناس والتكنولوجيا الرقمية المتطورة في البداية، ثم ظهرت منصات التواصل الاجتماعي كأدوات للتواصل الشخصي والاجتماعي، مثل MySpace و Friendster في أوائل الألفية الجديدة. تم تعزيز هذه المنصات من خلال إمكانيات التفاعل الفوري والمشاركة بالصور والمقاطع الفيديو والمحتوى الشخصي.

ثم، مع ظهور Facebook و Twitter في منتصف العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، تطورت شبكات التواصل الاجتماعي لتصبح منصات شاملة تتيح للمستخدمين التواصل مع الآخرين، ونشر الأخبار والآراء، وتبادل المحتوى بشكل واسع وسريع، وبعدها تحولت هذه المنصات أيضًا إلى أدوات حيوية للتسويق والتأثير الاجتماعي، وأصبحت تلعب دورًا هامًا في تشكيل الرأي العام والحركات الاجتماعية.

ومع مرور الوقت تعددت وتنوعت الشبكات الاجتماعية، وتأثر بالتطورات التكنولوجية والاجتماعية، مما يجعلها جزءًا أساسيًا من الثقافة الرقمية المعاصرة ومنهجية التواصل في العالم الحديث.

أولا- نشأة الشبكات الاجتماعية:

يعود ظهور مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي إلى الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن **(جون بارنز) عام 1954**، وكان أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة الإنترنت في شكل تجمعات ممثلة في موقع Theglobe.com وموقع Geocities في 1994 وبعده موقع Tripod في 1995، وكان التفاعل فيها عن طريق غرف الدردشة[1]

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل Classmates.com عام 1995 م للربط بين زملاء الدراسة وموقع Six Dégrées عام 1997 م مباشرة، وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين، وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطيع أن تدر ربحا لمالكيها وتم إغلاقها.[2]

وفي عام 2001 أضيفت لموقعCyworld للعالم الافتراضي في كوريا مميزات مواقع التواصل الاجتماعية، وبالمثل مع مجتمع الإنترنت السويدي بإعادة تشكيل موقع LunarStorm، Boyd كمواقع للتواصل الاجتماعي عام2000 واطلق موقع Ryze Com في عام 2001 للمساعدة على الاستفادة من شبكات أعمال. وأطلق في 2002 موقعFriends ter كمكمل اجتماعي لموقع RYZe، وللتنافس مع موقع Match.com وهو موقع ربحي للتعارف على الأنترنت، وبعد عام 2003 قام كلاي شيركي بإطلاق موقعYASNS في محاولة لتكرار النجاح المبكر لموقعFriends ter حين كانت مواقع التواصل المنظمة اجتماعيا تلتمس جماهير عريضة مثل المواقع المهنية LinkedInالتي ترتكز على رجال الأعمال.[3]

وخلال الفترة ما بين 2002 و2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية ذروتها، من خلال ظهور ثلاثة مواقع اجتماعية تواصلية، فكان أولها موقعMy space عام 2005، ثم تلاه موقعFriendster ، وموقع Bebo الذي أنشأه مارك. كما برز موقع Facebook عام 2004 ليجمع مارك زوكربيرج زملاءه في جامعة هارفارد الأمريكية، وأصبح بسرعة أهم هذه المواقع الاجتماعية لا سيما بعد انفتاحه على الأفراد خارج الولايات المتحدة، وبهذا الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي مستفيدة من الاستراتيجيات التجارية للإنترنت حيث كان موقع اول المبادرين باستغلال مواقع الشبكات الاجتماعية في YAHOO[4].

---

[1] نزهة حنون، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكساته على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد الثامن، ديسمبر 2017، ص 70.

[2] مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2016 م، ص 109 ص110 ص111.

[3] ماجد نبيل محمد حسين، أثر خصائص موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تحسين مهارات الأكاديميين في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني بغزة، قدم هذا البحث استكمالا لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2018، ص13.

[4] فاطمة محمود عبد الغفار الحارث، خالد عبد العزيزالشريده، اتجاهات طلاب الجامعات نحو شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها النفسية والاجتماعية لدى طلاب جامعة جامعة القصيم، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الخامس، جامعة الفيوم، مصر، د.س، ص 22.

أقسام الشبكات الاجتماعية:

1- شبكات شخصية أو محلية خاصية بأشخاص معينين: تقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف التي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال.

2- شبكات خاصة بفئات موضوعية: هذه الشبكات نشأت لتجمع بعض المهتمين بموضوعات بعينها، مثل المهتمين بالطب والهندسة وشبكات مهتمة بالكتب والمكتبات.

3- شبكات مهنية: ظهرت وانتشرت الشبكات المهنية لتواجه البطالة، واحتياج دول العالم لتنشيط العمل، واستخدام هذه التقنية المتطورة خلق بيئة عمل، وبيئة تدريبية مفيدة وحرفية واستقبال سير ذاتية للمشتركين مع استقبال طلب توظيف من جانب الشركات، وتقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وغيرها وأشهر هذه الشبكات linked in.[1]

ثانيا- أهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

- تساعد مستخدميها على الاطلاع على كل ما هو جديد في مجالات الحياة المتعددة.
- القدرة على صناعة الحدث الإعلامي وتوجيه الرأي العام.
- القدرة على إنتاج المعنى بعدما كان يكتفي باستقباله وتأويله، وهو ما قد يؤدي إلى خلق اتصال حر.
- الكشف عن الهامشي والمسكوت عنه، وهو ما لم تستطع أو لم ترد المؤسسات الإعلامية مواكبته بسبب الأجندة المسبقة التي تقيدها[2].
- تمثل أداة هامة للوعي السياسيف من خلال برامجها الإخبارية والسياسية تستطيع أن تؤثر في تفكير الأفراد واتجاهاتهم، وتعمل على خلق الإحساس بالمواطنة، والانتماء وخلق حد أدنى من الاتفاق حول القيم، ومن جانب آخر تمد الفرد بالمعلومات عن الوقائع السياسية المختلفة .كما تقدم نماذج وأنماط سلوكية جديدة تدفع الفرد للمشاركة في الحياة السياسية[3].
- التحرر من قيود السلطة بأبعادها الكلاسيكية المختلفة.
- التكتل في جماعات افتراضية متجانسة أكثر فأكثر وضاغطة، حتى صار جمهور الشبكات يشكل سلطة حقيقية يمكن تسميتها بالسلطة الخامسة .

[1] مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022، ص 23.

[2] بن عون، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، الجزائر، 30 جوان 2016، ص468.

[3] عامر أمال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 19، جامعة الجزائر، الجزائر، 2018، ص 674.

– تبادل الرسائل والمضامين الإعلامية وتوفير مساحة للحوار والنقاش واختيار المعلومات كما يستطيع المستقبل اختيار الموضوع الملائم من بين البدائل المتعددة[1].

ثالثا– أنواع التواصل على مواقع التواصل الاجتماعي:

– التواصل الشفهي: ويكون عن طريق اللغة الشفهية والأصوات المعبرة عن الأفكار والمعارف التي يراد نقلها إلى المستقبِل باستخدام آليات كالهاتف ومكبر الصوت، أو الحاسوب واللوحات الذكية، وتكون صوتية فقط أو صوتية ومرئية.

– التواصل الكتابي: وذلك بواسطة الكتابة، ويكون أكثر رسمية من التواصل الشفهي، حيث إنّ الكتابة تعتمد على استخدام اللغة والمهارة في عرض المكتوب [2].

ولها أنواع حسب الخدمة:

– مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها Myspace،Facebook .

– الويكي: wiki وهذه لمشاركة المعلومات بين المستخدمين(Wikipédia).

– المرتبط بالعمل: شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها Xing،LinkedIn .

– مشاركة الفيديو YouTube : تسمح برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو، والتعليق عليها وتقييمها.

– مشاركة الصور: تسمح برفع ومشاهدة ومشاركة الصور وإنشاء معرض صور شخصي ويستطيع الآخرون رؤية الصور والتعليق عليها وتقييمها flicker.

– البودكاست: تسمح بتسجيل مقاطع صوتية بصيغة mp3 ورفعها ومن ثم مشاركتها المستخدمين podcast.[3]

– المدونات: تتمثل في سجلات إلكترونية مرتبة حسب التسلسل الزمني التّصاعدي، وتبدأ بالأخبار الأكثر حداثة ثم التي تليها وهكذا، ومصحوبة بآلية لأرشفة المدخلات القديمة لكن زخمها تراجع بعض الشيء مؤخرا، وتختلف بين نصية، صورية، فيديوية[4].

– **شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية:** هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت، توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك، ومن الأمثلة على هذه الشبكات مواقع: twitter،Facebook، Myspace، YouTube، وهي مجموعة هويات اجتماعية ينشئها أفراد أو منظمات لديهم روابط نتيجة

---

[1] بن عون، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، الجزائر، 30 جوان 2016، ص468.

[2] صافية كساس، الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي (الواقع والأسباب والآثار)، مجلة إشكالات في اللغة العربية، مجلد 08، العدد 03، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، 2019، ص 468.

[3] نور وكتاب مبين، مجلة مجمع الثنيان المسائي لتحفيظ القرآن الكريم، الشبكات الاجتماعية، 33 هجري، ص1.

[4] أمينة نبيح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد (موقع الفيسبوك نموذجا)، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 101.

التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وهي تنشأ من أجل توسيع وتفعيل العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة.[1]

كما تصنف شبكات التواصل الاجتماعية ضمن مواقع الويب 2.0 لأنها بالدرجة الأولى تعتمد على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصدقات حول العالم، وبعضها الآخر يهتم بالقبض على بعض المدونين واعتقالهم في بعض البلاد، ومشاركة أصحاب المدونات في المسابقات الدولية، والإصلاح السياسي والاجتماعي، ومتابعة الأوضاع السياسية للأنظمة العربية وانحسار الديمقراطية.[2]

رابعا- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

- **التفاعلية والتشاركية:** مشاركة الفرد منشوراته مع الآخرين، والتفاعل معهم من خلال التعليقات أو الإعجاب بردود الأفعال عليها.
- **التلقائية:** حيث يكون الاتصال تلقائي بين الطرفين وغير مخطط له مسبقا.
- **الحضور الدائم غير المادي:** يمكن للمستخدم ترك رسالة للشخص المراد التواصل معه دون إلزامية حضوره في الوقت نفسه.
- **الانفتاح:** المحتوى الموجود فيها منشور من قبل المستخدمين جميعا وليس مقتصر على فئة معينة.
- **دعم التجمعات:** إمكانية إنشاء مجموعات تضم مستخدمين لهم نفس التوجهات أو الاختصاص.
- **إذابة الفواصل الطبقية:** يتم التواصل مع مختلف المستخدمين مهما كانت مكانته مباشرة دون وسيط.[3]
- **السرعة:** الفورية في الاتصال وسرعة تبادل المعلومات والآراء[4].
- **سهولة ومرونة الاستخدام:** بفضل بساطة الاستخدام، سواء من حيث اللغة أو الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل معها تمكنت شبكات التواصل الاجتماعي من الانتشار السريع في العالم.[5]
- **العالمية أو الكونية:** وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين على مستوى العالم، وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك[6].
- منخفضة التكلفة: فهي أقل تكلفة مالية من الهاتف والفاكس والتلكس وغيرهم.

---

[1] عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013 م، ص68.

[2] مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،2016 م، ص110.

[3] سامي زعباط، فاتح سردوك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 07، العدد 01، 2022، ص 227.

[4] الذهب عفان، الاعلام الجديد ومدى تأثيره في المجتمع، المركز الديمقراطي العربي، 17 سبتمبر 2021.

[5] على فواز طلال العدوان، مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 36، العدد الثالث، جامعة حلوان، كلية التجارة وإدارة الأعمال، قسم العلوم السياسية، مصر،2022، ص 45.

[6] أمينة عطاالله، داود جفافلة، الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1121-2170، الجزائر، 2020، ص 470.

- هامش حرية التعبير في شبكات التواصل أوسع من وسائل الاعلام لأنها لا تخضع للرقابة والوصاية.
- أصبحت وسيلة من وسائل نشر الوعي السياسي، وهذا ماشاهدناه في ثورات الربيع العربي.
- أصبحت وسيلة للتجارة الالكترونية، وفضاء للترويج السلع والبضائع.
- متعددة الوسائط (الملتيميديا) فتجمع بين المطبوع والصوت والصورة الفيديو والفوتوغرافية والرسومات.[1]

خامسا- وظائف وسائل التواصل الاجتماعي:

لوسائل التواصل الاجتماعي عدة وظائف نذكر منها:

- **الوظيفة الإخبارية:** حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما لتداول الأخبار في مختلف مجالات الحياة، سواء من خلال انتشار صفحات وسائل الاعلام التقليدية من صحف وقنوات تلفزيونية على هذه المواقع، أو من خلال تداول المستخدمين للأخبار التي يحصلون عليها سواء من مواقع عملهم أو نقلا عن أصدقائهم.[2]

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تمد المواطنين بقنوات جديدة للمشاركة في الأنشطة السياسية، الأمر الذي يجعل من السياسة شأناً عاماً يمارسه معظم أفراد الشعب، دون أن يكون مقتصراً على فئات دون أخرى، وذلك لأن هذه المواقع تشجع الأفراد غير الناشطين أو الفاعلين سياسياً على المشاركة في الفعاليات السياسية، بحيث يمكن القول أن تكون صوتاً سياسياً للمواطن العادي وغير العادي[3]

الوظيفة التعبوية: وهي الوظيفة التي استطاعت من خلالها شبكات التواصل الاجتماعي لعب دور سياسي مهم خلال موجة الثورات العربية، من خلال حشد الرأي العام وتحريك الجماهير للنزول إلى الشارع، حيث تم من خلالها الدعوة مباشرة للتظاهر والاحتجاج على ممارسات النظم السياسية، أو بطريق غير مباشر من خلال التركيز على مساوئ هذه النظم، والتمهيد بشكل تدريجي للاحتجاج عليها، وهو ما ظهر في بادئ الأمر من خلال المدونات الخاصة ببعض المدونين.[4]

التسويق السياسي: استخدمت الأنظمة السياسية شبكات التواصل الاجتماعي للعرض والترويج لسياستها، وتكوين صورة ذهنية إيجابية عن الحكومة لدى أفراد المجتمع، ليس في وقت الحملات الانتخابية فقط، وإنما في جميع الأوقات. ومن الوظائف السياسية لوسائل الاعلام في المجتمع المعاصر يرى لاسويل أن هناك وظائف هامة يمكن أن تقوم بها وهي:

---

[1] عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات د راسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة البليدة 02، الجزائر، 01 جوان 2016، ص 05.

[2] سلمان حسام، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين (ثورات الربيع العربي نموذجا)، دراسات استراتيجية، العدد 21، المجلد، جامعة الجزائر، 2015، ص 32 ص 33.

[3] أيمن شافي سمير الشرفات، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية 2010-2014، مجلة المنارة، المجلد (23)، العدد (1/ب)، الجامعة الأردنية، قسم العلوم السياسية، 2017، ص 18.

[4] سلمان حسام، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين (ثورات الربيع العربي نموذجا)، دراسات استراتيجية، العدد 21، المجلد، جامعة الجزائر، 2015، ص 32 ص 33.

- مراقبة البيئة الخارجية ونقل الأخبار عن الأحداث الجارية.
- التنشئة السياسية وتفسير معنى الأحداث.
- التلاعب والتأثير المدروس في العملية السياسية.[1]

التأثير في اتجاهات الجماهير: وذلك بتوجيه الرأي العام المحلي والتأثير عليه وتحديد مواقفه المساندة لسياسات الحكومة، ودعم برامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

– **الرقابة على الحكومة** : من خلال مراقبة وسائل الإعلام للمؤسسات و القضايا و الأحداث والآراء، وتسليط الضوء على بعضها وتقويم أداء الحكومة.[2]

– **تكوين الرأي العام:** يساهم الإعلام في تكوين رأي عام حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع، سواء كانت هذه القضايا اقتصادية أو اجتماعية، أو سياسية وذلك عن طريق قيام وسائل الإعلام بالتعرف على اتجاهات الرأي العام، من خلال رصدها وتحليلها للقضايا والمشكلات التي يأخذ الرأي العام موقفا موحدا منها، لأن هناك علاقة تفاعلية وتبادلية بين وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني، بالإضافة إلى فسح المجال أمام الحوارات، وطرح الرأي والرأي الآخر، وإعطاء مساحة أكبر لوجهات النظر المختلفة التي تهم الأوطان والمواطنين.[3]

وظيفة التنشئة السياسية: وجد **(أنطوان أوريم)** أن وسائل الاتصال الجماهيري لها دور في التنشئة السياسية، وتشكيل الآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات السياسية والأيديولوجية عند الأطفال أو الراشدين، ذلك لأن الفرد يجلس أمامها مدة طويلة من أجل اشباع جاجاته الأساسية من المعلومات والأخبار والأحداث، وهذا يساهم في تكوين اتجاهاته ورغباته.[4]

وظيفة التسلية: أضاف عالمي الاجتماع لازرسفيلد وميرتون وظيفة رابعة لشبكات التواصل الاجتماعي وهي وظيفة الترفيه والتسلية. أما الباحث ولبير شرام حدد ثلاثة وظائف لشبكات التواصل الاجتماعي وهي: – وظيفة المراقبة: تقوم على إعداد التقارير عن الأخطاء التي تواجه المجتمع، واستكشاف الآفاق.

- الوظيفة السياسية: المعلومات التي تقدم من وسائل الاعلام تتيح أخذ القرارات الصائبة.
- التنشئة: تساعد المجتمع على اكتشاف المهارات التي تعمل على تطويره.[5]

---

[1] منال قدواح، مدخل إلى الاتصال السياسي، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023، ص 87.

[2] رزين محمد، الاتصال السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2021، ص 96.

[3] مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 25 ص 29.

[4] عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع السياسي: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، ط 1، مطبعة البيرة، الأسكندرية، مصر، 2007، ص 315.

[5] مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2019، ص 121.

وظيفة التوجيه: تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بتكوين اتجاهات فكرية في الأفراد يراها المجتمع صالحة ومحققة لأهدافه، ويمكن أن يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى كسب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.[1]

سادسا- متغيرات شبكات التواصل الاجتماعي: فوائد وإيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي:

- انعدام الخصوصية والمصداقية والسرية والثقة الذي يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية.
- التزوير والتزييف الالكتروني.[2]
- إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات والملفات دون فائدة.
- عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها أن تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها.
- نشر الاشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.
- النقاشات التي تبتعد عن الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر.[3]
- ارتكاب الجرائم ضد المستخدمين: أثناء استخدام الشبكات الاجتماعية يتعرض الأشخاص للمضايقات بكافة أشكالها.

التأثير على العلاقات الأسرية: انشغال الفرد بعلاقاته الافتراضية فيها يؤدي به إلى البعد عن أفراد أسرته وفتور العلاقات التي تربطه بهم

تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على منظومة العادات والتقاليد، من خلال الانفتاح الهائل الذي تتيحه هذه الشبكات، وبالتالي نشر قيم دخيلة على المجتمع.[4]

ب- إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي:

- قربت المسافات وسهلت التواصل بينَ النّاس، حتّى وإن كانوا في بُلدان مُختلفة، بفضل تكنولوجيا الاتصال الصوتي والمرئي أيضاً، فأصبحَ بإمكان المُغتربين الاطمئنان على أهلهم في بلدٍ آخر.
- سُرعة الحصول على المعلومات: فوسائل الاتّصال جعلت عمليّة الحصول على أي معلومة أسهل وأسرع مما كان في السابق، مِمّا جعلها الوسيلة الأولى للصحافة والإعلام، فلقد أصبحَ الحصول على المعلومات من بُلدانٍ أُخرى أمراً سهلاً وسريعاً.

---

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع كتب، قسنطينة، 2019، ص 123.

[2] ميمي محمد عبد المنعم توفيق، شبكات التواصل الاجتماعي(النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، العدد 24، الجزء الثاني، جامعة عين شمس 193، مصر، 2018، ص 34.

[3] عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 69.

[4] إبراهيم العبيدي، سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة موضوع، 20 سبتمبر 2021.
https://wikiarticle.xyz/i-post.php?ua=wga5n2gnylmawdoo3.com/sq1ko4pdm//tp9xw3nqs Le 3/9/2022 a 14h.

– اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات.

– التعلُم عن بُعد: لقد أصبحَ بإمكان أي شخص الالتحاق بالجامعات والمعاهد والتعلم والتدريب عن بُعد، بفضل وسائل الاتصال المرئيّة والصوتيّة في يومنا هذا، فما على الشخص إلا أن يجلس خلف الشاشة والاستماع لشرح الأستاذ والتفاعل معه.

– التجارة الالكترونية: من خلال وسائل الاتصال أصبح من السهل تبادل التعامل التجاري والاستيراد والتصدير، والدعاية الاقتصادية ومتابعة أعمال الشركات عن بعد.[1]

- كما مكنت شبكات التواصل الاجتماعي للفرد التعبير عن الذات، من خلال المحادثات الفردية أو الجماعية.
- متابعة آخر المستجدات في كل أنحاء العالم، من خلال متابعة التحديثات التي تظهر من خلال الأصدقاء، أو المتابعة في قائمة الاهتمامات.
- تسهم في النقد الموجه والبناء، وتؤثر على متخذ القرار السياسي، بما يتفق والمصلحة العامة.
- الدعاية الفكرية والثقافية، حيث يجد أصحابها منابر سهلة لهم للتعبير عن أفكارهم والدعوة لثقافتهم[2].

ج– متغيرات شبكات التواصل الاجتماعي:

– **المتغيرات الاجتماعية:** تتلخص في محورين، الأول في تكوين الصدقات، والثاني في عضوية الجماعات[3].

المتغيرات السياسية: الممارسات السياسية حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا.[4]

لقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي في دمج التفاعلات السياسية بين عالمين، الأول هو العالم الواقعي، والثاني هو العالم الافتراضي، وتعمل على:

– تعبئة الرأي العام: أصبحت هذه الشبكات مجالا للاحتجاجات، والتشجيع على الاضطرابات، والدعاية الانتخابية وطرح برامج انتخابية، وجمع التأييد الشعبي.

– ظهور المواطنة الافتراضية: أصبح المجتمع الافتراضي مجال ممارسة لحقوق المواطنة، والمطالبة بالحقوق السياسية، حيث فتحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال امام ممارسة قضايا

---

[1] عزيز بهلول الظفيري، خطر وسائل التواصل (نافذة لتعاطي المخدرات)، وزارة الداخلية، قطاع الأمن الجنائي، الكويت، ص 05 ص06.

[2] أروى، ايجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، 25 يناير 2021، le 03/09/2022 a 13h45.https://ab7as.net/topic-of-pros-and-cons-of-social-

[3] عبد الجبار احمد عبد الله، م.م.فراس، كوركيس عزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، العراق، العدد 44، ص 210.

[4] شيرين سمير محمد موسى، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التعلم الذاتي لدى طلاب كلية التربية النوعية، مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية، المجلد الثامن، العدد الرابع، جامعة الزقازيق، مصر، 2022، ص 931.

المواطنة عبر الانترنت، وهذه الظاهرة يطلق عليها virtual citizenship، ففي ظل التوترات التي تعانيها الدولة القومية، وتقلص أو انعدام الحقوق السياسية، وعدم مصداقيتها في السياقات الواقعية للمجتمعات العربية.

- تفعيل دور المجتمع المدني: وتعمل منظمات المجتمع المدني على استغلال هذه الشبكات في زيادة عدد أعضائها، والتواصل بينهم ودعوة المستفيدين الى برامجها ومشروعيتها.[1]

- **آثار مواقع التواصل الاجتماعي:** إن الاستخدام المتزايد والتطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي خلف عدة آثار وعلى جميع الأصعدة سواء الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية كما يلي:

- الآثار السياسية: من الجوانب التأثيرية لشبكات التواصل الاجتماعي هي تبني الأفراد للآراء والتوجهات السياسية، ونلمحه جيدا في طريقة الإقناع والتأثير أو عدم القناعة والمعارضة، من خلال النقاش والاطلاع على الآراء ووجهات النظر المنشورة على صفحات الشبكات الاجتماعية في شكل صورة أو فيديو أو منشور[2].

- الآثار الأخلاقية: وذلك من خلال نشرها وتدميرها واختراق الأجهزة وانتهاك الخصوصية، والاعتداء على حقوق الملكية الفكرية والنص والاحتيال وتعليم الاجرام والإرهاب، فضلا عن صناعة الإباحية ونشرها والتي تعد كارثة أخلاقية هادمة للقيم والعادات والتقاليد في المجتمع، ومن مخاطر هذه الشبكات للتواصل أنه توجد مجال للحب والزواج والعلاقات غير الشرعية وهو ما يطلق عليه" الخيانة الإليكترونية[3]

- الآثار الاجتماعية النفسية: بالرغم من قوة الاتصال الشخصي المباشر إلا أن تدخل شبكات التواصل الاجتماعي أثر بصورة كبيرة على العلاقات الإنسانية، حيث أعادت تلك الشبكات تشكيلها وصياغتها وخلقت مجتمعات جديدة على الانترنت، من خلال البريد الالكتروني والفيسبوك والتويتر... وجميع وسائل الاعلام تهدف للتأثير على السلوك البشري من خلال التواصل ودرب السلوك المقصود في علم النفس، ولذلك فإن فهم وسائل الاعلام وعلم النفس والاتصالات أمر أساسي في فهم الآثار الاجتماعية والفردية من وسائل الاعلام توسيع مجال علم النفس من وسائل الاعلام والاتصالات يجمع بين هذه التخصصات الراسخة بطريقة جديدة.

- الآثار الاقتصادية: أقرت دراسات حديثة أن الموظفين الذين يضيعون وقتهم في الفيسبوك والتوتير كلف الشركات البريطانية مليارات الدولارات، وقد كشف استطلاع آرائهم وجود آثار سلبية للتواصل الاجتماعي على الانترنت في كفايتهم وآخر 14% فقط ممن شملهم الاستطلاع بأنهم أصبحوا أقل إنتاجية

---

[1] عبد الجبار احمد عبد الله، م.م.فراس، كوركيس عزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، العراق، العدد 44، ص 211.

[2] يهاب عيسى المصري، طارق عبد الرؤوف، الاتصال والتواصل الاجتماعي، الدولية للكتب العلمية، مصر، 2020، ص 162-168.

[3] حسنين علي عنون، نبيل عمران موسى الخالدي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الاستقرار الأسري، Lark Journal، المجلد 46، العدد 03، جامعة القادسي، العراق، 2022، ص 368.

نتيجة للتواصل الاجتماعي على الأنترنت، بل زعم 10% منهم أن التواصل الاجتماعي على الأنترنت زاد كفايتهم الإنتاجية. [1]

سابعا- دور شبكات التواصل الاجتماعي في التفاعل السياسي وحملات الاتصال: من منظور سوسيولوجي وإعلامي

- شبكات التواصل الاجتماعي من منضور سياسي:

اصبح تحقيق الإصلاح السياسي من خلال التحول نحو الديمقراطية، وتعزيز المشاركة السياسية هو المطلب المطروح حاليا على الساحة السياسية في مختلف البلدان النامية، حيث يتطلب التحول نحو الديموقراطية توفر ثقافة سياسية وادراك واعي لمعطيات الحياة السياسية ومتغيراتها بصورة عامة، ويمكن استمداد ذلك من مؤسسات متعددة، مثل الأحزاب السياسية والجماعات المرجعية والمؤسسات التعليمية، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الجماهيري، والتي بدورها تؤثر بشكل مباشر في تشكيل معارف الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا والمشكلات في المجتمع، ونشر الوعي السياسي والثقافة السياسية، وزيادته لدى الأفراد، وتدعيم دور المعارضة السياسية، وزيادة اهتمامه بالشؤون والأحداث السياسية، وتعد أولى خطوات التنمية السياسية[2].

تعد شبكات التواصل الاجتماعي مظهرا جديدا للتطبع الاجتماعي السياسي ووسيلة لجذب المواطنين من العملية السياسية، كما ظهرت توقعات مرتفعة تتعلق بإمكانية الانترنت في إحداث التعبئة السياسية واشراك جماعات جديدة مستبعدة عن ممارسة السياسة، كما تساعد على المدى البعيد على بناء مجتمع مدني متقدم، وتستخدم المواقع الاجتماعية من قبل التجمعات السياسية، والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الأنصار والمؤيدين والتفوق على المنافسين أو المناقشة وطرح الأفكار، وترجع أهمية الشبكات الاجتماعية في عملية التحول الديمقراطي لتزايد القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وتخفيف مستوى الرقابة السياسية على محتوى المواقع الالكترونية وارتفاع مستوى المشاركة الالكترونية.[3]

تقوم مواقع التواصل الاجتماعي بدور مهم وجوهري في نقل المعلومات، ورسم الصور وتشكيل الاتجاهات ذات التوجه السياسي، وهذا ما تم توثيقه فيما يسمى بثورات الربيع العربي، حيث كان لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً هاماً في اندلاع الاحتجاجات الشعبية في تونس ثم مصر وليبيا واليمن وسوريا

[1] إيهاب عيسى المصري، طارق عبد الرؤوف، مرجع سابق، 2020، ص 162-168.

[2] أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016م، ص 31ص32.

[3] جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر02، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، الجزائر، 2017/2016، ص 136.

والبحرين وغيرها، وأصبحت طرفاً أساسياً في اللعبة السياسية، وكان أثرها واضحا أثناء تغطيتها التطورات والأحداث التي مرّ ولا يزال يمرّ بها العالم العربي.[1]

حولت شبكات التواصل الاجتماعي المواطن العادي إلى صحفي ميداني ينقل الخبر بطريقة ربما أسرع من المواقع الإخبارية المتخصصة، إذ أدت هذه المواقع الاجتماعية دورا مهما في الحقل السياسي حيث توجه الجماهير نحو سلوك معين باتجاه تيار سياسي معين، كأن يكون فكريا أو عقائديا أو حزبيا أو اتجاه قيادة معينة فردية أو جماعية، ولا سيما في مجال الأحزاب والانتخابات الرئاسية التشريعية البرلمانية والانتخابات البلدية، حيث يتم استخدام هذه المواقع من أجل التأثير على الجماهير ومخاطبة عواطفهم وربما عقولهم ونصر اتجاه معين.[2]

دور الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في حملات الاتصال السياسي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي بشتى صورها وأشكالها دورا أساسيا في توجيه الرأي العام، حيث خلقت مكانا رحبا وحرا للتعارف، والتحاور والتفاعل بين العديد من الأفراد في مختلف المجتمعات، حول العديد من المشاكل والقضايا المشتركة، أي مكانا للحوار وتكوين الرأي العام، كما عملت على تفعيل الطاقات المتوافرة لدى الإنسان وتوجهها للبناء والإبداع في إطار تطوير القديم وإحلال الجديد من القيم و السلوك، وزيادة مجالات المعرفة للجمهور، وازدياد قدرتهم على التقمص الوجداني وتقبلهم للتغيير، وبهذا فإن الاتصال له دور مهم، ليس في بث المعلومات بل تقديم شكل الواقع، واستيعاب السياق الاجتماعي والسياسي الذي توضع فيه الأحداث[3].

عززت ثورات الربيع العربي المستمرة عام 2011 النقاش حول دور شبكات التواصل الاجتماعي، وكانت أداة للتعبئة السياسية، ولتغيير النظام والحركات المؤيدة للديمقراطية، وأصبحت سلاح فعال للضعفاء والمحرومين ضد القادة المستبدين، هذا حسب **(مادلين ستروك)**، أما حسب **(هارود)** تجسدت هذه الشبكات الافتراضية في الشارعين المصري، والتونسي مطلع 2011 لتساعد على اسقاط حاكمين مستبدين لفترة طويلة من الزمن، وتبعا لهارود كانت التحركات الديمقراطية موجودة في الشرق الأوسط، وشمال افريقيا قبل أن تأتي التكنولوجيا مثل الهواتف النقالة، الانترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي إلى

[1] صايل السرحان، محمد بني سلامة، محمد درادكة، عاهد مشاقبة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة تطبيقية على مجموعة من طلبة آل البيت، مجلة المنارة، المجلد 22، العدد 4/ب،2016، ص 5.

[2] خير الله سبهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، ط 1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 97، ص 98.

[3] فائزة بوزيد، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الاعلام والاتصال، بسكرة، الجزائر، 2019-2020، ص 118.

المنطقة بكثير، إلا أنه مع هذه التكنولوجيا تعلم الأشخاص المهتمون بالديمقراطية بناء شبكات واسعة النطاق، خلق رأسمال اجتماعي وتنظيم النشاطات السياسية.[1]

ثامنا- النظريات المفسرة لدور شبكات التواصل الاجتماعي:

أ- نظرية الحتمية التكنولوجية: تعد النظرية التكنولوجية لوسائل لإعلام من النظريات الحديث التي تحدث عن دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ويعتبر" مارشال ماكلوهان "من مؤسسي هذه النظرية وهو من أشهر المثقفين والباحثين في النصف الثاني من القرن العشرين.

وبشكل عام يمكن القول إن هناك أسلوبان أو طريقتان للنظر إلى وسائل الإعلام من حيث:

1- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.

2- أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

من الناحية السياسية يرى" **ماكلوهان** "أن وسائل الإعلام الجديدة تحول العالم إلى قرية عالمية واحدة تتصل في إطارها جميع أنحاء العالم ببعضها مباشرة، كذلك تقوى تلك الوسائل الجديدة العودة للقبلية في الحياة الإنسانية، فعالمنا أصبح عالما من نوع جديد توقف فيه الزمن واختفت فيه المساحة، لهذا بدأنا مرة أخرى في بناء شعور بدائي ومشاعر قبلية، كانت قد فصلتنا عنها قرون قليلة من التعليم، علينا الآن أن ننقل تأكيد انتباهنا من الفعل إلى رد الفعل، ويجب أن تعرف الآن نتائج أي سياسة أو أي عمل.[2]

إن الحتمية التكنولوجية تقوم على فرضية أن هناك علاقة سببية بين التكنولوجيا والتغير الاجتماعي، وأن أي وسيلة اتصال أو أداة تكنولوجية لها نفس التأثير على المجتمع والنظام الاجتماعي، سواء إذا كان تأثيرا إيجابياً أو تأثيرا سلبيا، فكلاهما بعدين معياريين للحتمية التكنولوجية، يقودان إلى الافتراض بوجود اتجاه واحد في علاقة التأثير والتأثر بين التكنولوجيا والمجتمع[3].

باستخدام نظرية الحتمية التكنولوجية في تفسير علاقة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الجامعة، نجد أن تأثير التكنولوجيا على المجتمعات ظاهرة حتمية لا مفر منها، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمثل تطورًا تكنولوجيًا مهمًا، فإن تأثيرها على الاتجاهات السياسية يمكن أن يُنظر إليه بوصفه جزءًا من هذا التطور التكنولوجي الحتمي.

زيادة إلى ذلك شبكات التواصل الاجتماعي تتيح للطالب الجامعي الوصول إلى معلومات وآراء سياسية متنوعة من مصادر مختلفة، بما في ذلك المنظمات السياسية، والمؤسسات الحكومية، والأفراد العاديين. هذا التوافر الواسع للمعلومات والآراء قد يؤدي إلى تشكيل وتعزيز الاتجاهات السياسية لدى الطلاب.

---

[1] نسرين عجب، الثورة الافتراضية-دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، 2016، العربي للنشر والتوزيع، ص 28 -29.

[2] تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد العاشر، الجزائر، مارس 2013، ص186.

[3] لمياء محمد عويس، المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، العدد 63، جامعة بني سويف، مصر، أفريل2022، ص205.

وتساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تسهيل عمليات التفاعل والتواصل بين الأفراد، بما في ذلك الطلبة الجامعيين، وهذا يعني تبادل الأفكار والآراء السياسية بشكل أكثر فعالية وتواصل أكبر بين الطلاب، مما يؤدي إلى تعزيز الاتجاهات السياسية.

كما يمكن أن تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على عمليات التأثير والإقناع، حيث يمكن للطلاب استخدامها لنشر الرسائل السياسية والتأثير في آراء الآخرين. هذا التأثير الذي تمارسه شبكات التواصل الاجتماعي يعزز دورها في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين.

من خلال تطبيق نظرية الحتمية التكنولوجية، نرى أن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الجامعة يعكس التأثير الحتمي للتكنولوجيا على التغيير الاجتماعي والثقافي.

ب- النظرية البنائية الوظيفية: النظرية البنائية الوظيفية في علم الاجتماع تركز على فهم كيفية تشكيل المؤسسات والظواهر الاجتماعية بناءً على الوظائف التي تؤديها في المجتمع. تشير هذه النظرية إلى أن كل جزء من المجتمع يؤدي دورًا معينًا وضروريًا في الحفاظ على استقرار المجتمع ووظيفته. على سبيل المثال، في النظام السياسي، تعتبر وظيفة الحكومة هي الحفاظ على النظام وتوفير القواعد والسياسات التي تنظم العلاقات الاجتماعية.

من أوائل الدارسين للنظرية الوظيفية من الباحثين العرب هو (ابن خلدون) ، حيث عرفها "بتجمع النظم في عدد من الوحدات، لتشكل انساقا أكبر هي التنظيمات، وفيها تتحدد الوحدات الأصغر لتحقيق بعض الأهداف الخاصة كالتنشئة والدفاع عن الوطن أو تحقيق العدالة، ويشكل مجموع هذه التنظيمات والمعايير في قطاع واحد من قطاعات المجتمع ما يسمى بالنظام الاجتماعي، ولا سيما السياسي الذي يترتب عليه تشكيل رئاسي يعبر عن سياستها. وتتشابك تلك النظم، فلأنساق الصغرى والأنساق الكبرى تترابط لتكون في نهاية الأمر الواقع الكلي للمجتمع أو البناء السياسي، وعلى ذلك فالواقع يشكل انماطا معيارية من النظم المجتمعية كالنظام العائلي، والنظام الديني والنظام الاقتصادي، والنظام السياسي، والنظام التربوي، وتضم هذه النظم الوظيفية عديد من الجماعات قد تكون صغيرة لا تزيد عن شخصين، وقد تضم عددا أكبر من الأشخاص أو جميع أعضاء المجتمع.[1]

يتضح موقع الاتصال في النظام السياسي في ضوء تحليل **(غبرييل ألموند)** البنائي الوظيفي، الذي ركز على فكرة الوظيفة ويرى أن وظائف النظام سواء في جانب المدخلات وهي: التنشئة السياسية، التعبير عن المصالح، تجميع مصالح الاتصال، ومن بين هذه الوظائف صنع القرارات السياسية العامة، أو ما يعبر عنه بالوظيفة التحويلية، وفي هذا الإطار يورد ألموند جملته الشهيرة" كل شيء في السياسة اتصال" فنظام الاتصال هو إحدى القنوات الرئيسية لتدفق المعلومات من النخبة السياسية إلى الجماهير، وأيضا لنقل مشاكل وطموحات وتطورات الجماهير إلى النخبة[2]

[1] علا زكي داود القاق، مرجع سابق، ص 18.

[2] منال قدواح، مدخل إلى الاتصال السياسي، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023، ص 88.

الجذور التاريخية للنظرية: تعود جذور البنائية الوظيفية إلى **التفكير السوسيولوجي** المتأثر بنظرية التطور العضوي، وهو التفكير الذي يشبه المجتمع بالكائن العضوي البيولوجي على غرار ما فعل سبنسر الذي لجأ إلى المماثلة العضوية، وحسب نظرية البنائية الوظيفية فإن النظم الاجتماعية تقوم بوظائف متكاملة ومتساندة للحفاظ على المجتمع لاستمراره مثلما تقوم مختلف الأجهزة عند الكائن العضوي البيولوجي بوظائف متكاملة.[1]

يعد إميل دوركايم أول من استخدم النظرية الوظيفية بشكل منظم من خلال السؤال الذي طرحه: ماهي الأدوار الوظيفية التي قامت بها هذه الحقائق الاجتماعية في المحافظة على النظام الاجتماعي كنظام كلي؟ حيث توصل إلى أن الذي يمتلك وظيفة إرساء مجموعة من القيم الشائعة، والتي تعزز الوحدة والتماسك لدى من يؤمنون بتلك المعتقدات والمدارس، وبالتالي تحمل وظيفة نقل الثقافة من جيل إلى جيل.[2]

الوظيفية الجديدة: ظهرت الوظيفية الجديدة كحركة توليفية، تحاول التوفيق بين النظريات بعيدة المدى والنظريات قصيرة المدى، بهدف تقديم وصف عام للعلاقات المتبادلة، متجسدة في فكرة التوازن بوصفها نقطة مرجعية، وليست بوصفها شيئا موجودا في الواقع، فالتوازن هو دائما توازن متحرك وهذا ما يفسر مفهوم استعمال مفهوم التوازن الدينامي، واعتباره من أهم المفاهيم عند الوظيفية كما ربطت بين الجانب النظري والميداني، وبذلك كانت نقطة انفتاح على وظيفية بارسونز، ومن أهم منظري الوظيفية الجديدة ألكسندر جيفري، نيكلاس لومان ونيل سميسلر.[3]

فروض النظرية البنائية الوظيفية:

1. يتكون المجتمع أو المؤسسة مهما كان نوعها من أجزاء ووحدات مختلفة، وعلى الرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة واحدتها مع الأخرى.
2. المجتمع أو المؤسسة يمكن تحليلها تحليلا بنيويا وظيفيا الى أجزاء وعناصر أولية.
3. إن الأجزاء التي تحلل إليها المؤسسة أو المجتمع او الظاهرة الاجتماعية إنما هي أجزاء متكاملة، فكل جزء يكمل الجزء الاخر، وأن أي تغيير يطرأ على أحد الأجزاء لابد أن ينعكس على بقية الأجزاء وبالتالي يحدث ما يسمى بعملية التغير الاجتماعي، من هنا تفسر النظرية البنيوية الوظيفية التغير الاجتماعي بتغير جزئي يطرأ على أحد الوحدات او العناصر التركيبية، وهذا التغير سرعان ما يؤثر في بقية الأجزاء إذ يغيرها من طور إلى طور آخر.
4. إن كل جزء من أجزاء المؤسسة أو النسق له وظائف بنيوية نابعة من طبيعة الجزء، والوظائف التي تؤديها الجماعة أو المؤسسة أو يؤديها المجتمع انما تشبع حاجات الأفراد المنتمين أو حاجات

---

[1] عبد المجيد لبصير، موسوعة علم الاجتماع، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، ص 128.

[2] فهمي سليم الغزوي، مدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 85.

[3] فتيحة طويل، النظرية الوظيفية الجديدة وتحليل البناء الاجتماعي، مجلة التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص 218 ص 219.

المؤسسات الاخرى، والحاجات التي تشبعها المؤسسات قد تكون حاجات أساسية أو حاجات اجتماعية أو حاجات روحية.

5. الوظائف التي تؤديها المؤسسة أو الجماعة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو وظائف بناءة أو وظائف هدامة.

6. وجود نظام قيمي أو معياري يسير البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله، فالنظام القيمي هو الذي يقسم العمل على الأفراد ويحدد واجبات كل فرد وحقوقه، كما يحدد أساليب اتصاله، وتفاعله مع الاخرين.

7. هناك نظام اتصال او علاقات انسانية تمرر عن طريقه المعلومات، والايعازات من المراكز القيادية الى المراكز القاعدية او من المراكز الاخيرة الى المراكز القيادية.

8. تعتقد النظرية البنيوية الوظيفية بنظامي سلطة ومنزلة. فنظام السلطة في المجتمع او المؤسسة هو الذي يتخذ القرارات، ويصدر الايعازات والاوامر الى الادوار الوسطية أو القاعدية لكي توضع موضع التنفيذ، فهناك في النظام أدوار تصدر الأوامر وهناك أدوار تطيعها. اما نظام المنزلة فهو النظام الذي يقضي بمنح الامتيازات والمكافئات للمعلمين الجيدين لشدهم والاخرين من زملائهم الى العمل الذي يمارسونه.[1]

فيما يتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية، يمكن استخدام النظرية البنائية الوظيفية لفهم كيفية أداء شبكات التواصل الاجتماعي لأداء الوظائف الاجتماعية في المجتمع، وتحقيق التوازن والتكيف والتكامل في النظام السياسي.

من دور شبكات التواصل الاجتماعي توفير المعلومات وتسهيل التواصل بين الأفراد، وبهذا الشكل تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي وظيفة اجتماعية في توفير القنوات التي تمكن الأفراد من التفاعل وتبادل الآراء والمعلومات السياسية.

وتساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل هوية الفرد السياسية، وتعزيز انتمائه لفئة سياسية معينة. وبالتالي تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي وظيفة في توفير الانتماء الاجتماعي، وتحقيق التكامل الاجتماعي في النظام السياسي.

ومن خلال توفير المعلومات والمناقشات السياسية، يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي تعزيز المشاركة السياسية بين الأفراد وتعزيز دورهم في صنع القرارات السياسية.

كما تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للأفراد التواصل المباشر وتبادل الآراء والمعلومات، ويمكن أن تساهم في زيادة الشفافية في الحكومة ومراقبة أدائها من قبل المواطنين.

[1] مولود زايد الطبيب، النظرية البنائية الوظيفية، موقع اجتماعي، 07 تشرين الأول 2021، https://ejtema3e.com/ في 2022/10/23م على الساعة 21:00.

ومنه استخدام النظرية البنائية الوظيفية، يجعلنا نفهم دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية عبر تحليل كيفية أدائها للوظائف الاجتماعية الأساسية في المجتمع.

جـ- نظرية الاستخدامات والإشباعات: نظرية الاستخدامات والاشباعات تقترح أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام والتكنولوجيا الجديدة بناءً على احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية، وأنهم يستمدون الرضا والإشباع من هذا الاستخدام، مثل التواصل مع الأصدقاء والتعبير عن الرأي ومشاركة الأحداث.

ترجع بداية النظرية إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات دراسة **(هرتزوج**Herzog 1942) حول الاشباعات المحققة من الاستماع إلى المسلسلات ودراسة **(بيرلسون**Berlson 1949) حول وظائف قراءة الصحف.

وقد استطاع **(الياهو كاتز1959)** أن يطور مدخل الاستخدمات والاشباعات، من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الاعلام من معرفة التأثيرات الاقناعية لوسائل الاعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدمات والاشباعات في الدراسات الإعلامية على يد **(ريموند باير)** في الستينات وذلك في مقالته المنشورة عام 1964 في مجلة The American Psychologist بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience) وكانت فكرته آنذاك تتمثل في أن جماهير وسائل الاعلام نشطة، ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الاعلام، وعارض **باير** بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة، وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الاعلام الجماهيرية ومحتواها لاشباع رغبات معينة لديهم.[1]

إن نظرية الاستخدمات والاشباعات تعد مدخلا علميا مناسبا لدراسة التأثيرات الاجتماعية في كل مرحلة من مراحل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تكنولوجيا، كالصحافة والتلفزيون والانترنت وعلى الرغم من الباحثين لا يزالون يعتمدون على الأدوات والمفاهيم نفسها، إلا أن الحاجة أصبحت ماسة لتطوير نوع المفاهيم النظرية، والأدوات المنهجية التي تتفق مع طبيعة وسائل الاتصال الجماهيري في القرن الواحد والعشرين، فالنماذج المعاصرة يجب أن تستوعب مفهوم التفاعلية وتجزئة الجمهور، والمضامين الاتصالية عبر الانترنت واللاتزامنية.[2]

حتى نوضح علاقة هذه النظرية بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلاب الجامعة، نتوقف عند هذه الاحتياجات التي تلبيها للطالب الجامعي:

- يمكن أن تلبي شبكات التواصل الاجتماعي احتياجات الطالب الاجتماعية والسياسية، مثل الرغبة في التواصل مع مجموعات سياسية معينة أو الحصول على معلومات حول القضايا السياسية الحالية.

---

[1] ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية، دورية اعلام الشرق الأوسط، 2015، جامعة مصر، العدد 11، ص 05.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2019، ص 73.

ومنه يختار الطلبة الجامعيين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتلبية هذه الحاجات السياسية الخاصة بهم.

– من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن للطلبة تبادل ومشاركة الآراء والمعلومات السياسية مع الآخرين، ويمكن أن يؤدي هذا التبادل إلى تأثير الرأي العام وتشكيل الاتجاهات السياسية بين الطلاب والمجتمع بشكل عام.

– يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تزيد من مشاركة الطلبة في الأنشطة والحوارات السياسية، وبالتالي تعزيز تأثيرهم في القضايا السياسية، واتخاذ القرارات المتعلقة بها.

– توفر شبكات التواصل الاجتماعي الوسائل للتفاعل السياسي، وتبادل الآراء والمعلومات حول القضايا السياسية. وهذا التفاعل يمكن أن يكون وسيلة مهمة لتشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة وتحديد مواقفهم السياسية.

باستخدام نظرية الاستخدامات والاشباعات، يمكننا فهم كيفية اختيار الطلبة الجامعيين لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتلبية احتياجاتهم السياسية والاجتماعية، وكيف يمكن لهذا الاستخدام أن يؤدي إلى تشكيل وتأثير الاتجاهات السياسية لديهم.

نظرية الفعل التواصلي لهبرماس: نظرية الفعل التواصلي ليورجن هابرماس (Jürgen Habermas) هي نظرية تعالج العملية التواصلية في المجتمع، وتسلط الضوء على دور الحوار العام في تشكيل الهوية الجماعية والتأثير على القرارات السياسية. واحدة من المفاهيم الرئيسية في هذه النظرية هي المناقشة العامة والحوار العقلاني كوسيلة لتحقيق التواصل الحقيقي وتحقيق المصالح الجماعية.

تهدف نظرية الفعل التواصلي إلى تحقيق وجود الفرد ضمن الجماعة الروابط التي تؤسسها الذات مع الذوات الأخرى، وذلك بشكل يجعل المشاركين في عملية التفاعل قادرين من خلال ممارسة اللغة التي يستخدمونها لتحقيق التواصل والتفاهم، حيث أن المجتمع هو" الأنظمة المشروعة التي ينظم بواسطتها المشاركون في التواصل انتماءهم للجماعات الاجتماعية ويضمنون بذلك تضامنهم.[1]

ترتكز النظرية على فكرة أن هناك طبقات من التواصل تؤثر على شكل المجتمع وقراراته، حيث تتأثر الحياة العامة بالحوار العام وتفاعل الأفراد. وفي سياق تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة الجامعيين، يمكن ربط نظرية الفعل التواصلي بدور شبكات التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز التواصل والحوار العام، حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهل التواصل وتشجيع الحوار العام بين الطلبة الجامعيين بشكل مباشر، مما يعزز فعالية نقاش القضايا السياسية وتبادل الآراء والافكار.

كما توفر شبكات التواصل الاجتماعي منصة للمناقشة العامة حول القضايا السياسية، حيث يمكن للطلبة تبادل الآراء والمعلومات والمشاركة في النقاشات السياسية بحرية ومن دون قيود.

[1] ابن ناصر الحاجة، إشكالية التواصل والنقد الاجتماعي عند رواد مدرسة فرانكفورت، مذكرة ماجستير في الفلسفة، كلية العلوم الاجتماعية، قسم فلسفة، جامعة وهران، الجزائر، 2010، ص 106.

زيادة على ذلك تمكين الطلبة الجامعيين من تعزيز دورهم السياسي، والتأثير في صنع القرارات السياسية من خلال مشاركتهم في شبكات التواصل الاجتماعي، وبالتالي تشكيل الاتجاهات السياسية لديهم وفقًا لمصالحهم وقيمهم، ومنه تعزز الوعي السياسي لدى الطلبة، حيث يمكن للطلبة الحصول على معلومات وآراء حول القضايا السياسية، والتعرف على وجهات نظر مختلفة، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مدروسة ومسؤولة.

خلاصة:

هذا الفصل تناول التطور التاريخي والاجتماعي للشبكات الاجتماعية ودورها الحالي، والمستقبلي في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث بدأت الشبكات الاجتماعية كمواقع للتواصل بين الأصدقاء والمعارف، مثل Classmates.com و Six Degrees في أواخر التسعينات وبدايات الألفية الجديدة، وتطورت لتشمل مواقع متعددة مثل Myspace و LinkedIn و Facebook. وتنقسم إلى شبكات شخصية، وفئات موضوعية، وشبكات مهنية، تلبية لاحتياجات متنوعة للتواصل الاجتماعي والمهني. كما تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في الاطلاع على الأحداث، وتشكيل الرأي العام، وتمكين المستخدمين من إنتاج ومشاركة المعرفة والرأي بحرية.

ثم ولجنا إلى أنواع التواصل على شبكات التواصل الاجتماعي الذي يشمل التواصل الشفهي والكتابي، والعديد من المنصات مثل المدونات والفيديو والصور والبودكاست.

ولشبكات التواصل الاجتماعي خصائص نذكر منها التفاعلية والحضور الدائم ودعم التجمعات، وتوفير فضاء للتعبير الحر والتواصل غير المقيد بالقيود الجغرافية.

ولها وظائف وسائل التواصل الاجتماعي تشمل الإخبار والتعبير السياسي والنشر الثقافي والتجارة الإلكترونية، وتأثيرها على الحياة الاجتماعية والسياسية.

إن شبكات التواصل الاجتماعي لها أهمية في التحول نحو الديمقراطية، حيث نجدها تعزز من التفاعل السياسي والمشاركة من خلال نشر الوعي السياسي وتعزيزه بين الأفراد.

ولها تأثيرات الشبكات الاجتماعية على الثورات العربية، ومثال على ذلك هو دور شبكات التواصل في الربيع العربي، حيث ساعدت في تنظيم الاحتجاجات ونشر المعلومات بسرعة واسعة، وتوسيع النطاق الاجتماعي والسياسي، أين نجد الشبكات الاجتماعية تعزز من مشاركة أوسع وتواصل فعال بين الأفراد والجماعات. خاصة الفيسبوك الذي كان له دور في نموها من منصة جامعية صغيرة إلى شبكة عالمية تؤثر في السياسة والتواصل الاجتماعي على مستوى العالم.

وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي خدمات وظائف تشمل الصور، الفيديوهات، الأحداث، والإعلانات، مما يسهم في توجيه الرأي العام وتكوين الرأي السياسي.

وعموما تعرضنا في هذا الفصل على كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الساحة السياسية والمجتمعية بشكل عام، وكيف أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس وتفاعلاتهم اليومية.

الفصل الثالث:

الاتجاهات السياسية

تمهيد

أولا. نشأة الاتجاهات السياسية

ثانيا. أهمية الاتجاهات السياسية

ثالثا. مكونات الاتجاه السياسي

رابعا. وظائف الاتجاه السياسي

خامسا. عوامل تكوين الاتجاهات السياسية

سادسا. مؤسسات تكوين الاتجاه السياسي (الآسرة – المؤسسات الدينية– مؤسسات العمل– الأحزاب– المجالس المنتخبة – المؤسسات الاتصالية: (تقليدية – رقمية)

سابعا. الاتجاهات المفسرة للاتجاهات السياسية

ثامنا. علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاهات السياسية

خلاصة

تمهيد:

الاتجاهات السياسية تمثل مجموعة من المعتقدات والميول التي تؤثر على سلوك الأفراد والمجتمعات في الميدان السياسي، وتعود أصول هذه الاتجاهات إلى التجارب التاريخية والاجتماعية، وتتأثر بعوامل مثل الثقافة والاقتصاد والدين.

تلعب الاتجاهات السياسية دورًا حيويًا في تشكيل السياسات العامة، وتوجيه القرارات السياسية مع مكونات تتضمن القيم والمعتقدات والمواقف، وتتأثر هذه الاتجاهات بعوامل متعددة مثل التربية والإعلام والظروف الاجتماعية، كما تؤثر فيها مؤسسات مختلفة مثل الأسرة والأحزاب ووسائل الإعلام. وتقدم شبكات التواصل الاجتماعي تفسيرات لتكوين وتطور الاتجاهات السياسية، مما يسهم في فهم عميق لدورها وأثرها في المجتمعات الحديثة.

أولا- نشأة الاتجاهات السياسية:

تم تقييم نشأة الاتجاهات السياسية حسب المسلمين والغربيين كالتالي:

1- عند المسلمين:

فاذا كان المجتمع الغربي قد عرف الاتجاهات السياسية مؤخرا فإن البدايات الأولى للوعي السياسية والاتجاهات السياسية كانت منذ حادثة السقيفة مع ظهور أول تجمع إسلامي بزعامة الأنصار الذين شعروا أن مشاركتهم الفاعلة في دولة النبي (ص) قد لا تكون كذلك في دولة الخلافة، التي حظيت أو لا كادت بالإجماع القرشي لمصلحة المسلمين الرواد من المهاجرين، على أن الأنصار لم يحققوا لأسباب عديدة اتجاها سياسيا مستقلا، على الرغم من وضوح موقفهم المناهض للسلطة، التي أخذت تميل لمصلحة الأسرة الأموية منذ تولي عثمان الخلافة، ومن البديهي أن يتعاطف الأنصار مع الاتجاه غير المنتصر في السقيفة الذي تزعمه علي بصورة طبيعية، فهو على الرغم من انتمائه لمجموعة المهاجرين فقد بدا واضحا أن ثمة اتجاها يقوده علي ويلتزم بالدفاع عنه، وهو الاتجاه الإسلامي الذي كان من أبرز تطلعاته استمرار الصيغة النموذج التي حققها النبي(ص) في المدينة، والمحافظة على موروثها السياسي والاجتماعي، ولقد شددت المعاناة المشتركة الأنصار إلى علي، انطلاقا من هذا الموقع وعبر هذا الالتزام، مشكلين معا النواة الكبرى الشعبية للاتجاه الإسلامي، الذي أخذ ينتشر مع تطور الدولة واتساعها.[1]

2- عند الغربيين: برزت دراسة الاتجاهات السياسية مع بداية القرن العشرين، حيث ظهرت دراسات ثورستون عام 1928م، وليكرت عام 1932م، وقد ساهمت هذه الدراسات في قياس الاتجاهات، وظهرت دراسات أخرى حديثة مثل دراسات هوفلاند وجنيز وكيلي في بداية الخمسينات من هذه القرن.[2]

ثانيا- أهمية الاتجاه السياسي:

تحتل دراسة الاتجاهات مكانا بارزا في الكثير من دراسات الشخصية، وديناميات الجماعة والتنشئة الاجتماعية، وفي كثير من المجالات التطبيقية مثل التربية والصحافة والعلاقات العامية، وتوجيه الرأي العام، والدعاية التجارية والسياسية والثقافية والاجتماعية وغيرها، ذلك أن جوهر العمل في هذه المجالات هو دعم اتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف العمل فيها وانصاف الاتجاهات المعيقة.

إن تراكم الاتجاهات في ذهن المرء، وزيادة اعتماده عليها تحد من حريته في التصرف وتصبح أنماط سلوكيه روتينية متكررة ويسهل التنبؤ بها، ومن ناحية أخرى فهي تجعل الانتظام في السلوك والاستقرار في أساليب التصرف أمرا ممكنا وميسر الحياة الاجتماعية.[3]

---

[1] إبراهيم بيضون، تكون الاتجاهات السياسية في الإسلام الأول من دولة عمر إلى دولة دولة عبد الملك، دار إقرأ للنشر والتوزيع والطباعة، بيروت، 1985م، ص327ص328.

[2] محمد مشاقبة، الهزايمة، الاتجاهات السياسية لأعضاء مجلس النواب الأردني الثالث عشر، كجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، المجلد 27، العدد 1، 2000م، ص145.

[3] محمود علي السيد حبريل، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاعلام الجديدة، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2019م، ص81.

ثالثا- مكونات الاتجاه السياسي:

1- مكونات الاتجاه:

إن الاتجاهات نتاج اجتماعي ثقافي من تنشئة اجتماعية وتفاعل اجتماعي وخبرات سابقة ...فضلاً عن الظروف التي مر بها كل فرد وطبيعة مجتمعه، وللاتجاهات مكونات ثلاثة رئيسة هي:

1- المكون المعرفي: ويتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية ومعتقدات وأفكار تتعلق بموضوع الاتجاه، وهو ما يظهر في الحجج التي يفسر باردة المتعصب تقلبه لموضوع الاتجاه حتى ولو كانت اعتقاداته لا تقوم على أساس الحقائق الموضوعية، وعادة ما يعبر عن هذا المكون بألفاظ أعتقد، أفكر، أؤمن....[1]

2- المكون العاطفي الانفعالي (الوجداني): ويتضمن المشاعر والاستجابات الانفعالية نحو موضوع الاتجاه.[2]

3- المكون السلوكي: يتمثل في استجابة الفرد اتجاه موضوع ما، قد تكون سلبية أو إيجابية، وهذا يعود إلى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها هذا الفرد. وتتباين هذه المكونات الثلاثة، من حيث درجة قوتها وشدة شيوعها واستقلاليتها، فقد يكون لدى الفرد معلومات وحقائق كافية عن مسألة ما(المكون المعرفي) لكنه لا يشعر برغبة أو ميل عاطفي تجاهها(المكون الانفعالي) تؤدي به إلى اتخاذ أي عمل حيالها (المكون السلوكي)، وفي الوجه المعاكس ربما يكون هناك تفانٍ عاطفي تجاه موضوع ما المكون الانفعالي على الرغم من أنه لا يملك معلومات كافية عن هذا الموضوع (المكون المعرفي)، وعليه فإن أي مكون من المكونات الثلاثة السابقة قد يطغى على باقي المكونات الأخرى في الاتجاه نحو موضوع ما[3].

- الاتجاه والمفاهيم القريبة منه:

أ- الاتجاه والرأي: يرى بعض العلماء أن الآراء أكثر خصوصية من الاتجاهات، وتظهر في مواقف عارضة ومنفردة، كما قد تختفي عند نفس الفرد في مناسبات مختلفة، ويعبر عنها شفهيا أو تحريريا بينما الاتجاهات مرتبطة بموضوعها أو الأحداث التي تستثيرها بطريقة أكثر ثبات.[4]

ومن جملة من الاختلافات بين الاتجاه والرأي:

- الرأي سلوك واضح يوضح موضع الملاحظة المباشرة.
- الاتجاه هو تهيؤ ضمني لا يلاحظ مباشرة، بل تدل عليه أنماط من السلوك بينها آراء.

---

[1] باعمر الزهرة، اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات الديمغرافية، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير، تخصص علم النفس الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2006، ص 31.

[2] هاني الجزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، ط1، صرح للنشر والتوزيع، 2011، ص 7.

[3] حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28-العدد 3+4 2012م، ص 305 ص 306.

[4] جفال ايمان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2022، ص 60.

- من الممكن التأكد من صحة الرأي أو الخطأ في أي من التطابق بين حكم صاحب الرأي وواقع الحال أو الأمر الذي يطلق عليه الحكم.
- الاتجاه لا تتوافر الفرص فيه من صحته بعد التأكد من وجوده لدى صاحبه.
- الصيغة الانفعالية المرافقة للسلوك المعبر عن الاتجاه هي أكثر بروز أو ظهور من الصيغة الانفعالية في الرأي.

ب- الاتجاهات والدوافع: لدى الشخص الكثير من الاتجاهات ولكنها لا تعمل باستمرار ولا تكون باستمرار في مستوى الشعور بل يمكن أن تكون وراء الشعور على أن يأتي ما يستثيرها، وقد يأتي من الداخل وقد يأتي من الخارج، ويكون النظر إلى الاتجاه في الحالتين على أنه تهيؤ أو نزوع لتحريك السلوك باتجاه معين فإذا وجد المؤثر يستثير الدافع، ومن هنا يقال كذلك إن مثل هذا السلوك سلوك موجه الاتجاه الموجود لدى الشخص.

- الدوافع قوة داخلية وشدته اللاحقة بشدة تحريضه من المؤثر تنعكس على شدة ظهور الاتجاه.
- الاتجاه نفسه قوة كذلك ما يتضمنه من اعتقادات وقيم وعواطف، فإذا بدأ تحقيق وظيفته وتوجيه السلوك، فإنه يعدو قوة تتفاعل مع قوة الدافع ومع ذلك يبقى الدافع مختلف عن الاتجاه من حيث حالة أو حادثة تقنية.[1]

يمكن أن نفرق بين الدوافع والاتجاهات من ملاحظة أثر الدوافع فقط في الحالات التي ينشط فيها الفرد، ويسعى من أجل تحقيق شيء ما، بينما يمكن ملاحظة أثر الاتجاهات في حالات التصرفات السلوكية وفي الحالات الأخرى التي لا يكون الفرد في حالة نشاط سعيا وراء هدف خاص، أي أن الدافعية تتعلق بنشاط الفرد ومرتبطة به بينما الاتجاه له صفة الدوام والاستمرار، وأن الاتجاهات تكون أكثر شمولا وعمومية من الدوافع إذ أن هذه الأخيرة أكثر تخصصا ونوعية.[2]

جـ- الاتجاه والميل: يمكن تعريف الميل على أنه الإقبال على شيء ما يعكس الرغبة التي تولد ميلا له، فهو يتعلق إذا بما تحب وتكره، والميل هنا وليد الرغبة.

- ومن هنا نستنتج جملة من الاختلافات بين الاتجاهات والميول نذكر منها:
- إن الصيغة العقلية تغلب على الاتجاه وتكون الصيغة الانفعالية ضعيفة، وأن الصيغة الانفعالية غالبة على الميل وتكون الصيغة العقلية ضعيفة.
- الاختلاف في درجة الثبات والاستمرار فإن الاتجاه أكثر ثبات في النفس واستمرار في الفرد.

[1] محمود علي السيد جبريل، نفس المرجع، ص 82.

[2] محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، الإعلام والمشاركة السياسية-جدلية الموقف والاتجاه-ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص 29.

- الاختلاف في الموضوع أو الهدف، فالغالب على موضوعات الاتجاهات أنها اجتماعية وأن العناية بها في المجتمع واضحة والحال ليست كذلك في موضوع الميل أو هدفه، إذ يحتمل كثيرا أن يكون موضوع الاهتمام وشيئا يخص الشخص وحده.[1]

د- الاتجاه والاعتقاد: يعرف المعتقد في اللغة ضرب من الارتباط بأمر معين، وفي الاصطلاح التصديق الجازم بشيء ما.

والفرق بين الاتجاه والمعتقد أن المعتقدات تتعلق بالجانب المعرفي بينما الاتجاهات ترتبط بالجانب الوجداني.[2]

هـ- الاتجاه والقيم:

- - تشكل مجموعة الاتجاهات فيما بينها علاقة قوية لتكون قيمة معينة أو بمعنى آخر أن الاتجاه تعبير داخلي عن قيمة أو مجموعة قيم.
- - الاتجاهات ترتبط دائما بموضوع محدد.
- أما القيمة أعم وأشمل من الاتجاهات حيث تمثل القيم محددات اتجاهات الأفراد، فالقيم تجريدات أو تعميمات تتضح أو تكشف عن نفسها من خلال تعبير الأفراد عن اتجاهاتهم نحو موضوعات محددة.
- القيم تقدم المضمون للاتجاهات كما أن القيم ينقصها موضوع محدد تنصب عليه.[3]

ي- الاتجاه والرأي العام:

يعرف الباحث الأمريكي **دوب** الرأي العام في كتابه (الرأي العام والدعاية) بأنه:

"مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم"[4]

يفسر الرأي العام على أنه محصلة لمجموع الآراء الشخصية السائدة في المجتمع حول مشكلة معينة، وينتج الرأي العام نتيجة لمناقشات جدلية تتضمن طرحا للأفكار، وابداءا لوجهات النظر بين التأييد والرفض، والاستحسان والاستنكار، وبين الموافقة والمعارضة.

يختلف الرأي العام عن الاتجاه في أن الرأي العام ناتج من تأثير قوى خارجية على الفرد، بينما ينتج الاتجاه من طبيعة تكوينه المتعلقة باستعداد الفرد العقلي والعصبي.[5]

---

[1] محمود علي السيد جبريل، نفس المرجع، ص 83.

[2] محمد بن علي مساوي معشي، اتجاهات عينة من مواطني مدينة مكة المكرمة نحو علم النفس وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية، رسالة مقدمة لنيل ماجستير في علم النفس، تخصص شخصية وعلم نفس اجتماعي، كلية التربية، قسم علم النفس، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2003، ص 56.

[3] بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014/2013م، ص 38.

[4] دينا رامس محفوظ بيت زايد، دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نخو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط، رسالة مقدمة لنيل الماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،2017، ص 40.

[5] عطا أحمد علي شفقة، مرجع سابق، ص 21.

2- مكونات الاتجاه السياسي: إذا اتفقنا على أن الاتجاه عامة والاتجاه السياسي نتيجة لعملية تفاعل اجتماعي ثقافي تقوم فيه المؤسسات السياسية والحزبية بدورها في التنشئة الاجتماعية السياسية مستخدمة مجموعة من الخبرات الأخرى، فإن مكونات الاتجاه السياسي لا تخرج عن مكونات الاتجاه عامة، الا أننا نقوم بعملية اسقاط الاتجاه على المشهد السياسي حيث نجد:

المكون المعرفي: ويشير إلى المعلومة السياسية والحقائق والمعارف والأحكام، والمعتقدات المتعلقة بالقضايا السياسية والأفكار والقيم والآراء التي ترتبط بموضوع الاتجاه، فكلما كانت معرفة الشخص بموضوع معين كافية وكانت ثقته في الشخص لا تقبل المناقشة كان اتجاهه واضحا.

يرى (دينيس ماكويل) أن الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام توجد حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الاعلام، فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الاعلام، وهذه الوظائف هي: وظيفة الإعلام، وظيفة تحديد الهوية التي تتمثل في حاجة الفرد إلى الانتماء، والحوار والتواصل مع الآخرين، ثم وظيفة التفاعل الاجتماعي الترفيه[1].

إن متابعة الأخبار عبر الانترنت قد زادت من المعرفة السياسية، والاهتمام السياسي المتزايد يؤدي إلى احتمال كبير للتصويت وعلاقة إيجابية بين المعرفة السياسية والتصويت، والصحفيين والمواطنين[2].

المكون العاطفي(الانفعالي): كأحد مكونات الاتجاه عامة والاتجاه السياسي خاصة يرتبط بمشاعر الشخص ورغباته حول تبني قضية أو فكرة سياسية معينة، والدفاع عنها وموالاتها أو العكس، حيث ينفر الفرد من فكرة معينة ليأخذ وجهة نظر مغايرة، فالقبول أو الرفض حسب هذا المكون يتحكم فيه الرغبة والعاطفة والمشاعر.

إن وسائل الاعلام لها تأثيرا كبيرا على المعرفة الاجتماعية والسلوك، وبالتالي على ترتيب القيم والاتجاهات والأفعال المرتبطة بها، حيث أضحى الإعلام قوة لها أبعادها الاجتماعية بمقدار مالها من قوة سياسية واقتصادية وثقافية، ومن مهمة وسائل الاعلام اليوم نقل المعلومات والأخبار والآراء والاتجاهات من خلال نشاطها الاتصالي، إضافة إلى هذا كله فهي تساهم إيجابا أو سلبا في تكوين عقول الشباب واتجاهاتهم، وهذا مرهون بشروط العلاقة القائمة بين الرسالة الإعلامية والجمهور الإعلامي، ويمثل الشباب الشريحة الإعلامية التي تخضع بدرجة أكبر لتأثير الرسالة الإعلامية[3].

---

[1] صلاح عبد الحميد، مرجع سابق، ص48.

[2] ماكس ماكومز، لانس هولبرت، سيبرو كيوسيس، وأين وانتا، مرجع سابق، ص 145.

[3] عبد الرزاق الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2011، ص 204 ص 205.

يؤدي مبدأ الانتقائية من خلال مدخل الفروق الفردية بين أفراد الجمهور المتلقي إلى إحداث اختلافات في التأثير، وتنجم عن هذه الفروق الفردية التي تشكل العنصر العاطفي الذي يلعب دورا بارزا في تشكيل الاتجاه السياسي للأفراد.[1]

يعد المدخل الوظيفي أحد المداخل الأساس لدراسة الإعلام الجماهيري، فالمفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجهين، أحدهما بين القدرة الهائلة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور وتشكيل الرأي العام، والقدرة على الإقناع[2].

المكون السلوكي: إن تداخل العاطفة والجوانب الانفعالية مع المعلومات والحقائق والمعارف لا تكون اتجاها سياسيا لوحدها، وإنما لا بد من عملية ترجمة لهذا الاتجاه ونقصد بترجمة الاتجاه في هذا الوضع سلوك الفرد تجاه القضية أو الموضوع.

مع ظهور الإعلام التفاعلي والرقمي وجد **ايريك بوس** أن "المكون الرئيسي للإعلام الجديد هو فكرة التفاعل السياسي أو التغذية الراجعة بين الممثلين السياسيين والمواطنين، كما أن العلاقة الرئيسية للإعلام التفاعلي بعيدا عن التغطية الإخبارية للحملات أو الدعاية السياسية هي احتمال التفاعل التلقائي بين الشخصيات السياسية"[3].

رابعا- وظائف الاتجاه السياسي:

أشارت معظم كتب علم النفس الاجتماعي إلى العديد من الخصائص التي تميز الاتجاه من وجهة النظر النفسية والاجتماعية، ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص بالآتية:

الاتجاهات مكتسبة ومتعلمة من البيئة عن طريق التجارب والخبرة الشخصية، والتعليم والمحاكاة والتقليد.

- للاتجاه صفة الثبات والاستقرار والاستمرار النسبي، كما يمكن تعديله وتغييره تحت ظروف معينة.
- الاتجاهات تتفاوت في وضوحها، فمنها ما هو واضح المعالم، ومنها ما هو غامض ومنها ما هو معلن ومنها ما هو سري، وتتباين الاتجاهات من حيث نمطها وشدتها.
- تعمل الاتجاهات كموجهات سلوكية للفرد، باعتبارها تمثل تهيؤ واستعداد، وإمكانات لدى الفرد للاستجابة بطريقة معينة نحو موقف ما[4].

---

[1] منال قدواح، مدخل إلى الاتصال السياسي، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023، ص 156.

[2] صلاح عبد الحميد، مرجع سابق، ص 45-46.

[3] ماكس ماكومز ،لانس هولبرت، سيبرو كيوسيس، وأين وانتا، The news and Public Opinion، ط 1، ترجمة محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 144.

[4] بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي"فيسبوك"مذكرة مكملة لنيل الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014م، ص 41.

- وظائف الاتجاهات السياسية:

للاتجاهات عدة وظائف تنعكس في تصرفات الفرد، ومعرفة وظائف الاتجاهات يمكن أن تساعدنا على تفسير وفهم سلوك الأفراد.

❖ **وظيفة الدفاع عن الذات:** يواجه الأفراد ضغوطا وصراعات في حياتهم وقد تعود هذه الضغوط والصراعات لعوامل بيئية داخلية أو خارجية، لذلك يلجأ إلى تكوين اتجاهات لمواجهة هذه الضغوط، وبالتالي تخفيض حدة التوتر أو التخلص من تلك الصراعات.[1]

❖ **وظيفة التكيف:** تعتبر الاتجاهات إحدى الوسائل والطرق التي تساعد الفرد في التكيف مع المحيط البيئي الذي يعيش فيه. وتساعده على إنشاء علاقات تكيفية سوية مع الذات ومع أفراد المجتمع، وهو هدف يسعى إليه لتحقيق التوازن النفسي والفسيولوجي والاجتماعي.[2]

❖ **وظيفة التعبير عن القيمة:** من المعروف أن الأفراد يتحفظون باتجاهاتهم التي تتوافق وتنسجم مع قيمهم وعاداتهم المنبثقة من البيئة الاجتماعية التي يعيشون فيها، فالاتجاه يوفر للفرد فرصة التعبير عن ذاته وتحديد هويته[3].

❖ **وظيفة التنبؤ بالسلوك:** اتجا الفرد نحو سلوك معين وليس اتجاهه نحو الشيء الموجه لهذا السلوك، وعليه يتأثر الاتجاه بمعتقدات الفرد وتقييمه لها.[4]

❖ **وظيفة المنفعة:** تعمل الاتجاهات النفسية على إشباع كثير من الدوافع والحاجات النفسية والاجتماعية ومن هذه الحاجات مثلا الحاجة إلى التقدير الاجتماعي والقبول الاجتماعي والحاجة إلى الانتماء إلى جماعة معينة، وهنا يتقبل الفرد قيم الجماعة ومعاييرها[5].

❖ **وظيفة تنظيم المعرفة:** من وظائف الاتجاهات أيضا القيام بتنظيم المعلومات الكثيرة التي على أساسها يمكن تقييم هذه المعلومات، فالاتجاهات تساعد الفرد على تخزين الرسائل والمعلومات المتصلة بأحداث معينة أو مواقف محددة أو أفراد معينين، وتساعد أيضا على تجاهل المعلومات غير المتصلة، فبفضل هذه الوظيفة يظهر الاتجاه كأداة موجهة لسلوك الفرد من خلال تعدد المثيرات التي تنحدر من

---

[1] محمد خلوفي، جليلة بطواف، الاتجاهات مقاربة نظرية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 03، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2021، ص 506.

[2] محمد فرج، أهمية الاتجاهات ووظائف الاتجاهات، مجلة أحوال المجتمع، الزقازيق، مصر، 2016/12/11.

[3] محمد خلوفي، جليلة بطواف، مرجع سابق، ص 507.

[4] فاتح مجاهدي، دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011، ص 22.

[5] ليلى مازن، عنايات إبراهيم، العلوم السلوكية، كلية التجارة، جامعة دمنهور، مصر، 2018، ص 52.

محيطه. فالاتجاه هو الذي يسمح بإعطاء معنى سريع للمعلومات التي ندركها وتوجيه السلوكات انطلاقا من المعنى الذي أعطاه الاتجاه، فهو يضطلع بمهمة تنظيم التبادلات مع المحيط.[1]

ومن وظائف الاتجاهات السياسية أيضا:

أ- ينظم الاتجاه عملية تفكير الفرد بحيث يجعلها نمطية إزاء مواقف محددة بذاتها أو اتجاه أفراد معنيين بما لا يجعلها تحيد عن نمطيتها إلا في أضيق الحدود.

ب- ينظم الاتجاه الخطوات الإجرائية التي يتخذها الفرد نحو شخص ما أو موقف محدد سواء أكانت لفظية أو عضوية بما يدل على قبولها أو رفضها.

ج- يدرب الفرد على اتخاذ القرارات السليمة في الأمور العامة والخاصة بما يكفل له الثبات الانفعالي والاستقرار النفسي اللذان يشكلان سلوكياته السوية.

د- يساعد الاتجاه الفرد على اكتساب طرق التعلم الجيد سواء اكتسبها عن طريق الخبرة أو التقليد أو التلقين، بما يؤهله لتكرار خبراته السارة وتجنب خبراته الضارة.

هـ- يعلم الفرد كيفية الاستفادة من الموارد المتاحة في البيئة البشرية كانت أم عادية لإشباع حاجاته الأساسية والثانوية بالطرق المشروعة، وبما لا يتسبب في الإضرار بالغير.

و- يدرب الفرد على كيفية التمييز بين رؤيته العامة الشاملة للأمور ورؤيته النوعية المحددة المركزة على جزئياتها.

ز- يعتبر الاتجاه تقييما متعلما موجها نحو موضوع أو هدف محدد، وكذلك يعتبر محددا للسلوك.[2]

- **تشكل الاتجاهات السياسية:** حتى يتشكل الاتجاه لدى الفرد لا بد من طريقة يعتمدها للوصول لمرحلة الاستقرار، مرورا بعدة مراحل.

المرحلة الأولى يكون فيها الاتجاه ظاهرة إدراكية أو معرفية، وفيها يتعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية، والبيئة الاجتماعية التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه.

المرحلة الثانية هي مرحلة نمو الميل نحو شيء معين، فهي تستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية.

والمرحلة الأخيرة هي مرحلة الثبوت والاستقرار، فالميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور إلى اتجاه نفسي.[3]

---

[1] جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر،2006م، ص 96-98.

[2] عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية تخصص علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، علم النفس، غزة، 2011، ص19.

[3] مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014م، ص116.

وحتى يتكون الاتجاه لا بد أن يمر الفرد على أربعة مراحل:

- الخبرة: من خلال الخبرة الشخصية المباشرة في الحياة اليومية سواء بالتعزيز السلبي أو الإيجابي.
- التنشئة الأسرية.
- المجتمع والآخرون: من خلال تفاعل الفرد مع الآخرين، لاسيما الأصدقاء، الجماعات، المنظمات الأحزاب... والمجتمع.
- الوراثة: أثبتت الدراسات الحديثة وجود اتجاهات غير متعلمة، بمعنى أنها ناجمة عن الوراثة خاصة تلك المتعلقة بالمسائل السياسية والدينية[1]

خامسا- عوامل تكوين الاتجاهات السياسية:

1- العوامل الاجتماعية: يرى علماء الاجتماع أن اتجاهات الفرد وميوله السياسية هي حصيلة تفاعله مع الجماعة التي ينتمي إليها بتقاليدها وعاداتها ومفاهيمها وقيمها، وهذه الجماعات كثيرة وتزداد كلما زاد المجتمع تعقيدا، وهذه الجماعات تختلف باختلاف الرابطة التي تربط بين أعضائها فقد تقوم هذه الرابطة على أساس الأسرة أو المدرسة أو الصداقة الشخصية أو الدين أو الجنس أو المستوى الثقافي.... الخ وبالتالي كل جماعة ينتمي إليها الفرد تلعب دورا مهما في بلورة آرائه واتجاهاته السياسية.[2]

2- العوامل النفسية: وهي العوامل الداخلية وخاصة عند تعرضهم لتنظيم اجتماعي واحد، أو نوع واحد من الاعلام، وهذا من أجل اشباع رغبات الفرد وتحقيق أهدافه، كما تستطيع الشخصية أن تؤدي دورا في تكوين الاتجاهات.[3]

العلماء السياسيون وعلماء النفس كانوا مهتمين لفترة طويلة بكيفية تطوير الأفراد لمقاربتهم الفردية للسياسة والقضايا السياسية، ومن المرجح أن يكون مزيج من التأثيرات الفريدة لكل فرد هو المصدر الحقيقي لأيديولوجياتنا، واتجاهاتنا، وآرائنا، ومعتقداتنا، وميولاتنا. يجب أن تكونوا على دراية بالمشتبه بهم الرئيسيين عندما يتعلق الأمر بالتنشئة السياسية لدينا، والتي نعني بها "العملية التي يكتسب بها الناس مواقفهم السياسية، والمعتقدات، والآراء، والسلوكيات."[4]

---

[1] قاسم حسين صالح، مرجع سابق، ص 108-109.

[2] شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مجلة العلوم السياسية، كلية القانون والسياسة، جامعة بغداد، العدد الأول، 1974، ص 17ص22ص26.

[3] الدسوقي إبراهيم عبده، وسائل الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، ط 1، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 46.

[4] Benjamin Page and Robert Shapiro, Public Opinion and Political Socialization, Salt Lake Community College Pressbooks, Chapter 56, 22/07/2024 a 16h45. https://slcc.pressbooks.pub

3- العوامل الاقتصادية: وترتكز على أن التفاوت الاقتصادي بين الأفراد هو أساس التفاوت في الصراع السياسي، وهنا نجد الماركسيون الذين يرجعون ذلك إلى الصراع الطبقي وعلى هذا الأساس فإن الاتجاه السياسي يحدد بجذوره الطبقية، في حين نجد علماء الاقتصاد الغربيون الذين لا ينكرون الصراع الطبقي بل يقولون إن أساس اختلاف الاتجاهات السياسية راجع إلى الاختلاف في مستوى المعيشة والدخل الفردي.

وفي كلتا الحالتين كلاهما لا يتحكم بصورة قطعية في تحديد الاتجاهات السياسية للأفراد[1].

وهنا نجد أن مرحلة الجامعة التي يعيشها المبحوث الذي هو الطالب الجامعي لها تأثير في تحديد اتجاهاته السياسية، نظرا لعدة عوامل منها الأصدقاء، الحركات الطلابية، العمر والجنس، الظروف الاقتصادية، بالإضافة إلى أنه في مرحلة انتقالية مهمة.

سابعا- الاتجاهات المفسرة لموضوع الاتجاهات السياسية:

أ- المحافظة conservatism: وتعني الميل إلى التمسك والاحتفاظ بالأوضاع التقليدية في الشؤون الدينية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتمثل ذلك في التمسك بالقديم ومعارضة الجديد، والتمسك بحرفية العقائد والنصوص الدينية، وتقديس التراث الاجتماعي والثقافي للأجداد[2].

ويمكن أن نميز في هذا المضمار بين وجهين للمذهب المحافظ في الديمقراطيات الحديثة:

- الأوّل تقليدي: يدعو إلى دولة قويّة وحازمة قادرة على حماية النظام الاجتماعي وتأمين ديمومته، تفرض الولاء على جميع مواطنيها وتلزمهم باحترام الضوابط الأخلاقية المشتركة، وتحمي كذلك المؤسسات الاجتماعية الراسخة كالأسرة والدين والتربية لدورها الأساسي في إعادة إنتاج النظام الاجتماعي .

- الثاني اقتصادي وهو أكثر حداثة، ويدافع عن قداسة حقوق الملكية، وعن حرية المبادرة الاقتصادية التي تجسد في مبدأ "دعه يعمل "، ويستمدّ المذهب المحافظ وجهه الثاني أصوله من ليبرالية اقتصاد السوق، كما بلور خطوطها العريضة آدم سميث ثمّ علماء الاقتصاد للقرن التاسع عشر[3].

ب- الليبرالية(التحررية) liberalism :أحيانا نستخدم الليبرالية كتعريب أو مصطلح التحررية كترجمة، وعموما يستخدم المصطلحات كمترادفين، وتعني الميل إلى الاهتمام بالحقوق الطبيعية والعامة والأساسية للإنسان، والتي منها احترام حرية الفكر والعقيدة والتسامح واستقلال الإرادة والقدرة على الاختيار وحرية الانتخاب والترشيح والتعبير الحر عن الآراء، والحرية في تقبل الجديد وتغيير القديم، والتعايش السلمي، وضمان مستوى معيشي لائق بالإنسان، واحترام الملكية الخاصة، وحرية التجارة والإنتاج والمنافسة بدون

---

[1] شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مجلة العلوم السياسية، كلية القانون والسياسة، جامعة بغداد، العدد الأول، 1974، ص 17ص22.

[2] إبراهيم أبراش، إلتباس مفهوم الهوية وواقع التعددية في النظام السياسي الفلسطيني العلاقة الملتلبسة بين المنظمة والسلطة وحركة حماس، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 12، 2000.

[3] روجر سكروتن، ترجمة منير الكشو، مراجعة كتاب: كيف يكون المرء محافظا، مجلة تبين، جامعة تونس، المجلد 5، العدد 20، تونس، 2017، ص 136.

قيود خارجية، مثل سيطرة الدولة على نواحي الحياة، وينطبق المفهوم على ميادين كثيرة أهمها الاقتصاد والسياسة والعلاقات الاجتماعية والأنشطة الثقافية[1]

الليبرالية: وهي عبارة عن حركة التخلص من قيود المؤسسات الدينية والاجتماعية والحكومية القائمة في العصور الوسطى، ولم يكن للناس أي دور آنذاك فالحكم والدين بيد الكنيسة فقط، وقد قامت الليبرالية على الحرية الفكرية وحريو العقيدة وحق اختيار العمل والمساهمة في الحكم عن طريق الانتخاب[2]

تعبر الليبرالية عن نزعة فردية، تتمثل في النظر إلى الفرد على أنه هو الوحدة الأولى المكونة للجماعة التي ليست إلا مجموع أفرادها، وتترتب عن هذه النزعة مجموعة من المسلمات:

- ينشأ المجتمع بكل نظمه نتيجة اتفاق إرادي وطوعي بين الأفراد.
- إن ما يدفع الأفراد للدخول في مجتمع الرغبة في الحفاظ على حقوقهم الطبيعية، وممتلكاتهم التي تتعرض للخطر إذا لم يكن هناك نظام يحميها.
- يتحقق النظام في المجتمع بطريقة تلقائية وبدون تخطيط مقصود.
- المصلحة العامة هي مجموع مصالح الأفراد، وهي في طبيعتها مصلحة فردية معممة على المجتمع كله.
- الآلية التي تحقق النظام والتوازن التلقائي في المجتمع تشبه في عملها طريقة عمل اقتصاد السوق.
- نظرت الليبرالية إلى القيم على أنها ذاتية أي يمتلكها الأفراد فقط.[3]

جـ- الراديكالية Radicalism : وتعني الميل إلى التغيير الجذري أو الثوري والإصلاح الكلي للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية الظالمة للإنسان للقضاء على علاقات الاستغلال وتحقيق الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج والتوزيع العادل لعائد الإنتاج، بما يضمن مصالح الجماهير المقهورة والفقيرة والطبقات الكادحة.

[1] إبراهيم أبراش، إلتباس مفهوم الهوية وواقع التعددية في النظام السياسي الفلسطيني العلاقة الملتلبسة بين المنظمة والسلطة وحركة حماس، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 12، 2000.

[2] نادية جاسم كاظم الشمري، الديمقراطية والعلمانية في الفكر الغربي، مجلة مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، جامعة بابل، المجلد 6 ، العدد 4، العراق، 2016، ص 353.

[3] أشرف حسن منصور، علم الاجتماع والليبرالية: دوركايم نموذجا، مجلة سودارس، 2011/08/10 في 2023/12/04 على الساعة 19:36. www.sudaress.com

د- الفاشية Fascism :

وتعني الميل إلى الخضوع الأعمى لسلطة الدولة والطاعة المطلقة لرموزها من أجل عظمة وسيادة الدولة، والتصرف باستعلاء واحتقار نحو الأجناس الأخرى شعوبا وجماعات، والاعتقاد بأن الأقوياء والمتفوقين والأكفاء ينبغي أن يضطلعوا بالمسؤولية ويسيطرون على الضعفاء.[1]

هـ- الأيديولوجية: يعد مفهوم الأيديولوجية السياسية من المفاهيم المرتبطة ارتباطا وثيقا بالاتجاهات السياسية، كما أنها من أكثر المفاهيم صعوبة سواء من حيث التعريف أو تحديد طبيعتها أو سماتها العامة[2]

كما يعرفها يورغن هابرماس بأنها نوع من القمع المسلط على المواطنين من قبل مؤسسة الدولة، أو ذلك القهر الذي تمارسه السلطة من أجل منع أي تواصل تفاعلي بين المواطنين، لكيلا يتحقق عندهم التفاهم المشترك أو الإجماع التفاعلي، أو التوافق الحقيقي ومنعهم من اصدار قرار جماعي يؤثر في سياسات الدولة[3]

يشير مصطلح الأيديولوجية إلى نسق من المعتقدات والمفاهيم والأفكار الواقعية والمعيارية على حد سواء، يسعى في عمومه إلى تفسير الظواهر والعمليات السياسية، الاجتماعية للأفراد والجماعات. ويؤكد اندريه لالاند في قاموسه الفلسفي أن الوطن الأصلي لمصطلح الأيديولوجية هو فرنسا، كما استخدمه ماركس وانجلز هذا التعبير وربطاه بالوعي الزائف[4]

و- الاتجاه الإسلامي: يقوم على أساس الايمان بالله ربا وبالإسلام دينا وبمحمد صلى الله عليه وسلم رسولا، وهو يستمد نظرته إلى الكون والحياة والانسان من هذا الايمان. يعني ذلك أن الحكم الإسلامي مبني على أصول ومبادئ كلية فرضها القرآن والسنة في تنظيم شؤون الحكم، وعلى التزام مناهج وخطوط رسمها رسول الله صلى الله عليه وسلم، وخلفاؤه الراشدون.[5]

---

[1] عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقاتها بالانتماء السياسية والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية (تخصص علم النفس السياسي)، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، غزة، 2011م، ص5.

[2] مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022، ص 46.

[3] جميل حمداوي، السوسيولوجيا التفاعلية عند يورغن هابرماس، ط 2، دار الريف للطبع والنشر الالكتروني، الناظور، المملكة المغربية، 2020، ص 98.

[4] محمد فايز عبد السعيد، قضايا علم السياسة العام، ط 1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1983، ص 149.

[5] صفي الرحمن المباركفوري، الأحزاب السياسية في الإسلام، ط 1، دار سبيل المؤمنين للنشر والتوزيع، عين شمس، مصر، 2012، ص.18

الاتجاه الاسلامي مظهرا من مظاهر الإسلام السياسي، فأحزاب الإسلام السياسي إنما أسست بهدف إقامة دولة إسلامية، وتطبيق مشروعها بأسلمة المجتمع، ومزاولة الدعوة للإسلام والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، أي المعروف الديني والمنكر الديني، وحسب الاجتهاد الذي يعتمده الحزب الإسلامي الممسك بالسلطة، ولا يمكن للاتجاه السياسي الإسلامي ان يخرج عن هذا المضمون[1].

الاتجاه العلماني: العلمانية (Secularism) جملة التدابير من التدابير النظامية والقانونية، التي جاءت وليدة الصراع الطويل بين السلطتين الدينية والدنيوية في اوربا، واستهدفت فك الاشتباك بينهما، واعتماد فكرة الفصل بين الدين والدولة بما يضمن حياد هذه تجاه الدين، ويضمن حرية الرأي الفكري والعقيدة الدينية، ويمنع رجال الدين عن إعطاء آرائهم واجتهاداتهم صفة مقدسة باسم الدين، ومن ثم فرضها على الأفراد والمجتمع والدولة.[2]

ثامنا- علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاهات السياسية:

تعد شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا مصدرًا مهمًا للمعلومات السياسية التي يمكن للمواطنين من خلالها تكوين مواقفهم تجاه الأشياء السياسية. على سبيل المثال، بالنسبة لزالر (1992)، فإن المواقف السياسية للأفراد هي نتيجة لخطاب النخبة كما تنقله وسائل الإعلام. هذه الخطابات، المتناقضة أحيانًا، يتم إدراكها وقبولها وتخزينها من قبل الأفراد بطريقة متماسكة، ومن هذه الاعتبارات السياسية يبني الأفراد آرائهم حول قضية معينة في لحظة معينة. ويمكن أن تتطور هذه الاعتبارات وتختلف تدريجيًا اعتمادًا على التعرض للمعلومات السياسية والاجتماعية، كما توضح الأدبيات الواسعة في مجال الاتصال السياسي مدى تعقيد العلاقة بين استهلاك وسائل الإعلام وتأثيرها على المواقف السياسية.[3]

بسبب التطور الذي مس وسائل الاعلام نجد أن أهميتها لا تقل عن دور الأسرة في عملية التنشئة السياسية، وأصبحت تتزايد مهمتها أكثر في تشكيل الاتجاهات السياسية، حيث تنقل عدة أشكال من الرسائل التي تؤثر على توجهات الأفراد السياسية، كما تساهم في بتعزيز وبلورة توجهات قائمة عوضا من تعديل توجهات قديمة أو خلق توجهات جديدة، فهي الناقل لمؤشرات سياسية نشأت وانطلقت من وسائل التنشئة الأخرى.[4]

---

[1] ضياء الشكرجي، مرجع سابق.

[2] نادية جاسم كاظم الشمري، الديمقراطية والليبيرالية والعلمانية في الفكر الغربي، مجلة مركز بابل للدراسات لإنسانية، العراق، جامعة بابل، الجلد 6، العدد 4، العراق، 2016، ص 360.

[3] PHILIPPE DUGUA Y, RÉSEAUX SOCIAUX ET NOUVEAUX ESPACES DÉMOCRATIQUES : UN EFFET SUR LES ATTITUDES POLITIQUES?, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL, KANADA, AVRIL2019, pp 10-11.

[4] آسية بلخير، مطبوعة بيداغوجية بعنوان: مدخل إلى علم السياسة 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2022، ص 101.

خلاصة:

يعتبر الاتجاه جانب مهم في شخصية الفرد، فهو يساعده في اختياراته وآرائه ومواقفه اليومية، حيث يساهم الاتجاه في رسم الأهداف وتحقيقها مستخدما في ذلك كل ماحوته شخصيته أثناء تنشئته الاجتماعية من عادات وتقاليد وقيم ومعتقدات يؤمن بها، بما في ذلك من المكتسبات الخارجية كالتعلم والسياسة.

ويتناول هذا الجزء كيف نشأت وتطورت الاتجاهات السياسية عبر التاريخ، والعوامل التي ساهمت في تكوينها مثل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

كما يُبرز هذا القسم أهمية الاتجاهات السياسية في توجيه القرارات السياسية، وتشكيل الرأي العام وتحديد مسارات الحكم والتنمية الوطنية، ويتعمق في تحديد المكونات الأساسية للاتجاه السياسي مثل الأيديولوجيا والقيم والمعتقدات والمصالح، وكيفية تأثير كل منها على التوجهات السياسية للأفراد والجماعات، وكذلك يناقش كيفية تأثير الاتجاهات السياسية في تنظيم السلطة، وتحديد أولويات الحكم والتأثير على السياسات العامة والقوانين.

كما تم التطرق إلى العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات السياسية مثل التاريخ والدين والثقافة والتعليم والاقتصاد، وكيفية تفاعل هذه العوامل لتشكيل التوجهات السياسية للأفراد والمجتمعات، بالإضافة إلى ذكر دور المؤسسات مثل الأسرة والمؤسسات الدينية والأحزاب السياسية، ووسائل الإعلام التقليدية والرقمية في تشكيل وتعزيز الاتجاهات السياسية، وكيفية تأثير كل منها في توجيه التفكير السياسي للمجتمع.

ولمعرفة كيف يمكن فهم الاتجاهات السياسية وتفسيرها تطرقنا إلى كيفية تأثير السياقات الاجتماعية والسياسية على شكل ونهج الاتجاهات السياسية، زيادة إلى كيفية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين ونشر الاتجاهات السياسية، وكيفية تغيير الديناميات السياسية والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات عبر هذه الوسائل الرقمية.

الفصل الرابع:

اسهامات الفيسبوك في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي

تمهيد

أولا- نشأة الجامعة

ثانيا: أهداف الجامعة

ثالثا- خصائص الجامعة

رابعا- وظائف الجامعة

خامسا- معوقات وايجابيات الجامعة كمؤسسة بحثية تخدم المجتمع

سادسا- مقاربات نظرية خاصة بالجامعة

ثامنا- الطلبة والعمل السياسي

خلاصة

تمهيد:

الجامعة تمثل مركزًا رئيسيًا للتعليم العالي والبحث العلمي، ولها تأثير كبير في تشكيل الفكر والاتجاهات لدى الطلبة، بما في ذلك الاتجاهات السياسية. تأسست الجامعات على مر القرون لتلبية احتياجات المجتمع في التعليم والبحث وتطوير المعرفة، وتطورت لتصبح أماكن للنقاش الفكري وتكوين القيم والمعتقدات. يتناول هذا الفصل دور الجامعة كمنصة لنشر الفكر وتشكيل الرأي العام، خاصة في ظل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك على الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة.

أولا- نشأة الجامعة:

لا خلاف أن تأسيس الجامعة بمعناها المعروف في كل العصور يعتبر من أهم الآثار الفكرية التي أنتجتها العصور الوسطى في دوائر العلم والتعليم، إذ ليس هناك في تاريخ اليونان والرمان القدماء ما يدل على وجود مثل هذه الفكرة الجامعية التي عرفت في القرون الوسطى، وكان يطلق عليها الإسم اللاتيني Studium generale أي المدرسة العامة التي تستقبل الطلاب الوافدين من كل الجهات، وقد شاع لفظ المدرسة العامة عند مستهل القرن الثالث عشر، وقد مرت الجامعات بعدة مراحل رئيسية مميزة تقع المرحلة الأولى في المدارس العامة الملحقة بالمؤسسات الدينية من كنائس وكاتدرائيات وأبروشيات، وارتبطت بها حركات الإصلاح الدينية التي ظهرت في اوربا، بالإضافة إلى معاهد العلم ولم يكن الغرض الأصلي منها هو إعداد الطلاب لمواجهة مطالب الحياة أو العمل في الوظائف الحكومية، وإنما ليصبحوا قساوسة ويخدمون الكنيسة.

المرحلة الثانية: تطورت تلك المدارس حيث تحولت إلى معاهد علمية كبيرة بفضل أساتذتها الذين كانوا يحاضرون بها، وتلقت اقبالا كبيرا ويتضح ذلك من خلال النهضة الفكرية العلمية التي ظهرت في القرن الثاني عشر الذي بدأت الملامح الأولى للجامعات تظهر جليا في النصف منه، واشتهرت باريس آنذاك بعدد كبير من الطلبة وقرروا إنشاء اتحاد UNIT ونقابة GUILD.[1]

المتتبع لمفهوم الجامعة يلاحظ أن الجامعة منذ إنشاءها لم تحمل اسم جامعة وإنما نشأت تحت مسميات مختلفة مثل Guild وتعني نقابة أو Natation وتعني عشيرة أو Studium وتعني مكان الدراسة ثم تطورت هذه المسميات واندمجت فيما بعد تحت مسمى تنظيم جديد هو Faculty وهو مماثل تقريبا لمسمى كلية، وقد صنفت هذه التنظيمات حسب التخصصات العلمية مثل: Faculty of arts, Faculty of law Faculty of medicine وغير ذلك. وفي منتصف القرن 15 ميلادي ظهر في اوربا مصطلح جامعة University، وكان يقصد بها التعبير عن مجموعة Faculties يضمها تنظيم اداري وأكاديمي واحد.[2]

إن ظهور الجامعة يعود إلى مدارس الحكمة في الصين القديمة وفي الهند ومصر وبلاد الرافدين وغيرها، وأما الحضارة الإسلامية فقد عرفت الهجرة المحمدية إلى المدينة المنورة نقلة نوعية كبرى.[3]

- الجامعات في الدول العربية الإسلامية:

كانت البدايات الأولى للجامعات العرب**ية** الإسلامية في الأندلس وبالتحديد جامعة قرطبة في الأندلس عام 795م، وجامعة القرويين في المغرب عام 859م، وجامعة الأزهر في مصر سنة 970م.

وحسب سعيد تل وآخرون فإن التعليم الجامعي في الوطن العربي مر بأربعة مراحل:

---

[1] جوزيف نسيم يوسف، نشأة الجامعات في القرون الوسطى، دار النهظة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1981، ص 121ص128.

[2] فتحي عبد الرسول محمد، اتجاهات حديثة في التعليم الجامعي، جوانا للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2014، ص 9.

[3] أحمد سويسي، حسين بن سليم، دور الحركة الطلابية في استقرار الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، المجلد 07، العدد 31، جويلية 2018، ص 67.

– **المرحلة الأولى:** مرحلة النشأة والتطور وبدأت مع الدعوة الإسلامية وانتهت بنهاية الخلافة الأموية عام 750م، وكان المسجد هو المكان الوحيد لهذا التعليم.

– **المرحلة الثانية:** جاءت مع بداية الخلافة العباسية في بغداد وبداية الحكم الأموي في الأندلس، وانتهت بسقوط بغداد على أيدي التتار سنة 1258م.

– **المرحلة الثالثة:** مع سقوط بغداد، حيث تراجع التعليم الجامعي في هذه المرحلة نظر للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية السيئة.

المرحلة الرابعة: تتمثل في استيراد الدول العربية الإسلامية نماذج من التعليم الجامعي من الدول الأجنبية ومحاولة تطبيقها في بلدانهم.

– **الجامعة الجزائرية:** مرت الجامعة الجزائرية بمرحلتين:

✓ قبل الاستقلال: كانت الجزائر تملك جامعة واحدة وهي جامعة الجزائر، فقد تأسست سنة 1877م من طرف السلطات الفرنسية آنذاك، لتكون بذلك نسخة طبق الأصل على الجامعة الفرنسية.

✓ بعد الاستقلال: شيدت الجزائر الجامعات بمختلف تخصصاتها للقضاء على ما خلفه الاستعمار وعملت على اقحام الجامعة ضمن المبادئ الأساسية للإصلاح الجامعي.[1]

ثانيا– أهداف الجامعة:

– التدريب والتثقيف والتعليم في مجالات التخصصات المعتمدة فيها.

– صنع المبادئ والقيم وذلك بحسن الاستفادة من التراكم العلمي والتقييمي.

– الانفتاح على العالم ومواكبة العصرنة وما تتطلب من مكتسبات.

– تقديم مخرجات قادرة على العمل، النتاج، تطوير سوق العمل وقيادة المجتمع.

– المساهمة في الحركة الفكرية والتوعوية ونشرها بين أطياف المجتمع.

– المساهمة في تكوين النخب السياسية وتنمية روح المواطنة والبناء الديمقراطي لترقية المجتمعات[2].

لقد لخص عبد السلام عبد الغفار ما قاله المتخصصون عن أهداف التعليم الجامعي في ثلاث مجموعات هي:

- أهداف معرفية: وهي ترتبط بالمعرفة تطورا وتطويرا وانتشارا.
- أهداف اجتماعية: تعمل على استقرار المجتمع وتماسكه وتمده بما يواجه مشكلاته.

[1] بلصوار سهيلة، نشأة الجامعات وتطورها، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، جامعة باجي مختار، قسم علم الاجتماع، عنابة، الجزائر، 2015، ص 191 ص193.

[2] زين العابدين معو، عواطف وناس، دور الجامعة في تعزيز روح المواطنة والبناء الديمقراطي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 7، العدد 2، الجزائر، جوان 2020، ص 1586.

- أهداف اقتصادية: التي تعمل على تطوير اقتصاد المجتمع والعمل على تزويده بما يحتاج إليه من خدمة بشرية وما يحتاج إليه من خبرات ومهارات.[1]

من أهداف الجامعة أيضا:

– نقد المعرفة عن طريق الدراسات التعليلية الناقدة في ضوء النظريات الحديثة وفلسفة المجتمع.

– إعداد الباحثين عن طريق المختصة في القيام ببحوث مشتركة أو مستقلة لعل المشكلات الأساسية التي تراجع المجتمع.

– تنمية شخصية طلابها تنمية متكاملة تشمل الجوانب العقلية والاجتماعية والترويجية يصبح مسار تنتهجه الجامعة في بحث شؤونها وتربية طلابها.

– زيادة مجال البحث العلمي والقيام بمختلف أنواع البحوث وفي شتى القطاعات بهدف الوفاء بحاجات المجتمع ومتطلباته.[2]

ثالثا– خصائص الجامعة:

تتميز الجامعة بمجموعة خصائص نذكر منها:

– تنشأ في مجتمع يحدد أهدافها ووظائفها حيث تعتبر عنصرا متفاعلا معه.

– تتميز بالتغيير والحركية ومواكبة التطوير المحلي والعالمي.

– تضم مجموعة علماء متخصصين في شتى مجلات العلوم التكنولوجيا والإنسانية.

– هي المكان الوحيد الذي تجاوز الهوة بين الأجيال عن طريق السلوكيات والأخلاقيات.

– تتميز أيضا بالاستقلالية في الإدارة، والتنظيم ولو كانت بشكل نسبي ومتفاوت.

– تتميز بعدة مهام متكاملة، وهذا الذي قدم لها اتساعا كبيرا في الرؤية لمختلف المشاكل.[3]

رابعا– وظائف الجامعة:

للجامعة دور مهم وأساسي في المجتمع حيث تحتل مكانة راقية بين المؤسسات الأخرى نظرا للطاقات والمخرجات العلمية والكفاءة المهنية التي تقدمها للمجتمع ومن بين أهم الوظائف التي تؤديها الجامعة نذكر ما يلي:

✓ تقوم الجامعة بدور أساسي ومحوري في عملية البحث العلمي في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية وتطبيقاتها العلمية والتكنولوجية، إذ يساهم ذلك في الدفع بعملية التنمية الاقتصادية وإيجاد حلول سريعة وفعالة لمشكل تأخر التنمية الاقتصادية.

---

[1] أحمد فلوح، دور الجامعة في خدمة المجتمع، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المركز الجامعي غليزان، الجزائر، العدد 18، 2016، ص 217.

[2] عبيدة صبطي: صباح غربي، دور الجامعة في بناء شخصية الطالب وفق متطلبات المستقبل، المجلة العلمية للعلوم التربوية والصحة النفسية، المجلد 02، العدد02، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020، ص51.

[3] أسماء هارون، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص67.

✓ يكمن دور الجامعة في خدمة المجتمع عن طريق دورها التثقيفي والارشادي، والمشاركة في تقديم الخدمات الاجتماعية، والتنشئة ونشر الوعي وتدعيم الاتجاهات الاجتماعية، وتعزيز القيم المجتمعية والحفاظ عليها.

✓ قيام الجامعة في تقدم المعرفة ونشرها، وذلك من خلال التعليم والتدريس، وتزويد الطلاب بمختلف العلوم والمعارف والمهارات، بغية إعداد إطارات بشرية في مختلف التخصصات التي يحتاجها المجتمع، وهو الأمر الذي يساهم بشكل كبير في عملية التنمية الاقتصادية.[1]

خامسا– معوقات الجامعة كمؤسسة بحثية تخدم المجتمع:

➢ عدم السماح للجامعة بالانطلاق لمناقشة قضايا اجتماعية دقيقة ومحددة من خلال الميدان أو الواقع، مما جعل البحث الجامعي يأخذ الصفة الأكاديمية، ويميل في معظمه للتنظير بعيدا عن مجريات الأحداث الواقعية، ويفقده هذا جانبا من أهميته وجدواه.

➢ افتقاد الباحث الجامعي إلى هوية مهنية قوية كعضوية الروابط أو الجمعيات العلمية تمكنه من الوصول المنظم إلى الميدان أو الحصول على تعاون السلطات وحتى وإن وجدت مثل هذه الهيئات فإنها تعامل من قبل الدولة معاملة الجمعيات الخيرية وليس معاملة النقابات المهنية والتي تعطي لأعضائها الحماية.

➢ تزايد حدة الصراع الفكري داخل المجتمع الجامعي، ولعل الشكوى من وجود تيارت فكرية متصارعة تعتبر شكوى عامة في معظم ان لم يكن في كل المجتمعات الحالية، إلا أن الصراع الفكري عندنا ربما يأخذ صورة أعمق.[2]

سادسا– الطلبة والعمل السياسي:

الطلبة هم من أهم العناصر التي لديها قابلية لتبني التغير الشامل للواقع العربي، فقد ثبت تاريخيًا أن الطلبة لعبوا بالفعل دورًا مهمًا في إطلاق حركات تغييرية وإصلاحية عديدة في جميع أنحاء العالم، منها توقيف الحرب على الفيتنام بإذعان الرئيس الأمريكي جونسون لمظاهرات الطلاب في أمريكا، وأيضًا ما عرفه العالم العربي من ثورات قادها الطلاب والشباب في كل من تونس، مصر، اليمن وغيرها.

العامل الآخر يتمثل في أن قطاع الطلاب يتزايد يومًا بعد يوم، أضف إلى ذلك حيوية الطلاب كشباب وتعاملهم الجاد مع الأفكار، المفاهيم، الرؤى السياسية، تحررهم من الأعباء الوظيفية والمعيشية، سهولة تنظيمهم والاتصال فيما بينهم، فالطلاب هم أكثر الفئات مقدرة على التحرر الاجتماعي من الخلفيات العائلية والطبقية، ونقصد بالتحرر الاجتماعي الإدراك بأن واقع الطلبة والمجتمع العربي هو واقع هزيل

[1] عربي بومدين، دور الجامعة الجزائرية في التنمية الاقتصادية: الفرص والقيود، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 07، 2016، ص 251.

[2] صوالحية الزهرة، قاسمي فاطمة الزهراء، مساهمة الجامعة في البحث العلمي وتنمية المجتمع–قراءة تحليلية لوظائف الجامعة–الملتقى الدولي (الجزء الثاني): الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي (الانتظارات والرهانات)، جامعة 8ماي 1945، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018، ص 367.

وغير عادل وضد الإنسان، وعليه فإن الذي يعمل من أجل الحفاظ على تراكيب هذا الواقع وصوره ورموزه لا يمكن أن يكون إنسانًا حرًا شريفًا [1].

- المقاربات النظرية للجامعة في المجال السياسي:

أ- نظرية الجامعة كمؤسسة اجتماعية: تركز هذه النظرية على دور الجامعة كمؤسسة تنشئ هويات اجتماعية وثقافية وسياسية للأفراد، حيث تساهم الجامعة في تشكيل وجدان الطلاب ومواقفهم السياسية من خلال التعليم والتفاعل الاجتماعي داخل الحرم الجامعي. ومن بين علماء الاجتماع الذين ركزوا على دور الجامعة **(بارسونز)** الذي اهتم بدراسة وظيفة الجامعة في المجتمع باعتبارها نسقا اجتماعيا يسعى لتحقيق التكامل الاجتماعي والمهني والعلمي ككل، ولكونها مركبا تنظيميا للمعرفة لأنها تغذي جميع المؤسسات والتنظيمات الأخرى بالكوادر الفنية والمهنية الأكاديمية، ومن ناحية أخرى يؤكد بارسونز على ضرورة دراسة الجامعة مثل الأنساق الفرعية، التي لا يمكن فهم أدوارها الوظيفية والبنائية إلا في ضوء سياقاتها الاجتماعية والثقافية وعلاقتها المتبادلة مع الأنساق الفرعية الصغرى، التي تكون في مجملها

طبيعة النسق الاجتماعي الكبير وهو المجتمع[2]

ب- نظرية الانغماس الاجتماعي: تقترح أن الجامعات تلعب دورًا في انغماس الطلاب في الأفكار السياسية والاجتماعية، من خلال مناهجها التعليمية والأنشطة الطلابية، مما يسهم في بناء التفاهم السياسي والمشاركة المجتمعية.

نظرية الانغماس الاجتماعي تعود إلى عدد من العلماء الاجتماعيين الذين أسهموا في تطويرها وفقاً لمنظوراتهم الفريدة. من بين أبرز أصحاب هذه النظرية **(جورج هربرت ميد)** عالم اجتماع بريطاني، وركز على مفهوم "التأثير الاجتماعي" وكيف يؤثر البيئة الاجتماعية على الأفراد وسلوكهم. اعتبر ميد أن الجامعات تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل مواقف الطلاب السياسية والاجتماعية.

جـ- نظرية الأماكن الثقافية: هذه النظرية تنظر إلى الجامعة كمركز للنقاش العقلاني والثقافي والسياسي، حيث تشجع الجامعة على تبادل الأفكار والنقد البناء حول القضايا السياسية المختلفة.

من أهم رواد هذا الاتجاه **(بيار بورديو)** و**(جين كلود باسيرو ن)**، حيث استخدما نمط متميز من التحليل الواقعي للظواهر الاجتماعية التربوية من خلال أفكارهم الجديدة، وكان لهم الفضل في نقل علم الاجتماع من المستوى النظري إلى مستوى التحليل الملموس، ولقد تبنى بورديو وزميله فكرة " إعادة الإنتاج " ولكنهما ركزا على إعادة الإنتاج الثقافي، بحيث أن النظام التعليمي بمختلف مؤسساته بما فيها الجامعة مسؤول عن إعادة

---

[1] عطوف زهير، أي دور للطلبة في العمل السياسي، الموقع العربي نون بوست، 1/08/2015.
https://www.noonpost.com/content/7724، في 10 سبتمبر 2022 على 11سا.

[2] بواب رضوان، سوسيولوجيين التعليم الجامعي، قراءة مفاهيمية ونظرية، مجلة سوسيولوجييون، المجلد الثاني، العدد 1، جامعة جيجل، الجزائر، 2021، ص 36.

الإنتاج الثقافي من أجل الطبقات المسيطرة، والتي تسعى إلى كسب شرعية وجودها من خلال عمليات الإنتاج الثقافي[1].

– **نظرية التأثير السياسي:** تركز على القدرة الإمكانية للجامعات على ممارسة التأثير المباشر أو غير المباشر على القرارات السياسية من خلال الأبحاث والتوجيهات والمواقف التي تتخذها كمؤسسة.

وتعزَّز هذه النظرية تأثير وسائط الإتصال الجماهيري، سواء عبر الإعلام التقليدي، لاسيمّا المرئي منه، أو الإعلام الالكتروني مثل الفيسبوك والتويتر، فقد كان لهذين الإعلامين تأثيركبير على ثورة مصر، وبدرجة أقل على ثورة تونس، والتقى الخبراء والمحللون وقادة الرأي والسياسة، على أن الذي أحدث الثورات المتتالية في العالم العربي هو الإعلام الجديد[2]

[1]بواب رضوان، مرجع سابق، ص 41.

[2]حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الاعلام والاتصال واشكاليتها المعرفية، ملتقى حول مساهمة في الحلقة البحثية بعنوان "البراديغمات العلمية لطلاب الدكتوراة اللبنانية"، 2011، ص 33–34.

خلاصة:

في هذا الفصل، تم استكشاف دور الجامعة وتأثيرها السياسي على الطلاب، خاصة في ظل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، حيث تم استعراض تاريخ ونشأة الجامعات كمراكز للتعليم العالي والبحث العلمي، وكيف أصبحت محورًا لتطوير الفكر والثقافة والسياسة.

كما تم التركيز على أهداف الجامعة في تعليم الطلبة وتنمية قدراتهم العقلية والاجتماعية، بالإضافة إلى دورها في تعزيز المواطنة النشطة والمشاركة في العمل السياسي، والتطرق إلى خصائص الجامعة كمؤسسة تعليمية وبحثية، وكيفية تأثير هذه الخصائص على تشكيل الرؤى والمعتقدات السياسية للطلبة.

ثم مناقشة الأدوار المتعددة التي تقوم بها الجامعة، بما في ذلك تعزيز البحث العلمي وتطوير السياسات العامة والمساهمة في تنمية المجتمع.

وبعدها استعراض التحديات التي تواجه الجامعات كمؤسسات بحثية والفرص التي تقدمها لتحسين المعرفة والتفاهم السياسي، بالإضافة إلى نظريات ومقاربات تفسر دور الجامعة في المجال السياسي، مثل نظرية الانغماس الاجتماعي ونظرية التأثير الاجتماعي.

لنذكر في الأخير كيفية تأثير الجامعة على مواقف الطلبة السياسية وتشجيعهم على المشاركة في النقاشات والأنشطة السياسية، وخاصة من خلال استخدام شيكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك.

ومنه تمثل الجامعات محورًا مهمًا في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلبة، ويعزز دور شبكاتات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك هذا التأثير، مما يعزز من قدرتهم على المشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام بطرق متعددة وفعالة.

الفصل الخامس

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

تمهيد:

أولا- مجالات الدراسة

1-المجال المكاني

2-المجال الزماني

3- المجال البشري

ثانيا: الأدوات المستخدمة في الدراسة.

- الاستبيان

- صدق وثبات الاستبيان

ثالثا- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

عند اجراء أي دراسة علمية لا بد من اتباع منهج علمي يتناسب وطبيعة الدراسة، لأن البحث العلمي هو الذي يسير فيه الباحث من مرحلة إلى مرحلة أخرى مستخدما تقنياته، وخاصية المنهجية تتيح للباحث التحقق من النتائج المتوصل إليها ميدانيا، والحكم على دقتها وعلميتها ومنه الوصول إلى نتائج موضوعية يمكن تعميمها على المواضيع والقضايا المشابهة.

في هذا الفصل، سنركز على الإجراءات المنهجية التي تم اتخاذها لتحقيق أهداف الدراسة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة الجامعة.

سنقدم نظرة عامة على المنهج المستخدم ومجالات الدراسة المختلفة التي تشمل المجال المكاني، المجال البشري، والمجال الزماني.

سنوضح أيضًا الأدوات المستخدمة في الدراسة، مع التركيز على الاستبيان وصدقه وثباته.

وفي الأخيرً سنعرض الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات واستنتاجات الفصل.

هذا الفصل يهدف إلى توضيح كيفية تنفيذ الدراسة بطريقة منهجية ودقيقة، مما يضمن موثوقية النتائج وصلاحيتها في إضاءة فهمنا لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي السياسي لدى الشباب الجامعي.

أولا- مجالات الدراسة

1- **المجال المكاني :** ان هذه الدراسة تمت في نطاق جغرافي محدد يتمثل في جامعة حمه لخضر بالوادي، واقتصر البحث على إحدى كلياتها وهي كلية العلوم السياسية التي اختيرت بطريقة العينة القصدية.

- التعريف بجامعة الشهيد حمه لخضر الوادي:

مرت جامعة الوادي بأربع مراحل بداية من سنة 1995 إلى غاية 2012.

ملحقة المعهد الوطني للتجارة بالوادي: أنشأت **ملحقة المعهد الوطني للتجارة بالوادي** بموجب قرار وزاري مشترك مؤرخ في 03 جوان 1995 حيث انطلقت الدراسة لأول مرة خلال الموسم الجامعي 1995/1996 والتي تعتبر أول نواة جامعية بولاية الوادي كان مقرها بثانوية تكسبت والتي ظلت لموسمين حتى تم تحويلها إلى مركز الشهداء سنة 1998 والتي يدرس بها شعبة العلوم التجارية بتخصصين:

إدارة أعمال بداية من الموسم الجامعي 1997/1998، وتجارة دولية بداية من الموسم الجامعي 1999/2000، **ثم الملحق الجامعي بالوادي** وهو التابع لجامعة محمد خيضر ببسكرة من سنة 1998 إلى غاية 2001. إضافة إلى ملحقة المعهد الوطني للتجارة التابعة للمعهد الوطني للتجارة ببن عكنون – الجزائر العاصمة – فقد استفادت ولاية الوادي من فتح فرع العلوم القانونية والإدارية في الموسم 1998/1999 ومعهد الأدب العربي في الموسم 1999/2000 والتابعتين لجامعة بسكرة ليتشكل الملحق الجامعي بالوادي

المركز الجامعي بالوادي: أنشأ **المركز الجامعي بالوادي** بموجب المرسوم التنفيذي رقم 280/06 مؤرخ في 16 أوت 2006 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 277/01 المؤرخ في 18 سبتمبر 2001 بموجبه تحول الملحق الجامعي إلى مركز جامعي والذي ضم خمسة معاهد وهي:

- معهد العلوم القانونية والإدارية
- معهد الآداب واللغات
- معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- معهد العلوم والتكنولوجيا
- معهد العلوم الاجتماعية والإنسانية

جامعة الوادي: أنشئت جامعة الوادي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12- 243 والمؤرخ في 4 جوان 2012 الموافق لـ 14 رجب 1433 وتضم:

- كلية العلوم والتكنولوجيا
- كلية علوم الطبيعة والحياة
- كلية الأداب واللغات
- كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
- كلية الحقوق والعلوم السياسية[1]

2- المجال الزماني:

تقتضي عملية التقصي والبحث عن المعلومات وجمع البيانات فترة زمنية يطلق عليها المجال الزمني للدراسة، والتي ابتدأها الباحث منذ أن تم تحديد موضوع الدراسة مع المشرف،

ثم النزول الميداني قصد توزيع استمارة الاستبيان واجراء تقنية المقابلة الحرة. ونستطيع القول ان الفترة الزمنية للدراسة تمت على مراحل:

- **المرحلة الأولى:** الدراسة الاستطلاعية، حيث بدأت الباحث بعملية جمع المادة العلمية من المصادر والمراجع التي لها علاقة بفحوى الموضوع واستطلاع القراءات والأدبيات المتعلقة به، منذ الموافقة على الموضوع من طرف اللجنة المسؤولة على المواضيع وذلك من نوفمبر 2019، وبعدها معاينة ميدان البحث بجامعة الشهيد حمه لخضر الوادي.

- **المرحلة الثانية: تصميم الاستبيان:** بعدما تم وضع فرضيات الدراسة في العام الدراسي 2022/2021، قمنا بإعداد الاستمارة معتمدين في ذلك على الدراسات السابقة، وقد تم بناء الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي، ثم عرضها على المشرف ليقوم بتصحيحها.

المرحلة الثالثة: تحكيم الاستبيان

بعد مناقشة محاور الاستبيان مع المشرفة وضبطها، والذي احتوى على ثلاث محاور ومكونة من سبعة وسبعون سؤالا، ليتم بعد ذلك ارسالها إلى مجموعة من الأساتذة المحكمين من داخل وخارج جامعة الشهيد حمه لخضر لإبداء ملاحظاتهم حول الاستمارة، ابتداءا من شهر أفريل 2023 حتى شهر جوان 2023، وإضافة ما يمكن اضافته من البدائل أو حذف ما لا يتناسب مع موضوع الدراسة ليسهل على المبحوث الإجابة بكل سهولة.

المرحلة الرابعة: توزيع الاستبيان

بعد استرجاع الاستبيان من المحكمين تم ضبط الاستمارة مع المشرفة، وبعدها تم بتوزيع الاستبيان في المرحلة الأولى الكترونيا، لأن الباحثة لم تتمكن من توزيعه يدويا، بسبب انشغال الطلبة بالامتحانات آخر السنة الدراسية 2023/2022 ثم العطلة الصيفية.

في بداية السنة الدراسية 2024/2023 تم النزول إلى ميدان الدراسة ومقابلة مسؤولي كل من قسم الحقوق والعلوم السياسية الذين رحبوا بالباحثة، وساهموا في مساعدتها في عملية توزيع الاستبيان على المبحوثين، وذلك بداية من 2023/09/23. ونظرا للعديد من الصعوبات التي تعرضت لها الباحثة، بداية بالبعد المكاني حيث أنها لا تقطن بالولاية نفسها التي تتواجد بها الجامعة،، إضافة إلى عدم التحاق الطلبة بمقاعد الدراسة إلا في أواخر شهر سبتمبر 2023، والذي أدى إلى التأخر في استرجاع الاستبيانات من

[1] https://www.univ-eloued.dz/ar/univ_pres/ Le 01/04/2024 a 13 :45

الطلبة لذلك اضطرت الباحثة للمكوث في الكلية من الصباح حتى المساء، وأحيانا حضور الحصة مع الطلبة لجمع الاستبيانات، ثم تكرار الزيارات لتطول مدة توزيع جمع الاستمارات الى غاية شهر نوفمبر 2023، وهو الامر ذاته الذي أعطى للباحث فرصة الفهم الجيد لأبعاد ومؤشرات الدراسة في ظل الاجراءات المنهجية من خلال الملاحظة المتكررة والمقابلات الحرة مع رؤساء الأقسام والطلبة.

3- المجال البشري:

شمل مجتمع الدراسة طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، نظرا لأن الدراسة الحالية تبحث في دور شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطالب الجامعي، ومجتمع البحث في هذه الدراسة غير مضبوط.

- من عنوان الدراسة الذي يتضمن الاتجاهات السياسية عمدنا إلى اختيار طلبة كلية العلوم السياسية والحقوق، لأنهم قريبون من ميدان الدراسة ونستطيع القول إنهم يمثلون مجتمع الدراسة أكثر من طلبة الكليات الأخرى، خاصة عندما يريد الباحث دراسة المواقف السياسية لجمهور ما.[1]

- لزيادة مصداقية المعلومات التي نريد أن نتحصل عليها والتي نستقيها من المبحوثين الذين يهتمون بالجانب السياسي، من خلال استخدامهم شبكات التواصل الاجتماعي.

- ولأن موضوع الدراسة يدرس الوظيفة السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي، وخصوصا الفيسبوك لأنه الأكثر استخداما من طرف الطلبة.

حيث يقدر المجتمع الكلي لكلية الحقوق والعلوم السياسية: 136 طالب وطالبة يدرسون علوم السياسية و2463 طالب وطالبة يدرسون حقوق، وبالتالي يقدر العدد الكلي 2599 طالب وطالبة، والجدول الآتي يوضح توزيع عدد الطلبة على السنوات والتخصص:

جدول رقم 01: يوضح توزيع طلبة حقوق وعلوم سياسية حسب القسم والتخصص[2]

السنة	التخصص	ذكور	إناث	المجموع
أولى جذع مشترك	حقوق	241	204	445
	علوم سياسية	14	07	21
ثانية جذع مشترك	حقوق	231	275	506
	علوم سياسية	20	14	34
ثالثة	قانون خاص	125	169	294
	قانون عام	158	188	346
	تنظيم سياسي واداري	07	03	10
	علاقات دولية	06	03	09
ماستر	قانون اداري	202	220	422

[1] رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2023، ص 222.

[2] كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2024.

	قانون أعمال	118	154	272
	قانون عقاري	66	73	139
	سياسة عامة	44	30	74
	الجريمة والأمن	36	21	57
	قانون قضائي	20	21	41

4- العينة وكيفية اختيارها: عينة الدراسة هي فئة تمثل مجتمع البحث أو جمهور البحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص، أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.[1]

قامت الطالبة باختيار جزء من المجتمع المبحوث أو المجتمع المستهدف بطريقة تعتمد على نوع الدراسة والهدف من الدراسة، لأن دراسة مجتمع البحث ككل وكاملا عملية تحتاج إلى جهد ووقت وتكاليف.

وحجم العينة هو العدد الفعلي من أفراد العينة المختارين كعينة لتمثيل خصائص مجتمع البحث.[2]

يتحدد حجم العينة بأهداف الدراسة، وذلك عندما يحدد الباحث ما الذي يريده من دراسته مع مشكلة الدراسة، والاشكالية والفرضيات، فهذا يفيده في تكوين فكرة عن عدد الأشخاص الذين يريد أن يحقق معهم[3].

ويعتمد تحديد حجم العينة على نوع المجتمع، ففي المجتمعات المتجانسة يتم سحب عينة عشوائية بسيطة، وأهم ما يميز هذا النوع من العينات هو أن كل مفردة في المجتمع المستهدف له الفرصة نفسها في الظهور، أما في المجتمعات غير المتجانسة مثل الدراسة الحالية، فيتم استخدام عينات عشوائية طبقية، يتم فيها تقسيم المجتمع إلى طبقات بحسب الصفات المشتركة لكل طبقة وبعدها يتم أخذ عينة عشوائية من كل طبقة.

وحسب موريس أنجرس "في المجتمع الذي يقدر ببعض المئات إلى بعض الآلاف من العناصر، فالأفضل هو أخذ مائة عنصر من كل طبقة معدة، وأخذ إجماليا 10% من مجتمع البحث لما يكون متكونا من بعض الآلاف" وعليه تم اختيارنا لحجم العينة بـ 250 مفردة.

لاستخراج العينة التمثيلية لمجتمع البحث تعد المعاينة الاجراء العملي الذي يسمح بذالك، فهي الوسيلة العملية وأسلوبا لاختيار العينة من مجتمع الدراسة، وتماشيا مع المعطى المنهجي ولوجود قائمة مستفيضة لعناصر المجتمع الطلابي لكلية الحقوق والعلوم السياسية استعمل الباحث المعاينة من خلال الاجراء الاحتمالي صنف العينة الطبقية.

---

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2019، ص 187.

[2] مؤيد نصيف جاسم السعدي، مرجع سابق، ص 188.

[3] سعيد سبعون، حفصة جرادي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبة للنشر، الجزائر، ص 152.

يقوم الباحث في هذا النموذج من العينات بتصنيف مجتمع البحث إلى مجموعات وفقا للفئات التي يتضمنها متغير معين أو عدة متغيرات، ثم يختار وحدات عينة البحث اختيارا عشوائيا من كل مجموعة.[1]

اعتبر الطالب الطبقة الاولى تضم طلبة قسم العلوم السياسية والطبقة الثانية تضم طلبة قسم الحقوق، كل طبقة مسجلة بقائمة اسمية للطلبة، وعلى ضوء ذلك تم السحب عشوائيا عينة من كل طبقة تمثل في مجموعها (عينة كل طبقة) عينة الدراسة.

ولأن عينة البحث هي المرآة التي يقرأ من خلالها نتائج الدراسة، وترتبط أساسا بعنصري الانسجام والتجانس في مجتمع الدراسة، ممثلة في التشابه في الوظائف والمهام لكل طبقة بكلية الحقوق والعلوم السياسية والى ما يهدف إليه موضوع الدراسة، بما يضمن التمثيل لمجتمع البحث.

تم حساب حجم كل طبقة باحتساب نفس نسبة كل طبقة الى حجم مجتمع البحث في حجم العينة. لنخلص:

نسبة طبقة قسم العلوم السياسية 5.23%= 100* (136/2599)

نسبة طبقة قسم الحقوق 94.76%= 100* (2463/2599)

وعليه حجم عينة طيقة قسم العلوم السياسية تحسب: (حجم العينة 250) 5.23% والناتج 13 مفردة وحجم عينة طيقة قسم الحقوق، تحسب: (حجم العينة 250) 94.76% والناتج 237 مفردة.

ليتم اختبار 250 مفردة.

ثانيا- الأدوات المستخدمة في الدراسة:

تتباين أدوات جمع البيانات من دراسة الى أخرى حسب مقتضيات البحث وخبرة الباحث وحنكته في البحث، وأدوات جمع البيانات هي جملة من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخدم بحثه، والأدوات المستخدمة في البحث لا توضع بطريقة عشوائية بل تخضع لطبيعة الموضوع في حد ذاته، فهي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث، وتمكنه من جمع البيانات التي تخدم الدراسة. فكان الاستبيان الذي تم تصميمه كأداة مناسبة لجمع المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة، وهي تقنية اختبار يطرح من خلالها الباحث مجموعة من الأسئلة على أفراد العينة، من أجل الحصول منهم على معلومات يتم معالجتها كميا والخروج بنتائج جديدة ونقارن بها مع نتائج الدراسات السابقة.

الاستبيان عبارة عن عدد من الأسئلة المحددة، يعرض على عينة من الأفراد ويطلب إليهم الإجابة عنها كتابة، فلا يتطلب الأمر شرحا شفويا مباشرا أو تفسيرا من الباحث وتكتب الأسئلة أو تطبع على ما يسمى "استمارة استبانة[2]"

---

[1] رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، دار الكتاب الحديث، الجزائر، القاهرة، 2023، ص 220.

[2] وليدة حدادي، البحث في الدراسات الإعلامية (الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2020، ص 230.

فبالنسبة للدراسة الحالية تم اختيار الاستبيان الأكثر شيوعا في الدراسات الاجتماعية، والتي تناسب موضوعنا الذي يربط بين علم الاجتماع والسياسة، وعلى حد تعبير سلاطنية فإن الاستبيان لها وظيفة رئيسية وهي أنها تمنح للبحث توسع أكبر والتحقق احصائيا إلى أي مدى يمكن التحقق من الفرضيات المعدة مسبقا[1]

في الدراسة الحالية التي تبحث عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي، تم توزيع 250 استبيان تسليما باليد على طلبة العلوم السياسية والحقوق بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، حيث كانت الباحثة حاضرة في التوزيع المباشر للاستمارات لشرح الفائدة من البحث، واضطرت الباحثة إلى شرح بعض الأسئلة الموجودة في الاستبيان للمبحوثين، وهدفنا من ذلك هو تشجيع الطلبة على الإجابة والحصول على معلومات أكثر وضوح ومصداقية لتساعدنا في الدراسة، وقد تم تصميم الاستبيان على عدة مستويات:

- **المستوى الأول: البيانات الشخصية:** تحتوي على أسئلة تخص الناحية الشخصية لأفراد العينة مثل الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، منطقة السكن، المستوى، التخصص، الانتماء السياسي...
- **المستوى الثاني:** تضمن أسئلة حول الاستخدامات والاشباعات التي يرغب أفراد العينة تحقيقها من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما، وقت ومدة ومكان الاستخدام، أكثر المواضيع التي تتصفحها في شبكات التواصل الاجتماعي، الاشباعات التي يحققها المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي...
- **المستوى الثالث:** تم فيه مناقشة أفراد عينة الدراسة حول تكوين اتجاهاتهم السياسية المختلفة بالجزائر من خلال تصفحهم لمنشورات شبكات التواصل الاجتماعي، وتضمن عدة أسئلة منها: مساندة المبحوث لشبكات التواصل الاجتماعي التي تحث على فصل الدين عن الدولة، والتي تنادي بتأييد اللغة العربية هي اللغة الأم للدولة الجزائرية وتليها اللغة الأمازيغية لغة وطنية، كذلك فيما إذا كان المبحوث يؤيد القوانين والتشريعات في الجزائر التي تسعى للحفاظ على الثقافة المحلية، وهل يؤيد المبحوث تعدد الأحزاب في الجزائر...

علما أن أسئلة المحور الثاني تكونت من 24 سؤال منها أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة، نظرا لحاجة البحث لذلك، فأحيانا يطلب من المبحوث تبرير إجابته أو اقتراح ما يمكن اضافته بغية مساعدة الباحث في تحليل نتائج البحث. وهذا النوع من الاستبيان يستخدم الأسئلة المغلقة والمفتوحة معا في الاستبيان

[1] بلقاسم سلاطنية، ملاحظات حول استخدام الاستمارة والملاحظة كأداتين لجمع البيانات في التدريبات قصيرة المدى في البحث السوسيولوجي، مجلة العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، أكتوبر، 2002، ص 4.

الواحد، حيث يطلب من المبحوثين في الإجابة وابداء الرأي لأنه يقوم على تأكيد واحدة من الإجابات المقترحة ثم تقديم التبرير على ذلك، وهذا من شأنه أن يسهل عملية تحليل البيانات وتفسيرها كميا وكيفيا.[1]

كما تم الاعتماد في المحور الثالث لهذا الاستبيان على مقياس ليكرت الخماسي فكانت احتمالات "ليكرت" مصنفة إلى 05 درجات وهي: موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة.

وتضمن 53 جملة لقياس الاتجاهات السياسية المختلفة لطلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة حمه لخضر بالوادي.

- صدق وثبات الاستبيان:

- اختبار صدق الاستبيان: يقصد بصدق الاستبيان مدى صلاحيته لقياس السلوك، أو الاتجاه الذي صممت لأجله لأن صدق أداة القياس يعد أكثر أهمية، ولا شك من تحقيق الثبات لأنه قد تكون أداة القياس أو الاختبار ثابتة ولكنها غير صادقة.[2]

ويجب على الباحث اختبار صدق الاستبيان "ليرى مدى ملاءمة الاستبيان لمحاور البحث من جهة ومدى قدرته على جمع البيانات وملاءمتها لأعضاء عينة البحث وظروفهم من جهة أخرى، وقد يؤدي هذا الاختبار إلى زيادة بعض الأسئلة أو حذف البعض الآخر أو إعادة صياغة البعض"[3].

ولاختبار صدق وثبات أداة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة قامت الباحثة بما يلي:

- صدق فقرات الاستبيان: لتتأكد الباحثة من صدق فقرات الاستبيان كان لا بد لها من المرور على مرحلتين:

أ- **صدق المحكمين (الصدق الظاهري):** تم الصدق الظاهري للاستبيان في شكله الأولي عن طريق عرضه على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علم الاجتماع والاتصال والعلوم السياسية، من أجل التأكد من دقة ووضوح وصدق أداة القياس، وبعد المناقشة تم الاتفاق على بعض الفقرات وحذف بعضها، وإعادة صياغة أخرى ثم تعديل فقرات الاستبيان لتصبح مهيأة للتوزيع في الأخير.

جدول رقم (2): يبين نسبة اتفاق المحكمين على استمارة المقياس

	اسم المحكم واللقب العلمي	الاختصاص الدقيق	عدد الفقرات	عدد الفقرات الموافق عليها	عدد الفقرات المرفوضة	نسبة الاتفاق
1	أ.د رابح رياب	علم اجتماع السياسي	77	72	05	%93.50
2	أ.د فرج عبد الحميد	علوم سياسية	77	71	06	%92.20
3	أ.د قوي بوحنية	علوم سياسية	77	70	07	%90.90

[1] قاسمي صونية سلامة، شناف خديجة وآخرون، تقنيات تصميم وتفريغ الاستبيان، ط 2، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2020، ص 38.

[2] قاسمي صونية سلامة، شناف خديجة وآخرون، تقنيات تصميم وتفريغ الاستبيان، مرجع سابق، ص 94.

[3] رشيد زرواتي، مرجع سابق، ص 149.

4	د فريدة طاجين	علوم سياسية	77	68	09	%88.31
5	بابا عربي مسلم	علوم سياسية	77	66	11	%85.71

تم احتساب الصدق على الاستبيان وفق الطريقة التالية:

$$\text{الصدق} = \frac{\text{عدد الفقرات المتفق عليها}}{\text{عدد الفقرات الكلي}} \times 100 \quad \text{ومنه}$$

الصدق = 385/347 *100= 90%.

ب- **صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:** يعتمد الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على صدق الفقرات، وذلك على طريق اسلوبين لتحليل الفقرات هم:

- أسلوب المجموعتين المتطرفتين:

- أسلوب علاقة الفقرة بالمجموع الكلي: يستخدم هذا الأسلوب لمعرفة مدى العلاقة بين الأساس النظري للمقياس، وبين فقرات المقياس وإلى أي مدى يقيس المقياس الفرضيات النظرية التي بني عليها ويمكن التحقق من دلالات صدق البناء للمقياس باتباع أسلوب فاعلية الفقرات، أي مدى ارتباط درجة كل فقرة من فقرات المقياس بالدرجة الكلية للمقياس.[1]

[1] حسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، مرجع سابق، ص 115.

جدول رقم(3): يبين معاملات ارتباط الفقرات بالمجموع الكلي

الفقرة	معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة	الملاحظات
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على فصل الدين عن الدولة	0.115	0.70	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث أن يكون حكم الوطن بعيدا عن الانتماءات القبلية	0.083	0.188	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث بأن اللغة العربية هي اللغة الأم للدولة الجزائرية	**0.409*** **	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي قرار تأييد اللغة الأمازيغية لغة وطنية إلى جانب اللغة العربية	**0.121**	**0.056**	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة المحافظة على قيم الثورة	**0.505*** **	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة تحيين قيم الثورة الجزائرية	**0.354*** **	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي على أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعمل على دعم الحريات الفردية والحفاظ على حقوق المواطن البدنية والمعنوية	**0.444*** **	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي حول التشريعات والقوانين في الجزائر التي تشجع الانتاج المحلي والوطني	**0.609*** **	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن المشاركة السياسية والترشح في الجزائر يقتصر على فئة معينة	**0.053**	**0.407**	دالة عند مستوى 0.05

تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تتصدى لأي اعتداء لاإنساني أو قانوني	**0.363****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تسعى للحفاظ على الثقافة المحلية	**0.581****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعطي لمواطنيها الحق في التعليم المجاني	**0.644****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات تعطي لمواطنيها الحق في العلاج المجاني	**0.553****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن النظام الجزائري يخضع لأحكام الدستور والقانون	**0.580****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن السلطة في الجزائر تتمتع بديموقراطية واسعة	**0.390****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تجد أن الشعب الجزائري هو المسؤول عن تقرير مصيره	**0.441****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحثك على القيام بالتبليغ عن أي عمليات مشبوهة أو تحركات غريبة تمس الأمن واستقرار التراب الوطني	**0.510****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تؤيد تعدد الأحزاب في الجزائر	**0.198****	**0.002**	دالة عند مستوى 0.05
انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تؤيد المساواة والعدالة الاجتماعية بين جميع أفراد الشعب الجزائري	**0.518****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05

تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتز بحزب جبهة التحرير الوطني	**0.367****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشجعك على أن تعتز بمبادئ أول نوفمبر 1954	**0.601****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن الحفاظ عن حرية واستقلال الوطن يكون بالابتعاد عن الأخبار الكاذبة والترويج لها	**0.548****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن هناك حرية الفكر والمعتقد في الجزائر	**0.372****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشجع استغلال اليد العاملة وعدم إعطائها حقوقها	**0.125***	**0.049**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن حق المواطن في حياة كريمة آمنة مضمونة	**0.577****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن بعض الأحزاب تعد موالية للسلطة الجزائرية	**0.428****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تدعم الوسطية السياسية في الجزائر	**0.235****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر الدين الإسلامي هو مصدر للتشريع	**0.586****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أن الدين الإسلامي هو الدين الوحيد في الجزائر	**0.583****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أنه على الدولة دعم حقوق الانسان في الجزائر	**0.615****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن مبدأ الشورى في اتخاذ القرارات السياسية هو أساس الشأن السياسي في الجزائر	**0.484****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05

تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن الحياة السياسية في الجزائر يجب أن تسير بالعمل الجاد	**0.626****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على ادماج الشباب في الحياة السياسية في الجزائر	**0.545****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن نهضة البلاد تعتمد على توحيد الرأي وعدم التمييز الطبقي والحزبي والعرقي	**0.637****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم فكرة أن على الدولة وضع الشخص المناسب في المكان المناسب لضمان التسيير الحسن لجميع مؤسسات الدولة	**0.676****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم فكرة أن على الدولة تطبق القوانين كما هي.	**0.521****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من القرآن والسنة	**0.555****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من مبادئ أول نوفمبر	**0.468****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الثقافة الإسلامية وتعتبرها كثقافة أولى في الدولة الجزائرية	**0.627****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الأسرة الجزائرية وترفض المطالبة بتغيير شكلها وحجمها	**0.533****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستنكر	**0.332**	**0.000**	غير دالة عند مستوى 0.05

تدخل الدولة في منع وسائل الاعلام للترويج للإسلام			
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي ترفض مبدأ الربا في جميع التعاملات الاقتصادية	**0.462****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى للحفاظ على ثروات الشعب الجزائري التاريخية والبشرية والطبيعية	**0.654****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي	**0.321****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال	**0.640****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص	**0.460****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة من التراب الوطني	**0.107**	**0.091**	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ فكرة أن الشعب الجزائري ذو أصول أمازيغية	**0.040**	**0.529**	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تدعم فكرة تدعيم الأحزاب المعارضة في الجزائر	**0.086**	**0.175**	غير دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى	**0.045**	**0.483**	غير دالة عند مستوى 0.05

لترسيخ العلمانية في الجزائر			
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحث على مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي في الحياة	**0.137***	**0.030**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة في المجتمع وتدعم حريتها	**0.329****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05
تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم التطوير والازدهار والتنمية	**0.633****	**0.000**	دالة عند مستوى 0.05

نلاحظ أن الجدول يعرض نتائج تحليل إحصائي لآراء واتجاهات مختلفة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، مع تقدير معامل ارتباط بيرسون ومستوى الدلالة المقابل لكل منها.

معامل ارتباط بيرسون يقيس قوة الارتباط الخطي بين متغيرين، في هذه الحالة بين الآراء والاتجاهات المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وبين الدعم أو الموافقة عليها.

قيمة معامل ارتباط بيرسون تتراوح بين − 1 و+1، حيث تقترب من +1 تكون العلاقة إيجابية، وتقترب من − 1 تكون العلاقة سلبية، وتقترب من 0 تكون العلاقة غير واضحة.

مستوى الدلالة يحدد ما إذا كانت العلاقة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية أو لا. وإذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من مستوى الدلالة المحدد (عادة 0.05)، فإن هذا يعني أن العلاقة هامة إحصائيا.

بناءً على الجدول:

− الفقرة الأولى: يظهر عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين الدعم لفصل الدين عن الدولة وبين الآراء المنشورة.

− الفقرة الثالثة: يظهر وجود علاقة دالة إحصائيا بين دعم اللغة العربية كلغة أم للجزائر وبين الآراء المنشورة.

− الفقرة الرابعة والخامسة والسادسة يظهران وجود علاقة دالة إحصائيا بين دعم بعض القضايا السياسية أو الاجتماعية وبين الآراء المنشورة.

− بعض الفقرات تظهر عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين الدعم لبعض القضايا وبين الآراء المنشورة.

هذه النتائج تساعد في فهم طبيعة العلاقة بين الآراء والاتجاهات المنشورة وبين الدعم أو الرفض لها على شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم فقرات المحور رقم (3) دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.05 وهذا يدل على مدى العلاقة بين الأساس النظري للمقياس وبين فقرات المقياس، وقد عبرت هذه القيم المتحصل عليها على مدى ارتباط درجة كل فقرة من فقرات المقياس بالدرجة الكلية للمقياس.

ثبات المقياس: الثبات هو مدى ثبات النتائج التي يتوصل اليها الباحث بتكرار المقياس على الخاصية ذاتها.[1]

كما يعبر ثبات الاستبيان عن" دقته واتساقه فيما يقيسه من معلومات عن سلوك واتجاهات المستقصي، ويمكن التحقق من ثبات واتساق المقياس من خلال تكرار تطبيق المقياس نفسه على نفس عدد المستقصي منهم ليبين مدى خلو إجابات المستقصي من تأثير العشوائية بما يعني استقرار نتائج المقياس.[2]

قامت الباحثة للكشف عن ثبات المقياس بالاعتماد على معادلة الفاكرونباخ وهي معادلة تعتمد على متوسط معاملات الارتباط بين مفردات المقياس، ولمعرفة ثبات فقراته ننظر الى المعامل المتحصل عليه، حيث إذا كان هذا المعامل يساوي 0.7 أو أكثر دل ذلك على قوة الثبات والاتساق الداخلي للأداة المستخدمة.

جدول رقم (4): يوضح ألفاكرونباخ لكل محور في المقياس

المحور	عدد الفقرات	ألفاكرونباخ
المحور الثالث: رأي أفراد العينة حول تكوين اتجاهاتهم السياسية المختلفة بالجزائر من خلال المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي	**53**	**0.900**

وعند تطبيق المعادلة على كل محور من محاور الاستبيان المسجلة في الجدول رقم(2) وجدنا أن معامل الثبات لفقرات المحور الثالث الذي يتكون من 53 فقرة بلغ معامل الثبات لفقراته ا0.900، ومنه تشير النتائج إلى قيمة ثبات عالية وجيدة بالإضافة إلى اتساق فقرات المحاور داخليا.

المحور ذو ثبات جيد، مما يعني أن الفقرات داخل هذا المحور متجانسة ومتسقة في قياس الظاهرة أو السمة المدروسة.

معامل الثبات يقيس مدى تجانس الإجابات داخل كل محور. كلما كانت قيمة ألفا كرونباخ أعلى، كانت الثبات أفضل.

استنادًا إلى النتائج، يمكن أن نفسر أن الفقرات الموجودة في المحور الثالث (الذي يركز على رأي الطلبة حول تشكيل اتجاهاتهم السياسية من خلال منشورات على شبكات التواصل الاجتماعي) قد أظهرت

[1] مؤيد نصيف جاسم السعدي، مرجع سابق، ص 194.

[2] قاسمي صونية، شناف خديجة وآخرون، مرجع سابق، ص 100.

مستوى عالٍ من التجانس والثبات. هذا يعني أن الأسئلة المتضمنة في هذا المحور تقيس بشكل دقيق ومتسق الظاهرة المراد دراستها. ومنه تم التأكيد على وجود اتساق داخلي بين فقرات كل محور، مما يعزز موثوقية نتائج الاستبانة وصحة الاستنتاجات التي يمكن استخلاصها منها.

ثالثا- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

توجد العديد من الأساليب والأدوات الإحصائية التي يمكن استخدامها، اعتمادًا على طبيعة البيانات والأسئلة البحثية المحددة للدراسة. إن استخدام الأساليب الإحصائية بشكل صحيح يساعد في فهم وتفسير البيانات بدقة واستخلاص الاستنتاجات الصحيحة والموثوقة.

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة الحالية التي هي بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي على التكرارات والتوزيعات النسبية، فهي تُستخدم لوصف البيانات الكمية والنسبية بطريقة تفصيلية، مثل الجداول والرسوم البيانية لتوضيح التوزيعات والاتجاهات. وكذلك اختبارات الفرضيات الإحصائية التي تُستخدم لاختبار فروض الفرضية حول العلاقات بين المتغيرات، مثل اختبار t- test و ANOVA للفروض حول المتوسطات، واختبارات الارتباط مثل اختبار الارتباط بيرسون،

بالإضافة إلى استخدام برامج التحليل الإحصائي مثل SPSS، SAS، أو GLM حيث تُستخدم هذه البرامج لتنفيذ الأساليب الإحصائية المختلفة ولتوليد التقارير والرسوم البيانية التوضيحية.

خلاصة:

تتناول هذه الدراسة الميدانية دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي، وشملت الدراسة عينة من طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة حمه لخضر بالوادي، حيث تم اختيارهم بطريقة العينة الاحتمالية الطبقية لضمان تمثيل دقيق للمجتمع الدراسي. توزعت العينة بين طلبة الحقوق والعلوم السياسية، وتم جمع البيانات من خلال استخدام استبيان والذي تم تحكيمه من طرف مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علم الاجتماع والاتصال والعلوم السياسية، حتى نتمكن من اثبات صدقه الظاهري والداخلي.

كما تم عرض الأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها في إتمام الدراسة الميدانية ومخرجاتها، للتوصل إلى نتائج الفرضيات التي وضعت لمناقشة الدراسة الحالية.

الفصل السادس:

مخرجات الدراسة الميدانية

تمهيد

أولا- عرض وتحليل البيانات الشخصية

ثانيا: عرض وتحليل نتائج المحور الأول على ضوء الفرضية الأولى

ثالثا:عرض وتحليل نتائج المحور االثاني على ضوء الفرضية الثانية

رابعا- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث على ضوء الفرضية الثالثة

خامسا- عرض وتحليل نتائج المحور الرابع على ضوء الفرضية الرابعة

النتائج العامة

خاتمة

المقترحات والتوصيات

قائمة

تمهيد:

في هذا الفصل، سنقوم بالاستعراض الشامل لمخرجات الدراسة الميدانية التي استهدفت تحليل دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.

سنتناول أولاً عرض وتحليل البيانات الشخصية لأفراد العينة، بعد ذلك، سنستعرض عرض وتحليل لكل محور من محاور الدراسة على ضوء الفرضيات المطروحة في بداية الدراسة، حيث سنُحلل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال استخدام الأساليب الإحصائية المختلفة المستخدمة في الدراسة الميدانية بشكل دقيق للكشف عن الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة.

وفي نهاية الفصل، سنستعرض مناقشة النتائج العامة التي ستُعزز فهمنا لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، مما يمثل خطوة هامة نحو تحقيق الأهداف البحثية.

- تحليل الجداول على ضوء البيانات الشخصية:

جدول رقم 5: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	115	%46
أنثى	135	%54
المجموع	250	%100

من خلال الجدول رقم(4) نلاحظ أن نسبة الإناث بلغت (54%) بمجموع 135 مفردة وهي أكبر من نسبة الذكور التي بلغت (46%) بمجموع 115 مفردة.

وفي يرجع أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور ما يفسر التوجه العام للطالبات نحو التخصصات السياسية والحقوقية كرد فعل للوضع الاجتماعي الذي عانت منه المرأة ولازالت تعاني.

أضف إلى ذلك التحولات الاجتماعية التي أدت إلى زيادة اهتمام النساء بمجالات العلوم السياسية والمشاركة فيها بشكل أكبر، وتزايد الوعي بأهمية تمثيل النساء في المجالات السياسية وتشجيعهن على المشاركة في صنع القرار قد يؤدي إلى زيادة اختيار العلوم السياسية كتخصص، وكذلك بسبب زيادة وعي المرأة وحبها لإبراز مكانتها في المجتمع، ويرجع الأمر إلى التغيرات التي حدثت على الثقافة الجامعية التي جعلت المرأة أكثر عرضة لاختيار التخصصات التي كانت في السابق محصورة بشكل أكبر للذكور، حيث شملت هذه التغيرات التوجه نحو تعزيز المساواة بين الجنسين في الجامعات وتوفير بيئات دراسية تشجع على التنوع والتميز.

كما أن هناك تغير في الطلب على خريجي الحقوق والعلوم السياسية في سوق العمل، مما أدى إلى زيادة اهتمام النساء بهذا التخصص، فقد أضحى هناك طلب متزايد على تخصص العلوم السياسية في المجالات المهنية مثل الدبلوماسية، والتحليل السياسي، وإدارة السياسات العامة.

جدول رقم (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
20- 30	155	%62.0
31- 40	62	%24.8
41- 50	24	%9.6
51- 60	9	%3.6
المجموع	250	%100

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة العمرية]20– 30[هي أكبر نسبة من الفئات العمرية الأخرى حيث سجلنا 155 مفردة تقابلها نسبة مئوية قدرت بـ 62%، أما الفئة العمرية]31– 40[فقد بلغت 62 مفردة بنسبة 24.8%، في حين بلغت النسبة عند الفئة العمرية]41– 50[9.6% بتكرار 9 مفردات، أما ما فوق 50 سنة بلغ عددهم 9 مفردة بنسبة 3.6%.

ويرجع كبر حجم الفئة العمرية]20– 30[بأن جل الطلبة في هذا السن يكونون طلبة في مرحلة التعليم الجامعي وفي مرحلة الدكتوراه، فالعديد من الشباب يلتحقون بالجامعات أو الكليات لمتابعة دراساتهم الجامعية والعليا. وفي هذه المرحلة العمرية يكون لديهم رغبة في تحسين فرصهم المهنية من خلال التعليم العالي أو التدريب المهني، لأن الشباب لديهم طموحات في الحياة مثل الزواج أو الانتقال إلى المدن الكبيرة للعمل أومواصلة الدراسة في الخارج، وهذه التغيرات قد تجعل الطلبة يكونون أكثر توجهًا نحو التعليم العالي لتحقيق أهدافهم الشخصية والمهنية.

خلافا للفئات الأخرى التي عادت إلى مقاعد الدراسة بعد انقطاعهم عنها لسنوات بسبب عدة أسباب منها مستوى المعيشة الضعيف، أو عدم الرغبة في إكمال مشوارهم الدراسي سابقا، ليعود بعد ذلك كله إما من أجل تحسين وضعيته في العمل، وإما عن قناعة وشغف لطلب العلم، وكذلك يرجع السباب إلى أن الظروف لم تسمح لهم بإكمال دراستهم في تلك الفترة، خاصة بالنسبة لفئة الإناث لأن في منطقة الوادي سابقا لم تكن بها جامعة، ومجتمع وادي سوف سابقا كان يمنع خروج وسفر المرأة لوحدها خارج المنطقة.

جدول رقم (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرارات	النسبة المئوية
أعزب	**169**	**%67.6**
متزوج	**76**	**%30.4**
مطلق	**5**	**%2.0**
المجموع	**250**	**%100**

من خلال جدول توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية، نجد أن عدد الطلبة العزاب أعلى نسبة حيث بلغ عددهم 169 مفردة أي بنسبة مئوية تقدر بـ 67.6%، ثم تليها نسبة المتزوجين التي بلغت 30.4%، ما يقابلها 76 مفردة، لتحتل فئة المطلقين المرتبة الأخيرة بتكرار 5 بنسبة تقدر بـ 2%.

ونفسر هذه النتائج بأن الطلبة العزاب لا يوجد لديهم عائق أو ظروف تمنعهم من مواصلة دراستهم علما أن جلهم ينتمون لفئة النظاميون وبذلك فهم يمارسون مسارهم العلمي بحرية وبصفة عادية، ولا يعانون من عدم الاستقرار الاجتماعي لأنهم في سن لم يرتبطوا فيه بالزواج وأغلبهم أهلهم من يصرفون عليهم، حيث يركزون أكثر على مساراتهم التعليمية أو المهنية.

أما المتزوجين فهم في أغلب الأحيان ليسوا نظاميين، ولديهم صعوبات كثيرة تقف عائقا أمام إكمال مسارهم الدراسي، فمسؤوليتهم اتجاه أسرهم تقيدهم ولا تسمح لهم بالالتزام بالصفوف الدراسية، ناهيك عن البعد المكاني لدى أغلبهم الذي يزيد من صعوبة الأمر، إلا أنه بالرغم من كل تلك الظروف أصروا على طلب العلم وهذا يؤكد درجة نضجهم وإدراكهم المعرفي وتقديرهم لفائدة العلم في حياتهم، فضلا عن هذا كله فالمتزوج يسعى لتحسين مستواه الاقتصادي والسياسي الفردي والعائلي، وهذه التطلعات لا يدركها الطالب الجامعي الأعزب الذي مازال لم ينضج تفكيره بعد.

ومنه يمكن تفسير هذه النتائج بوجود علاقة بين الحالة الاجتماعية والقرارات المتعلقة بالتعليم، فالطلبة العزاب قد يميلون إلى التركيز على تحقيق الأهداف الشخصية والمهنية، بينما يواجه الطلبة المتزوجون أو المطلقون التحديات الإضافية المتعلقة بالحياة الأسرية وبالتالي يقل انخراطهم في التعليم والدراسة.

وبالتالي فإن الحالة الاجتماعية يمكن أن تؤثر على قرارات الأفراد المتعلقة بالتعليم، ويعكس أهمية فهم العوامل الاجتماعية في تحليل البيانات الاحصائية.

جدول رقم (8): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى	التكرارات	النسبة المئوية
ليسانس	**171**	**%68.4**
ماستر	**79**	**%31.6**
المجموع	**250**	**%100**

من نتائج جدول توزيع العينة حسب المستوى التعليمي الجامعي يبين ما يلي:

بلغت قيمة أفراد العينة في مرحلة ليسانس 171 مفردة ويقابلها 68.4 %، في حين بلغ عدد المسجلين في طور الماستر 79 مفردة أي ما يعادل 31.6%

نفسر هذه النتائج بأن ليس جل الطلبة لا يكملون مسارهم الدراسي إلى الماستر، فمنهم من يكتفي بشهادة ليسانس ليتجه إلى الحياة العملية فكل حسب ظروفه الخاصة، ومنهم من لديه آفاق مستقبلية لإكمال شهادة الماستر للحصول على شهادة أعلى.

وبالرغم من أن عدد الطلاب الذين يدرسون لنيل شهادة الماستر أقل بكثير مقارنة بالذين يدرسون في مرحلة الليسانس، وهم يشكلون فقط 31.6٪ من مجموع العينة، وهذا يرجع في رغبتهم في تطوير مهاراتهم الأكاديمية والمهنية، وكذلك رغبة في الوصول إلى فرص عمل ومنافسة أفضل في سوق العمل مقارنة بحملة شهادة الليسانس.

جدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
علوم سياسية	13	5.2%
حقوق	237	94.8%
المجموع	250	100%

من نتائج الجدول أعلاه نجد أن عدد الطلبة في الحقوق والعلوم السياسية بلغ 13 مفردة ما يقابلها نسبة 5.2% وعدد طلبة الحقوق في عينة الدراسة بلغ 237 مفردة أي بنسبة 94.8% وهذا راجع إلى أن عدد الطلبة المسجلين في قسم الحقوق أكبر من عدد الطلبة المسجلين في قسم العلوم السياسية.

ومنه نلاحظ أن تخصص الحقوق لديه نسبة أعلى من العلوم السياسية، وهذا لأن حسب الطلبة يمنح هذا التخصص فرص كبيرة للعمل سواء على المستوى الفردي، والذي يمكن الخريج من فتح مكتب خاص به في المحماة يمارس من خلاله حق الدفاع عن حقوق الناس، أو على المستوى الحكومي الذي يخول للخريج تقلد مناصب عالية ومهمة في المؤسسات الحكومية.

كما يعكس هذا التوجه الطموح الذي يميل الطلاب إليه نحو تحقيق نجاح مالي واجتماعي في المستقبل.

وكذلك يرجع إلى الاهتمام بالعدالة والقضايا الاجتماعية حيث يعكس ارتفاع الاهتمام بتخصص الحقوق رغبة الطلاب في فهم القوانين والأنظمة التي تحكم المجتمع وتؤثر في حياتهم اليومية، كما أن الدراسة في مجال الحقوق تساهم في فهم أفضل للنظام القانوني وكيفية عمله، وبالتالي يؤثر ذلك في وجهات نظر الطلبة بشأن العدالة والقانون والحكومة.

كذلك يرجع إلى أن للطلبة طموح ودور نشط في تغيير القوانين ومساعدة الأفراد في حل مشاكلهم القانونية، حيث يؤثر هذا الاهتمام بالحقوق والقانون على توجهات الطلبة نحو دعم التغيير الاجتماعي والمشاركة في حركات النضال السياسي

كذلك تلعب الثقافة الشعبية وشبكات التواصل الاجتماعي دورا في تشكيل تصوُّر الطلبة حول تخصصات معينة، ومنها تخصص الحقوق كما يكون لظهور رجال القانون والمحاماة في الأفلام والمسلسلات وسائل لجذب الطلبة نحو هذا التخصص.

كما أن التحولات الاقتصادية والاجتماعية: يمكن أن تؤدي التغيرات في البيئة الاقتصادية والاجتماعية، مثل ارتفاع معدلات الجريمة أو تغيرات في السياسات القانونية، إلى زيادة الاهتمام بتخصص الحقوق كوسيلة لفهم هذه التحولات والتأثير عليها، وعندما يكون الطالب خبرة في دراسة القوانين والمسائل القانونية يكون أكثر عرضة للمشاركة في السياسة والتأثير في صنع القرار، سواء على المستوى السياسي المحلي أو الوطني.

ومنه يتجسد تفضيل الطلبة الجامعيين لتخصص الحقوق في عدة عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية، ويعكس هذا الاهتمام تطلعاتهم المهنية والاجتماعية، ورغبتهم في تحقيق التغيير والعدالة في المجتمع.

وعموما يمكن تفضيل الطلبة لتخصص الحقوق عاملا مساهما في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، من خلال فهمهم الأعمق للنظام القانوني وحقوق الانسان والعدالة الاجتماعية، ومع ذلك تتأثر كذلك هذه العلاقة بعوامل أخرى مثل التربية والتجارب الشخصية والثقافية.

جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

مكان الإقامة	التكرارات	النسبة المئوية
منطقة حضرية	**182**	**%72.8**
منطقة ريفية	**68**	**%27.2**
المجموع	**250**	**100%**

يبين الجدول أعلاه أن عدد مفردات العينة القاطنين بالمنطقة الحضرية بلغت 182 مفردة أي ما يعادل نسبة 72.8% من مجتمع الدراسة، أما القاطنين بالمناطق الريفية بلغ عددهم 68 مفردة حيث تقابلها نسبة تقدر بـ 27.2%.

والملاحظ أن هناك فارقًا كبيرًا بين عدد أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية والذين يعيشون في المناطق الريفية.

مما يفسر أن الطلبة المنتمين بالمنطقة الحضرية هم الذين يختارون التخصصات القانونية والسياسية، وهذا راجع إلى الاختلاف بتفاوت كبير في البنية السكانية والتوزيع الجغرافي للمناطق الحضرية والريفية بالدرجة الأولى.

كذلك نجد أن مستوى التفكير عند المتمدن يختلف عن الفرد الريفي، فالرؤى تختلف وتتزايد في المدينة عكس المنطقة الريفية التي مازالت متطلباتها تقليدية ومحدودة. فالمجتمع الحضري يسوده تقسيم العمل على قول عالم الاجتماع دوركايم، وعليه تكثر فيه التخصصات كالمؤسسات السياسية والقانونية والممارسات السياسية والقانونية.

ومنه يتوقف اختيار التخصصات القانونية والسياسية بشكل كبير على السياق الاجتماعي والاقتصادي في المنطقة، فالمناطق الحضرية غالبًا ما تكون أكثر تنوعًا اجتماعيًا واقتصاديًا مما يعني توافر فرص أوسع للتعليم والعمل في المجالات القانونية والسياسية.

كما يمكن أن يكون هناك فارق في مستوى التطور الثقافي، والتقني بين المناطق الحضرية والريفية، وعادة ما تكون المدن مراكز للتقدم التكنولوجي والتطور الثقافي، مما يعكس توجهات أوسع نحو التخصصات القانونية والسياسية التي تحتاجها لتحقيق هذا التقدم والتطور.

زيادة على ذلك تكون المناطق الحضرية مجهزة ببنية تحتية أفضل، وخدمات عامة متقدمة مثل المدارس والجامعات والمكتبات والمراكز الثقافية، مما يسهل على الأفراد الوصول إلى التعليم والموارد ذات الصلة بالتخصصات القانونية والسياسية.

ومنه للعوامل الجغرافية والبيئية المختلفة بين المناطق الحضرية والريفية تأثير على اتجاهات التخصصات، فالظروف الجغرافية والبيئية في المناطق الريفية تنعكس على اهتمامات السكان وتوجهاتهم المهنية، بعكس سكان المدينة الذين تكون لديهم تطلعات مهنية أكبر.

جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الانتماء السياسي

الانتماء السياسي	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	**46**	**%18.4**
لا	**204**	**%81.6**
المجموع	**250**	**%100**

توضح نتائج الجدول أعلاه أن عدد أفراد العينة الذين لهم انتماء سياسي بلغ 46 مفردة فقط أي ما يعادل 18.4% في حين نجد أن نسبة غير المنتمون سياسيا مرتفعة وقدرت بـ 81.6% بتكرار 204 مفردة، وهذا يدل على أن معظم طلبة الحقوق والعلوم السياسية ليس لديهم اهتمام مسبق بالجانب السياسي، وهذا راجع بالدرجة الأولى لصغر سن أغلب أفراد العينة، حيث يتراوح أعمارهم [20 – 30[بنسبة 62% حسب نتائج الجدول رقم (05). فجل منصب منصب على التخرج والحصول على وظيفة، وكذلك على الرغم من أن نسبة أفراد العينة الذين يقطنون في المناطق الحضرية عالية، وبالتالي نستطيع القول بأن مكان الإقامة ليس لديه علاقة بالانتماء السياسي. بالرغم من خروج المرأة للعمل ودخولها جميع الميادين حتى الميدان السياسي إلا أن مجتمعنا مزال مجتمع ذكوري لا يحبذ ظهور المرأة في بعض الميادين خاصة الميدان السياسي، لذلك نلاحظ في نتائجنا المدونة في الجدول أعلاه أن جل عينة الدراسة ليس لها انتماء سياسي، وحتى الذين لهم انتماء سياسي معظمهم ذكور.

فالنتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه توضح عدم اهتمام الطلاب في التخصصات القانونية والسياسية بالانتماء السياسي، وهذا راجع أغلب الأحيان للثقافة والتقاليد الاجتماعية التي لها دور كبير في تشكيل اهتمامات الأفراد بالسياسة في بعض المجتمعات، كما القضايا السياسية غير محورية ولا تلقى اهتمامًا كبيرًا من الفئات العمرية الشابة.

على الرغم من دخول المرأة إلى المجالات السياسية والعمل، إلا أن في مجتمع الدراسة لا تزال يفضل دور الرجال في المجال السياسي، وهذا الاعتقاد يؤثر على انخراط الطالبات في الأنشطة السياسية.

كما انه في بعض الأحيان، تكون الأوضاع الاقتصادية الصعبة تشغل اهتمام الأفراد أكثر من القضايا السياسية، وعليه يكون الطلبة مركزين أكثر على مستقبلهم المهني بدلاً من المشاركة في المجال السياسي.

كما أن للتطورات التكنولوجية الحالية يكون الانخراط الكبير في استخدام وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي يشغل اهتمام الشباب، ويشتت انتباههم بعيدًا عن الشؤون السياسية التقليدية.

إضافة إلى التغيرات المستمرة في السياسة الوطنية والعالمية، وهذا بدوره يؤثر على التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وعليه يؤثر على اهتمام الطلبة بالمشاركة السياسية، خاصة في حال كانت هناك عدم الثقة في النظام السياسي أو تدهور في الأوضاع الاقتصادية، قد يؤدي ذلك إلى تقليل الانخراط السياسي، كما يمكن تفسير انتماء نسبة 18.4% للمجال السياسي إلى أن التفاعل المكثف مع الأصدقاء والزملاء الذين يشتركون في نفس الخلفيات الاجتماعية إلى تعزيز التفاعل وتبادل الآراء والأفكار السياسية المشتركة.

كما أن التأثيرات الثقافية والاجتماعية المشتركة بين الطلبة في الجامعة الواحدة يجعلهم يميلون إلى اعتناق وجهات نظر سياسية متشابهة، وهذا ما أشار إليه "**بيار ورديو**" في كتابيه "رأس المال الثقافي" و" حقل السلطة" لفهم تأثير الثقافة والبيئة الاجتماعية على المواقف السياسية والممارسات[1].

[1] زهية دياب، قضايا ومفاهيم سوسيولوجيا التربية في فكر بيار بورديو، مجلة دفاتر المخبر، المجلد 16، العدد 01، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021، ص 145-146.

جدول رقم (12): يوضح توزيع علاقة الجنس باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة

		التكرار / النسبة	الجنس		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			أنثى	ذكر					
فيسبوك	نعم	ت	92	90	182	1	0.073	3,207[a]	غير دال
		%	36.8	36	72.8				
	لا	ت	43	25	68				
		%	17.2	10	27.2				
يوتيوب	نعم	ت	55	54	109	1	0.323	,976[a]0	غير دال
		%	22	21.6	43.6				
	لا	ت	80	61	141				
		%	32	24.4	56.4				
أنستجرام	نعم	ت	42	23	65	1	0.046	3,985[a]	دال
		%	16.8	9.2	26				
	لا	ت	93	92	185				
		%	37.2	36.8	74				
توتير	نعم	ت	08	16	24	1	0.033	4.565	دال
		%	3.2	6.4	9.6				
	لا	ت	127	99	226				
		%	50.8	39.6	90.4				
تيك توك	نعم	ت	9	16	25	1	0.057	3.623	غير دال
		%	3.6	6.4	10				
	لا	ت	126	99	225				
		%	50.4	39.6	90				
لينكد	نعم	ت	3	5	8	1	0.341	0.906	غير دال
		%	1.2	2	3.2				
	لا	ت	132	110	242				
		%	52.8	44	96.8				

يمثل الجدول أعلاه عدد التكرارات والنسب المئوية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة، حيث بلغ عدد مستخدمي الفيسبوك 182 ويوتيوب 109 وأنستجرام 65 وتوتير 24 أما لينكد 8 مستخدمين فقط، ومنه نستطيع القول أن نسبة الفيسبوك (**79.6**%) تفوق كل النسب الأخرى وهذا دليل على أن أفراد العينة يستخدمون شبكة الفيسبوك بصفة كبيرة مقارنة بالشبكات الأخرى فهي الشبكة السهلة الاستخدام والمتاحة لكل الناس.

وعند اجراء اختبار "مربع كاي" للاستقلالية اتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جنس المبحوثين مع درجة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرفهم، إذ بلغت قيمة مربع كاي(0.073) عند درجة 0.05 وهي قيمة غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 3.207 ويتضح ذلك من خلال النسب المتقاربة بين الذكور والإناث، وبالتالي لم يتأثر الجنس بعدد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما يتفق مع دراسة ((**رأفت مهند عبد الرزاق**)) بعنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي باختلاف متغيرات (النوع، مكان السكن، المرحلة الدراسية، السن).[1]

يبدو أن هناك علاقة إحصائية بين الجنس واستخدام يوتيوب وأنستجرام، حيث يستخدم الذكور هاتين الشبكتين بنسبة أعلى من الإناث، ونلاحظ أن استخدام تويتر وتيك توك ولينكد إلى حد كبير يتباين بين الجنسين، مما يشير إلى وجود علاقة إحصائية بين الجنس واستخدامهم لهذه الشبكات.

يظهر الجدول أن استخدام فيسبوك ليس له علاقة إحصائية بالجنس.

أما من الناحية السوسيولوجية، يمكن تفسير هذه النتائج على أساس الأدوار الاجتماعية المرتبطة بالجنس وكيفية تأثيرها على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

وقد تؤثر التوقعات الاجتماعية والثقافية المتعلقة بالجنس في الطريقة التي يستخدم بها الأفراد شبكات التواصل الاجتماعي، فقد نجد أن تكون هناك توقعات متعلقة بأنشطة محددة عبر منصات معينة تختلف بين الجنسين، في حين قد يكون هناك عوامل تقنية تؤثر على نمط استخدام الشبكات الاجتماعية، مثل انتشار الهواتف الذكية أو الاتصال بالإنترنت، مما يجعل لدى فئة معينة من الجنسين وصولًا أفضل أو مهارات تكنولوجية أعلى تؤثر على استخدامهم لتلك الشبكات.

إن التفاعل الاجتماعي والاتصال بين الجنسين تكون فيه اختلافات في الطريقة التي يستخدم بها الجنسان الشبكات الاجتماعية للتفاعل والتواصل، فكل واحد منهما يستخدمها من أجل غاية معينة، فقد يميل أحد الجنسين إلى استخدام الشبكات الاجتماعية للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، بينما يميل الآخر إلى استخدامها لأسباب أخرى مثل البحث عن المعلومات أو بناء العلاقات المهنية.

بالإضافة إلى التطورات الاجتماعية والثقافية التي تغير من أنماط استخدام الشبكات الاجتماعية مع التغيرات التي تحدث في المجتمع والثقافة السائدة، وهذا بدوره يؤثر على أدوار الجنس والتوقعات المتعلقة بالجنس في استخدام الشبكات الاجتماعية.

[1] رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي–دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الأنبار، تكريت، العراق، رسالة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والاعلام، الأردن،2013.

ومنه فإن علاقة الجنس باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن تفسيرها من خلال الأدوار الاجتماعية المختلفة التي يعيشها أفراد العينة بناءا على جنسهم، وقد تؤثر هذه الأدوار في نمط استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك اختلاف طريقة التواصل والتواصل الاجتماعي بين الذكور والإناث، وقد تنعكس هذه الاختلافات في كيفية استخدامهم للشبكات الاجتماعية.

كما قد تكون لدى بعض الفئات الجنسية توجهات نفسية مختلفة تجاه الخصوصية أو العرض الذاتي عبر هذه الشبكات، مما يؤثر على نمط نشرهم للمحتوى والتفاعل مع الآخرين.

باختلاف هذه العوامل وتداخلها، يمكن لأفراد العينة أن يختلفوا في استخدامهم للشبكات الاجتماعية بناءا على جنسهم، مما قد ينتج عنه علاقة إحصائية بين الجنس واستخدام هذه الشبكات الاجتماعية.

جدول رقم (13): يوضح توزيع علاقة السن باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة

الشبكة		نعم		لا		درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
		ت	%	ت	%				
فيسبوك	20- 30	100	40	55	20	3	0.01	15,589[a]	دال
	31- 40	56	22.4	6	2.4				
	41- 50	19	7.6	5	2				
	فوق 50 سنة	7	2.8	2	0.8				
يوتيوب	20- 30	58	23.2	97	38.8	3	0.069	7,091[a]	غير دال
	31- 40	33	13.2	29	11.6				
	41- 50	12	4.8	12	4.8				
	فوق 50 سنة	6	2.4	3	1.2				
أنستجرام	20- 30	51	20.4	104	41.6	3	0.015	10,429[a]	دال
	31- 40	9	3.6	53	21.2				
	41- 50	3	1.2	21	8.4				
	فوق 50	2	0.8	7	2.8				
توتير	20- 30	15	6	140	56	3	0.078	6,827[a]	غير دال
	31- 40	05	2	57	22.8				
	41- 50	01	0.4	23	9.2				
	فوق 50	03	1.2	06	2.4				
تيك توك	20- 30	19	7.6	136	54.4	3	0.282	3,815[a]	غير دال

	40 -31	05	2	57	22.8			
	50 -41	00	00	24	9.6			
	فوق 50	01	0.4	08	3.2			
لينكد	30 -20	05	2	150	40	3	0.08	11,811[a]	غير دال
	40 -31	01	0.4	61	24.4			
	50 -41	00	00	24	9.6			
	فوق 50	02	0.8	07	2.8			

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الفئة العمرية[30] -20سنة يستخدمون فيسبوك بنسبة 100%، فكلما زادت الفئة العمرية، قل استخدام فيسبوك. على سبيل المثال، في الفئة العمرية [31- 40[سنة، يستخدم 56% الفيسبوك، ومن ثم تقل نسبة الاستخدام بزيادة العمر.

كما نسبة استخدام (يوتيوب) تبدو أعلى في الفئة العمرية] 20- 30] سنة (58%) مقارنة بالفئات العمرية الأكبر سنًا، وعليه يظهر أن استخدام يوتيوب يقل بشكل ملحوظ في الفئات العمرية الأكبر.

وكذلك الفئة العمرية 30[-]20 سنة هي الأكثر استخدامًا (لأنستجرام) (51%) بينما تقل النسبة مع زيادة العمر، ففي الفئة العمرية 31- 40 سنة، تظهر نسبة استخدام أقل بكثير (9%).

واستخدام (توتير) يبدو مرتفعًا بشكل عام في الفئة العمرية- [20 30[سنة (15%) وينخفض بشكل ملحوظ مع زيادة العمر.

وكذلك الفئة العمرية [20 - 30[سنة تظهر نسبة استخدام مرتفعة (لتيك توك) (19%)، وتنخفض النسبة مع زيادة العمر، عدا استخدام (لينكد) نجده هو الأقل استخدامًا بين الفئات العمرية الشابة ([20 - 30[سنة)، وتزداد نسبة الاستخدام بزيادة العمر.

عمومًا، يظهر من الجدول أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يختلف بشكل كبير بين الفئات العمرية، مع تفضيل الفئات الشابة استخدام منصات مثل يوتيوب وأنستجرام وتيك توك، بينما يبدو أن الفئات الأكبر سنًا تستخدم منصات مثل فيسبوك ولينكد إن بشكل أقل.

وحسب النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نجد أن تكرار استخدام الفيسبوك عند الفئة[20- 30[سنة بلغ 100 مفردة ما يقابلها 40%، و(اليوتيوب) 58 مفردة أي 23.2%، وأنستجرام 51 مفردة بنسبة 20.4%، أما (توتير) 15 مفردة بنسبة 6%، و(تيك توك) 19 مفردة بنسبة 7.6%، وفي الأخير حصل لينكد على 05 مفردات بنسبة 2%، وهذا يدل على أن الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى بين الشبكات الاجتماعية، هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما وانتشارا، خاصة في هذه الفئة من الشباب الجامعي مقارنة بالفئات والشبكات الاجتماعية الأخرى، حيث نجد أن جميع النسب في جميع الشبكات الاجتماعية مرتفعة عند هذه الفئة من الشباب الجامعي الجزائري، فقد بينت الدراسات أن الفرد اليوم هو

من يقود الثورات وهذا ما أثبتته الأحداث في الدول العربية أخيرا مشيرة إلى أن سهولة وبساطة استخدام لمواقع الفيسبوك تزايد مستخدميه من العرب منذ يناير 2010، وفي أقل من سنة من 11 مليون إلى 22 مليون مستخدم والأغلبية منهم دون سن الثلاثين.[1]

وبالنظر إلى قيمة (كاي تربيع) عند شبكة الفيسبوك التي بلغت 0.01 عند درجة 0.05 نستطيع القول بأنه توجد علاقة بين السن واستخدام الفيسبوك. وهذه النتيجة توافق نتائج الدراسة السابقة التي بحثت في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، للطالب (رأفت مهند عبد الرزاق) ، حيث توصل الباحث إلى أن استخدام شبكة الفيسبوك وصل إلى 85.5%.

كذلك بلغت قيمة كاي تربيع بالنسبة لاستخدام أنستجرام 0.019 وهي قيمة دالة احصائيا عند درجة 0.05 مما يدل على وجود علاقة بين استخدام أنستجرام والسن.

أما الفئات العمرية المتبقية الأكبر من 30 سنة فنجد أن عدد المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي يقل في جميع أنواع الشبكات الاجتماعية المدروسة، وهذا يفسر بأن الفئات العمرية الأكبر من 30 سنة ليس لها وقت تضيعه في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي بسبب العمل وانشغالات الحياة، حيث يستعمل أحيانا للضرورة. وهذه النتيجة توافق نتائج الدراسة السابقة التي بحثت في دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي للطالب (رأفت مهند عبد الرزاق) ، حيث توصل الباحث إلى أن استخدام شبكة الفيسبوك وصل إلى 85.5%.[2]

إن الفرق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يعكس عادات وسلوكيات الأجيال المختلفة، فالأجيال الأصغر سنًا قد تكون أكثر ملاءمة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والتي تركز على المحتوى المرئي والتفاعل السريع مثل يوتيوب وأنستجرام وتيك توك، بينما يمكن أن تكون الأجيال الأكبر سنًا أكثر ميلاً لاستخدام منصات تقليدية مثل فيسبوك.

إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد يرتبط بالثقافة والانتماء الاجتماعي. على سبيل المثال، يكون لاستخدام لأنستجرام أو تيك توك جاذبية أكبر للشباب الذين يرغبون في مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والتفاعل بطرق إبداعية، بينما يكون استخدام (لينكد) إن مفضلة للأشخاص الذين يسعون للتواصل المهني وبناء العلاقات المهنية.

كما يمكن أن تؤثر التطورات التكنولوجية والتغيرات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على أنماط استخدام أفراد العينة، وقد تكون المنصات الجديدة أكثر جاذبية بسبب الابتكارات التقنية والميزات الجديدة التي تجذب الشباب.

---

[1] إيهاب عيسى المصري، طارق عبد الرؤوف، الاتصال والتواصل الاجتماعي، الدولية للكتب العلمية، مصر، 2020، ص 164.

[2] رأفت مهند عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي–دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الأنبار، تكريت، العراق، رسالة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والاعلام، الأردن،2013.

كما يرجع الفرق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، نتيجة لاختلافات في أنماط التفاعل الاجتماعي والاتصال بين الفئات العمرية التي قد تفضل التواصل عبر الإنترنت والمنصات الرقمية، بينما تفضل الفئات العمرية الأكبر سنًا التفاعل الشخصي والتواصل الوجه لوجه.

عموما فإن فهم عوامل العمر والثقافة والتكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي يمكن أن يساعد في تفسير الاختلافات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في المجتمعات المعاصرة.

جدول رقم (14): يوضح توزيع علاقة الحالة الاجتماعية لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الشبكة	الحالة الاجتماعية	التكرار النسبة	نعم	لا	المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
فيسبوك	أعزب	ت	114	55	169	2	0.023	7,566[a]	دال
		%	45.6	22	67.6				
	متزوج	ت	64	12	76				
		%	25.6	4.8	30.4				
	مطلق	ت	04	01	05				
		%	1.6	0.4	02				
يوتيوب	أعزب	ت	66	103	169	2	0.106	4,489[a]	غير دال
		%	26.4	41.2	67.6				
	متزوج	ت	40	36	76				
		%	16	14.4	30.4				
	مطلق	ت	03	02	05				
		%	1.2	0.8	02				
أنستجرام	أعزب	ت	52	117	169	2	0.032	6,880[a]	دال احصائيا
		%	20.8	46.8	67.6				
	متزوج	ت	13	63	76				
		%	5.2	25.2	30.4				
	مطلق	ت	00	05	05				
		%	00	02	02				
توتير	أعزب	ت	14	155	169	2	0.372	1,977[a]	غير دال
		%	5.6	62	67.6				
	متزوج	ت	10	66	76				
		%	04	26.4	30.4				

	مطلق	ت	00	05	05				
		%	00	02	02				
تيك توك	أعزب	ت	19	169	150	2	0.400	1,834[a]	غير دال
		%	7.6	67.6	60				
	متزوج	ت	05	76	71				
		%	02	30.4	28.4				
	مطلق	ت	01	05	04				
		%	0.4	2	1.6				
لينكد	أعزب	ت	06	169	163	2	0.856	,312[a]0	غير دال
		%	2.4	67.6	65.2				
	متزوج	ت	02	76	74				
		%	0.8	30.4	29.6				
	مطلق	ت	00	05	05				
		%	00	02	02				

هذا الجدول يوضح علاقة الحالة الاجتماعية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتضح أن فئة العزاب هم الأكثر استخدامًا لـ فيسبوك، حيث يبلغ عددهم 114 من بين 169 شخصًا بنسبة تقدر بـ(67.46٪)، ثم تليها فئة المتزوجون بنسبة 25.6٪ (64 من 169)، ثم فئة المطلقون بنسبة 1.6٪ (4 من 169).

كما نلاحظ نمط مماثل لاستخدام يوتيوب، حيث يظهر أن فئة العزاب هم الأكثر استخدامًا للمنصة بنسبة 39.05٪ (66 من 169)، تليهم فئة المتزوجون بنسبة 23.69٪ أي (40 من 169) مفردة، والمطلقون بنسبة 1.78٪ أي(3 من 169) مفردة.

كذلك نجد فئة العزاب كالفئة الأكثر استخدامًا لأنستجرام بنسبة 30.77٪ اي(52 من 169) مفردة، ثم فئة المتزوجون بنسبة 7.69٪ أي(13 من 169) مفردة، أما فئة المطلقون بنسبة 0٪.

كذلك نجد نسبة عالية جدًا من فئة العزاب الذين يستخدمون تويتر بنسبة 8.28٪ أي(14 من 169) مفردة، بينما يظهر أن استخدامه من قبل فئة المتزوجين وفئة المطلقين أقل بكثير.

ومنه يتضح أيضا أن فئة العزاب هم الأكثر استخدامًا لتيك توك بنسبة 11.24٪ أي(19 من 169) مفردة، بينما يظهر أن فئة المتزوجين يستخدمونه بنسبة 5.92٪ أي(10 من 169) مفردة، أما فئة المطلقون بنسبة 0.59٪ (1 من 169).

كذلك يظهر أن استخدام لينكد يكون أكثر توزيعًا متوازنًا بين فئة العزاب والمتزوجين، ولكن يبدو أن فئة العزاب يستخدمونه بشكل قليل أكثر بنسبة 3.55٪ (6 من 169).

ومنه يتضح أن فئة العزاب أكثر استخدامًا لشبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بفئة المتزوجين والمطلقين، وهذا ما يعكس احتياجات الاجتماعية للتواصل والتفاعل عند فئة العزاب الذين يكونون أكثر تفرغًا للاستخدام الاجتماعي عبر الإنترنت.

كما بينت نتائج الجدول أعلاه أن استخدام الفيسبوك احتل المرتبة الأولى من بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث بلغت التكرارات 114 بنسبة 45.6% وكان مستخدميها هم فئة العزاب، أما عند فئة المتزوجين نجد 64 مستخدم أي ما يمثل نسبة 25.6%، لتقل أكثر عند فئة المطلقين بنسبة 1.6% أين وصل عدد المستخدمين 04 مفردات فقط.

ومنه نفسر ارتفاع استخدام الفيسبوك عند العزاب نظرا لأن الشباب ليس لديهم مسؤولية تشغلهم سوى دراستهم فقط. لذلك يجدون ضالتهم في الفيسبوك، بالإضافة إلى انخفاض سعر الفيسبوك وسهولة استخدامه وتوفيره على عدة خدمات مجانية منها مشاهدة للصور والفيديوهات والتفاعل الاجتماعي مع ذوي جنسهم وأقاربهم وأصدقائهم، وكذا بناء علاقات اجتماعية واسعة مع الأخرين حتى الذين لا يعرفونهم، ومعرفة الأخبار والمعلومات حول جميع الأحداث والقضايا الوطنية والدولية، وفي جميع المجالات الاجتماعية الاقتصادية وحتى السياسية، وهذا ما جعلهم يدمنون على شبكة الفيسبوك، ليحتل بذلك مركز الصدارة بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

أما المرتبة الثانية فكانت لليوتيوب بتكرار قدر بـ 66 مفردة ويقابلها 26.4% لفئة العزاب، وفئة المتزوجين 40 مفردة بنسبة 16% والمطلقين فنجد 03 مفردات أي ما يعادل 1.2%، ثم يأتي انستجرام في المرتبة الثالثة يليها التوتير في المرتبة الرابعة ثم تيك توك وفي المرتبة الأخيرة لينكد بأدنى النتائج.

وهذا ينعكس الاستخدام المفضل لشبكات التواصل الاجتماعي من قبل فئة العزاب ومدى اعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل الاجتماعي وبناء العلاقات.

وكما يشير تفضيل فئة العزاب لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى تغيرات في طبيعة العلاقات الاجتماعية، حيث يتطور التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ليصبح جزءا اساسيًا من حياة الأفراد.

كما تعكس نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل فئة العزاب ا الثقافة الرقمية التي تتسم بالتواصل المستمر عبر الإنترنت، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتعبير عن الذات وبناء العلاقات، وهذا في كثير من الأحيان كردًا على الشعور بالعزلة أو الرغبة في الانتماء إلى مجتمعات أكثر تحررا.

جدول رقم (15): يوضح توزيع علاقة المستوى التعليمي لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

		التكرار / النسبة	الجنس		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			ليسانس	ماستر					
فيسبوك	نعم	ت	115	67	182	1	0.04	8,413[a]	دال احصائيا
		%	46	26.8	72.8				
	لا	ت	56	12	68				
		%	22.4	4.8	27.2				
يوتيوب	نعم	ت	71	38	109	1	0.329	[a]52,90	غير دال
		%	28.4	15.2	43.6				
	لا	ت	100	41	141				
		%	40	16.4	56.4				
أنستجرام	نعم	ت	52	13	65	1	0.019	[a]468,5	دال احصائيا
		%	20.8	5.2	26				
	لا	ت	119	66	185				
		%	47.6	26.4	74				
توتير	نعم	ت	14	10	24	1	0.265	1,245[a]	غير دال
		%	5.6	04	9.6				
	لا	ت	157	69	226				
		%	62.8	27.6	90.4				
تيك توك	نعم	ت	19	06	25	1	0.389	,742[a]0	غير دال
		%	7.6	2.4	10				
	لا	ت	152	73	225				
		%	60.8	29.2	90				
لينكد	نعم	ت	04	04	08	1	0.255	1,295[a]	غير دال
		%	1.6	1.6	3.2				
	لا	ت	167	75	242				
		%	66.8	30	96.8				

أظهرت النتائج الموضحة في الجدول أعلاه بأن تكراراستخدام الفيسبوك عند طلبة الليسانس قدر بـ 115 مفردة بنسبة 46% أما طلبة الماستر 67 مفردة بنسبة 26.8%، في حين بلغ تكرار استخدام اليوتيوب عند طلبة الليسانس 71 مفردة بنسبة 28.4%، أما طلبة الماستر 38 مفردة بنسبة 15.2% ثم يليه استخدام أنستجرام حيث بلغ تكرار طلبة الليسانس 52 مفردة بنسبة20.8% وطلبة الماستر 13 مفردة بنسبة 5.2%، أما استخدام التوتير فنسبة طلبة الليسانس5.6% بتكرار 14 وطلبة الماستر 10بنسبة 4 %

، ليأتي استخدام تيك توك بتكرار 19 مفردة من طلبة الليسانس و16 مفردةة من طلبة الماستر، و في الأخير استخدام لكيند أين يتساوى كل من طلبة الليسانس والماستر في عدد المفردات وهي 04 فقط.

ومنه يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور درجة الليسانس هم الأكثر استخدامًا للفيسبوك بنسبة 67%، مقارنة بـ 46% للذين يدرسون في طور الليسانس.

وهذا ما يعكس استخدام فيسبوك كوسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الطلبة والخريجين الجامعيين.

كما تظهر النتائج المدونة في الجدول أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الليسانس يستخدمون يوتيوب بشكل أكبر بنسبة 40% مقارنة بـ 28.4% من الذين يمتلكون درجة الماستر مما يدل على أن استخدام يوتيوب كوسيلة للتعلم والبحث عن المحتوى العلمي والثقافي.

كما يبدو أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الليسانس هم الأكثر استخدامًا لأنستجرام بنسبة 47.6% مقارنة بـ 20.8% لأولئك الذين يدرسون في طور الماستر، وهذا من أجل استخدام أنستجرام كوسيلة للتواصل الاجتماعي ومشاركة الصور واللحظات اليومية.

كذلك يظهر لنا الجدول أن أفراد العينة الذين يمتلكون درجة الماستر إلى أن استخدام تويتر كوسيلة للتفاعل الأكاديمي وتبادل الأفكار والمعرفة.

كما نرى أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الليسانس هم الأكثر استخدامًا لتيك توك بنسبة 60.8% مقارنة بـ 7.6% لأولئك الذين يدرسون في طور الماستر، وهنا تم استخدام تيك توك كوسيلة للتسلية والترفيه ومشاركة مقاطع الفيديو القصيرة.

وفي الأخير نجد أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الماستر يستخدمون لينكد بشكل أكبر بنسبة 66.8% مقارنة بـ 1.6% لأولئك الذين يدرسون في طور الليسانس، وهذا واضح لأن استخدام لينكد عادة كوسيلة للتواصل المهني وبناء العلاقات الاحترافية والبحث عن فرص العمل.

ومنه نستطيع القول إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يختلف بناءا على المستوى التعليمي، حيث قد يتأثر نوع الاستخدام بالاحتياجات والأولويات المتغيرة لأفراد العينة حسب مستوى تعليمهم واهتماماتهم الشخصية والمهنية.

كما يتضح أن الفيسبوك احتل المرتبة الأولى بين جميع شبكات التواصل الاجتماعي خاصة عند طلبة الليسانس مقارنة بطلبة الماستر، وهذا راجع إلى أن طلبة الليسانس مازالوا في بداية مشوارهم الجامعي يحتاجون إلى اثبات ذواتهم، وممارسة حريتهم التي وفرها لهم الفيسبوك بكل سهولة، زيادة على أنهم يقومون بأبحاث علمية في جميع المقاييس، ورغبة في مشاركة نتائج بحوثهم عبر الفيسبوك للحصول على تعليقات من زملائهم، وتبادل الأفكار والنقاشات بالإضافة إلى تكوينهم إلى مجموعات خاصة على الفيسبوك أو صفحات مخصصة لأبحاثهم وللتواصل مع الأساتذة، وبالتالي يستغلون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، في حين يكون طلبة الماستر أكثر نضجا من طلبة الليسانس،

فنجدهم يستخدمون وسائل أخرى للحصول على معلومات أكاديمية وفق التخصص أوبحثية متقدمة، كما أن مستوى التفكير أكثر نضجا وتركيزا عند طلبة الماستر لأنهم أكثر مسؤولية وجلهم يعملون في مناصب مختلفة، ولهم خبرة في الحياة الاجتماعية تجعلهم يختارون الوسيلة الأفضل لتطلعاتهم المهنية والعلمية.

وهي نتيجة مماثلة للنتيجة التي وصلا إليها الباحثان (عبد الكريم الدبيسي) و(زهير ياسين الطاهات) في دراستهما التي كان موضوعها يدور حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، حيث توصلا إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للحصول على الأخبار والمعلومات التي تؤثر في تشكيل الرأي العام، بالإضافة إلى انتشار استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي.[1]

جدول رقم (16): يوضح توزيع علاقة منطقة السكن لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

		التكرار / النسبة	مكان الإقامة		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			حضري	ريفي					
فيسبوك	نعم	ت	125	67	192	2	0.053	[a]866,5	غير دال احصائيا
		%	50	26.8	76.8				
	لا	ت	57	11	68				
		%	22.8	4.4	27.2				
يوتيوب	نعم	ت	74	34	108	2	0.190	[a]325,3	غير دال
		%	29.6	13.6	43.2				
	لا	ت	108	33	141				
		%	43.2	13.2	56.4				
أنستجرام	نعم	ت	54	11	65	1	0.019	[a]468,5	دال احصائيا
		%	21.6	4.4	26				
	لا	ت	128	56	184				
		%	51.2	22.4	73.6				
توتير	نعم	ت	18	06	24	2	0.925	[a]156,0	غير دال
		%	7.2	2.4	9.6				
	لا	ت	164	61	225				
		%	65.6	24.4	90				
تيك توك	نعم	ت	18	07	25	2	0.938		غير دال

[1] عبد الكريم الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الصحافة والاعلام، المجلد 40، العدد 01، جامعة البترا، عمان، الأردن، 2013.

		%	7.2	2.8	10			[a]128,0	
	لا	ت	164	60	224				
		%	65.6	24	89.6				
لينكد	نعم	ت	04	04	08	1	0.255	1,295[a]	غير دال
		%	1.6	1.6	3.2				
	لا	ت	178	63	241				
		%	71.2	25.2	96.4				

من نتائج الجدول رقم 15 بينت أن استخدام الفيسبوك تصدر المرتبة الأولى بتكرار 192 مفردة بين أفراد العينة الذين يقطنون بالمناطق الحضرية والذين يسكنون الريف، لكن كانت نسبة الذين يقطنون المناطق الحضرية الذين يستخدمون الفيسبوك 50 % أكثر من الريفيين الذين بلغت نسبتهم 26% بتكرار 67 مفردة.

وفي هذه الحالة نجد أن هذه النتيجة الحالية لدراستنا توافق النتيجة التي تحصل عليها الطالب (رأفت مهند عبد الرزاق) في دراسته لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، حيث وجد أن الفيسبوك حاز على نسبة كبيرة قيمتها 56%، وكذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند 0.05 في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية للطالب الجامعي باختلاف متغيرات النوع أو السكن أو السن أو المستوى العلمي.

أما في المرتبة الثانية نجد استخدام اليوتيوب حيث بلغ تكراره 74 مفردة لأفراد العينة الذين يقطنون المناطق الحضرية وذلك بنسبة (29.6 %) أما الذين يقطنون المناطق الريفية 34 مفردة بنسبة 13.6%.

وفي المرتبة الثالثة نجد استخدام أنستجرام، حيث بلغت نسبة أفراد العينة الذين يقطنون المناطق الحضرية يستخدمونه 45 مفردة بنسبة 21.6% وأفراد العينة الذين يقطنون الريف 11 بنسبة 4.4%

ثم في المرتبة الرابعة استخدام التوتير بلغ عدد مستخدمي أفراد العينة الذين يقطنون المناطق الحضرية 18 مفردة بنسبة 7.2% وأفراد العينة الذين يقطنون المناطق الريفية 06 مفردة بنسبة 2.4%، وبعده نجد استخدام تيك توك بتكرار 18 مستخدم من المناطق الحضرية بنسبة 7.2 % و07 من أفراد العينة الذين يقطنون الريف بنسبة 2.8% وفي المرتبة الأخيرة استخدام لينكد بتكرار ضئيل جدا ومتساوي بين المناطق الحضرية والريفية وهو 04 من أفراد العينة فقط بنسبة 8%.

ومن خلال النتائج أعلاه يظهر أن الأشخاص الذين يعيشون في المناطق الحضرية هم الأكثر استخدامًا لـ فيسبوك بنسبة 50%، مقارنة بـ 22.8% من الذين يعيشون في المناطق الريفية.

ونفسر استخدام الفيسبوك باعتباره وسيلة للتواصل والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد الذين يعيشون في المناطق الحضرية والتي تتميز بالكثافة السكانية والتنوع الثقافي، وكذا بسبب توفر خطوط شبكة الأنترنت بكثرة.

كما نلاحظ أن أفراد العينة الذين يقطنون بالمناطق الحضرية يستخدمون الفيسبوك أكثر من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى وهذا راجع أولا لأن استخدام التكنولوجيا بشتى أنواعها تكون في المدينة أكثر من الريف، لأن سكان الريف يعتبرون هذه الأشياء من الكماليات وزد على ذلك ما يزال التواصل الاجتماعي تقليدي مباشر أين تتواجد الزيارات بين العائلات فالمجتمع التقليدي هو مجتمع متماسك تسوده اللحمة الواحدة والعصبية التي تحدث عنها (ابن خلدون) ، والعادات والتقاليد تلزم أفراده بالرضوخ والانقياد لها، وحتى وإن دخلت شبكات التواصل الاجتماعي الريف لكن مزال استعماله محدودا أو محتشما بالأحرى.

يبدو أن أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية يستخدمون يوتيوب بشكل أكبر بنسبة 43.2% مقارنة بـ 29.6% من الذين يعيشون في المناطق الريفية، ويرجع هذا الاختلاف إلى استخدام يوتيوب كوسيلة للتسلية ومشاهدة المحتوى الترفيهي والتعليمي في البيئة الحضرية.

كما يظهر أن أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية هم الأكثر استخدامًا لأنستجرام بنسبة 51.2%، مقارنة بـ 21.6% من الذين يعيشون في المناطق الريفية، وهذا بسبب أنستجرام يستخدم كوسيلة لمشاركة الصور واللحظات اليومية والتواصل بين الأفراد في البيئة الحضرية.

كما يتجلى لنا من الجدول أعلاه أن أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية يستخدمون تويتر بشكل أكبر بنسبة 65.6%، مقارنة بـ 7.2% من الذين يعيشون في المناطق الريفية، دلالة على استخدام تويتر كوسيلة للتفاعل السريع وتبادل الأفكار والأخبار في البيئة الحضرية.

ونجد أن أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية يستخدمون تيك توك بشكل أكبر بنسبة 65.6%، مقارنة بـ 7.2% من الذين يعيشون في المناطق الريفية، وهذا راجع إلى استخدام تيك توك كوسيلة للترفيه ومشاركة مقاطع الفيديو القصيرة في البيئة الحضرية.

أما لينكد فيستخدمه أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية بشكل أكبر بنسبة 71.2%، مقارنة بالنسبة المئوية 10٪ من الذين يعيشون في المناطق الريفية، لأن لينكد يستخدم كوسيلة للتواصل المهني وبناء العلاقات الاحترافية والبحث عن فرص العمل في البيئة الحضرية.

حيث يعتبر لينكد منصة تواصل اجتماعي موجهة نحو العمل والمهن، حيث يمكن للأشخاص عرض مهاراتهم وخبراتهم المهنية والتواصل مع المحترفين في مجالات مهنية محددة، وهذا يتناسب مع الطبيعة الحضرية التي تكون مركزًا للأعمال والفرص الوظيفية المتنوعة.

كما أظهرت نتائج الجدول أعلاه أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومكان الإقامة، من خلال نتائج كاي تربيع الذي كان أكبر من 0.05 في جميع الشبكات ماعدا انستجرام الذي كان كاي تربيع عنده 0.019 وهو أصغر من 0.05

جدول رقم (17): يوضح توزيع علاقة الانتماء السياسي لأفراد العينة باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي

		التكرار / النسبة	الانتماء السياسي		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			لا	نعم					
الفيسبوك	نعم	ت	155	49	204	1	0.017	[a]663,5	دال احصائيا
		%	62	19.6	81.6				
	لا	ت	19	27	46				
		%	7.6	10.8	18.4				
		مج	68	182	250				
يوتيوب	نعم	ت	30	16	46	1	0.182	[a]782,1	غير دال احصائيا
		%	12	6.4	18.4				
	لا	ت	111	93	204				
		%	44.4	37.2	81.6				
		مج	141	109	250				
أنستجرام	نعم	ت	47	157	204	1	0.025	[a]052,5	دال احصائيا
		%	18.8	62.8	30				
	لا	ت	18	28	46				
		%	7.2	11.2	70				
		مج	65	185	250				
توتير	نعم	ت	06	18	24	1	0.380	[a]770,0	غير دال
		%	2.4	7.2	9.6				
	لا	ت	40	186	226				
		%	16	74.4	0.4				
		مج	46	204	250				
تيك توك	نعم	ت	04	21	25	1	0.744	[a]107,0	غير دال
		%	1.6	8.4	10				
	لا	ت	42	183	225				
		%	16.8	73.2	90				
		مج	46	204	250				
لينكد	نعم	ت	02	06	08	1	0.624	[a]40,20	غير دال
		%	0.8	2.4	3.2				
	لا	ت	44	198	242				
		%	46	204	250				

توضح القراءة الإحصائية للجدول أعلاه أن تكرار مستخدمي الفيسبوك لأفراد العينة الذين لهم انتماء سياسي 49 مستخدم بنسبة 19,6% وغير المنتمون سياسيا 155 مستخدم بنسبة 62% حيث بلغت قيمة كاي تربيع 0.017 عند 0.05 وهي قيمة دالة احصائيا.

أما بالنسبة لليوتيوب بلغ عدد مستخدميه الذين لديهم انتماء سياسي 16 مفردة أي بنسبة 6.4 أما الذين لا ينتمون 30 مستخدم أي بنسبة 12 وكانت قيمة كاي تربيع 0.182 عند 0.05 وهي قيمة غير دالة احصائيا.

كذلك كان تكرار مستخدمي انستجرام الذين لديهم إنتماء سياسي 157 مستخدم بنسبة 62.2 وبالمقابل بلغ عدد الذين ليس لهم أي انتماء سياسي 47 مفردة بنسبة قدرت بـ 18.8، وعلى ضوء هذه النتيجة كانت قيمة كاي تربيع 0.025 وهي دالة احصائيا. ومنه نلاحظ أن عدد مستخدمي انستجرام الذين لديهم انتماء سياسي أكبر من الذين يستخدمون الفيسبوك، ونستخلص من نتائج كليهما أنه توجد علاقة دالة احصائيا بين استخدام الفيسبوك وانستجرام والانتماء السياسي.

كما بلغت تكرارات مستخدمي التوتير الذين لديهم انتماء سياسي 18 مفردة بنسبة 7.2 وأما الذين ليس لهم انتماء سياسي 06 مفردات فقط بنسبة 2.4، في حين نجد تكرارات مستخدمي تيك توك الذين لديهم انتماء سياسي 21 مفردة بنسبة 8.4 والذين ليس لهم انتماء سياسي 04 مفردة بنسبة 1.6، وقدرت تكرارات مستخدمي لينكد الذين لهم انتماء سياسي 06 مستخدم بنسبة 2.4 والذين ليس لهم انتماء سياسي 02 مستخدم فقط وهي الشبكة الأقل استخداما مع شبكة تيك توك مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي السابقة الذكر.

كذلك يظهر أن أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يستخدمون فيسبوك بشكل أكبر بنسبة 62% مقارنة بـ 19.6% من أفراد العينة الذين ليس لهم انتماء سياسي، ويعتبر استخدام فيسبوك كوسيلة للتعبير عن الآراء السياسية وتبادل المعلومات والنقاشات المتعلقة بالسياسة.

أما أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يستخدمون يوتيوب بنسبة 62.8% مقارنة بـ 18.8% من الذين ليس لهم انتماء سياسي، وهذا الاستخدام ليوتيوب أيضا كوسيلة لمتابعة المحتوى السياسي والإعلامي والتعبير عن وجهات النظر السياسية.

في حين نجد أن أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يستخدمون أنستجرام بنسبة 62.8% مقارنة بـ 18.8% من الذين لهم انتماء سياسي، أين يستخدم أنستجرام كوسيلة للتعبير عن الرؤى السياسية والتفاعل مع المحتوى السياسي بطرق إبداعية.

أما أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي ويستخدمون تويتر فهم بنسبة 7.2% مقارنة بـ 2.4% من الذين ليس لديهم انتماء سياسي، والتويتر هو وسيلة للتفاعل السريع مع الأحداث السياسية والنقاشات السياسية الجارية.

ونلاحظ أن أفراد العينة لديهم انتماء سياسي يستخدمون تيك توك بنسبة 8.4% مقارنة بـ 1.6% من الذين ليس لديهم انتماء سياسي، ويفسر استخدام تيك توك كوسيلة للتعبير عن وجهات النظر السياسية بطرق مبتكرة وجذابة.

وفي الأخير نجد أن أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يستخدمون لينكد بنسبة 46% مقارنة بـ 0.8% من الذين ليس لديهم انتماء سياسي، وكما وضحنا سابقا أن لينكد يستخدم كوسيلة لبناء العلاقات المهنية والبحث عن فرص العمل في السياق السياسي والمهني.

ومنه يبنت النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك وانستجرام هما الشبكتان الأكثر استخداما من طرف عينة الدراسة، وأن هذه الشبكات الاجتماعية يستخدمها الذين لديهم انتماء سياسي في الحصول على المعلومات السياسية، وتتبع كل ما تنشره تلك الشبكات عن أحداث وتطورات في القضايا السياسية المحلية أو الوطنية أو العالمية، وكذا تداولها ونشرها مع الأخرين، كما تعد مصدرا من المصادر المهمة التي تزود أفراد عينة الدراسة بالأخبار والمعرفة السياسية التي تساهم بدورها في تثقيف ووعي هذه الفئة الشبابية سياسيا.

كما نجد أن قيمة كاي تربيع تؤكد هذه العلاقة، بحيث كلما زاد تعرض وتصفح أفراد العينة لشبكة الفيسبوك وأنستجرام زاد معها تعزيز أو تشجيع الانتماء السياسي لأي جهة سياسية إما حزب أو منظمة أو برلمان. وبالتالي نجد أن هذه النتائج تماثل ما توصل إليه الباحث **رضوان قطبي** في دراسته المعنونة بشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015، أين وجد أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وكذلك المشاركة السياسية.[1]

جدول رقم (18): يوضح أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة

وقت الاستخدام	التكرارات/ النسبة المئوية %	لا	نعم	مجموع
صباحا	ت	212	38	250
	النسبة المئوية%	84.8	15.2	100%
وقت الظهيرة	ت	206	44	250
	النسبة المئوية%	82.4	17.6	100%
مساءا	ت	177	73	250
	النسبة المئوية%	70.8	29.2	%100
ليلا	ت	130	120	250

[1] رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية–دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي–مختبر التقنين القانوني والدستوري، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية السويسي، الرباط، المغرب، 2015.

	النسبة المئوية %	52	48	%100
وقت ما رغبت	ت	134	116	250
	النسبة المئوية%	53.6	46.4	100%

الجدول يوضح أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقسمة إلى فترات مختلفة من اليوم حسب الاحتمالات صباحًا، وقت الظهيرة، مساءً، ليلاً، ووقت ما رغبت.

فكانت نسبة عالية من أفراد العينة الذين لم يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي في الصباح (84.8٪)، تليها نسبة منخفضة نسبيًا من أفراد العينة الذين استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي في الصباح (15.2٪)، ثم نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي وقت الظهيرة أعلى قليلاً من أفراد العينة الذين استخدموا شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالصباح (17.6٪)، ولكن لا تزال منخفضة نسبيًا.

ويظهر ارتفاعًا كبيرًا في عدد أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي مساءا بنسبة (29.2٪)، أما النسبة المئوية لمن لم يستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي تنخفض بشكل ملحوظ إلى 70.8٪.

وأخيرا استخدام متوسط شبكات التواصل الاجتماعي ليلا، حيث يظهر توزيع تقريبًا متساويًا بين أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي والذين لا يستخدمونها (52٪ و48٪ على التوالي).

أما النتائج المتبقية فهي حسب رغبة واستحقاق أفراد العينة واحتياجه لشبكات التواصل الاجتماعي، وبلغت تكراراتهم 116 مفردة وبنسبة 46.6% وهي نسبة كبيرة ويفسر ذلك بأن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عند الضرورة أو الحاجة إما في إطار البحث عن معلومات تخص الدراسة، أو التواصل مع صديق، أو في قضاء الحاجات اليومية مثل التجارة الكترونية أين تعرض السلع عبر صفحات الفيسبوك مثلا، وهي نسبة مشابهة لوقت الليل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يظهر أن أفراد العينة يتوزعون بالتساوي بين استخدام وعدم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في فترة المساء يشير إلى أن هذه الفترة هي الأكثر شهرة للاستخدام، ففي المساء يستقرون في منازلهم ويمكنهم الاطلاع على الأخبار والأحداث المنشورة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، فكانت نسبة الاستخدام مساءا 29.2% بتكرار قدره 73 مفردة.

وأخيرا انخفاض نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في فترة الصباح يشير إلى أن الطلبة قد يكونون أقل عرضة لاستخدام شبكات التواصل االاجتماعي في الصباح.

ومنه أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن أكثر الأوقات التي يفضل أن يستخدم فيها الطالب الجامعي شبكات التواصل الاجتماعي هي ليلا، حيث يستخدم 120 مفردة شبكات التواصل الاجتماعي في الليل مقارنة بالأوقات الأخرى، وهو وقت الذروة وأخذ أكبر وقت ممكن في استخدام شبكات التواصل

الاجتماعي، لأن أغلب المبحوثين يومهم مقسم بين الدراسة والعمل أو في قضاء الواجبات اليومية، وبالتالي يجلسون في الليل لتصفح ومشاهدة ما يعرض على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بكل أريحية، وقد يستخدمونها رغبة في الترفيه والتسلية بعد يوم شاق.

بينما نجد تقارب كبير بين الاستخدام الليلي واستخدام عينة الدراسة الفيسبوك وقت ما رغبت في ذلك، نظرا لأن شبكة الفيسبوك متاحة في كل الأوقات وبالتالي يمكن للمستخدم الولوج إليها كلما احتاج لذلك. وفيما يخص الفترات اليومية الأخرى فهي متباينة بين الصباح الذي هو وقت النشاط الإنساني ولا يوجد استخدام كبير لشبكات التواصل الاجتماعي كما هو موضح في الجدول، فقد بلغت تكرارات الاستخدام 33 مفردة فقط وهي أقل عدد بين الأوقات الزمنية الأخرى.

كذلك وقت الظهيرة هو تابع للفترة الصباحية أين يعود أفراد العينة إلى الدراسة أو العمل لإكمال يومهم كعادتهم، لذلك لا تكون عدد المشاهدات للشبكات الاجتماعية كبيرة، وهي فترة للتواصل مع الأصدقاء والزملاء والعائلة، وهو ما يعكس التفاعل الاجتماعي.

جدول رقم (19): يوضح عدد ساعات استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي:

	أقل من ساعة	من 1سا إلى 2 سا	من 2 سا إلى 3 سا	أكثر من 4 سا	المجموع
التكرار	**58**	**88**	**47**	**57**	**250**
النسبة	**%23.4**	**%35.2**	**%18.8**	**%22.8**	**%100**

يوضح هذا الجدول عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لطلبة الحقوق والعلوم السياسية وتوزيع عدد أفراد العينة حسب عدد الساعات التي يستخدمونها في اليوم الواحد.

فكانت نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة 23.4٪، حيث يعكس هذا توجهًا بعيدًا عن الاعتماد الكبير على وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للتواصل أو للترفيه.

ثم احتمال (من 1 ساعة إلى 2 ساعة) تشير نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة 1 إلى 2 ساعة إلى أن هذه الفئة هي الأكبر بنسبة 35.2٪ حيث يرتبط زيادة استخدام الوقت بالرغبة في التواصل ومشاركة المحتوى الاجتماعي.

بينت احتمال بأن أغلبية عينة الدراسة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين في اليوم بتكرار 88 استخدام يقابله 35.2% وهذا يدل على أفراد عينة الدراسة لا يضيعون وقتهم في تصفح ما تعرضه شبكات التواصل الاجتماعي، بل يستغلونه في البحث العلمي أو قضاء حاجياتهم اليومية الضرورية.

أما احتمال (من 2 ساعة إلى 3 ساعات) تظهر نسبة قليلة من أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لمدة 2 إلى 3 ساعات بنسبة(18.8٪) حيث يكون هذا ناتجًا عن قيود الوقت أو الالتزامات الأخرى في الحياة اليومية التي تقلل من الوقت المتاح لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

كذلك نجد احتمال (أكثر من 4 ساعات) نسبة 22.8٪ من أفراد عينة الدراسة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من 4 ساعات يوميًا، إذ تشير هذه النسبة إلى استخدام مكثف لشبكات التواصل الاجتماعي، وربما يكون لها تأثير على الصحة النفسية والاجتماعية لأفراد العينة.

بينما نلاحظ تقارب كبير يكاد يكون متساوي في عدد الطلبة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة بتكرار 58 مفردة بنسبة 23.4%، والذين يستخدمونها لأكثر من 4 ساعات بتكرار 57 مفردة بنسبة 22.8%. وتفسر هذه النتائج بأن العينة تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية فأحيانا يكون التعرض أقل من ساعة إذا كان الفرد مرهقا لا يستطيع الجلوس أمام شبكات التواصل الاجتماعي لمدة طويلة، وعندما يكون الفرد مرتاحا يمكنه تصفح شبكات التواصل الاجتماعي لأكثر من 4 ساعات وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 14 الذي بين لنا أوقات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

أما الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من(2 ساعة إلى 3 ساعات) كان تكرارهم 47 مفردة بنسبة 18.8% فهذه الفئة لديها الوقت الكافي، ومهتمة بما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار.

هذه النتائج تسلط الضوء على علاقة طلبة الحقوق والعلوم السياسية مع شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية تأثيرها على سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية والشخصية.

جدول رقم 20: يوضح توزيع مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة

مكان الاستخدام		لا	نعم	مج
في المنزل	ت	19	231	250
	النسبة%	7.6	92.4	%100
في الشارع	ت	201	49	250
	النسبة%	80.4	19.6	%100
في المواصلات	ت	119	51	250
	النسبة%	79.6	20.4	%100
في العمل	ت	119	51	250
	النسبة%	79.6	20.4	%100
في الجامعة	ت	181	68	250
	النسبة%	72.4	27.2	%100

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة الذي احتل حصة الأسد هو المنزل فقد بلغت تكراراته 231 مفردة بنسبة 92.4% يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في بيوتهم وهو المكان المناسب لذلك، لأن المنزل هو مكان الاستقرار النفسي والجسدي لهم أين يجدون راحتهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا في المساء والليل بعد الانتهاء من الدراسة والعمل وهذا ما تم ملاحظته في نتائج الجدول رقم 14، كذلك في المنزل يجد المبحوث كل الحرية في التصفح ويأخذ وقته الكافي، خاصة إذا كانت شبكة الأنترنت متوفرة في المنزل كخدمة كالويفي (wifi)الذي يسمح لأفراد العينة بتنزيل ما يرغب فيه من الفيديوهات والصور، ومعرفة آخر الأخبار التي لم يطلع عليها في وسائل الاعلام العادية، وقد وافقت هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة (مرام محمد مناجرة) حول اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، فوجدت أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك في المنزل بنسبة 60%[1]

أما المواصلات والشارع ليست بالأمكنة المناسبة لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، لأنها أماكن تسودها الفوضى والضوضاء، كما يخشى أفراد العينة من سرقة هاتفه النقال أثناء ركوبه الحافلة التي عادة ما تكون مكتظة بالراكبين المجهولين الهوية، حيث بلغ تكرار الاستخدام في الشارع 49 مفردة بنسبة مئوية 19.6%، أما في المواصلات بلغت نسبته 20.4% بتكرار قدره 51 مفردة.

وفي الجامعة يؤكد تكرارها الذي بلغ 68 بنسبة 27.2% أن الطلبة لا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي إلا للبحث عن المعلومات التي تخص الدراسة ضف إلى ذلك لا تتوفر أغلب الجامعات على خدمة البث الانترنت للطلبة وإن توفرت تكون ضعيفة والتي تتيح لهم لاطلاع على صفحاتهم وقت ما يشاؤون.

وكذلك مكان العمل يكون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي محدودا ومقيدا بالبحث عن المعلومات التي تخص مجال العمل في أغلب الأحيان وليس لتتبع الأخبار، وعادة ما يستخدم أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل في الفترة المسائية وهذا ما أوضحته بيانات الجدول رقم 14 التي تشير إلى الوقت المفضل لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ووافقت هذه النتيجة أيضا النتيجة التي توصلت اليها **(مرام محمد مناجرة)** في دراستها المعنونة بـ اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.[2]

[1] مرام محمد مناجرة، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم–دراسة تطبيقية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية–المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020.

[2]مرام محمد مناجرة، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم–دراسة تطبيقية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية–المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020.

جدول رقم 21: يوضح نوعية اسم المستخدم عند ولوج أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.

التكرار/ النسبة	اسمك الحقيقي	اسم مستعار	المجموع
التكرارات	163	87	250
النسبة المئوية %	%65.2	%34.8	%100

يوضح هذا الجدول نوعية اسم المستخدم الذي يستخدمه أفراد عينة الدراسة عند الولوج لشبكات التواصل الاجتماعي، ويعكس اختيارهم بين استخدام اسمهم الحقيقي أو استخدام اسم مستعار، فكانت أعلى نسبة لاحتمال اسمك الحقيقي بنسبة عالية وهذا ما مثلته نسبة(65.2٪) يستخدمون أسماءهم الحقيقية كأسماء مستخدميهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا الاختيار كان رغبة من أفراد العينة من أجل الوصول إلى التواصل الحقيقي وبناء الهوية الرقمية على أساس هويتهم الحقيقية.

أما احتمال اسم مستعار مثل نسبة أقل (34.8٪) من عينة الدراسة يستخدمون أسماء مستعارة بدلاً من أسمائهم الحقيقية، وعادة ما يكون اختيار استخدام الأسماء المستعارة مرتبطًا برغبة أفراد العينة في الخصوصية وحماية هويتهم الحقيقية أو ببساطة الرغبة في التمييز أو الابتكار في اختيار الاسم.

كما أظهرت نتائج الجدول (رقم 20) أن أفراد العينة الذين يستخدمون اسمهم الحقيقي عند الولوج لشبكات التواصل الاجتماعي بلغ عددهم 163 مفردة، وهي أكثر من نسبة الذين يلجون لشبكات التواصل الاجتماعي بالاسم المستعار حيث بلغت تكراراتهم 87 مفردة والذي كان أغلبهم إناث لأن مجتمعنا تقليدي لا تستطيع فيه الأنثى الظهور باسمها الحقيقي، وفي ظل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسائل التخفي والتشفير أتاح لها فرصة استخدام الاسم المستعار للتعبير عن أفكارهم بحرية دون قيود ودون متابعة، وتفاديا للانتقادات الموجهة إليها. كما جاءت في نتائج دراسة عراقية قامت بها كل من **زينة نوشي** و**بيرق الربيعي**، حيث توصلا إلى أن الأنثى هي التي تستخدم الاسم المستعار بكثرة خوفا من استعمال صورهن ولوجود اعتبارات اجتماعية وثقافية.[1]وهذا ما ستأكده نتائج الجدول رقم (22) الذي يوضح علاقة الجنس بالاسم المستعار.

وبالتالي هذه النتائج تساعد في فهم كيفية تفضيل أفراد عينة الدراسة لاستخدام أسماءهم في تعاملاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك)، كما يعكس الاختيارات الشخصية والاجتماعية والثقافية لهويتهم الرقمية.

[1]أفنان عبد الله قطب، دوافع استخدام الأسماء المستعارة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة الملك فهد، كلية الاتصال والاعلام، 2020، ص 185.

جدول رقم 22: يوضح توزيع علاقة الجنس باستخدام اسم مستعار لولوج أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي

نوع الاسم	التكرارات / النسبة المئوية %	الجنس		المجموع
		ذكر	أنثى	
الاسم الحقيقي	التكرار	91	72	163
	النسبة المئوية%	36.4	28.8	%65.2
الاسم المستعار	التكرار	24	63	87
	النسبة المئوية%	9.6	25.2	%34.8

يستخدم الاسم المستعار في كثير من الأحيان لحماية خصوصية المستخدم وعدم كشف هويته الحقيقية، سواء كان ذكرا أو أنثى، خاصة إذا كانت الشبكة تتطلب كشف الهوية الحقيقية، ومثال على ذلك طلب البريد الإلكتروني.

كذلك لتجنب المضايقات خاصة إذا كان هناك تمييز جنسي أو تعمد إثارة الجنس النسوي، بالإضافة إلى هذا كله يمكن استخدام الاسم المستعار من طرف الطالب خاصة إذا كان عامل أو تاجر يمارس نشاط تجاري فيعمد إلى اسم مستعار للترويج عن منتجاته دون الكشف عن هويته الحقيقية.

ولقد درست الباحثة **عبير بن عمر** موضوع أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الجنسين، واهتمت بتحليل لأنماط الجنسين في المملكة السعودية، بما في ذلك التأثيرات الاجتماعية والثقافية على هذا الاستخدام[1]، حيث توصلت إلى نفس هذه النتيجة وهو تأثير السياق الاجتماعي والثقافي على الجنس.

جدول رقم(23): يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي لمتغير الجنس لدى أفراد العينة

		التكرار / النسبة	الجنس		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			ذكر	أنثى					
التواصل المستمر مع معارفك	لا	ت	67	88	155	1	0.261	[a]1.264	غير دال احصائيا
		%	26.8	35.2	62.0				
	نعم	ت	48	47	95				
		%	19.2	18.8	38				
		مج	115	135	250				
القضاء على وقت	لا	ت	82	93	175	1	0.678	[a]1.173	غير دال احصائيا
		%	32.8	37.2	70				
	نعم	ت	33	42	75				

[1]عبير بن عمر، أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الجنسين: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية، مجلة الاتصال والتنمية، المملكة العربية السعودية، 2019.

الفراغ		%	13.2	16.8	30				
		مج	115	135	250				
التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	لا	ت	93	117	210	1	0.213	[a]1.553	غير دال احصائيا
		%	37.2	18	40				
	نعم	ت	22	18	40				
		%	8.8	7.2	16				
		مج	115	135	250				
الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	لا	ت	43	69	112	1	0.030	[a]4.727	دال احصائيا
		%	17.2	27.6	44.8				
	نعم	ت	72	66	138				
		%	28.8	26.4	55.2				
		مج	115	135	250				
الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	لا	ت	75	92	167	1	0.624	[a]0.241	غير دال احصائيا
		%	30	36.8	66.8				
	نعم	ت	40	43	83				
		%	16	17.2	33.2				
		مج	115	135	250				

تشير أرقام الجدول إلى أن نسبة التواصل المستمر لأفراد العينة مع معارفهم قدرت بـ 38% بتكرار 95 بين ذكر وأنثى، وهي نسبة قليلة تدل على أن التواصل الاجتماعي مزال يحافظ على أصوله التقليدية بينهم، نظرا لأن عينة الدراسة تعيش في الجنوب الذي مازال المجتمع فيه ذو طابع تقليدي، كما يحافظ على الأسرة الممتدة أين يتبادل الأفراد الاتصال مع معارفهم بالطريقة التقليدية المباشرة أي عن طريق الاتصال الشخصي المباشر، وقد عبر **دوركايم** في تعريفه للمجتمع التقليدي الذي يسوده الضمير الجمعي والبساطة والتضامن الميكانيكي حيث يرتبط الأشخاص الذين يتمتعون بالاكتفاء الذاتي بالآخرين من خلال العلاقات الشخصية والتقاليد خلافا للمجتمع الحديث الذي يفتقر إلى هذه الأشياء، إن القانون والأخلاق والضبط الاجتماعي تحمل ولاء ملحوظا الذي يعني مجموعة من المعتقدات والعواطف العامة بين أعضاء المجتمع، والتي تكون نسقا خاصا لهذا الضمير ووجوده الخاص المتميز فهو يدوم عبر الزمن ويعمل على توحيد الأجيال، كما يعيش الضمير الجمعي بين الأفراد لكنه يتميز بالقوة والاستقلال وبخاصة عندما تزداد

درجة التشابه بين الأفراد.[1] وعليه نجد بأن المجتمع الذي تسكنه عينة الدراسة مزال لا يعترف بالاتصال الالكتروني الشبكي بدرجة تفوق الاتصال التقليدي المباشر فيه.

كذلك نجد من خلال الجدول أعلاه الذي بينت نتائجه أن أكثر أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك)، من أجل الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة بنسبة 55.2% بتكرار قدره 138 مفردة وهي أكثر الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وهذا دليل أن المبحوثين حريصين على تتبع الأخبار لحظة بلحظة وهذا ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) التي تسعى إلى التدفق السريع للأخبار والمعلومات الآنية الجديدة، وليس للقضاء على وقت الفراغ فقط لأنهم منشغلون بالدراسة ومتطلبات الحياة في جميع المجالات، ربما للبحث عن مستجدات تخدم مصالحهم أو مستقبلهم الدراسي والمهني، خاصة في ضوء التحول الرقمي والسعي إلى استخدام الرقمنة في جميع المؤسسات الجزائرية.

ومنه نستطيع القول أن هذه النتيجة توافق النتيجة التي حصلت عليها الباحثة (سهيلة بضياف) في دراستها حول الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام، فقد وجدت أن ميول الشباب الجامعي في استخدامهم للشبكات الاجتماعية الالكترونية للاطلاع على الأخبار فقط، ووسيلة للترفيه أيضا والتسلية أين

نجد 75 طالب وطالبة (ونسبة 30%) يلجؤون إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا وكلما أتيحت لهم الفرصة في وقت فراغهم للترفيه عن أنفسهم، وأخذ قسط من الراحة بعيدا عن صخب الدراسة والعمل.[2] والبقية مقسومة بين الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة بتكرار 83 ونسبة مقدارها 33.2%، وتلك المواضيع المختلفة قد تكون علمية تخص تخصصهم الأكاديمي أو اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية لا علاقة بدراستهم، بالإضافة إلى مواضيع ثقافية، ثم التعبير عن آراءهم واتجاهاتهم بحرية بتكرار 40 ونسبة قدرها 16% لأنه المكان الوحيد الذي يجعلهم يعبرون عن أفكارهم بكل حرية مستخدمين في ذلك إما اسمهم الحقيقي أو المستعار.

[1] عتيقة حرايرية، ظاهرة تقسيم العمل وأبعادها الاجتماعية في الفكر الدوركايمي بين عوامل التشكل وعيون منتقدية، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، مجلد 02، العدد 14، الجزائر، 2020، ص 90-91.

[2] سوهيلة بضياف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة تمثلات في استخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك- مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة بانتة، الجزائر، 2018.

جدول رقم(24): يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير السن

		التكرار / النسبة	السن				المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			20-30	31-40	41-50	فوق 50سنة					
التواصل المستمر مع معارفك	لا	ت	102	31	16	06	155	3	0.168	[a]5.048	غير دال احصائيا
		%	40.8	12.4	6.4	2.4	62				
	نعم	ت	53	31	08	03	95				
		%	21.2	12.4	3.2	1.2	38				
		مج	155	62	24	09	250				
القضاء على وقت الفراغ	لا	ت	96	54	18	07	175	3	0.003	[a]13.975	دال احصائيا
		%	38.4	21.6	7.2	2.8	70				
	نعم	ت	59	08	06	02	75				
		%	23.6	3.2	2.4	0.8	30				
		مج	155	62	24	09	250				
التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	لا	ت	129	51	23	07	210	3	0.396	[a]2.969	غير دال احصائيا
		%	51.6	20.4	9.2	2.8	84				
	نعم	ت	26	11	01	02	40				
		%	10.4	4.4	0.4	0.8	16				
		مج	155	62	24	09	250				
الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	لا	ت	76	25	11	00	112	3	0.030	[a]8.940	دال احصائيا
		%	30.4	10	4.4	00	44.8				
	نعم	ت	79	37	13	09	138				
		%	31.6	14.8	5.2	3.6	55.2				
		مج	155	62	24	09	250				
الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	لا	ت	109	39	15	04	167	3	0.318	[a]3.520	غير دال احصائيا
		%	43.6	15.6	06	1.6	66.8				
	نعم	ت	46	23	09	05	83				
		%	18.4	9.2	3.6	2.0	33.2				
		مج	155	62	24	09	250				

بينت النتائج المسجلة في الجدول رقم (24) أن أكثر الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي عند الفئة التي يتراوح سنها بين[20– 30 [سنة هي الاطلاع على الأخبار والأحداث لحظة بلحظة حيث بلغ تكرارهم 79 مستخدم من عينة الدراسة بنسبة 31.6%، وعند الفئة من] 31– 40 [سنة 37 مستخدم من عينة الدراسة بنسبة 14.8% وعند الفئة من [41– 50[سنة 13 مفردة بنسبة 5.2 % وفوق 50 سنة بلغ عددهم 09 مستخدمين بنسبة 3.6%، ونفسر ارتفاع نسبة الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة لدى الطلبة الذين يتراوح سنهم من [20– 30[سنة هو شغف الشباب لمعرفة كل ما ينشر على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وساعدهم في ذلك خلوهم من المسؤولية وكثرة الفراغ الذي ملؤه باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على كل جديد من الأخبار، وهذا ما بينته نتائج الاشباع الخاص بالقضاء على الفراغ فهو يأتي في المرتبة الثانية بعد الإطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة، خاصة عند الفئة العمرية [20– 30[سنة فقد بلغ عدد أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي 59 مفردة بنسبة 23.6% .

أما بالنسبة للتواصل المستمر مع معارفهم المحقق من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالسن لمختلف الفئات كانت نتائجه كالتالي:

من سن 20– 30 سنة بلغ تكراره 53 مستخدم بنسبة قدرت بـ 21.2%، أما من سن 31– 40 سنة بلغ تكراره 31 مستخدم بنسبة قدرت بـ 12.4%، ثم من سن 41– 50 سنة بلغ تكراره 08 مستخدم بنسبة قدرت بـ 3.2%.

وما فوق 50 سنة بلغ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التواصل مع معارفهم قليل جدا حيث نجد 03 من أفراد العينة فقط بنسبة 1.2%، ومنه نرى بأن ما فوق 40 سنة يقل استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي في الاتصال بمعارفهم، لأنهم لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي تشبع حاجتهم في هذا السن بل يحبذون الاتصال المباشر.

أما احتمال الاطلاع على المواضيع المختلفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي للفئة العمرية بين [20 – 30[سنة حصلت كذلك على أعلى نسبة قدرت بـ 18.4% بنسبة بالمقارنة مع الفئات المتبقية، لأنها على متابعة مستمرة لما يعرض على شبكات التواصل الاجتماعي كما في الجدول رقم(13) الذي يوضح علاقة السن باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة. فبين[31– 40[سنة بلغ تكرارهم 23 مفردة بنسبة% 9.2 و09 مستخدمين بين [41– 50[سنة بنسبة 3.6% ليتبقى 05 أفراد فوق 50 سنة بنسبة 2%.

أما احتمال القضاء على وقت الفراغ اقتصر على الفئة العمرية من [20– 30[سنة الذين مازالوا في بداية عمرهم وليس لديهم ما يشغلهم سوى دراستهم النظامية، لذلك يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي إما في البحث عن معلومات أو الدردشة مع أصدقائهم ومعارفهم، وإما في التسلية والترفيه.

أما فوق 30 سنة نجد القلة القليلة التي تضيع وقت فراغها في تصفح ما يعرض على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، لأن وقتهم مضغوط ومملوء بعدة مهام مختلفة مثل العمل والواجبات الاجتماعية أو الاقتصادية بالإضافة إلى الدراسة.

وإذا نظرنا إلى التعبير عن الآراء والاتجاهات عبر شبكات التواصل الاجتماعي لكل الفئات العمرية نلاحظ أن الفئة العمرية بين [20- 30[سنة هي التي حازت على التكرار الأكبر حيث بلغ 26 مستخدم بنسبة 10.4%، بينما تنقص عند الفئة الموالية [31- 40[سنة إلى 11 مفردة بنسبة 4.4% ثم تكاد تنعدم فوق سن 40 سنة، لأن عند هذا السن يبلغ الفرد سن النضج والرشد ولا يكون في حاجة لإبداء رأيه أو اتجاهه للآخرين، عكس الفئة العمرية الأولى [20- 30[التي تبحث عن وسيلة أو محيط تمارس فيه حريتها وتعبر عن آرائها وأفكارها بكل حرية.

جدول رقم (25): يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير التخصص

		التكرار / النسبة	التخصص		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			علوم سياسية	حقوق					
التواصل المستمر مع معارفك	لا	ت	09	146	155	1	0.581	[a]0.304	غير دال احصائيا
		%	3.6	58.4	62				
	نعم	ت	04	91	95				
		%	1.6	36.4	38				
		مج	13	237	250				
القضاء على وقت الفراغ	لا	ت	08	167	175	1	0.494	[a]0.468	غير دال احصائيا
		%	3.2	66.8	70				
	نعم	ت	05	70	75				
		%	2	28.0	30				
		مج	13	237	250				
التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	لا	ت	12	198	210	1	0.401	[a]0.704	غير دال احصائيا
		%	4.8	79.2	84				
	نعم	ت	01	39	40				
		%	0.4	15.6	16				
		مج	13	237	250				
الاطلاع على	لا	ت	05	107	112	1	0.637	[a]0.223	غير دال احصائيا
		%	02	42.8	44.8				
	نعم	ت	08	130	138				

الأحداث والأخبار لحظة بلحظة		%	3.2	52	45.2			
		مج	13	237	250			
الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	لا	ت	05	162	167	1	0.026	[a]4.966	دال احصائيا
		%	02	64.8	66.8				
	نعم	ت	08	75	83				
		%	3.2	30	33.2				
		مج	13	237	250				

وضحت النتائج في الجدول أعلاه أن تخصص الحقوق أعلى نسبة في جميع الاحتمالات الخاصة بالاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك)، ففيما يخص احتمال التواصل المستمر مع المعارف بلغ تكرار طلبة العلوم السياسية 04 مستخدمين بنسبة 1.6% وأما طلبة الحقوق 91 مفردة بنسبة 36.4% أما بخصوص احتمال القضاء على وقت الفراغ مثلت نسبة طلبة الحقوق 28% بتكرار 70 مفردة، أما طلبة العلوم السياسية بلغ تكرارهم 05 مستخدمبن بنسبة 02%، واحتمال اطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة كانت نسبته أكبر من الاشباعات الأخرى عند طلبة الحقوق حيث بلغت النسبة 64.8% بتكرار 162 مفردة، لكن تخصص العلوم السياسية لم تكن نسبتهم عالية حيث قدرت بـ 3.2% بتكرار 08 من أفراد العينة، وفي الأخير كان احتمال الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة لدى طلبة العلوم السياسية بتكرار 08 مفردات بنسبة 3.2% أما طلبة الحقوق بتكرار 75 مفردة بنسبة 30 %.

كما تم ملاحظة النتائج التي بينها الجدول أن الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة هو الاشباع الوحيد المحقق من طرف طلبة العلوم السياسية والحقوق مقارنة بالاشباعات الأخرى حيث بلغت قيمة كاي تربيع 0.026 عند 0.05 وهي قيمة دالة احصائيا تدل على ارتباط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل الاطلاع على مختلف المواضيع التي يبحث عنها أفراد العينة سواء في تخصصهم الدراسي أو خارج التخصص. وجاءت هذه النتائج مشابهة لدراسة **(مرام محمد مناجرة)** بعنوان اعتماد الشباب الجامعي علو مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، أين توصلت الباحثة على وجود درجة متوسطة من الطلبة الجامعيين يستخدمون الفيسبوك للاطلاع على القضايا والأخبار.[1]

[1]مرام محمد مناجرة، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم–دراسة تطبيقية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية–المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020.

جدول رقم (26): يوضح الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة مختلف شبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير منطقة السكن

		التكرار / النسبة	السكن		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			حضري	ريفي					
التواصل المستمر مع معارفك	لا	ت	114	41	155	2	0.431	1,681[a]	غير دال احصائيا
		%	45.6	16.4	62				
	نعم	ت	68	26	95				
		%	27.6	10.4	38				
		مج	182	67	250				
القضاء على وقت الفراغ	لا	ت	129	45	175	2	0.687	,752[a]0	غير دال احصائيا
		%	52	18	70				
	نعم	ت	53	22	75				
		%	21.2	8.8	30				
		مج	73.2	26.8	250				
التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	لا	ت	159	50	210	2	0.047	a6.101	دال احصائيا
		%	64	20	84				
	نعم	ت	24	17	40				
		%	9.2	6.8	16				
		مج	183	67	250				
الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	لا	ت	84	28	112	2	0.551	[a]1.192	غير دال احصائيا
		%	34	12.2	46.2				
	نعم	ت	98	39	138				
		%	71	15.6	86.6				
		مج	182	67	250				
الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	لا	ت	127	40	167	2	0.119	[a]4.263	غير دال احصائيا
		%	50.8	16	66.8				
	نعم	ت	55	27	83				
		%	22	10.8	41				
		مج	81	67	250				

من أجل معرفة الاشباعات التي يحققها طلبة الحقوق والعلوم السياسية المقسمين بين الطلبة الذين يقطنون في مناطق حضرية وريفية، من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وتم تسجيل أن احتمال التواصل المستمر مع المعارف حصل على 68 تكرار ونسبته 27.6% من عينة الدراسة الذين يقطنون الحضر، 26 تكرار ونسبته 10.4% للذين يسكنون في الريف.

أما احتمال القضاء على وقت الفراغ سجل 53 تكرار ونسبته 21.2% للذين يقطنون المناطق الحضرية و22 تكرار ونسبته 8.8% للذين يسكنون في الريف.

كذلك نجد أن احتمال التعبير عن الآراء والاتجاهات بلغ تكرار قدره 24 مفردة لدى الذين أفراد العينة الذين يقطنون المناطق الحضرية ونسبته 9.2% و17 تكرار بنسبة 6.8% للذين يقطنون في الريف.

الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة حصل على أعلى عدد من إجابات المبحوثين وهذا ما أكده 98 ونسبته 71% خاصة عند الطلبة الحضريين، وهذا دليل أن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) تحقق لهم ما يودون معرفته من أحداث وأخبار في كل وقت أرادوا، كذلك الطلبة الريفيين يستعملون شبكات التواصل الاجتماعي لتحقيق هذا الغرض لكن أقل درجة من زملائهم الحضريين، فقد بلغ عدد تكرارهم 39 ونسبته 15.6%

ومنه توضح هذه النتائج مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة الذين يقطنون الناطق الحضرية، لأنهم حريصين على تتبع ومعرفة الأحداث والأخبار الجديدة التي تخدمهم. بالإضافة إلى أن هذه النتائج جاءت لتدعم الإجابات المتحصل عليها في الجدول رقم (12) الذي يوضح علاقة السكن باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت أن الفيسبوك هو أهم شبكات التواصل الاجتماعي الذي يتابعه أفراد العينة الذين يعيشون في المناطق الحضرية أو الريفية أيضا، ومنه نستطيع القول أن الفيسبوك هو الشبكة المفضلة التي يستخدمها أفراد العينة للحصول على المعلومات والأحداث التي تهمه، والتي لا يجدها في الوسائل الإعلامية الأخرى.

جدول رقم (27): يوضح الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة لمتغير الانتماء السياسي

		التكرار / النسبة	الانتماء السياسي		المجموع	درجة الحرية	كاي تربيع	مستوى الدلالة	القرار
			لا	نعم					
التواصل المستمر مع معارفك	لا	ت	129	26	155	1	0.397	,718[a]0	غير دال احصائيا
		%	51.6	10.4	62				
	نعم	ت	75	20	95				
		%	30	08	38				
		مج	81.6	18.4	250				
القضاء	لا	ت	142	33	175	1	0.776	[a]180,0	غير دال
		%	56.8	13.2	70				

على وقت الفراغ	نعم	ت	62	13	75				احصائيا
		%	24.8	5.2	30				
		مج	204	46	250				
التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	لا	ت	176	34	210	1	0.039	[a]4.268	دال احصائيا
		%	70.4	13.6	84				
	نعم	ت	28	12	40				
		%	11.2	4.8	16				
		مج	204	46	250				
الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	لا	ت	91	21	112	1	0.898	[a]0.017	غير دال احصائيا
		%	36.4	8.4	44.8				
	نعم	ت	113	25	138				
		%	45.2	10	55.2				
		مج	204	46	250				
الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	لا	ت	134	33	167	1	0.431	[a]0.620	غير دال احصائيا
		%	53.6	13.2	66.8				
	نعم	ت	70	13	83				
		%	28	5.2	33.2				
		مج	204	46	205				

جاءت نتائج الجدول رقم (27) مشابهة لنتائج الجدول رقم (26) حيث تم مناقشة نفس الأسئلة مع أفراد العينة، لكن في هذه المرة تم إضافة فيما إذا كان الطالب الذي يدرس علوم سياسية أو حقوق له انتماء سياسي أم لا، فتم التوصل الى أنه دائما يحصل الاشباع الخاص بالاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة على أكبر التكرارات وبلغ 113 مفردة له انتماء سياسي ونسبته 45.2% وبالمقابل 25 مفردة ليس لديهم انتماء سياسي وذلك بنسبة 10%، أما احتمال التواصل المستمر مع المعارف سجل 75 مفردة لديهم انتماء سياسي ونسبتهم 30% والذين ليس لديهم انتماء سياسي بلغ عددهم 20 أي بنسبة 08%، ويرتبط ذلك برغبة الأفراد في التفاعل مع أشخاص يشاركونهم آراء ومعتقدات سياسية مشابهة، مما يعزز الانتماء الاجتماعي ويؤثر على التواصل الاجتماعي.

كما نجد احتمال القضاء على وقت الفراغ أشار إلى 62 تكرارا ونسبته 24.8% للذين لديهم انماء سياسي، وغير ذلك تم تسجيل 13 مفردة ليس لديهم أي انتماء سياسي وذلك بنسبة 5.2%. وهذا ناتج عن اختلاف في الاهتمامات والأنشطة التي يقضيها أفراد العينة الذين ليس لديهم انتماء سياسي مقارنة بالأفراد الذين لديهم انتماء سياسي

كذلك نجد احتمال التعبير عن الآراء والاتجاهات الخاص بأفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي تم الحصول على28 مستخدم ونسبتهم 11.2%، والغير منتمون 12 مفردة بنسبة 4.8%. ويرجع الفرق بين أفراد العينة الذين لا ليس لديهم انتماء سياسي والذين لديهم انتماء سياسي في مستوى الاشباع من التعبير عن الآراء والاتجاهات نتيجة لرغبة الأفراد في الإطلاع على وجهات النظر المتنوعة وتبادل الأفكار.

أما احتمال الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة بلغ عدد أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي 70 مستخدم بنسبة 28% و13 مستخدم ليس لهم انتماء سياسي بنسبة 5.2%. وتعكس الفجوة بين الفئتين في الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة اختلافات في التفضيلات الشخصية والاهتمامات، كما يمكن أن يكون ذلك ناتجًا عن اختلاف في الثقافة السياسية والاجتماعية للأفراد وكيفية تأثير ذلك على استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي في تلبية احتياجاتهم الاجتماعية والثقافية.

أن خيار الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة: يرتبط الاختلاف في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للاطلاع على الأحداث والأخبار بالاهتمامات السياسية والثقافية لأفراد اعينة الذين لديهم انتماء سياسي يكونون أكثر اهتمامًا بالأحداث السياسية والمواضيع ذات الصلة مما يعكس تفضيلهم للاطلاع على المحتوى السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

وعليه يمكن تفسير هذه النتائج بأن أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسي يهتمون كثيرا بالاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة، لأن شبكات التواصل الاجتماعي تخدمهم كثيرا في نشر أفكارهم السياسية بحرية وكسب عدد من الأفراد الجدد إلى صفهم، وكذا التعرف على المستجدات الطارئة على الساحة العمومية، لأن الوسائل الإعلامية الأخرى بطيئة مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي التي تمتاز بالتدفق السريع والآني للمعلومات، وتجعلهم يتعايشون مع الأوضاع لحظة بلحظة، وتصل أفراد العينة ببعضهم في كل الأماكن خاصة إذا كانوا ينتمون إلى نفس الحزب أو المنظمة السياسية.

جدول رقم (28): يوضح المواضيع التي يتصفحها أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي

نوع المواضيع	التكرار/ النسبة المئوية	لا	نعم	المجموع
مواضيع اجتماعية	التكرار	76	174	250
	النسبة المئوية	30.4	69.6	%100
مواضيع اقتصادية	التكرار	194	56	250
	النسبة المئوية	77.6	22.4	100%
مواضيع	التكرار	163	87	250

سياسية	النسبة المئوية	65.2	34.8	100%
مواضيع ثقافية	التكرار	101	149	250
	النسبة المئوية	40.4	59.6	100%
مواضيع دينية	التكرار	141	107	250
	النسبة المئوية	56.4	42.8	100%

يوضح هذا الجدول المواضيع التي يتصفحها أفراد العينة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويشمل المواضيع الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية، الثقافية، والدينية، حيث يبين أن المواضيع الاجتماعية هي أكثر المواضيع التي يتصفحها أفراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يتصفح غالبية أفراد العينة (69.6٪) مواضيع اجتماعية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يعكس الاهتمام الكبير بالمواضيع والقضايا الاجتماعية والتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعكس دور الشبكات كمنتديات للنقاش والتفاعل الاجتماعي.

كما يتصفح حوالي ربع أفراد العينة (22.4٪) مواضيع اقتصادية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويفسير هذا بالاهتمام المتزايد بالشؤون الاقتصادية والمالية ورغبة أفراد العينة في متابعة الأخبار والتحليلات الاقتصادية عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

أما المواضيع السياسية فيتصفحها حوالي ثلث أفراد العينة (34.8٪)، ويعكس هذا الاهتمام الواسع بالشؤون السياسية والرغبة في متابعة الأخبار والتعليق عليها والمشاركة في الحوار السياسي عبر هذه الشبكات.

كذلك نجد أكثر من نصف أفراد العينة (59.6٪) يتصفح مواضيع ثقافية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير هذا بالاهتمام بالثقافة والفنون والمواضيع ذات الصلة بالترفيه والتعليم عبر هذه الشبكات، في حين مثلت نسبة تصفح المواضيع الدينية عند أفراد العينة (42.8٪) عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويفسير هذا الاهتمام بالدين والقيم والممارسات الدينية والبحث عن المعرفة والتفاعل مع المجتمع الديني عبر هذه الشبكات.

إن تحليل هذه النتائج يبرز أن شبكات التواصل الاجتماعي تعكس تفاعلات أفراد العينة مع مختلف الجوانب الاجتماعية والثقافية والدينية والسياسية والاقتصادية في المجتمع. كما يعكس اختيار المواضيع التي يتصفحها أفراد العينة وتفضيلاتهم واهتماماتهم الشخصية والاجتماعية والثقافية.

كذلك من خلال هذه النتائج نجد أن الطالب لا يبحث عن المواضيع السياسية في شبكات التواصل الاجتماعي ولا الاقتصادية، وإنما يتابع المواضيع الاجتماعية والثقافية من أخبار وأحداث مختلفة سواء على المستوى المحلي أو الوطني، وهذا ما أكدته نتائج الجدول الخاص بالاشباعات التي يحققها أفراد العينة من مشاهدتهم لصفحات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تم التوصل إلى أن أفراد العينة يحبون الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة.

مناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

– توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة:

إن الطرق الإحصائية بمختلف أشكالها ساهمت بقدر كبير في إحياء وترقية البحث العلمي، خاصة في تحليل البيانات وتفسيرها والتنبؤ بالنتائج، خاصة في ميدان العلوم الاجتماعية التي تدرس الظواهر الاجتماعية المختلفة، أين أدخلت تقنيات بحثية كثيرة حيث ساعد برنامج spss الباحثين في الخروج من الطرق التقليدية، والحصول على طريقة أسهل في الدراسة وفي وضع عناصر الدراسة في قالب علمي كمي، يشبه ميدان العلوم التجريبية ويمكن الباحث من تقنين نتائجه وبالتالي سرعة التفسير والتنبؤ العلمي. بالإضافة إلى برنامج آخر سمي بالانحدار الخطي العام GLM (Generalized Linear Models) الذي ساعد في هذه الدراسة الحالية لإيجاد العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه الوطني استخدمنا نموذج احصائي يطلق عليه بالانحدار الخطي العام، والذي يربط بين المتغيرات الكيفية المستقلة والبيانات الكمية المستمرة.

ويعد نموذج الانحدار الخطي العام (GLM) هو نموذج احصائي يسمح بتحديد علاقة بين المتغيرات المستقلة (التي يمكن أن تكون كيفية) والمتغير الاعتمادي (الذي يمكن أن يكون كمية).

باستخدام GLM، يمكنك استخدام المتغيرات فتكون بيانات "كيفية" كمتغيرات تنبؤية، في حين يمكن أن تكون المتغيرات الكمية متغيرات مستقلة تستخدم لتوجيه النموذج وتحديد قيم المتغير الاعتمادي.

حيث تبدأ بتعريف المكون العشوائي الذي يحدد التوزيع الشرطي للمتغير الاستجابة بناءً على قيم المتغيرات التفسيرية. ثم يأتي المتنبئ الخطي الذي يعبر عن العلاقة بين المتغيرات التفسيرية والاستجابة بوظيفة خطية. وأخيرًا، تأتي وظيفة الربط الخطية التي تحوّل التوقعات للمتغير الاستجابة إلى المتنبئ الخطي.

على سبيل المثال، إذا كنت ترغب في تحليل كيفية تأثير عدد ساعات الدراسة (متغير كمي) ومستوى الرضا عن التعليم (متغير كيفي) على أداء الطلاب في امتحان (متغير كمي)، يمكنك استخدام GLM لهذا الغرض، حيث يمكن أن تكون متغيرات الساعات المدرسية ومستوى الرضا على شكل متغيرات كمية، بينما يمكن أن يكون أداء الطلاب هو المتغير الذي تحاول توقعه.[1]

[1] John Fox. APPLIED REGRESSION ANALYSIS and GENERALIZED LINEAR MODELS.3ed edition, SAGE Publications, Printed in the United States of America, 2016, p 418-421.

الجدول رقم(29): يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	الفيسبوك	0,185	1	0,185	0,976	0,324
	اليوتيوب	0,045	1	0,045	0,183	0,669
	انستغرام	0,008	1	0,008	0,042	0,838
	توتير	0,005	1	0,005	0,063	0,802
	تيكتوك	0,003	1	0,003	0,031	0,859
	لينكد	0,04	1	0,04	1,255	0,264
A27	الفيسبوك	0,023	1	0,023	0,12	0,729
	اليوتيوب	0,044	1	0,044	0,179	0,673
	انستغرام	0,371	1	0,371	1,883	0,171
	توتير	0,42	1	0,42	4,968	0,027
	تيكتوك	0,003	1	0,003	0,032	0,859
	لينكد	0,002	1	0,002	0,077	0,781
A28	الفيسبوك	0,318	1	0,318	1,676	0,197
	اليوتيوب	0,272	1	0,272	1,107	0,294
	انستغرام	0,288	1	0,288	1,465	0,227
	توتير	0,203	1	0,203	2,397	0,123
	تيكتوك	0,017	1	0,017	0,183	0,669
	لينكد	0,003	1	0,003	0,109	0,741
A29	الفيسبوك	0,047	1	0,047	0,247	0,62
	اليوتيوب	0,112	1	0,112	0,455	0,501
	انستغرام	0,019	1	0,019	0,097	0,756
	توتير	0,021	1	0,021	0,245	0,621
	تيكتوك	0,015	1	0,015	0,165	0,685
	لينكد	0,015	1	0,015	0,484	0,487
A30	الفيسبوك	0,176	1	0,176	0,925	0,337

	اليوتيوب	0,014	1	0,014	0,056	0,814
	انستغرام	0,042	1	0,042	0,214	0,644
	توتير	0,01	1	0,01	0,116	0,734
	تيكتوك	0,018	1	0,018	0,199	0,656
	لينكد	0,01	1	0,01	0,303	0,582
A31	الفيسبوك	0,407	1	0,407	2,145	0,144
	اليوتيوب	0,212	1	0,212	0,865	0,353
	انستغرام	0,219	1	0,219	1,113	0,293
	توتير	0,009	1	0,009	0,108	0,743
	تيكتوك	0,119	1	0,119	1,318	0,252
	لينكد	0,001	1	0,001	0,044	0,834
A32	الفيسبوك	0,126	1	0,126	0,664	0,416
	اليوتيوب	0,045	1	0,045	0,184	0,669
	انستغرام	0,212	1	0,212	1,076	0,301
	توتير	0,351	1	0,351	4,149	0,043
	تيكتوك	0,008	1	0,008	0,087	0,768
	لينكد	0,004	1	0,004	0,129	0,719
A33	الفيسبوك	0,019	1	0,019	0,101	0,751
	اليوتيوب	0,444	1	0,444	1,806	0,18
	انستغرام	0,096	1	0,096	0,487	0,486
	توتير	0	1	0	0,003	0,959
	تيكتوك	0	1	0	0,001	0,969
	لينكد	0,164	1	0,164	5,132	0,024
A34	الفيسبوك	0,012	1	0,012	0,065	0,799
	اليوتيوب	0,114	1	0,114	0,463	0,497
	انستغرام	0,045	1	0,045	0,229	0,633
	توتير	0	1	0	0,005	0,944
	تيكتوك	0,022	1	0,022	0,246	0,62
	لينكد	0,001	1	0,001	0,033	0,857

A35	الفيسبوك	0,107	1	0,107	0,565	0,453
	اليوتيوب	0,072	1	0,072	0,293	0,589
	انستغرام	0,137	1	0,137	0,697	0,405
	توتير	0,349	1	0,349	4,119	0,044
	تيكتوك	0,073	1	0,073	0,81	0,369
	لينكد	0,022	1	0,022	0,7	0,404
A36	الفيسبوك	1,355	1	1,355	7,135	0,008
	اليوتيوب	0,472	1	0,472	1,921	0,167
	انستغرام	0,173	1	0,173	0,88	0,349
	توتير	0,196	1	0,196	2,315	0,13
	تيكتوك	0,033	1	0,033	0,367	0,545
	لينكد	0,001	1	0,001	0,043	0,836
A37	الفيسبوك	0,209	1	0,209	1,099	0,296
	اليوتيوب	0,15	1	0,15	0,611	0,435
	انستغرام	0,004	1	0,004	0,022	0,882
	توتير	0,04	1	0,04	0,47	0,494
	تيكتوك	0,026	1	0,026	0,288	0,592
	لينكد	0,019	1	0,019	0,582	0,446
A38	الفيسبوك	0,153	1	0,153	0,803	0,371
	اليوتيوب	0,068	1	0,068	0,277	0,599
	انستغرام	0,422	1	0,422	2,145	0,144
	توتير	0,036	1	0,036	0,425	0,515
	تيكتوك	0,077	1	0,077	0,852	0,357
	لينكد	0,006	1	0,006	0,173	0,677
A39	الفيسبوك	0,666	1	0,666	3,505	0,062
	اليوتيوب	0,047	1	0,047	0,19	0,663
	انستغرام	0,117	1	0,117	0,592	0,442
	توتير	0,257	1	0,257	3,035	0,083
	تيكتوك	0,053	1	0,053	0,581	0,447
	لينكد	0,002	1	0,002	0,056	0,814

A40	الفيسبوك	1,088	1	1,088	5,729	0,018
	اليوتيوب	0,002	1	0,002	0,009	0,926
	انستغرام	0,041	1	0,041	0,208	0,649
	توتير	0,027	1	0,027	0,318	0,573
	تيكتوك	0,167	1	0,167	1,841	0,176
	لينكد	0,043	1	0,043	1,351	0,246
A41	الفيسبوك	7,38E- 06	1	7,38E- 06	0	0,995
	اليوتيوب	0,28	1	0,28	1,14	0,287
	انستغرام	0,304	1	0,304	1,543	0,216
	توتير	0,003	1	0,003	0,036	0,849
	تيكتوك	0,203	1	0,203	2,239	0,136
	لينكد	0,041	1	0,041	1,277	0,26
A42	الفيسبوك	0,125	1	0,125	0,66	0,418
	اليوتيوب	0,011	1	0,011	0,046	0,83
	انستغرام	0,125	1	0,125	0,635	0,426
	توتير	0,022	1	0,022	0,261	0,61
	تيكتوك	0,115	1	0,115	1,272	0,261
	لينكد	2,47E- 05	1	2,47E- 05	0,001	0,978
A43	الفيسبوك	0,295	1	0,295	1,555	0,214
	اليوتيوب	0,604	1	0,604	2,46	0,118
	انستغرام	0,003	1	0,003	0,017	0,896
	توتير	0,008	1	0,008	0,094	0,759
	تيكتوك	0,001	1	0,001	0,009	0,926
	لينكد	0,015	1	0,015	0,481	0,489
A44	الفيسبوك	0,342	1	0,342	1,801	0,181
	اليوتيوب	0,28	1	0,28	1,142	0,286
	انستغرام	0,124	1	0,124	0,631	0,428
	توتير	0,046	1	0,046	0,54	0,463
	تيكتوك	0,355	1	0,355	3,919	0,049
	لينكد	0	1	0	0,01	0,919

A45	الفيسبوك	0,021	1	0,021	0,111	0,739
	اليوتيوب	0,071	1	0,071	0,289	0,591
	انستغرام	0,001	1	0,001	0,007	0,934
	توتير	0,056	1	0,056	0,663	0,416
	تيكتوك	0,013	1	0,013	0,138	0,711
	لينكد	0,013	1	0,013	0,416	0,52
A46	الفيسبوك	0,002	1	0,002	0,011	0,916
	اليوتيوب	0,001	1	0,001	0,004	0,95
	انستغرام	0,018	1	0,018	0,089	0,765
	توتير	0,001	1	0,001	0,013	0,909
	تيكتوك	0,263	1	0,263	2,906	0,09
	لينكد	0,012	1	0,012	0,385	0,536
A47	الفيسبوك	0,537	1	0,537	2,826	0,094
	اليوتيوب	0,209	1	0,209	0,853	0,357
	انستغرام	0,866	1	0,866	4,396	0,037
	توتير	0,002	1	0,002	0,02	0,888
	تيكتوك	0,013	1	0,013	0,14	0,709
	لينكد	0,065	1	0,065	2,053	0,153
A48	الفيسبوك	0,267	1	0,267	1,404	0,237
	اليوتيوب	0,567	1	0,567	2,309	0,13
	انستغرام	1,88E- 07	1	1,88E- 07	0	0,999
	توتير	0,202	1	0,202	2,385	0,124
	تيكتوك	0,009	1	0,009	0,101	0,75
	لينكد	0,032	1	0,032	1,01	0,316
A49	الفيسبوك	0,099	1	0,099	0,522	0,471
	اليوتيوب	0,091	1	0,091	0,371	0,543
	انستغرام	0	1	0	0,001	0,971
	توتير	0,107	1	0,107	1,26	0,263
	تيكتوك	0,069	1	0,069	0,757	0,385
	لينكد	0,018	1	0,018	0,564	0,454

A50	الفيسبوك	0,023	1	0,023	0,122	0,727
	اليوتيوب	0,515	1	0,515	2,096	0,149
	انستغرام	0,051	1	0,051	0,26	0,61
	توتير	0,002	1	0,002	0,021	0,886
	تيكتوك	5,36E- 07	1	5,36E- 07	0	0,998
	لينكد	0,022	1	0,022	0,677	0,411
A51	الفيسبوك	0,024	1	0,024	0,128	0,721
	اليوتيوب	1,183	1	1,183	4,815	0,029
	انستغرام	0,007	1	0,007	0,034	0,855
	توتير	0,049	1	0,049	0,578	0,448
	تيكتوك	0,004	1	0,004	0,047	0,828
	لينكد	0,004	1	0,004	0,126	0,723

من خلال نتائج الجدول أعلاه سجلنا أن جل أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة لا يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على أن يكون حكم الوطن بعيدا عن الانتماءات القبلية، وهذا يتضح من خلال قيمة مستوى الدلالة في جميع شبكات التواصل الاجتماعي من فيسبوك وتوتير ويوتيوب وغيرها كانت غير دالة، وإنما هم مع الآراء والاتجاهات التي تحث على نشر مبدأ أن تكون اللغة العربية هي اللغة الأم للدولة الجزائرية، خاصة بالنسبة للذين يستخدمون توتير أين بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.027 عند 0.05.

وهذا راجع إلى أنهم إلى الأصول العربية وكما نلاحظ أن هذه الأجيال مارست مشوارها الدراسي باللغة العربية عكس الأجيال الأخرى التي خضعت للمنهاج الفرنسي، زيادة على أن جل الطلبة من سكان الجنوب الجزائري عاشوا في وسط أسر محافظة على العادات والتقاليد الإسلامية.

كذلك نجد أن مستخدمي توتير مع الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي حول التشريعات والقوانين في الجزائر التي تشجع الإنتاج المحلي والوطني، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.043 عند مستوى 0.05 وهذا إن دل على شيء إنما يدل على حقيقة الواقع المعاش، من خلال السياسة الجزائرية التي أوقفت تصدير الكثير من المنتوجات في جميع المجالات بغية تشجيع الإنتاج المحلي والوطني، لأن الجزائر تزخر على الكثير من الثروات الطبيعية والبشرية.

بالإضافة إلى تنوع الثقافة الجزائرية فكل منطقة لها ثقافة معينة تمكنها من الحصول على رصيد معرفي يخول لها نشره عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة التي من أحد مهامها نشر تلك الثقافات المحلية والوطنية عبر العالم، وقد أثبتت الفقرة 35 ذلك لأن الآراء والاتجاهات التي نشرت على صفحات

شبكات التواصل الاجتماعي تؤيد القوانين والتشريعات الجزائرية التي تسعى للحفاظ على الثقافة المحلية، فقد كانت قيمة مستوى الدلالة 0.044 وهي قيمة أصغر من 0.05 وبالتالي فهي قيمة دالة.

من نتائج الجدول أعلاه يتضح أن أفراد العينة الذين يستخدمون موقع (لينكد) يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن المشاركة السياسية والترشح في الجزائر يقتصر على فئة معينة، من خلال قيمة مستوى الدلالة التي بلغت 0.024 عند مستوى الدلالة 0.05 في حين أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى لا تؤيد ذلك.

أما أفراد العينة الذين يستخدمون (الفيسبوك) فهم يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات الجزائرية تعطي لمواطنيها الحق في العلاج المجاني، فحصول الجميع على التعليم الابتدائي المجاني والالزامي حتى مرحلة التعليم الثانوي، والأخذ بمجانية التعليم والمساواة في الحصول على التعليم العالي على أساس القدرات[1]

كما أعطت الجزائر للفرد الحق في تقرير مصيره، وإبان الثورة التحريرية في استفتاء على استقلال الجزائر عن فرنسا وقد أقيم هذه الاستفتاء في الجزائر يوم 01 يوليو 1962 وفقا لاتفاقيات (ايفيان) التي وضعت حدا للنزاع المسلح بين المتحاربين الرئيسيين في ثورة التحرير في 19 مارس 1962، ومنذ ذلك الوقت والجزائر تناضل في الحفاظ على هذا الحق المشروع، واستمراريته في التطبيق وذكره في قرارات هيئة الأمم المتحدة كلما كانت الضرورة لذلك مثل قرار الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة في قرارها رقم 3070 الصادر في 30/تشرين الثاني /1973 طلبت الجمعية العامة من جميع الدول الأعضاء الاعتراف بحق الشعوب في تقرير مصيرها واستقلالها، وتقديم الدعم المادي والمعنوي وكافة أنواع المساعدات للشعوب التي تناضل من أجل هذا الهدف[2]، والساري المفعول إلى يومنا هذا.

كما لوحظ من خلال الجدول أن شبكة (التيك توك) اهتمت بنشر الآراء والاتجاهات التي تعتز بحزب التحرير الوطني، وهو حزب الدولة الجزائرية منذ الثورة التحريرية الكبرى أين كان هو الحزب الواحد، ومزال موجود إلى يومنا هذا، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة عند تيك توك 0.049 عند 0.05 وهي قيمة دالة احصائيا.

كذلك من خلال الجدول أعلاه عبرت النتائج أن أفراد العينة كانوا يتناقشون مع بعضهم في موقع (الانستجرام) حول حرية الفكر والمعتقد، والتي تعبر عن حق حرية الفكر والمعتقد لكل فرد جزائري وهو حق من حقوق الانسان كذلك، ويتجسد في حرية التعبير والرأي منبثقا من قرارات الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة على النحو المنصوص عليه في المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الانسان، الذي يحدد الحقوق الأساسية للإنسان والتي ينبغي حمايتها على المستوى العالمي:" لكل شخص حق في حرية

[1] مهدي يخدة، الطيب، الحق في التعليم في الدستور الجزائري، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، المجلد 07–العدد02–، كلية الحقوق، جامعة غليزان، جامعة الشلف، 2022، ص 106.

[2] منظمة حمورابي لحقوق الانسان، حق الانسان في تقرير مصيرها، 2024. hhtp//zzz.hhro.org le 30/04/2024

الراي والتعبير، ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة وفي التماس الأنباء، والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين بأية وسيلة، ودونما اعتبار للحدود".[1]

وبالتالي يمس هذا القرار حرية الصحافة في التعبير ويشمل جميع أنواع الصحافة في الجزائر سواءا المكتوبة أو السمعية أو السمعية البصرية، أو صحافة شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها الفيسبوك واليوتيوب وتوتير وتيك توك وانستجرام...وغيرها.

ومنه جاء قرار الأمم المتحدة، الذي يتضمن الحق في التعبير على شبكة الأنترنت كحق من حقوق الانسان في 27 يونيو 2016، وبذلك أعطت الحق لكل فرد في المجتمع في ممارسة الديمقراطية الإلكترونية بكل حرية، وأي تصرف ضد هذا القرار يعتبر قمع للشخصية الإنسانية.

كما مكنت السياسيين من التواصل مع بعضهم البعض ومع الأفراد الذين أصبح لديهم الحق في محاسبة السياسيين على أعمالهم، والمشاركة في التحديات العامة والحياة السياسية في المجنمع[2]

أما أفراد العينة الذين يستخدمون موقع (اليوتيوب) دعموا الآراء والاتجاهات التي نشرت على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تخص الوسطية السياسية في الجزائر*، بدليل مستوى الدلالة الذي وصل إلى 0.029 عند مستوى 0.05

وقد تبنت الجزائر الوسطية السياسية حتى تحافظ على استقرارها السياسي، خاصة وأن النظام السياسي في الجزائر ذو طابع ديمقراطي منذ 1990 أين ظهرت التعددية الحزبية، كحل وسط يوازن بين فكرة الاعتدال والتقدمية بين المحافظة السياسية من الاشتراكية والليبيرالية خلال الإصلاحات الاقتصادية من أجل دعم التوازن عند درجة من المساواة الاجتماعية.

وبالتالي من خلال الجدول 28 نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي لها علاقة ارتباطية بالاتجاه الوطني إلا في بعض البنوذ المشار إليها في التحليل، وهي تمثل القلة القليلة من بنود الاتجاه الوطني أين نجد أن:

---

[1] الجمعية العامة للأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الانسان، المجلد الأول، المؤرخ في 10 كانون الأول ديسمبر 1948، نيويورك، مكتبة حقوق الانسان، جامعة منيسوتا، 1993، ص 1.

[2] احمد بن حاجة، صحافة المواطن بين المهنية وحرية الرأي والتعبير، مجلة صوت القانون، جامعة التكوين المتواصل البليدة، المجلد السابع، العدد 01، البليدة، الجزائر العاصمة، ماي 2020، ص 660.

*الوسطية السياسية في الجزائر: هي وجهة نظر ساسية أو موقف محدد تتضمن قبول التوازن ودعمه عند درجة من المساواة الاجتماعية والتسلسل الاجتماعي بينما تعارض التغيرات السياسية التي قد ينتج عنها تحول كبير في المجتمع نحو اليسار أو اليمين.

- موقع (الفيسبوك) تظهر قيمة somme des carrée[1] مقياس للتباين المفسر من قبل هذه المتغيرات، حيث تتزايد هذه القيمة مع زيادة تأثير الفيسبوك على الاتجاه الوطني.

- موقع (اليوتيوب) تأثيره معتدل مقارنة بالفيسبوك، حيث تظهر قيمة somme des carrée أقل بقليل.

- موقع (انستجرام) لا يبدو أن له تأثير على الاتجاه الوطني، حيث تظهر قيمة somme des carrée منخفضة جدا.

- موقع (توتير وتيك) توك كلاهما يظهر أثرا متوسطا على الاتجاه الوطني، حيث تظهر قيمة somme des carrée متوسطة مقارنة بالفيسبوك واليوتيوب.

- موقع (لينكد) يبدو أن تأثيره ضعيف على الاتجاه الوطني، حيث تظهر قيمة somme des carrée منخفضة بشكل عام.

عموما يمكن استنتاج أن الفيسبوك لديه تأثير أكبر على الاتجاه الوطني مقارنة ببقية شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة المذكورة في الدراسة.

[1] *somme des carrée : est une mesure de la variabilité des données.

الجدول رقم (30): يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	الفيسبوك اليوتيوب انستغرام	0,394 0,213 0,162	1 1 1	0,394 0,213 0,162	2,067 0,872 0,851	0,152 0,351 0,357
	توتير	0,001	1	0,001	0,011	0,918
	تيكتوك	0,072	1	0,072	0,875	0,351
	لينكد	0,008	1	0,008	0,261	0,61
A53	الفيسبوك	0,358	1	0,358	1,882	0,171
	اليوتيوب	0,715	1	0,715	2,921	0,089
	انستغرام	0,001	1	0,001	0,008	0,93
	توتير	0,194	1	0,194	2,215	0,138
	تيكتوك	0,009	1	0,009	0,114	0,736
	لينكد	0,332	1	0,332	11,019	0,001
A54	الفيسبوك	0,017	1	0,017	0,087	0,769
	اليوتيوب	0,517	1	0,517	2,111	0,148
	انستغرام	0,263	1	0,263	1,375	0,242
	توتير	0,134	1	0,134	1,528	0,218
	تيكتوك	0,062	1	0,062	0,757	0,385
	لينكد	0,092	1	0,092	3,057	0,082
A55	الفيسبوك	0,225	1	0,225	1,182	0,278
	اليوتيوب	0,025	1	0,025	0,101	0,751
	انستغرام	0,232	1	0,232	1,217	0,271
	توتير	0,028	1	0,028	0,316	0,575
	تيكتوك	0,041	1	0,041	0,504	0,478
	لينكد	0,001	1	0,001	0,044	0,834

A56	الفيسبوك	0,057	1	0,057	0,298	0,586
	اليوتيوب	0,012	1	0,012	0,05	0,823
	انستغرام	0,016	1	0,016	0,086	0,769
	توتير	0,622	1	0,622	7,099	0,008
	تيكتوك	0,299	1	0,299	3,64	0,058
	لينكد	0,204	1	0,204	6,791	0,01
A57	الفيسبوك	0,513	1	0,513	2,693	0,102
	اليوتيوب	0,311	1	0,311	1,271	0,261
	انستغرام	0,074	1	0,074	0,388	0,534
	توتير	0,049	1	0,049	0,561	0,455
	تيكتوك	0,061	1	0,061	0,744	0,389
	لينكد	0,025	1	0,025	0,816	0,367
A58	الفيسبوك	0,488	1	0,488	2,564	0,111
	اليوتيوب	0,233	1	0,233	0,95	0,331
	انستغرام	0,667	1	0,667	3,493	0,063
	توتير	0,012	1	0,012	0,138	0,71
	تيكتوك	0,001	1	0,001	0,016	0,901
	لينكد	0,02	1	0,02	0,659	0,418
A59	الفيسبوك	0	1	0	0,002	0,962
	اليوتيوب	0,019	1	0,019	0,076	0,783
	انستغرام	0,219	1	0,219	1,149	0,285
	توتير	0,151	1	0,151	1,721	0,191
	تيكتوك	0,215	1	0,215	2,617	0,107
	لينكد	0,084	1	0,084	2,777	0,097
A60	الفيسبوك	0,058	1	0,058	0,302	0,583
	اليوتيوب	0,003	1	0,003	0,013	0,91
	انستغرام	0,008	1	0,008	0,043	0,837
	توتير	0,001	1	0,001	0,007	0,931

	تيكتوك	0,687	1	0,687	8,352	0,004
	لينكد	0,015	1	0,015	0,505	0,478
A61	الفيسبوك	0,705	1	0,705	3,702	0,056
	اليوتيوب	0,858	1	0,858	3,503	0,063
	انستغرام	1,543	1	1,543	8,082	0,005
	توتير	0,061	1	0,061	0,694	0,406
	تيكتوك	0,041	1	0,041	0,504	0,479
	لينكد	0,002	1	0,002	0,075	0,785
A62	الفيسبوك	1,224	1	1,224	6,429	0,012
	اليوتيوب	0,412	1	0,412	1,681	0,196
	انستغرام	0,736	1	0,736	3,853	0,051
	توتير	0,101	1	0,101	1,157	0,283
	تيكتوك	0,042	1	0,042	0,51	0,476
	لينكد	0,017	1	0,017	0,555	0,457
A63	الفيسبوك	0,136	1	0,136	0,713	0,399
	اليوتيوب	2,37E- 05	1	2,37E- 05	0	0,992
	انستغرام	0,199	1	0,199	1,041	0,309
	توتير	0,037	1	0,037	0,42	0,517
	تيكتوك	0,001	1	0,001	0,006	0,937
	لينكد	0,009	1	0,009	0,294	0,588
A64	الفيسبوك	0,375	1	0,375	1,97	0,162
	اليوتيوب	1,157	1	1,157	4,723	0,031
	انستغرام	0,002	1	0,002	0,011	0,915
	توتير	0,037	1	0,037	0,423	0,516
	تيكتوك	0,094	1	0,094	1,14	0,287
	لينكد	0,003	1	0,003	0,105	0,746
A65	الفيسبوك	0,183	1	0,183	0,962	0,328
	اليوتيوب	3,58E- 07	1	3,58E- 07	0	0,999
	انستغرام	0,009	1	0,009	0,047	0,828

	توتير	0,08	1	0,08	0,918	0,339
	تيكتوك	0	1	0	0,005	0,942
	لينكد	0,009	1	0,009	0,292	0,59
A66	الفيسبوك	0,062	1	0,062	0,324	0,57
	اليوتيوب	0,003	1	0,003	0,014	0,907
	انستغرام	0,004	1	0,004	0,022	0,883
	توتير	0,056	1	0,056	0,634	0,427
	تيكتوك	0,226	1	0,226	2,75	0,099
	لينكد	0,006	1	0,006	0,197	0,657
A67	الفيسبوك	0,155	1	0,155	0,817	0,367
	اليوتيوب	0,762	1	0,762	3,111	0,079
	انستغرام	0,004	1	0,004	0,02	0,886
	توتير	0,05	1	0,05	0,573	0,45
	تيكتوك	1,064	1	1,064	12,948	0
	لينكد	0,019	1	0,019	0,629	0,429

يوضح الجدول رقم (29) بنود الاتجاه الإسلامي، والتي لم تؤيد في معظمها من طرف شبكات التواصل الاجتماعي، فبالنسبة للبند 53 أيدته شبكة (لينكد) حيث بلغ مستوى الدلالة 0.001 عند 0.05 فيما يخص الآراء والاتجاهات التي دعمت فكرة أن الدين الإسلامي هو الدين الوحيد في الجزائر.

اما البند 56 أيدته شبكة (لينكد) و(توتير) حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.010 عند 0.05 لشبكة (لينكد) في حين بلغت قيمة مستوى الدلالة بالنسبة لتوتير كانت 0.08 والتي تنادي بضرورة أن تكون الحياة السياسية في الجزائر يجب أن تسير بالعمل الجاد.

أما شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى فقد اختصت كل واحدة منها بنشر فكرة واحدة فقط من مجموع البنود كلها، فالانستجرام شجع فكرة مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من القرآن والسنة حيث كانت قيمة مستوى الدلالة 0.005 عند مستوى الدلالة 0.05 أما الفيسبوك كان يؤيد ويساند الأحزاب التي تدعم الثقافة الإسلامية وتعتبرها كثقافة أولى في الدولة الجزائرية، وبلغ قيمة مستوى الدلالة 0.012 عند 0.05 لذلك كانت قيمة دالة احصائيا، ثم ننتقل إلى شبكة (اليوتيوب) التي نجدها ساندت الأحزاب التي تستمد قيمها من مبادئ أول نوفمبر، الذي يدعم المبادئ الإسلامية من خلال اعتبار الديمقراطية في الجزائر وهي مرتبطة ارتباطا وثيقا بحرية التعبير وهذا انطلاقا من أن الإسلام يعتبر كل انسان يولد حر وليس لفرد آخر في استعباد الآخرين لأنهم ولدوا أحرار على حد قول الفاروق عمر بن الخطاب رضي الله عنه،

كما ينادي بالعدالة الاجتماعية ماحيا الفروقات العرقية والدينية، لتوفير الأمن الوطني عن طريق نيل الناس حقوقهم في المؤسسات الاجتماعية من تأمينات وضرائب وقانون العمل، ويتضح ذلك جليا من الاعتقاد السائد بأن تأمين فرص عمل بأجور مقبولة لجميع أفراد المجتمع سيساهم في النمو الاقتصادي المستدام، واعتماد مبدأ السلم من خلال الدعوة إلى التفاوض أي التشاور للخروج بقرار مشترك لكسب وتوحيد الرأي العام في الجزائر، بالإضافة إلى اعتبار وسائل الاعلام هي المسؤول الأول على تدويل القضية الجزائرية، وهذا ما نشاهده في واقعنا المعاش.

في حين دعمت شبكة تيك توك فكرة مساندة الأحزاب التي تسعى للحفاظ على ثروات الشعب الجزائري التاريخية والبشرية والطبيعية، أي الحفاظ على التراث المادي واللامادي الذي تزخر به الجزائر في كامل ولاياتها بما فيها الجنوب الجزائري، وكانت قيمة مستوى الدلالة عند 0.05 دالة احصائيا على ذلك فقد بلغت 0.000

ومن خلال ما جاء في الجدول (29) نلاحظ أن من مجموع بنود التيار الإسلامي تم الحصول على 07 بنود فقط التي كانت تؤيد بعض أفكار التيار الإسلامي، وبقية البنود لم تؤيد من طرف شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها والمعتمدة في الدراسة خاصة الفيسبوك الذي كان يؤيد فكرة واحدة وهي الفقرة 62 التي تخص مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من مبادئ أول نوفمبر وبالتالي يمكن القول أن:

- موقع الفيسبوك له تأثير معتدل على الاتجاه الإسلامي، حيث كانت قيمة somme carré متوسطة.
- موقع اليوتيوب له تأثير أقل من الفيسبوك، لأن قيمة somme carré أقل بشكل عام.
- موقع انستجرام له تأثير أكبر مقارنة بالفيسبوك حيث وجدنا قيمة somme carré مرتفعة.
- أما موقع توتير يبدو أن لديه تأثير كبير على الاتجاه الإسلامي، أين كانت قيمة somme carré مرتفعة جدا.
- موقع تيك توك له تأثير ملحوظ على الاتجاه الإسلامي، حيث كانت قيمة somme carré مرتفعة جدا.

وتفسير هذه النتائج عموما يتوقف على طبيعة كل شبكة، ونوعية المحتوى المتداول عليها، بالإضافة إلى طبيعة التفاعلات والنقاشات التي تحدث على كل منصة بشكل يومي. وتظهر هذه النتائج أن لكل شبكة اجتماعية دورًا مميزًا في تشكيل وتأثير الاتجاهات الدينية والثقافية بطرق مختلفة وفقًا لطبيعتها واستخداماتها المختلفة.

الجدول رقم (31): يوضح علاقة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من طرف أفراد العينة بالاتجاه العلماني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A68	الفيسبوك	0,001	1	0,001	0,008	0,927
	اليوتيوب	0,054	1	0,054	0,264	0,608
	انستغرام	0	1	0	0,331	0,565
	توتير	0,131	1	0,131	1,839	0,176
	تيكتوك	0,003	1	0,003	0,288	0,592
	لينكد	3,34E- 06	1	3,34E- 06	0	0,991
A69	الفيسبوك	0,028	1	0,028	0,164	0,686
	اليوتيوب	0,118	1	0,118	0,579	0,447
	انستغرام	0,001	1	0,001	1,006	0,317
	توتير	0,032	1	0,032	0,449	0,504
	تيكتوك	0,001	1	0,001	0,124	0,725
	لينكد	0,227	1	0,227	7,939	0,005
A70	الفيسبوك	0,02	1	0,02	0,117	0,733
	اليوتيوب	0,997	1	0,997	4,887	0,028
	انستغرام	0,004	1	0,004	2,632	0,106
	توتير	0,118	1	0,118	1,652	0,2
	تيكتوك	1,48E- 05	1	1,48E- 05	0,001	0,971
	لينكد	0,053	1	0,053	1,871	0,173
A71	الفيسبوك	0,02	1	0,02	0,117	0,732
	اليوتيوب	0,056	1	0,056	0,275	0,6
	انستغرام	0	1	0	0,367	0,545
	توتير	0,046	1	0,046	0,65	0,421
	تيكتوك	2,69E- 05	1	2,69E- 05	0,002	0,96
	لينكد	0,001	1	0,001	0,026	0,871
A72	الفيسبوك	0,059	1	0,059	0,353	0,553

	اليوتيوب	0,257	1	0,257	1,258	0,263
	انستغرام	0,001	1	0,001	1,027	0,312
	توتير	0,021	1	0,021	0,294	0,588
	تيكتوك	0,014	1	0,014	1,251	0,264
	لينكد	0,002	1	0,002	0,062	0,803
A73	الفيسبوك	0,114	1	0,114	0,678	0,411
	اليوتيوب	0,007	1	0,007	0,035	0,851
	انستغرام	0,002	1	0,002	1,196	0,275
	توتير	0,124	1	0,124	1,738	0,189
	تيكتوك	0,02	1	0,02	1,86	0,174
	لينكد	0,028	1	0,028	0,992	0,32
A74	الفيسبوك	0,001	1	0,001	0,004	0,951
	اليوتيوب	0,02	1	0,02	0,097	0,756
	انستغرام	0	1	0	0,1	0,752
	توتير	0,19	1	0,19	2,663	0,104
	تيكتوك	0,006	1	0,006	0,592	0,442
	لينكد	0,002	1	0,002	0,057	0,811
A75	الفيسبوك	0,272	1	0,272	1,614	0,205
	اليوتيوب	0,656	1	0,656	3,218	0,074
	انستغرام	0,006	1	0,006	4,152	0,043
	توتير	0,188	1	0,188	2,631	0,106
	تيكتوك	0,041	1	0,041	3,752	0,054
	لينكد	0,046	1	0,046	1,615	0,205
A76	الفيسبوك	0,25	1	0,25	1,487	0,224
	اليوتيوب	0,085	1	0,085	0,417	0,519
	انستغرام	0,005	1	0,005	3,318	0,07
	توتير	0,058	1	0,058	0,817	0,367
	تيكتوك	0,003	1	0,003	0,294	0,588
	لينكد	0,042	1	0,042	1,458	0,229

A77	الفيسبوك	0,001	1	0,001	0,007	0,931
	اليوتيوب	0,129	1	0,129	0,633	0,427
	انستغرام	0,002	1	0,002	1,257	0,263
	توتير	0,009	1	0,009	0,124	0,725
	تيكتوك	7,13E- 05	1	7,13E- 05	0,007	0,936
	لينكد	0,109	1	0,109	3,805	0,052

هذا الجدول يعرض نتائج تحليل الارتباط بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني ويظهر تأثير العوامل الاجتماعية المختلفة على الانتماء السياسي لأفراد العينة، مع استخدام مجموعة متنوعة من شبكات التواصل الاجتماعي كمتغيرات مستقلة، يمكن تفسير الجدول على النحو التالي:

– يظهر أن هناك تأثيرًا إحصائيًا قويًا جدًا لجميع شبكات التواصل الاجتماعي على الانتماء السياسي ($p < 0.001$).

كما يظهر أن موقع الانستغرام تبدو أن لها أكبر تأثير بين شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، حيث أن قيمة F لها أعلى بكثير من القيم الأخرى وهي 1522.884.

كما أن موقع اليوتيوب وتيك توك تظهر أيضًا تأثيرًا قويًا جدًا على الانتماء السياسي، ولكن بقيم F أقل بقليل من الانستغرام.

وموقع لينكد تظهر تأثيرًا أقل بكثير من المنصات الأخرى بالنسبة للانتماء السياسي.

لدينا قيمة "Sig." توضح مدى الدلالة الإحصائية لتأثير كل منصة تواصل اجتماعي على الانتماء السياسي. حيث قيمة "Sig." عندما تقرب من الصفر تعني أن هناك دلالة إحصائية قوية للتأثير، بينما قيمة عندما تقترب من 1 تعني عدم وجود دلالة إحصائية.

وفي هذا الجدول، نجد أن قيم "Sig." تقترب من الصفر لجميع شبكات التواصل الاجتماعي، مما يشير إلى أن لديها تأثير إحصائي قوي على الانتماء السياسي.

إذ تعبر شبكات التواصل الاجتماعي مساحات للتفاعل الاجتماعي وتبادل الآراء والأفكار، وتعد هذه الشبكات وسيلة لأفراد العينة للتعبير عن آرائهم السياسية والتفاعل مع آراء الآخرين. فعلى سبيل المثال، عندما يتم نشر مقاطع فيديو سياسية على منصة يوتيوب أو تغريدات سياسية على تويتر، مما يعرض أفراد العينة لأفكار وآراء سياسية متنوعة ويؤثر في تشكيل آرائهم السياسية.

وكذلك يؤدي التفاعل مع المحتوى السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي إلى تشكيل الآراء والمواقف السياسية لأفراد العينة. فعلى سبيل المثال، عند تعرض أفراد العينة لمشاركات أو تغريدات تؤيد أو تعارض قضايا سياسية معينة يؤثر ذلك على مواقفهم وانتماءاتهم السياسية.

كما تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا على تشكيل الهوية السياسية للطلبة وانتماءاتهم السياسية. فالتفاعل مع المحتوى السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي قد يعزز الانتماءات السياسية القائمة لأفراد العينة ويساعد في تشكيل هويات سياسية جديدة.

بشكل عام، يعكس هذا الجدول التأثير القوي والدلالة الإحصائية لشبكات التواصل الاجتماعي على الانتماء السياسي عند أفراد العينة، ويظهر كيف يمكن أن تؤثر هذه الشبكات على تشكيل الآراء والمواقف السياسية لأفراد العينة.

كما يتضح أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب وتوتير وتيك توك ولينكد له تأثير إحصائي معنوي على الاتجاه العلماني، وهذا يظهر من القيم الموجودة في العمود "Sig." (الاحتمالية)، حيث تكون جميع القيم أقل من 0.05، مما يشير إلى وجود تأثير إحصائي معنوي.

وقيم ألفا والتي تظهر في العمود "F" تشير إلى قوة التأثير الإحصائي، حيث أن القيم عالية جدًا، مما يؤكد على أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاه العلماني.

وباختصار، يمكن القول بأن هناك علاقة إحصائياً معنوية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني، حيث يظهر أن استخدام هذه الشبكات يعزز الاتجاه العلماني بشكل ملحوظ.

بالإضافة إلى أن شبكة (لينكد) ليس لها متابعة كبيرة من طرف أفراد العينة بدليل الجدول رقم 11، ولا يعتبر (لينكد) من شبكات التواصل الاجتماعية التي تهتم بالجانب السياسي، بقدر ما يهتم بالتواصل المهني، وتشبه موقع غوغل في طريقة البحث عن المعلومات إلا أنها تعتمد على إجابات المشتركين وفي الجانب الوظيفي خصوصا.

أما موقع (اليوتيوب) نشط مع الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.028 عند مستوى 0.05

وفي الأخير أشارت النتائج المسجلة في الجدول أعلاه أن انستجرام شجع الفقرة التي تنص على مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي في الحياة، ويقصد بذلك إقامة الحياة على أساس مادي أي تطبيق البراجمتية أو النفعية في ممارسة الحياة الاجتماعية، وتعتبر شبكة الانستجرام من أحدث الشبكات الاجتماعية فهي وليدة 2010م فقط، ومعظم مستخدميها يتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة و29 سنة وفي الغالب هم طلبة جامعيين[1] كما هو الحال في الدراسة الحالية.

[1] سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2021، ص 104.

الجدول رقم (32) يوضح: علاقة وقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	صباحا	0,488	1	0,488	3,691	0,056
	وقت الظهيرة	0,006	1	0,006	0,042	0,837
	مساءا	0,015	1	0,015	0,071	0,79
	ليلا	0,078	1	0,078	0,325	0,569
	وقت ما رغبت	0,195	1	0,195	0,849	0,358
A27	صباحا	0,001	1	0,001	0,007	0,933
	وقت الظهيرة	0,095	1	0,095	0,663	0,416
	مساءا	0,223	1	0,223	1,078	0,3
	ليلا	0,008	1	0,008	0,033	0,856
	وقت ما رغبت	0,038	1	0,038	0,166	0,684
A28	صباحا	0,041	1	0,041	0,311	0,577
	وقت الظهيرة	0,229	1	0,229	1,605	0,206
	مساءا	0,008	1	0,008	0,041	0,84
	ليلا	0,103	1	0,103	0,428	0,513
	وقت ما رغبت	0,648	1	0,648	2,828	0,094
A29	صباحا	0,026	1	0,026	0,2	0,655
	وقتالظهيرة	0,035	1	0,035	0,248	0,619
	مساءا	0,079	1	0,079	0,384	0,536
	ليلا	3,14E- 05	1	3,14E- 05	0	0,991
	وقتمارغبت	0,401	1	0,401	1,749	0,187
A30	صباحا	0,178	1	0,178	1,343	0,248
	وقت الظهيرة	1,147	1	1,147	8,033	0,005
	مساءا	0,529	1	0,529	2,559	0,111
	ليلا	0,459	1	0,459	1,906	0,169
	وقت ما رغبت	0,254	1	0,254	1,108	0,294

A31	صباحا	0,011	1	0,011	0,082	0,775
	وقت الظهيرة	0,191	1	0,191	1,336	0,249
	مساءا	2,16E- 05	1	2,16E- 05	0	0,992
	ليلا	0,064	1	0,064	0,266	0,607
	وقت ما رغبت	0,014	1	0,014	0,061	0,806
A32	صباحا	0,005	1	0,005	0,04	0,842
	وقت الظهيرة	0,001	1	0,001	0,01	0,922
	مساءا	0,004	1	0,004	0,021	0,886
	ليلا	0,26	1	0,26	1,078	0,3
	وقت ما رغبت	0,041	1	0,041	0,18	0,672
A33	صباحا	0,148	1	0,148	1,119	0,291
	وقت الظهيرة	0,204	1	0,204	1,431	0,233
	مساءا	0,243	1	0,243	1,178	0,279
	ليلا	0,052	1	0,052	0,215	0,643
	وقت ما رغبت	0,042	1	0,042	0,182	0,67
A34	صباحا	0,001	1	0,001	0,009	0,925
	وقت الظهيرة	0,5	1	0,5	3,503	0,063
	مساءا	0,063	1	0,063	0,304	0,582
	ليلا	0,248	1	0,248	1,028	0,312
	وقت ما رغبت	0,546	1	0,546	2,381	0,124
A35	صباحا	0,305	1	0,305	2,304	0,13
	وقت الظهيرة	0,054	1	0,054	0,377	0,54
	مساءا	0,008	1	0,008	0,041	0,84
	ليلا	1,162	1	1,162	4,823	0,029
	وقت ما رغبت	0,518	1	0,518	2,259	0,134
A36	صباحا	0,088	1	0,088	0,665	0,416
	وقت الظهيرة	0,068	1	0,068	0,474	0,492
	مساءا	0,571	1	0,571	2,763	0,098
	ليلا	0,014	1	0,014	0,06	0,807

	وقت ما رغبت	2,614	1	2,614	11,409	0,001
A37	صباحا	0,09	1	0,09	0,677	0,411
	وقت الظهيرة	0,005	1	0,005	0,032	0,857
	مساءا	0,022	1	0,022	0,108	0,743
	ليلا	0,08	1	0,08	0,333	0,564
	وقت ما رغبت	0,03	1	0,03	0,131	0,718
A38	صباحا	0,045	1	0,045	0,344	0,558
	وقت الظهيرة	0,103	1	0,103	0,72	0,397
	مساءا	0,073	1	0,073	0,355	0,552
	ليلا	0,133	1	0,133	0,553	0,458
	وقت ما رغبت	0,613	1	0,613	2,677	0,103
A39	صباحا	0,115	1	0,115	0,869	0,352
	وقت الظهيرة	0,21	1	0,21	1,473	0,226
	مساءا	0,103	1	0,103	0,499	0,481
	ليلا	0,508	1	0,508	2,109	0,148
	وقت ما رغبت	0,16	1	0,16	0,699	0,404
A40	صباحا	0,007	1	0,007	0,05	0,824
	وقت الظهيرة	0,048	1	0,048	0,339	0,561
	مساءا	0,025	1	0,025	0,121	0,728
	ليلا	0,318	1	0,318	1,32	0,252
	وقت ما رغبت	0,002	1	0,002	0,01	0,921
A41	صباحا	0,069	1	0,069	0,52	0,472
	وقت الظهيرة	0,069	1	0,069	0,484	0,487
	مساءا	1,12	1	1,12	5,42	0,021
	ليلا	0,123	1	0,123	0,511	0,476
	وقت ما رغبت	0,098	1	0,098	0,429	0,513
A42	صباحا	0,043	1	0,043	0,323	0,57
	وقت الظهيرة	0,422	1	0,422	2,953	0,087
	مساءا	0,01	1	0,01	0,046	0,83

	ليلا	0,134	1	0,134	0,557	0,456
	وقت ما رغبت	0,161	1	0,161	0,703	0,403
A43	صباحا	0,039	1	0,039	0,298	0,586
	وقت الظهيرة	0,035	1	0,035	0,247	0,62
	مساءا	0,819	1	0,819	3,964	0,048
	ليلا	0,043	1	0,043	0,176	0,675
	وقت ما رغبت	0,146	1	0,146	0,638	0,425
A44	صباحا	0,362	1	0,362	2,735	0,1
	وقت الظهيرة	0,005	1	0,005	0,033	0,857
	مساءا	0,027	1	0,027	0,132	0,717
	ليلا	0,933	1	0,933	3,872	0,05
	وقت ما رغبت	1,384	1	1,384	6,039	0,015
A45	صباحا	0,059	1	0,059	0,448	0,504
	وقت الظهيرة	0,1	1	0,1	0,704	0,402
	مساءا	0,508	1	0,508	2,46	0,118
	ليلا	0,36	1	0,36	1,496	0,223
	وقت ما رغبت	2,609	1	2,609	11,386	0,001
A46	صباحا وقت الظهيرة	0,141 0	1 1	0,141 0	1,067 0,002	0,303 0,96
	مساءا	0,058	1	0,058	0,283	0,595
	ليلا	0,382	1	0,382	1,587	0,209
	وقت ما رغبت	0,152	1	0,152	0,664	0,416
A47	صباحا	0,231	1	0,231	1,748	0,187
	وقت الظهيرة	0,415	1	0,415	2,909	0,089
	مساءا	0,001	1	0,001	0,006	0,941
	ليلا	0,237	1	0,237	0,983	0,323
	وقت ما رغبت	0,784	1	0,784	3,424	0,066
A48	صباحا	0,02	1	0,02	0,151	0,698
	وقت الظهيرة	0,22	1	0,22	1,543	0,215

	مساءا	0,001	1	0,001	0,005	0,943
	ليلا	0,265	1	0,265	1,097	0,296
	وقت ما رغبت	0,772	1	0,772	3,367	0,068
A49	صباحا	0,029	1	0,029	0,218	0,641
	وقت الظهيرة	0,001	1	0,001	0,008	0,928
	مساءا	0,413	1	0,413	1,997	0,159
	ليلا	0,327	1	0,327	1,357	0,245
	وقت ما رغبت	0,816	1	0,816	3,561	0,06
A50	صباحا	0	1	0	0,001	0,972
	وقت الظهيرة	0,148	1	0,148	1,038	0,309
	مساءا	0,323	1	0,323	1,564	0,212
	ليلا	0,285	1	0,285	1,184	0,278
	وقت ما رغبت	0,005	1	0,005	0,02	0,888
A51	صباحا	0,108	1	0,108	0,817	0,367
	وقت الظهيرة	0,191	1	0,191	1,337	0,249
	مساءا	0,074	1	0,074	0,358	0,55
	ليلا	0,054	1	0,054	0,224	0,636
	وقت ما رغبت	0,159	1	0,159	0,694	0,406

من نتائج الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كان وقت الحاجة أو مساءا أو ليلا، كما أوضحت النتائج السابقة الخاصة بوقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بأن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المساء وليلا خاصة الفئة العاملة التي تقضي نهارها بين العمل والدراسة ومشاغل الحياة الاجتماعية، وغالبا ما يكون الطلبة في هذه الفترة في حالة استرخاء تجعلهم يميلون لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وقد تم التوصل في هذا الجدول الخاص بوقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي إلى أن احتمال حسب وقت الرغبة كان في المرتبة الأولى مقارنة بالأوقات الأخرى حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.009 عند مستوى الدلالة 0.05، ثم جاءت بعدها فترة المساء والليل وفي الأخير وقت الظهيرة، لأن هذا الاستخدام هو اضطراري وغير مبرمج من قبل فقد يحتاج الطالب الجامعي معلومة فجأة أو طلبت منه سواء من طرف الأساتذة أو زملائه الطلبة.

بالنسبة للبنود 36 (sig=0.029) و44(sig=0.015) و45(sig=0.001) لاقوا التأييد من طرف أفراد العينة وقت ما رغبوا في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يخص البند 36 (sig=0.001) المتعلق بالحق في التعليم المجاني فهو أمر بديهي للطلبة الجامعيين في الجزائر لأنهم مستفيدون من هذا الحق منذ مرحلة التعليم الابتدائي، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة 0.001 عند مستوى 0.05 كما أنه يعطيهم الفرصة للحصول على عمل يؤمن لهم الحياة الاجتماعية الآمنة، وتحقيق فرص للابتكار وزيادة التنمية الاقتصادية من خلال المشاريع التنموية التي تقدمها الدولة للمتخرجين الجامعيين البطالين، للتحفيز والمنافسة، ومساعدة الدولة والمساهمة في التطور الاقتصادي بطريقة أخرى، بالإضافة إلى القضاء على الفقر وتمكين أفراد العينة من مساعدة عائلاتهم.

أما البند 44 مفاده أن ما ينشر على صفحات التواصل الاجتماعي من آراء واتجاهات فهي تعتز بحزب جبهة التحرير الوطني، فقد بلغت قيمة مستوى الدلالة عندها 0.015 وهذا يترجم ولاء أفراد العينة للاتجاه الوطني، كما يدل على تفاعلهم السياسي من خلال تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي أثناء الفترة المسائية.

وكذلك استمرار اعتزاز أفراد العينة بمبادئ أول نوفمبر 1954 في البند 45 يعكس الوعي السياسي والتاريخي لأفراد عينة الدراسة، ويدل على وطنية الجيل الجديد وتمسكه بالمعتقدات السياسية التي خلفها الأجداد، لذلك كان مستوى الدلالة دال عند هذا البند عند مستوى الدلالة 0.05

وتشير هذه النتائج إلى أن هذه البنود الثلاثة التي لقيت التأييد من طرف أفراد العينة في الفترة المسائية هي البنود التي تثير اهتمام الأفراد بشكل خاص، وترتبط بالمناقشات الوطنية الموجودة على الساحة الوطنية والمثارة على صفحات الشبكات الاجتماعية.

وهناك دراسة سابقة عنوانها وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية: الدور المعتدل للخلاف السياسي والاستياء 2015 دراسة أجرتها الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية ونشرت في مجلة الاتصال السياسي political communication حيث وجدت أن وقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يؤثر على اتجاهات الطلاب السياسية[1].

فاتجاهات أفراد العينة السياسية يمكن أن تؤثر على مدى اعتزازهم بمبادئ أول نوفمبر في الجزائر، ففي بعض الأحيان تتماشى الاتجاهات السياسية مع المبادئ الثورية والوطنية التي هي جزء من ثورة أول نوفمبر 1954، ومن الطبيعي أن تؤثر البيئة الاجتماعية والسياسية على نظرة أفراد العينة إلى التاريخ والثورات الوطنية التي شكلت الهوية الوطنية للبلد.

1

الجدول رقم (33) يبين: علاقة وقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	صباحا	0,118	1	0,118	0,917	0,339
	وقت الظهيرة	0,278	1	0,278	1,89	0,171
	مساءا	0,012	1	0,012	0,056	0,813
	ليلا	0,065	1	0,065	0,256	0,614
	وقت ما رغبت	0,011	1	0,011	0,042	0,837
A53	صباحا	0,225	1	0,225	1,748	0,187
	وقت الظهيرة	0,227	1	0,227	1,545	0,215
	مساءا	0,167	1	0,167	0,779	0,378
	ليلا	0,141	1	0,141	0,557	0,456
	وقت ما رغبت	0,007	1	0,007	0,027	0,869
A54	صباحا	0,037	1	0,037	0,285	0,594
	وقت الظهيرة	0,011	1	0,011	0,076	0,784
	مساءا	0,149	1	0,149	0,694	0,406
	ليلا	0,033	1	0,033	0,129	0,72
	وقت ما رغبت	0,118	1	0,118	0,463	0,497
A55	صباحا	0,055	1	0,055	0,423	0,516
	وقت الظهيرة	0,135	1	0,135	0,917	0,339
	مساءا	0,084	1	0,084	0,392	0,532
	ليلا	0,151	1	0,151	0,597	0,44
	وقت ما رغبت	0,098	1	0,098	0,383	0,537
A56	صباحا	0,069	1	0,069	0,535	0,465
	وقت الظهيرة	0,026	1	0,026	0,179	0,672
	مساءا	0,114	1	0,114	0,531	0,467
	ليلا	0,231	1	0,231	0,912	0,341

	وقت ما رغبت	0,004	1	0,004	0,015	0,902
A57	صباحا	0,033	1	0,033	0,258	0,612
	وقت الظهيرة	0,07	1	0,07	0,474	0,492
	مساءا	0,038	1	0,038	0,175	0,676
	ليلا	0,027	1	0,027	0,105	0,746
	وقت ما رغبت	0,028	1	0,028	0,108	0,743
A58	صباحا	0,037	1	0,037	0,291	0,59
	وقت الظهيرة	0,047	1	0,047	0,319	0,573
	مساءا	0,075	1	0,075	0,349	0,555
	ليلا	1,422	1	1,422	5,612	0,019
	وقت ما رغبت	0,138	1	0,138	0,54	0,463
A59	صباحا	0,007	1	0,007	0,055	0,816
	وقت الظهيرة	0,258	1	0,258	1,756	0,186
	مساءا	0,007	1	0,007	0,032	0,858
	ليلا	0,232	1	0,232	0,915	0,34
	وقت ما رغبت	0,289	1	0,289	1,13	0,289
A60	صباحا	0,219	1	0,219	1,701	0,193
	وقت الظهيرة	0,194	1	0,194	1,316	0,252
	مساءا	0,575	1	0,575	2,68	0,103
	ليلا	1,01E- 05	1	1,01E- 05	0	0,995
	وقت ما رغبت	0,016	1	0,016	0,061	0,805
A61	صباحا	0,001	1	0,001	0,006	0,94
	وقت الظهيرة	0,024	1	0,024	0,163	0,687
	مساءا	0,016	1	0,016	0,073	0,788
	ليلا	0,752	1	0,752	2,97	0,086
	وقت ما رغبت	0,482	1	0,482	1,883	0,171
A62	صباحا	0,034	1	0,034	0,263	0,609
	وقت الظهيرة	0,052	1	0,052	0,352	0,553
	مساءا	0,059	1	0,059	0,274	0,601

	ليلا	0,335	1	0,335	1,32	0,252
	وقت ما رغبت	1,271	1	1,271	4,966	0,027
A63	صباحا	0,001	1	0,001	0,006	0,936
	وقت الظهيرة	0,04	1	0,04	0,271	0,603
	مساءا	0,038	1	0,038	0,176	0,675
	ليلا	6,48E- 05	1	6,48E- 05	0	0,987
	وقت ما رغبت	0,001	1	0,001	0,006	0,939
A64	صباحا	0,652	1	0,652	5,061	0,025
	وقت الظهيرة	0	1	0	0,002	0,962
	مساءا	0,031	1	0,031	0,145	0,704
	ليلا	0,056	1	0,056	0,222	0,638
	وقت ما رغبت	0,001	1	0,001	0,004	0,948
A65	صباحا	0,14	1	0,14	1,088	0,298
	وقت الظهيرة	0,387	1	0,387	2,628	0,106
	مساءا	0,113	1	0,113	0,528	0,468
	ليلا	2,12E- 05	1	2,12E- 05	0	0,993
	وقت ما رغبت	0,051	1	0,051	0,199	0,656
A66	صباحا	0,042	1	0,042	0,328	0,568
	وقت الظهيرة	0,075	1	0,075	0,509	0,476
	مساءا	0,002	1	0,002	0,011	0,917
	ليلا	0,034	1	0,034	0,135	0,713
	وقت ما رغبت	0,029	1	0,029	0,111	0,739
A67	صباحا	0,45	1	0,45	3,492	0,063
	وقت الظهيرة	0,37	1	0,37	2,518	0,114
	مساءا	0,088	1	0,088	0,409	0,523
	ليلا	0,162	1	0,162	0,64	0,425
	وقت ما رغبت	0,093	1	0,093	0,364	0,547

من خلال الجدول أعلاه نجد أن جل قيم بنود الاتجاه الإسلامي لم تلقى ترحيبا من طرف طلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الوادي، ماعدا ثلاثة بنود منهم البند 58 (sig=0.019) الذي ينص على أن نهضة البلاد تعتمد على توحيد الرأي وعدم التمييز الطبقي والحزبي والعرقي، وهذا يعكس قيم البيئة الاجتماعية والإسلامية التي نشأ فيها الطلبة خاصة وهي بيئة محافظة تعزز التضامن والتعاون الاجتماعي، ويقوى فيها الضمير الجمعي أين يشعر الأفراد بالانتماء لمجتمعهم البدوي كما عبر عنه دوركايم.[1]

أما البند 62 الذي يعبر على مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من مبادئ أول نوفمبر مثلما هو الحال في الاتجاه الوطني، وهذا لتعزيز الوحدة الوطنية والقيم الإسلامية التي تحث على التضامن بين أفراد المجتمع الواحد، من أجل تحقيق العدالة الاجتماعية والمساواة داخل المجتمع.

ونجد أن أفراد العينة كانوا يؤيدون هذا البند في كل وقت رغبوا في تصفح صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة 0.027 عند مستوى الدلالة 0.05 وهي قيمة دالة احصائيا على تشجيع الطلبة لهذه الفكرة.

ويرتبط الاتجاه الإسلامي بمساندة الأحزاب التي تدعم الأسرة الجزائرية، وترفض تغيير شكلها وحجمها بسبب القيم الدينية التي تؤكد الشريعة الإسلامية، وفيما يخص أهمية الحفاظ على الأسرة في المجتمع وتعزيز دورها في بناء النشء، ومن الطبيعي أن يدعم طلبة الحقوق والعلوم السياسية في جامعة الوادي هذا البند لأنه تربى في أسرة محافظة على قيمها الدينية والإسلامية.

ومنه من خلال ما سبق نرى أن علاقة الاتجاه الإسلامي بوقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي تعتمد على تبنيهم للقيم والمبادئ الدينية في آرائهم ومواقفهم الاجتماعية، مما يؤثر على اتجاهاتهم أثناء تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

أما البند 64 الذي ينص على أن الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤيد فكرة حرية الفكر والمعتقد في الجزائر، وكانت مستوى الدلالة عنده 0.025 مما يدل على أنه دال احصائيا، وبالتالي نرى أن أفراد العينة الجزائريين، وبالضبط في مدينة وادي سوف متمسكين بالقيم والتقاليد الإسلامية التي تعتبر الأسرة الجزائرية جزءا لا يتجزأ من مبادئها الإسلامية المحافظة، وأي تغيير لشكل الأسرة هو خسران للمبادئ الدينية مما يؤدي بدوره إلى عدم الاستقرار الأسري الذي يمثل مركزا للدعم والتضامن الاجتماعي، وهذا يؤدي إلى عدم الاستقرار الاجتماعي الذي يؤدي إلى خلق مجتمع يعاني من المشكلات والآفات الاجتماعية.

وبالتالي لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتجاه الإسلامي ووقت استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بشتى أنواعها.

---

[1] دلال جابري، الدين والمجتمع: مقاربة لايميل دوركايم، مجلة الأنوار للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة محمد الشريف مساعدية، سوق أهراس الجزائر،2021، ص51

الجدول رقم (34) يوضح: علاقة وقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني من طرف أفراد العينة

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية.Sig
A68	صباحا	6,97E- 05	1	6,97E- 05	0,001	0,977
	وقت الظهيرة	0,016	1	0,016	0,154	0,695
	مساءا	0,002	1	0,002	0,008	0,929
	ليلا	0,033	1	0,033	0,173	0,678
	وقت ما رغبت	0,002	1	0,002	0,597	0,441
A69	صباحا	0,255	1	0,255	2,914	0,089
	وقت الظهيرة	0,101	1	0,101	0,975	0,324
	مساءا	0,572	1	0,572	2,935	0,088
	ليلا	0,03	1	0,03	0,155	0,694
	وقت ما رغبت	0,008	1	0,008	2,209	0,139
A70	صباحا	0,231	1	0,231	2,649	0,105
	وقت الظهيرة	0,238	1	0,238	2,29	0,132
	مساءا	0,101	1	0,101	0,518	0,473
	ليلا	0,841	1	0,841	4,365	0,038
	وقت ما رغبت	0,001	1	0,001	0,375	0,541
A71	صباحا	0,173	1	0,173	1,984	0,16
	وقت الظهيرة	0,093	1	0,093	0,894	0,345
	مساءا	0,03	1	0,03	0,155	0,694
	ليلا	0,033	1	0,033	0,169	0,681
	وقت ما رغبت	0,004	1	0,004	1,185	0,277
A72	صباحا	0,006	1	0,006	0,066	0,798
	وقت الظهيرة	0,265	1	0,265	2,555	0,111
	مساءا	0,34	1	0,34	1,746	0,188
	ليلا	0,044	1	0,044	0,231	0,632

	وقت ما رغبت	0,001	1	0,001	0,165	0,685
A73	صباحا	0,067	1	0,067	0,77	0,381
	وقت الظهيرة	0,326	1	0,326	3,141	0,078
	مساءا	0,001	1	0,001	0,005	0,941
	ليلا	0,001	1	0,001	0,005	0,944
	وقت ما رغبت	0	1	0	0,049	0,824
A74	صباحا	0,07	1	0,07	0,797	0,373
	وقت الظهيرة	1,97E- 05	1	1,97E- 05	0	0,989
	مساءا	0,007	1	0,007	0,035	0,853
	ليلا	0,379	1	0,379	1,969	0,162
	وقت ما رغبت	0,006	1	0,006	1,721	0,191
A75	صباحا	0,032	1	0,032	0,37	0,544
	وقت الظهيرة	2,82E- 06	1	2,82E- 06	0	0,996
	مساءا	0,015	1	0,015	0,077	0,781
	ليلا	0,035	1	0,035	0,182	0,67
	وقت ما رغبت	0,002	1	0,002	0,651	0,42
A76	صباحا	0,108	1	0,108	1,236	0,267
	وقت الظهيرة	9,25E- 05	1	9,25E- 05	0,001	0,976
	مساءا	0,49	1	0,49	2,519	0,114
	ليلا	0,8	1	0,8	4,154	0,043
	وقت ما رغبت	0,006	1	0,006	1,862	0,174
A77	صباحا	0,025	1	0,025	0,284	0,595
	وقت الظهيرة	0,948	1	0,948	9,127	0,003
	مساءا	0,242	1	0,242	1,244	0,266
	ليلا	0,185	1	0,185	0,962	0,328
	وقت ما رغبت	0,01	1	0,01	2,844	0,093

نلاحظ في هذا الجدول أن كل قيم مستوى الدلالة غير دالة في جميع بنود الاتجاه العلماني ماعدا بندين فقط، دعما من طرف أفراد العينة في الفترة الليلية، وهما البند 70 الذي يساند الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص الذي يعتبر أساسيا في

نظرية الدولة العلمانية التي لا تضع أي اعتبارات دينية أو طائفية بغرض تحقيق العدالة الاجتماعية، وهذا ما يعزز شعارها في فصل الدين عن الدولة.

وكانت الفترة المسائية الليلية هي الفترة المفضلة عند أفراد العينة للتعبير عن آرائهم بكل أريحية بعيدا عن الضغط الدراسي، وحتى يمكنهم التفاعل مع القضايا السياسية بشكل واضح ومفهوم، لذلك وجدنا قيمة مستوى الدلالة دالة احصائيا عند 0.05

أما بالنسبة للبند رقم 76 في الاتجاه العلماني الذي ينص على أن الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن الحياة السياسية في الجزائر يجب أن تسير وفق أسس علمية مدروسة.

وقد لوحظ أنه في الفترة الليلية كانت قيمة مستوى الدلالة أصغر من 0.05 ومنه فهي قيمة دالة احصائيا، وهذا يدل على تأييد الطلبة للآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة في المجتمع وتدعم حريتها، وهذا يعكس الواقع المعاش الذي أصبحت فيه المرأة تمارس حقوقها الاجتماعية مثلها مثل الرجل، أين خرجت للدراسة والعمل وحققت عدة نجاحات وفي جميع الأصعدة سواء على مستوى الأسرة أو في المجتمع، وهي تحاول لحد الساعة إبراز مكانتها في المجتمع بشتى الطرق والامكانيات التي سخرت لها من طرف الدولة الجزائرية، لذلك نراها تواصل دراساتها الجامعية والدراسات العليا في جميع التخصصات منها العلوم السياسية التي كانت في وقت مضى حكرا على الرجال فقط، من أجل أن تتقلد المرأة المناصب السياسية حتى تستطيع من خلالها الدفاع عن حقوقها، ورفع التحدي في القضايا السياسية الكبرى التي تواجه الدول، بالإضافة إلى تحقيق المساواة في مختلف المجالات بين الجنسين.

ومنه مقارنة بعدد بنود الاتجاه العلماني ووجود ثلاثة بنود فقط دالة احصائيا لا نستطيع الجزم بأنه توجد علاقة بين وقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني، وعلية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لهذه الفرضية التي تنص على وجود علاقة بين وقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني.

جدول رقم (35) يوضح: علاقة مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	في المنزل	0,029	1	0,029	0,422	0,517
	في الشارع	0,176	1	0,176	0,988	0,321
	في المواصلات	0,231	1	0,231	1,385	0,24
	في العمل	0,012	1	0,012	0,078	0,781
	في الجامعة	0,175	1	0,175	0,907	0,342
A27	في المنزل	0,071	1	0,071	1,02	0,314
	في الشارع	1,347	1	1,347	7,546	0,007
	في المواصلات	0,001	1	0,001	0,005	0,943
	في العمل	0,057	1	0,057	0,355	0,552
	في الجامعة	0,006	1	0,006	0,029	0,865
A28	في المنزل	0,015	1	0,015	0,222	0,638
	في الشارع	0,096	1	0,096	0,539	0,464
	في المواصلات	0,019	1	0,019	0,115	0,735
	في العمل	0,092	1	0,092	0,569	0,452
	في الجامعة	0,134	1	0,134	0,695	0,405
A29	في المنزل	0,109	1	0,109	1,568	0,212
	في الشارع	0,235	1	0,235	1,315	0,253
	في المواصلات	0,002	1	0,002	0,009	0,923
	في العمل	0,001	1	0,001	0,004	0,952
	في الجامعة	0,014	1	0,014	0,074	0,786
A30	في المنزل	0,003	1	0,003	0,044	0,834

	في الشارع	0,044	1	0,044	0,244	0,622
	في المواصلات	0,051	1	0,051	0,303	0,583
	في العمل	1,154	1	1,154	7,168	0,008
	في الجامعة	0,029	1	0,029	0,149	0,7
A31	في المنزل	0,031	1	0,031	0,441	0,507
	في الشارع	0,183	1	0,183	1,025	0,312
	في المواصلات	0,01	1	0,01	0,062	0,804
	في العمل	0,184	1	0,184	1,144	0,286
	في الجامعة	0,441	1	0,441	2,285	0,132
A32	في المنزل	0,062	1	0,062	0,898	0,344
	في الشارع	0,391	1	0,391	2,19	0,14
	في المواصلات	0,596	1	0,596	3,569	0,06
	في العمل	1,138	1	1,138	7,07	0,008
	في الجامعة	0,009	1	0,009	0,048	0,826
A33	في المنزل	0,011	1	0,011	0,164	0,686
	في الشارع	0,459	1	0,459	2,573	0,11
	في المواصلات	0,022	1	0,022	0,134	0,714
	في العمل	0,013	1	0,013	0,083	0,773
	في الجامعة	0,079	1	0,079	0,409	0,523
A34	في المنزل	0,001	1	0,001	0,007	0,932
	في الشارع	0,166	1	0,166	0,929	0,336
	في المواصلات	0,034	1	0,034	0,202	0,654
	في العمل	0,209	1	0,209	1,296	0,256
	في الجامعة	0,649	1	0,649	3,361	0,068

A35	في المنزل	0,003	1	0,003	0,044	0,835
	في الشارع	0,299	1	0,299	1,676	0,197
	في المواصلات	0,055	1	0,055	0,327	0,568
	في العمل	0,005	1	0,005	0,034	0,855
	في الجامعة	0,025	1	0,025	0,128	0,72
A36	في المنزل	0,775	1	0,775	11,186	0,001
	في الشارع	0,001	1	0,001	0,004	0,953
	في المواصلات	0,508	1	0,508	3,045	0,082
	في العمل	0,169	1	0,169	1,047	0,307
	في الجامعة	0,454	1	0,454	2,351	0,127
A37	في المنزل	0,066	1	0,066	0,948	0,331
	في الشارع	0,039	1	0,039	0,218	0,641
	في المواصلات	0,101	1	0,101	0,604	0,438
	في العمل	0,014	1	0,014	0,086	0,769
	في الجامعة	0,3	1	0,3	1,551	0,214
A38	في المنزل	0,11	1	0,11	1,594	0,208
	في الشارع	0,168	1	0,168	0,944	0,332
	في المواصلات	0,016	1	0,016	0,097	0,756
	في العمل	0,185	1	0,185	1,149	0,285
	في الجامعة	0	1	0	0,001	0,974
A39	في المنزل	0	1	0	0,005	0,944
	في الشارع	0,013	1	0,013	0,07	0,791
	في المواصلات	0,08	1	0,08	0,482	0,488
	في العمل	0,32	1	0,32	1,985	0,16

	في الجامعة	0,013	1	0,013	0,069	0,793
A40	في المنزل	0,103	1	0,103	1,491	0,223
	في الشارع	0,038	1	0,038	0,212	0,646
	في المواصلات	0,193	1	0,193	1,155	0,284
	في العمل	0,004	1	0,004	0,027	0,87
	في الجامعة	0,004	1	0,004	0,022	0,883
A41	في المنزل	0,041	1	0,041	0,595	0,441
	في الشارع	0,673	1	0,673	3,769	0,053
	في المواصلات	0,138	1	0,138	0,828	0,364
	في العمل	0,002	1	0,002	0,014	0,905
	في الجامعة	2,20E- 05	1	2,20E- 05	0	0,991
A42	في المنزل	0,012	1	0,012	0,179	0,673
	في الشارع	0,049	1	0,049	0,274	0,601
	في المواصلات	0,233	1	0,233	1,395	0,239
	في العمل	0	1	0	0,002	0,961
	في الجامعة	0,798	1	0,798	4,133	0,043
A43	في المنزل	0,109	1	0,109	1,57	0,212
	في الشارع	0,129	1	0,129	0,725	0,395
	في المواصلات	0,035	1	0,035	0,207	0,65
	في العمل	0,034	1	0,034	0,213	0,645
	في الجامعة	0,451	1	0,451	2,337	0,128
A44	في المنزل	0,143	1	0,143	2,058	0,153
	في الشارع	0,059	1	0,059	0,329	0,567
	في المواصلات	0,192	1	0,192	1,153	0,284

	في العمل	0,058	1	0,058	0,361	0,549
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,011	0,917
A45	في المنزل	0,004	1	0,004	0,057	0,812
	في الشارع	0,028	1	0,028	0,155	0,694
	في المواصلات	0,002	1	0,002	0,01	0,92
	في العمل	0,007	1	0,007	0,045	0,832
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,012	0,914
A46	في المنزل	0,001	1	0,001	0,014	0,906
	في الشارع	0,264	1	0,264	1,481	0,225
	في المواصلات	1,16	1	1,16	6,948	0,009
	في العمل	0,005	1	0,005	0,031	0,861
	في الجامعة	0,751	1	0,751	3,888	0,05
A47	في المنزل	0,39	1	0,39	5,626	0,019
	في الشارع	0,125	1	0,125	0,703	0,403
	في المواصلات	0,027	1	0,027	0,161	0,689
	في العمل	0,043	1	0,043	0,266	0,606
	في الجامعة	0,079	1	0,079	0,407	0,524
A48	في المنزل	0,036	1	0,036	0,515	0,474
	في الشارع	0,832	1	0,832	4,661	0,032
	في المواصلات	0,001	1	0,001	0,006	0,939
	في العمل	0	1	0	0,002	0,967
	في الجامعة	0,141	1	0,141	0,728	0,394
A49	في المنزل	0,105	1	0,105	1,513	0,22
	في الشارع	0,065	1	0,065	0,362	0,548
	في	0,03	1	0,03	0,181	0,671

	المواصلات					
	في العمل	0,001	1	0,001	0,006	0,94
	في الجامعة	1,146	1	1,146	5,932	0,016
A50	في المنزل	0,268	1	0,268	3,861	0,051
	في الشارع	0,2	1	0,2	1,123	0,29
	في المواصلات	0,011	1	0,011	0,064	0,801
	في العمل	0,172	1	0,172	1,069	0,302
	في الجامعة	0,036	1	0,036	0,187	0,666
A51	في المنزل	1,17E- 06	1	1,17E- 06	0	0,997
	في الشارع	0,065	1	0,065	0,367	0,545
	في المواصلات	0,003	1	0,003	0,021	0,885
	في العمل	0,004	1	0,004	0,024	0,876
	في الجامعة	0,22	1	0,22	1,14	0,287

في الجدول أعلاه نلاحظ تأييدا كبيرا لعدد لا بأس به من بنود الاتجاه الوطني وعلاقته بمكان تصفح أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي.

أول رأي أيده أفراد العينة في كلية الحقوق والعلوم السياسية هو اعتبار اللغة العربية هي اللغة الأم في الجزائر، فاللغة العربية هي جزء لا يتجزأ من كياننا التاريخي والثقافي العربي والجزائري وتدخل في الهوية الثقافية لأي فرد جزائري، كما تعتبر اللغة العربية أحد مقومات الوحدة الوطنية.

ويستغل أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي لجذب الانتباه لأهمية اللغة العربية في المجتمع الجزائري أو خارجه، فهي لغة تبادل الأفكار والأراء مع الآخرين سواء على المستوى المحلي أو الوطنيلاأو العربي أو العالمي، فاللغة تعتبر إحدى مقومات الثقافة لأي دولة، كيف وهي التي تنقل التاريخ والتراث والقيم الثقافية للشعب الجزائري، وتدخل ضمن مكونات الهوية الوطنية الثقافية وتعزز التلاحم بين الأجيال السابقة أو القادمة.

حيث بلغ مستوى الدلالة عندها 0.007 وهي قيمة دالة احصائيا تعبر عن مدى حرص أفراد العينة على نشر اللغة العربية عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر مكانا حيويا لتبادل الأفكار والآراء والقيم الوطنية، ولم يقتصر تأييدهم للغة العربية على المنزل أو الجامعة أو العمل بل حتى

جلوسهم في الشارع قد أضحى مكانا مناسبا لنشر ودعم فكرتهم، حتى يتمكنوا من استغلال المكان والزمان ولا يفوتوا أي فرصة لتعزيز اللغة العربية.

كما كان مكان العمل لبعض أفراد العينة العاملين في مختلف المجالات مكانا مناسبا لنشر فكرة ضرورة تحيين قيم الثورة الجزائرية، وتشجيع الإنتاج المحلي والوطني عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على وطنية أفراد العينة واستغلالهم لمكان العمل لتعزيز ونشر معلومات عن قيم الثورة الجزائرية في مجتمعانهم، وكذلك توعية الشعب الجزائري بضرورة الاعتماد على الاقتصاد المحلي من أجل تحقيق التنمية المستدامة، ولفت انتباه الأفراد إلى المنتجات المحلية وحتمية الاستقلالية الذاتية والتقليل من المنتوجات الخارجية، حتى يتسنى للشباب الجزائري من استغلال مهارتهم على المستوى المحلي والوطني، وتكليفهم بتحمل مسؤولية نجاحهم من خلال المشاريع التنموية التي تمدهم إياها الدولة الجزائرية في إطار التنمية المستدامة. لذلك كانت قيمة مستوى الدلالة في مكان العمل دالة احصائيا ومتساوية، حيث بلغت 0.008 عند البند 30، والبند 32 عند مستوى الدلالة 0.05

وفي المقابل ندد أفراد العينة بعدم استغلال اليد العاملة الجزائرية، وعدم إعطائها حقوقها، لأنه يتنافى مع تحقيق التنميو المستدامة في البلاد، بل يخلق فوضى في المجتمع وتفاقم الفجوة الطبقية.

وزيادة على ذلك خلق ظروف غير آمنة وغير صحية مما يؤثر سلبا على الحياة الاجتماعية والاقتصادية، ويؤدي إلى انتشار مشاكل اجتماعية واقتصادية كالفقر والتهميش، عكس البند 49 الذي ينادي في أفراد العينة عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بتوفير حياة آمنة وكريمة للمواطن الجزائري، وهذا لا يتحقق إلا بإعطائه حقوقه الإنسانية في جميع المجالات منها حق التعليم المجاني، وحرية التعبير الديمقراطية.

كما أظهرت نتائج الجدول أعلاه أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في المنزل تدعم الآراء التي تحث على أن يكون حكم الوطن بعيدًا عن الانتماءات القبلية.

وكذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في الشارع تدعم الآراء التي تحث على ضرورة المحافظة على قيم الثورة، وتدعم الآراء التي تحث على تحيين قيم الثورة الجزائرية، وتدعم الآراء التي تؤيد أن القوانين والتشريعات في الجزائر تسعى للحفاظ على الثقافة المحلية.

كما أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في الجامعة تدعم الآراء التي تؤيد أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعطي لمواطنيها الحق في التعليم المجاني، وتدعم الآراء التي تؤيد أن القوانين والتشريعات في الجزائر تدعم الحريات الفردية وحقوق المواطن.

زيادة إلى ذلك إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في وسائل المواصلات تدعم الآراء التي تحث على التشريعات التي تشجع الإنتاج المحلي والوطني، وتدعم الآراء التي تؤيد أن المشاركة السياسية والترشح في الجزائر لا تقتصر على فئة معينة.

ومنه فإن مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) يؤثر بشكل كبير في تشكيل الاتجاه الوطني، والذي ينعكس في بنود الاتجاه الوطني من 26البند إلى البند 51، حيث لوحظ عند استخدام الفيسبوك في المنزل، يكون التأثير أكثر تركيزًا على القضايا الثقافية والوطنية مثل دعم حكم الوطن بعيدًا عن الانتماءات القبلية عند البند(A26) ودعم اللغة العربية كلغة أم للدولة (A27).

أما في البيئة العامة مثل الشارع، كان التأثير على التفاعل الاجتماعي والنقاشات العامة مثل تحديث قيم الثورة الجزائرية (A30) والمشاركة السياسية والترشح (A33).

وفي الجامعة يكون التأثير على النقاشات الأكاديمية والسياسية مثل دعم الحريات الفردية، وحقوق المواطن (A31) والتشريعات التي تشجع الانتاج المحلي (A32).

وأثناء استخدام الفيسبوك في وسائل المواصلات، يكون التأثير على التفاعل السريع مع القضايا الاجتماعية والسياسية، مثل ضرورة المحافظة على قيم الثورة (A29) وقيود المشاركة السياسية (A33).

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن المنزل والشارع والجامعة ووسائل المواصلات جميعها تلعب أدوارًا مختلفة في تشكيل، وتأثير الاتجاهات الوطنية لدى أفراد العينة عبر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. ومن الواضح أن السياق الاجتماعي والثقافي في كل من هذه الأماكن يؤثر على الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد مع القضايا الوطنية والسياسية، مما يؤدي إلى تشكيل مواقف وآراء متباينة ومتنوعة في المجتمع الجزائري، وذلك حسب أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي توضح أن الرأي العام والمناقشات حول هذه القضايا يمكن أن تتم في أماكن متنوعة، كالمنزل والجامعة وحتى وسائل المواصلات العامة والشوارع.

من النتائج التي تم التوصل إليها يمكن القول أنه لا يوجد علاقة طردية واضحة بين مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني لدى أفراد عينة الدراسة في كلية الحقوق والعلوم السياسية، بل توجد علاقة تأثيرية أو ارتباط متبادل بين العوامل.

وهذا يعني أن استخدام الفيسبوك يؤثر على الاتجاهات الوطنية لدى أفراد العينة، وفي الوقت نفسه الاتجاهات الوطنية يمكن أن تؤثر على نمط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك). فمثلا يؤدي النقاش الوطني حول قضايا الحريات الفردية إلى زيادة النشاط على الشبكات الاجتماعية حول هذه القضايا.

وبالتالي يؤثر السياق الاجتماعي والثقافي الخاص بأفراد العينة في كيفية استجابتهم، وتفاعلهم مع القضايا الوطنية على الفيسبوك، فقد تكون هناك اختلافات بين الطلبة في المدن الكبرى والأرياف في كيفية تفاعلهم مع القضايا الوطنية وتأثير ذلك على استخدامهم للشبكات الاجتماعية، لأن هناك متغيرات إضافية تؤثر على هذه العلاقة، مثل العمر، والتعليم، والتوجه السياسي، والخلفية الاجتماعية.

وعليه نلاحظ أن هناك تفاعل متبادل بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) والاتجاهات الوطنية، حيث تؤثر كل منهما على الآخر بطرق مختلفة وفي سياقات متعددة داخل السياق الجزائري الخاص بأفراد العينة.

جدول رقم (36) يوضح: علاقة مكان استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية.Sig
A52	في المنزل	0,088	1	0,088	1,287	0,258
	في الشارع	0,617	1	0,617	3,374	0,068
	في المواصلات	0,006	1	0,006	0,034	0,853
	في العمل	0,086	1	0,086	0,518	0,472
	في الجامعة	0,005	1	0,005	0,025	0,875
A53	في المنزل	0,207	1	0,207	3,023	0,083
	في الشارع	0,12	1	0,12	0,657	0,418
	في المواصلات	0,02	1	0,02	0,12	0,729
	في العمل	0,276	1	0,276	1,671	0,197
	في الجامعة	0,022	1	0,022	0,106	0,745
A54	في المنزل	0,275	1	0,275	4,012	0,046
	في الشارع	0,204	1	0,204	1,115	0,292
	في المواصلات	0,069	1	0,069	0,411	0,522
	في العمل	0,001	1	0,001	0,004	0,949
	في الجامعة	9,14E- 05	1	9,14E- 05	0	0,983
A55	في المنزل	0,091	1	0,091	1,333	0,25
	في الشارع	0,202	1	0,202	1,103	0,295
	في المواصلات	0,254	1	0,254	1,518	0,219

	في العمل	0,408	1	0,408	2,474	0,117
	في الجامعة	0,254	1	0,254	1,244	0,266
A56	في المنزل	0,261	1	0,261	3,804	0,052
	في الشارع	0,553	1	0,553	3,024	0,083
	في المواصلات	0,01	1	0,01	0,061	0,806
	في العمل	0,047	1	0,047	0,286	0,593
	في الجامعة	0,007	1	0,007	0,035	0,852
A57	في المنزل	0,107	1	0,107	1,559	0,213
	في الشارع	0,025	1	0,025	0,134	0,715
	في المواصلات	0,195	1	0,195	1,164	0,282
	في العمل	0,004	1	0,004	0,025	0,874
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,009	0,926
A58	في المنزل	0,072	1	0,072	1,046	0,307
	في الشارع	0,454	1	0,454	2,479	0,117
	في المواصلات	0,013	1	0,013	0,08	0,778
	في العمل	0,183	1	0,183	1,11	0,293
	في الجامعة	0,13	1	0,13	0,64	0,425
A59	في المنزل	0,013	1	0,013	0,194	0,66
	في الشارع	0,248	1	0,248	1,355	0,246
	في المواصلات	0,288	1	0,288	1,725	0,19
	في العمل	0,002	1	0,002	0,013	0,909
	في الجامعة	0,042	1	0,042	0,205	0,651
A60	في المنزل	0,093	1	0,093	1,35	0,247
	في الشارع	0,002	1	0,002	0,012	0,915
	في	0,034	1	0,034	0,202	0,654

	المواصلات					
	في العمل	0,325	1	0,325	1,968	0,162
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,012	0,914
A61	في المنزل	0,001	1	0,001	0,014	0,905
	في الشارع	0,459	1	0,459	2,511	0,114
	في المواصلات	0,123	1	0,123	0,735	0,392
	في العمل	0,096	1	0,096	0,579	0,448
	في الجامعة	0,165	1	0,165	0,808	0,37
A62	في المنزل	0,115	1	0,115	1,677	0,197
	في الشارع	0,183	1	0,183	1,002	0,318
	في المواصلات	0,004	1	0,004	0,021	0,884
	في العمل	0,08	1	0,08	0,486	0,487
	في الجامعة	0,1	1	0,1	0,492	0,484
A63	في المنزل	2,87E- 05	1	2,87E- 05	0	0,984
	في الشارع	0,171	1	0,171	0,934	0,335
	في المواصلات	0,564	1	0,564	3,371	0,068
	في العمل	0,31	1	0,31	1,875	0,172
	في الجامعة	0,475	1	0,475	2,329	0,128
A64	في المنزل	0,082	1	0,082	1,197	0,275
	في الشارع	0,03	1	0,03	0,164	0,686
	في المواصلات	0,01	1	0,01	0,061	0,805
	في العمل	0,262	1	0,262	1,589	0,209
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,011	0,916
A65	في المنزل	0,016	1	0,016	0,229	0,633
	في الشارع	0,236	1	0,236	1,291	0,257

	في المواصلات	0,014	1	0,014	0,085	0,77
	في العمل	0,268	1	0,268	1,625	0,204
	في الجامعة	0,027	1	0,027	0,132	0,717
A66	في المنزل	0,166	1	0,166	2,427	0,121
	في الشارع	0,028	1	0,028	0,154	0,695
	في المواصلات	0,167	1	0,167	0,997	0,319
	في العمل	0,003	1	0,003	0,021	0,885
	في الجامعة	0,207	1	0,207	1,015	0,315
A67	في المنزل	0,061	1	0,061	0,885	0,348
	في الشارع	0,053	1	0,053	0,288	0,592
	في المواصلات	0	1	0	0,002	0,963
	في العمل	0,101	1	0,101	0,615	0,434
	في الجامعة	0,179	1	0,179	0,877	0,35

من الجدول أعلاه وبناءًا على البيانات المقدمة من خلاله نجد أن هذا الجزء يشير إلى النموذج الإحصائي الكامل الذي يتضمن كل المتغيرات المستقلة، والتي تتمثل في مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وهي: في المنزل، في الشارع، في المواصلات، في العمل، وفي الجامعة.

كما تظهر القيم في هذا الجزء الثابت الذي يمثل المتوسطات العامة للمتغير المعتمد الذي هو الاتجاه الإسلامي، عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنازل، الشوارع، المواصلات، العمل، والجامعة.

ففي المنزل نجد قيمة (Sig=0.100) أكبر من مستوى الدلالة المعتمدة عادة (0.05)، مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية لعلاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل بالاتجاه الإسلامي.

ويمكن تفسير ذلك أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل لا يكون له تأثير دائم أو قوي على الاتجاه الإسلامي لأفراد العينة.

أما في الشارع كانت قيمة (Sig=0.343) أيضًا أكبر من مستوى الدلالة المعتمدة، مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية لهذا العلاقة، ويمكن أن يعكس ذلك أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الشارع قد يكون أكثر تنوعًا وغير منتظم، مما يجعل من الصعب تحديد تأثيره على الاتجاه الإسلامي.

وفي المواصلات كانت قيمة (Sig =0.830) تشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية لعلاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المواصلات بالاتجاه الإسلامي، حيث يكون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المواصلات محدودًا أو غير مؤثر بالشكل الذي يؤثر في الاتجاه الإسلامي للأفراد.

أما في العمل تشير قيمة (Sig=0.624) أيضًا أكبر من مستوى الدلالة المعتمدة، مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية لهذا العلاقة، ويعكس ذلك أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل قد يكون ذو تأثير محدود على الاتجاه الإسلامي بالنسبة لأفراد العينة.

كذلك في الجامعة كانت قيمة (Sig=0.840) تشير أيضًا إلى عدم وجود دلالة إحصائية لعلاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة بالاتجاه الإسلامي، ويعني ذلك أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة لا يؤثر بشكل كبير على الاتجاه الإسلامي لأفراد العينة.

كما تبين النتائج أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مختلف الأماكن المدرجة (المنزل، الشارع، المواصلات، العمل، الجامعة) لا يظهر أي دلالة إحصائية على الاتجاه الإسلامي لأفراد العينة، وهذا يشير إلى أن عوامل أخرى أكثر تأثيرًا في تشكيل الهويات والاتجاهات الدينية بالنسبة لأفراد العينة، مثل الأسرة، والمدرسة، والمجتمعات المحلية، وكذلك العلاقات الاجتماعية والثقافية الأخرى قد تكون أكثر تأثيرًا في تشكيل الهويات الدينية من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بحد ذاتها.

وربما هذا راجع لتباين الآراء عند عينة الدراسة في الأمور الدينية تجنبا للجدل والمشاكل المترتبة على ذلك، من مناقشات حساسة والتعرض للانتقاد أو التوتر النفسي، كما أن اختصاص أفراد العينة في الحقوق والعلوم السياسية يزيد من وعيهم بالتحليل السياسي والديني، وتكون لديهم مهارات في فهم وتحليل القضايا الدينية بشكل متفتح وعلنا على شبكات التواصل الاجتماعي، كما تدخل في ذلك عوامل شخصية مثل العقيدة والدين، وعوامل اجتماعية متعلقة بأفراد العينة في حد ذاتهم كالزواج والمنزلة الاجتماعية.

جدول رقم (37) يوضح: علاقة مكان استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A68	في المنزل	0,016	1	0,016	0,224	0,637
	في الشارع	0,231	1	0,231	2,578	0,11
	في المواصلات	0,034	1	0,034	0,713	0,399
	في العمل	0,001	1	0,001	0,007	0,935
	في الجامعة	0,355	1	0,355	4,102	0,044

A69	في المنزل	0,045	1	0,045	0,628	0,429
	في الشارع	0,044	1	0,044	0,493	0,483
	في المواصلات	0,002	1	0,002	0,032	0,858
	في العمل	0,004	1	0,004	0,046	0,83
	في الجامعة	0,16	1	0,16	1,849	0,175
A70	في المنزل	0,006	1	0,006	0,087	0,769
	في الشارع	0,035	1	0,035	0,392	0,532
	في المواصلات	0,01	1	0,01	0,217	0,642
	في العمل	0,003	1	0,003	0,03	0,862
	في الجامعة	0,002	1	0,002	0,026	0,871
A71	في المنزل	4,28E- 05	1	4,28E- 05	0,001	0,98
	في الشارع	0,066	1	0,066	0,74	0,39
	في المواصلات	0,058	1	0,058	1,2	0,274
	في العمل	0,002	1	0,002	0,018	0,892
	في الجامعة	0,082	1	0,082	0,953	0,33
A72	في المنزل	0,001	1	0,001	0,014	0,906
	في الشارع	0,315	1	0,315	3,519	0,062
	في المواصلات	0,006	1	0,006	0,121	0,728
	في العمل	0,001	1	0,001	0,007	0,933
	في الجامعة	0,006	1	0,006	0,072	0,788
A73	في المنزل	0,009	1	0,009	0,131	0,718
	في الشارع	0,024	1	0,024	0,272	0,603
	في المواصلات	0,017	1	0,017	0,351	0,554
	في العمل	0,027	1	0,027	0,29	0,591

	في الجامعة	0,257	1	0,257	2,975	0,086
A74	في المنزل	0,005	1	0,005	0,071	0,79
	في الشارع	0,287	1	0,287	3,208	0,075
	في المواصلات	0,036	1	0,036	0,751	0,387
	في العمل	0,176	1	0,176	1,873	0,172
	في الجامعة	0,139	1	0,139	1,609	0,206
A75	في المنزل	0,056	1	0,056	0,786	0,376
	في الشارع	0,016	1	0,016	0,176	0,675
	في المواصلات	0,008	1	0,008	0,169	0,682
	في العمل	0,174	1	0,174	1,849	0,175
	في الجامعة	0,219	1	0,219	2,537	0,113
A76	في المنزل	0,01	1	0,01	0,141	0,708
	في الشارع	0,018	1	0,018	0,207	0,65
	في المواصلات	0,001	1	0,001	0,03	0,862
	في العمل	0,036	1	0,036	0,384	0,536
	في الجامعة	0,076	1	0,076	0,874	0,351
A77	في المنزل	0,033	1	0,033	0,46	0,498
	في الشارع	0,092	1	0,092	1,03	0,311
	في المواصلات	0,007	1	0,007	0,152	0,697
	في العمل	9,45E- 05	1	9,45E- 05	0,001	0,975
	في الجامعة	0,07	1	0,07	0,807	0,37

في الجدول الذي يقدم علاقة مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، وسنستخدم الترتيب الإحصائي من أجل تحديد الفروقات الدالة بين المجموعات.

ويعتمد الترتيب الإحصائي في ANOVA على قيمة الفهم (F- value) أو القيمة p (p- value)، فإذا كانت القيمة p أقل من مستوى الدلالة المحدد (عادةً 0.05)، فهذا يشير إلى وجود فارق دال بين

المجموعات، ففي المواصلات كانت قيمة F = 26.780، p < 0.05 أما في الجامعة: قيمة F = 15.079، p < 0.05 وبالنسبة للشارع قيمة F = 12.437، p < 0.05

ولوحظ في العمل أن قيمة F = 9.010، p < 0.05، وفي الأخير بلغت قيمة F = 0.903، p > 0.05 في المنزل.

وهذا الترتيب يشير إلى أن هناك فروقات دالة في البيانات بين المجموعات المختلفة، حيث يكون هناك ارتباط قوي بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في مكان معين (مثل الجامعة أو العمل) وبين بنود الاتجاه العلماني. ومن الواضح أن البيانات تشير إلى أن الاستخدام في المنزل لا يؤدي إلى فروقات دالة بالنسبة لبنود الاتجاه العلماني.

كما أن تحديد الفروقات الإحصائية المهمة بين هذه المجموعات يساعد في فهم كيفية تأثير أماكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الاتجاه العلماني، حيث أظهرت نتائج الجدول أن هناك قيمة واحدة دالة احصائيا عند البند 68 الخاص بالآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة عند 0.05 تساوي 0.044 وهذا يدل على وجود علاقة ارتباطية بين هذه الفكرة الخاصة بالاتجاه الاشتراكي ومكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الذي هو الجامعة التي يفترض عموما وجود حرية للتعبير عن مختلف الآراء والمواقف السياسية، ودعم الأحزاب أو الفكر السياسي الذي يرغب فيه أفراد العينة بما في ذلك الاتجاه الاشتراكي، حيث أن الجامعة تتبع سياسات تعزز النقاش الحر والبناء وتعزز التنوع الفكري داخل الحرم الجامعي.

كما يكون للثقافة الاجتماعية لأفراد العينة دور كبير في تشكيل آرائهم وقناعاتهم بشأن الأفكار السياسية، كما أن البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها أفراد العينة غير ملائمة لدعم الفكر الاشتراكي، زيادة على ذلك تتدخل التجارب الشخصية والتعليمية التي مر بها لأفراد العينة في بناء مواقفهم واتجاهاتهم السياسية، بالإضافة إلى ثقافتهم الدينية التي نشأ فيها أفراد العينة منذ صغرهم، وهذا يعتمد على السياق الاجتماعي والثقافي للمجتمع المدروس، فهناك عدة عوامل مؤثرة نذكر منها تأثير البيئة الاجتماعية: قد يرتبط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بشكل وثيق بالبيئة الاجتماعية التي يتواجد فيها أفراد العينة، فعلى سبيل المثال، قد يكون هناك اختلافات في الاتجاهات العلمانية بين الأماكن التي تُظهر الدعم للعلمانية أو تشجع على الحوار العلماني، مثل الجامعات، مقارنة بالأماكن التي قد تكون أقل مواتية للعلمانية، مثل الأماكن الدينية أو المناطق الريفية.

كما أن الثقافة المؤسساتية تؤثر المؤسسات المختلفة، مثل الجامعات وأماكن العمل، على معتقدات وسلوكيات الأفراد بشكل مختلف. فقد تكون هناك ثقافة عمل معينة في بعض الشركات تشجع على التفكير العلماني والتعددية، بينما تكون هناك ثقافة أخرى في بعض المناطق تعتبر القيم الدينية أكثر أهمية.

كذلك تعد طرق التواصل الاجتماعي الذكية إلى زيادة الوعي بالقضايا العلمانية وتعزيز التفاعل معها، حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة لنشر الأفكار العلمانية وتبادل المعرفة حولها بشكل أكبر.

بالإضافة إلى التغيير الاجتماعي الناتج عن التغيرات الاجتماعية الأوسع النطاق، مثل العولمة وزيادة التواصل العابر للحدود والتنوع الثقافي، حيث تؤدي هذه التحولات إلى تأثيرات معقدة على الاتجاهات العلمانية، كما تزيد من تبني القيم العلمانية في بعض المجتمعات، بينما تثير مقاومة في الآخرين.

وانطلاقا من هذه النتائج نرى أنها تشبه إلى حد بعيد النتائج التي تحصل عليها الباحث **عطا أحمد علي شقفة** في دراسته المعنونة بالاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي حيث تواصل إلى أنه لا توجد علاقة دالة احصائيا بين الاتجاهات السياسية ومستوى الانتماء السياسي، ولا بينها وبين الانتماء الحزبي.

الجدول (38): علاقة الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحريةdf	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	التواصل المستمرمع معارفك	0,027	1	0,027	0,114	0,736
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,517	1	0,517	2,453	0,119
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,002	1	0,002	0,015	0,903
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,059	1	0,059	0,236	0,628
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,85	1	0,85	3,721	0,055
	أخرى	0,02	1	0,02	0,095	0,759
A27	التواصل المستمرمع معارفك	0	1	0	0,001	0,974
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,288	1	0,288	1,365	0,244
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,117	1	0,117	0,85	0,357
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,001	1	0,001	0,006	0,938
	الاطلاع على المواضيع	0,278	1	0,278	1,217	0,271

	المختلفة لحظة بلحظة					
	أخرى	0,001	1	0,001	0,007	0,934
A28	التواصل المستمرمع معارفك	0,552	1	0,552	2,322	0,129
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,492	1	0,492	2,336	0,128
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,027	1	0,027	0,194	0,66
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,011	1	0,011	0,046	0,831
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,056	1	0,056	0,245	0,621
	أخرى	0,606	1	0,606	2,837	0,094
A29	التواصل المستمرمع معارفك	0,959	1	0,959	4,035	0,046
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,101	1	0,101	0,479	0,49
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,069	1	0,069	0,503	0,479
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,012	1	0,012	0,049	0,825
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,02	1	0,02	0,087	0,768
	أخرى	0,001	1	0,001	0,003	0,955
A30	التواصل المستمرمع معارفك	0,164	1	0,164	0,689	0,407
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,016	1	0,016	0,078	0,781
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,049	1	0,049	0,359	0,55
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,125	1	0,125	0,504	0,479
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,233	1	0,233	1,02	0,314
	أخرى	0,06	1	0,06	0,28	0,597

A31	التواصل المستمرمع معارفك	0,167	1	0,167	0,704	0,402
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,079	1	0,079	0,375	0,541
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,013	1	0,013	0,096	0,757
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,006	1	0,006	0,023	0,879
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,008	1	0,008	0,034	0,853
	أخرى	0,059	1	0,059	0,277	0,599
A32	التواصل المستمرمع معارفك	0,062	1	0,062	0,259	0,611
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,207	1	0,207	0,98	0,323
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,139	1	0,139	1,011	0,316
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,117	1	0,117	0,471	0,493
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,007	1	0,007	0,031	0,86
	أخرى	0,058	1	0,058	0,271	0,603
A33	التواصل المستمرمع معارفك	0,29	1	0,29	1,22	0,27
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,261	1	0,261	1,239	0,267
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,023	1	0,023	0,166	0,684
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,097	1	0,097	0,393	0,531

	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,178	1	0,178	0,778	0,379
	أخرى	0,653	1	0,653	3,056	0,082
A34	التواصل المستمرمع معارفك	0,123	1	0,123	0,519	0,472
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,014	1	0,014	0,068	0,795
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,001	1	0,001	0,007	0,931
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0	1	0	0,001	0,978
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,041	1	0,041	0,18	0,671
	أخرى	0,236	1	0,236	1,102	0,295
A35	التواصل المستمرمع معارفك	0,117	1	0,117	0,492	0,484
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,08	1	0,08	0,381	0,538
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,048	1	0,048	0,35	0,555
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,09	1	0,09	0,361	0,549
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,003	1	0,003	0,014	0,907
	أخرى	0,984	1	0,984	4,605	0,033
A36	التواصل المستمرمع معارفك	0,001	1	0,001	0,003	0,955
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,149	1	0,149	0,709	0,401
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,188	1	0,188	1,372	0,243

	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,216	1	0,216	0,872	0,351
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,194	1	0,194	0,851	0,357
	أخرى	0,007	1	0,007	0,033	0,857
A37	التواصل المستمرمع معارفك	0,261	1	0,261	1,097	0,296
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,212	1	0,212	1,004	0,318
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,008	1	0,008	0,059	0,808
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,749	1	0,749	3,023	0,083
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,148	1	0,148	0,646	0,422
	أخرى	1,04E- 05	1	1,04E- 05	0	0,994
A38	التواصل المستمرمع معارفك	0,04	1	0,04	0,169	0,681
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,012	1	0,012	0,058	0,81
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,026	1	0,026	0,19	0,663
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,125	1	0,125	0,503	0,479
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,015	1	0,015	0,067	0,797
	أخرى	0,475	1	0,475	2,224	0,137
A39	التواصل المستمرمع معارفك	0,079	1	0,079	0,331	0,566

	القضاءعلى وقت الفراغ	0,03	1	0,03	0,143	0,705
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,009	1	0,009	0,067	0,796
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,122	1	0,122	0,491	0,484
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,209	1	0,209	0,913	0,34
	أخرى	1,147	1	1,147	5,366	0,021
A40	التواصل المستمرمع معارفك	0,1	1	0,1	0,419	0,518
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,34	1	0,34	1,611	0,206
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,662	1	0,662	4,827	0,029
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,847	1	0,847	3,416	0,066
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,046	1	0,046	0,2	0,655
	أخرى	0,148	1	0,148	0,695	0,405
A41	التواصل المستمرمع معارفك	0,059	1	0,059	0,25	0,618
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,108	1	0,108	0,51	0,476
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,001	1	0,001	0,004	0,949
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,02	1	0,02	0,082	0,774
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	7,31E- 06	1	7,31E- 06	0	0,995

	أخرى	0,376	1	0,376	1,757	0,186
A42	التواصل المستمرمع معارفك	0,076	1	0,076	0,318	0,574
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,088	1	0,088	0,418	0,519
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,412	1	0,412	3,001	0,085
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	5,87E- 05	1	5,87E- 05	0	0,988
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0	1	0	0,002	0,965
	أخرى	0,482	1	0,482	2,256	0,134
A43	التواصل المستمرمع معارفك	0,833	1	0,833	3,507	0,062
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,001	1	0,001	0,004	0,949
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,106	1	0,106	0,774	0,38
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,21	1	0,21	0,848	0,358
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,003	1	0,003	0,012	0,912
	أخرى	0,001	1	0,001	0,004	0,952
A44	التواصل المستمرمع معارفك	0,158	1	0,158	0,663	0,416
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,011	1	0,011	0,054	0,817
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,031	1	0,031	0,224	0,636
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة	1,606	1	1,606	6,48	0,012

	بلحظة					
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,109	1	0,109	0,478	0,49
	أخرى	0,38	1	0,38	1,777	0,184
A45	التواصل المستمرمع معارفك	0,467	1	0,467	1,963	0,163
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,078	1	0,078	0,368	0,545
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,219	1	0,219	1,593	0,208
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,539	1	0,539	2,173	0,142
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,909	1	0,909	3,977	0,047
	أخرى	0,053	1	0,053	0,248	0,619
A46	التواصل المستمرمع معارفك	0,054	1	0,054	0,229	0,633
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,855	1	0,855	4,054	0,045
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,074	1	0,074	0,538	0,464
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	1,074	1	1,074	4,332	0,039
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,022	1	0,022	0,096	0,758
	أخرى	0,001	1	0,001	0,004	0,952
A47	التواصل المستمرمع معارفك	0,306	1	0,306	1,286	0,258
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,129	1	0,129	0,613	0,434

	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,41	1	0,41	2,987	0,085
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,013	1	0,013	0,053	0,818
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,019	1	0,019	0,081	0,776
	أخرى	0,03	1	0,03	0,143	0,706
A48	التواصل المستمرمع معارفك	0,016	1	0,016	0,066	0,797
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,404	1	0,404	1,914	0,168
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,063	1	0,063	0,46	0,498
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,097	1	0,097	0,393	0,532
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,054	1	0,054	0,237	0,627
	أخرى	0,711	1	0,711	3,325	0,07
A49	التواصل المستمرمع معارفك	0,33	1	0,33	1,389	0,24
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,016	1	0,016	0,078	0,781
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,116	1	0,116	0,843	0,36
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,071	1	0,071	0,288	0,592
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,437	1	0,437	1,914	0,168
	أخرى	0,012	1	0,012	0,055	0,814

A50	التواصل المستمرمع معارفك	0,146	1	0,146	0,616	0,433
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,096	1	0,096	0,454	0,501
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,033	1	0,033	0,242	0,623
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,003	1	0,003	0,014	0,907
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,011	1	0,011	0,047	0,829
	أخرى	0,59	1	0,59	2,758	0,098
A51	التواصل المستمرمع معارفك	0,026	1	0,026	0,11	0,74
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,023	1	0,023	0,111	0,739
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,066	1	0,066	0,482	0,488
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,001	1	0,001	0,004	0,95
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,053	1	0,053	0,233	0,629
	أخرى	0,449	1	0,449	2,101	0,149

في الجدول أعلاه الخاص بعلاقة الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدامهم لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي مع الاتجاه الوطني، نلاحظ أن بند الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة تكررت مع عدة بنود من الاتجاه الوطني وكانت قيم مستوى الدلالة دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، فهذا يشير إلى أن هذا النوع من الاطلاع له تأثير كبير على الاتجاه الوطني لأفراد العينة، كما تظهر أهمية الاطلاع على مختلف المواضيع عند تشكيل وجهات نظرهم الوطنية، كما يكون للمواضيع التي يتم اطلاع الأفراد عليها تأثير مباشر على الاتجاهات والمواقف الوطنية التي يتبناها الطلبة سواء

بالإيجاب أو بالسلب، وهذا ما يجعل شبكات التواصل الاجتماعي لها دور فعال في تشكيل الرأي العام والوعي الوطني عند أفراد العينة.

ثم نجد بند التواصل المستمر مع معارفك لديه تأثير غير معنوي على المتغير التابع، حيث أن قيمة p-value تبلغ 0.539 (أكبر من 0.05).

كذلك نجد بند القضاء على وقت الفراغ به نفس النتيجة، حيث أن هذا المتغير لديه تأثير غير معنوي على المتغير التابع، وذلك بسبب قيمة p-value التي تبلغ 0.467.

أما بند التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية يظهر هذا المتغير أيضًا عدم وجود تأثير معنوي على المتغير التابع، وهو ما يُظهره قيمة p-value التي تبلغ 0.690.

وبند الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة يبدو أن هناك نتائج متغايرة، حيث تظهر بعض القيم ذات مستوى دلالة ضعيفة (مثل 0.448) بينما تظهر قيم أخرى غير معنوية (مثل 0.628).

ومنه باختصار، النتائج تظهر تباينًا في تأثير المتغيرات المستقلة كالتواصل المستمر مع المعارف الاطلاع على الأخبار والأحداث المختلفة على المتغير التابع كالبند الذي ينص على أنك مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعمل على دعم الحريات الفردية والحفاظ على الحقوق البدنية والمعنوية، حيث تظهر بعضها بمستوى دلالة معنوي وبعضها بمستوى دلالة ضعيفة أو غير معنوي. يمكن تفسير ذلك بحسب السياق الخاص بالدراسة وطبيعة العلاقات بين المتغيرات.

أما التواصل المستمر مع المعارف كان دال احصائيا عند بند واحد فقط وهو البند 29 الذي ينص على المحافظة على قيم الثورة الجزائرية، وهذا لا يمنع أن يكون له علاقة أو دور بسيط في تشكيل اتجاهات أفراد العينة السياسية، فمن خلال التواصل المستمر مع المعارف يستطيع أفراد العينة التزود بتاريخ الثورة وقيمها، وزيادة رصيدهم المعرفي الثقافي، مما يعزز من قيمة الانتماء السياسي لديهم، ويساهم في تشكيل أو صنع الهوية الوطنية لأفراد العينة خاصة وهم يدرسون العلوم السياسية، مما يساعد في الاطلاع على وجهات نظر متعددة حول القضايا السياسية لدى معارفهم، ويمكنهم من القدرة على اتخاذ قرارات سياسية لم يكن لهم القدرة من قبل على الحسم فيها بجدية أو على يقين من أنفسهم.

بالإضافة إلى ذلك يحفز التواصل المستمر مع المعارف على المشاركة في الأنشطة السياسية والمجتمعية، مثل الدخول في حركات سياسية أو المشاركة مع ذوي جنسهم في النقاشات السياسية على الأنترنت أو حتى في محيطهم الاجتماعي.

فعندما يتفاعل أفراد العينة مع معارفهم في عدة مواضيع مختلفة يمكن لهم أن يقوموا بتحليل نقدي للأفكار والآراء المقدمة، وهذا يساعدهم في صقل اتجاهاتهم السياسية وتشكيلها بطريقة متميزة.

فقد تناولت دراسة أمريكية عنوانها: The Effects of Exposure to Political Discussion in College نشرت في مجلة السلوك السياسي عام 2016، استخدمت هذه الدراسة بيانات من مسح استقصائي لتحليل

كيفية تأثير التواصل مع الآخرين والمشاركة في المناقشات السياسية في الجامعة على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي.

كذلك دراسة أخرى بعنوان: Political Discussions with Friends and Political Participation Examining the Moderating Role of Political Interest and Efficacy[1]; حيث درست علاقة التواصل مع الأصدقاء حول السياسة والمشاركة السياسية لدى الطلبة الجامعيين، وأشارت إلى دور التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية.

ومنه بناءً على النتائج المقدمة، يمكن تقديم بعض الاستنتاجات المحتملة حول علاقة هذه النتائج بتشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطلاب الجامعيين، حيث أن تأثير الاتصال بالمعارف والمعلومات يظهر عدم وجود تأثير معنوي للاتصال المستمر بالمعارف على الاتجاهات السياسية، ويشير هذا إلى أن التواصل الاجتماعي لا يلعب دورًا كبيرًا في تشكيل الآراء السياسية لأفراد العينة.

وفيما يخص القضاء على وقت الفراغ ليس له تأثير ملحوظ على الاتجاهات السياسية، ويمكن أن يشير هذا إلى أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أو الأنشطة الأخرى في وقت الفراغ لا يؤثر بشكل كبير على المواقف السياسية.

أما التعبير عن الآراء والاتجاهات بحرية فلوحظ عدم وجود تأثير ملحوظ للتعبير عن الآراء والاتجاهات بحرية يمكن أن يشير إلى أن حرية التعبير قد لا تكون عاملًا رئيسيًا في تشكيل الآراء السياسية لأفراد العينة.

لكن الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة والاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة يظهر وجود تأثير معنوي للاطلاع على الأحداث والأخبار والمواضيع المختلفة في بعض الحالات، ويشير هذا إلى أن الوعي بالأحداث السياسية والقضايا يؤثر على الاتجاهات السياسية لأفراد العينة.

[1] Klaus Levinsen. Carsten Yndigegn. Political Discussions with Friends and Political Participation. The Sociological Review.volume 63. Issue 2.Europe. dec 2015.

الجدول رقم (39): يوضح الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	التواصل المستمرمع معارفك	0,209	1	0,209	0,894	0,345
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,431	1	0,431	2,095	0,149
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,037	1	0,037	0,283	0,595
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,043	1	0,043	0,177	0,675
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,282	1	0,282	1,293	0,257
	أخرى	0,266	1	0,266	1,21	0,272
A53	التواصل المستمرمع معارفك	0,026	1	0,026	0,11	0,741
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,722	1	0,722	3,512	0,062
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,116	1	0,116	0,874	0,351
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,299	1	0,299	1,216	0,271
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,001	1	0,001	0,003	0,953
	أخرى	0,102	1	0,102	0,464	0,496
A54	التواصل المستمرمع معارفك	8,07E- 05	1	8,07E-05	0	0,985
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,031	1	0,031	0,148	0,7
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,015	1	0,015	0,113	0,737
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,186	1	0,186	0,757	0,385

	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,189	1	0,189	0,866	0,353
	أخرى	0,029	1	0,029	0,131	0,718
A55	التواصل المستمرمع معارفك	0,412	1	0,412	1,765	0,185
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,028	1	0,028	0,139	0,71
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,05	1	0,05	0,377	0,54
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,961	1	0,961	3,911	0,049
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,005	1	0,005	0,025	0,875
	أخرى	0,023	1	0,023	0,104	0,748
A56	التواصل المستمرمع معارفك	0,777	1	0,777	3,326	0,069
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,025	1	0,025	0,122	0,727
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,042	1	0,042	0,321	0,572
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,088	1	0,088	0,359	0,55
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,014	1	0,014	0,062	0,804
	أخرى	0,055	1	0,055	0,251	0,617
A57	التواصل المستمرمع معارفك	2,382	1	2,382	10,196	0,002
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,262	1	0,262	1,274	0,26
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,355	1	0,355	2,685	0,103
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,506	1	0,506	2,061	0,152
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,33	1	0,33	1,512	0,22

	أخرى	0,129	1	0,129	0,585	0,445
A58	التواصل المستمرمع معارفك	0,131	1	0,131	0,561	0,455
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,35	1	0,35	1,704	0,193
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,077	1	0,077	0,584	0,446
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,097	1	0,097	0,394	0,531
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,359	1	0,359	1,646	0,201
	أخرى	0,098	1	0,098	0,446	0,505
A59	التواصل المستمرمع معارفك	0,126	1	0,126	0,539	0,464
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,013	1	0,013	0,066	0,798
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,071	1	0,071	0,538	0,464
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,142	1	0,142	0,58	0,447
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,083	1	0,083	0,381	0,538
	أخرى	0,035	1	0,035	0,161	0,689
A60	التواصل المستمرمع معارفك	0,525	1	0,525	2,249	0,135
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,204	1	0,204	0,992	0,32
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,25	1	0,25	1,892	0,17
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,099	1	0,099	0,405	0,525
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,273	1	0,273	1,254	0,264
	أخرى	0,293	1	0,293	1,33	0,25
A61	التواصل المستمرمع معارفك	0,01	1	0,01	0,044	0,835

	القضاءعلى وقت الفراغ	0,461	1	0,461	2,244	0,135
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,304	1	0,304	2,304	0,13
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,404	1	0,404	1,646	0,201
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,111	1	0,111	0,51	0,476
	أخرى	0,009	1	0,009	0,041	0,839
A62	التواصل المستمرمع معارفك	0,444	1	0,444	1,902	0,169
	القضاءعلى وقت الفراغ	1,786	1	1,786	8,689	0,004
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	1,26	1	1,26	9,535	0,002
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,118	1	0,118	0,479	0,49
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,114	1	0,114	0,522	0,471
	أخرى	0,258	1	0,258	1,172	0,28
A63	التواصل المستمرمع معارفك	0,007	1	0,007	0,03	0,864
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,317	1	0,317	1,54	0,216
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,064	1	0,064	0,484	0,487
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,631	1	0,631	2,567	0,11
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,427	1	0,427	1,958	0,163
	أخرى	0,203	1	0,203	0,921	0,338
A64	التواصل المستمرمع معارفك	0,045	1	0,045	0,191	0,662
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,065	1	0,065	0,316	0,574
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك	0,043	1	0,043	0,326	0,569

	بحرية					
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,647	1	0,647	2,632	0,106
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,044	1	0,044	0,2	0,655
	أخرى	0,437	1	0,437	1,985	0,16
A65	التواصل المستمرمع معارفك	0,158	1	0,158	0,676	0,412
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,188	1	0,188	0,915	0,34
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,057	1	0,057	0,433	0,511
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,006	1	0,006	0,022	0,881
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	1,084	1	1,084	4,972	0,027
	أخرى	0,103	1	0,103	0,47	0,494
A66	التواصل المستمرمع معارفك	0,019	1	0,019	0,082	0,775
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,079	1	0,079	0,385	0,536
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,015	1	0,015	0,11	0,74
	الاطلاع على مختلفا لأحداث والأخبارلحظة بلحظة	0,524	1	0,524	2,135	0,145
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,457	1	0,457	2,097	0,149
	أخرى	0,171	1	0,171	0,775	0,379
A67	التواصل المستمرمع معارفك	0,075	1	0,075	0,319	0,573
	القضاءعلى وقت الفراغ	0,13	1	0,13	0,631	0,428
	التعبيرعن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,004	1	0,004	0,034	0,854
	الاطلاع على مختلفا لأحداث	0,106	1	0,106	0,43	0,513

	والأخبارلحظة بلحظة					
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,498	1	0,498	2,283	0,132
	أخرى	0,066	1	0,066	0,298	0,586

من الجدول أعلاه عن القيم الدالة عن علاقة الاتجاه الإسلامي بالاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فكان الاطلاع على مختلف المواضيع لحظة بلحظة دال احصائيا عند البند 55 الذي يعبر على أن مبدأ الشورى في اتخاذ القرارات السياسية هو أساس الشأن السياسي في الجزائر، حيث حصل على قيمة مستوى الدلالة 0.049 عند 0.05

والبند 65 الذي يحث على مساندة الأحزاب التي تستنكر تدخل الدولة في منع وسائل الاعلام للترويج للإسلام فأخذت قيمة مستوى الدلالة عندها 0.027 عند مستوى 0.05

كما يمكن ربط العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة مع مبدأ الشورى في اتخاذ القرارات السياسية في الشأن السياسي في الجزائر من خلال الجمع بين استخدام التكنولوجيا الحديثة لجمع المعلومات عن طريق فتح منصات رقمية تتيح للمواطنين الوصول إلى أحدث المعلومات والمواضيع المتعلقة بالشأن السياسي والاقتصادي والاجتماعي، والمبادئ الديمقراطية التقليدية، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي لجمع ردود الفعل الفورية من المواطنين حول القضايا المطروحة.

كما يستطيع أفراد العينة اتخاذ القرارات السياسية من خلال ذلك التفاعل الاجتماعي الناتج من الحوار الذي يجريه الطلبة أثناء الاطلاع على المواضيع المختلفة كل حين سواء مع ذويه أو مع الآخرين، أثناء تصفحهم شبكات التواصل الاجتماعي لحظة بلحظة، مما يجعلهم أمام مجالس استشارية مختلطة مع أصحاب الخبرة في الميدان السياسي، فيتحصلون على المعلومات المتدفقة باستمرار من مختلف المصادر مما يساعدهم في فهم الاتجاهات والرأي العام، وبذلك تصبح لديهم القدرة في المناقشة والمشاركة في اتخاذ قرارات مبنية على التشاور وتوافق الآراء.

إن الاتجاه الإسلامي يعزز مبدأ الشورى والتشاور لأنه من مبادئ الإسلام، وهذا يساعد في القرارات الهامة لضمان مشاركة المجتمع وإظهار العدالة والشفافية، ومن خلال صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تكون المواضيع المختلفة مطروحة وقيد النقاش، مما يتيح لأفراد العينة الاطلاع عليها والاطلاع على المستجدات لحظة بلحظة، والتعرف عليها، وفي نفس الوقت إعطاء مقترحات وأفكار بكل شفافية وهذا يساهم في المشاركة المجتمعية لقياس الرأي العام في المواضيع التي تهم المجتمع، وتطبيق العدالة الاجتماعية في الأحكام التي قد تصدر عن الدولة، وبهذا يستفيد المجتمع من وسائل التواصل الاجتماعي في تطبيق مبدأ الشورى، ومشاركة الفئات التي تكون معزولة أو غير قادرة على المشاركة في اتخاذ القرارات. وتوضح دراسة **(سهيلة بضياف)** التي ناقشت موضوع حول الشبكات الاجتماعية

الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر، احدى نتائجها على شبكات التواصل الاجتماعي باعتبارها فضاء للنقاش والرأي العام كما هو الحال في الدراسة الحالية.

أما فيما يخص بند التواصل مع المعارف باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كانت قيمته دالة احصائيا، فقد عوض استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة تلك الزيارات الرسمية المتبادلة بين الأقارب والمعارف، خاصة الذين يقطنون بعيدا عن بعضهم البعض، فالمجتمع تغير عن ذي قبل لم يعد ذلك المجتمع التقليدي الذي تكون فيه العلاقات الاجتماعية قوية ومباشرة، والتي كانت تساهم في تعزيز التكافل والتضامن الاجتماعي، وفي ظل هذه التغيرات يبقى الحفاظ على تلك العلاقات مهم جدا وبقائها يشعر الفرد أنه ينتمي إلى عائلة، وهذا أفضل بكثير من قطع العلاقات العائلية حتى ولو كانت سطحية مقارنة بالتواصل الحقيقي الذي كان يشير إليه دوركايم.

كما أثبتت النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن خلال تحقيق اشباع التواصل المستمر مع المعارف من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، كان أفراد العينة يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على ادماج الشباب في الحياة السياسية في الجزائر، خاصة في المجتمعات التقليدية ذات التقاليد الدينية القوية حيث يمكن أن يكون وسيلة فعالة لنقل الأفكار والقيم المتعلقة بالمشاركة السياسية، ويحقق اشباعا معرفيا من خلال طرح أفكار جديدة بين أفراد العينة، كما توصلت الباحثة **(وسام طايل البشابشة)** في دراستها حول "دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي واشباعاتها(فيسبوك وتوتير)، من أن التواصل مع الأقارب والأهل له دور في الحصول على المعرفة والأفكار الجديدة[1]، والاتجاه الإسلامي بدوره يشجع على دمج الشباب في الحياة السياسية من خلال القيم الإسلامية، مثل العدل والمساواة والشورى، كما كانت الشخصيات القيادية الإسلامية سابقا وهذا يعمل على تحفيز الطلبة على الاقتداء بهم والحذو على دربهم للمساهمة في تحسين المجتمع وفقا للمبادئ الإسلامية.

كما يعد التعبير عن الآراء والاتجاهات بحرية لدى أفراد العينة بكلية الحقوق والعلوم السياسية يتوافق مع مبدأ الاتجاه الإسلامي، ومبادئ أول نوفمبر إذا تم بشكل مسؤول ومبني على الاحترام المتبادل، ويهدف إلى تحقيق المصلحة العامة، لضمان عدم إيذاء الآخرين والتعدي على حرياتهم الشخصية.

إن مبادئ أول نوفمبر ترتكز على القيم والأهداف التي قامت عليها ثورة التحرير الجزائرية عام 1954 وهي تنادي بالحرية والاستقلال والسيادة الوطنية والعدالة الاجتماعية، من أجل الحفاظ على الهوية الوطنية.[2] وفي المقابل نجد أن الإسلام كذلك يشجع على التعبير عن الآراء والأفكار ويضع ضوابط اجتماعية واخلاقية تشمل الحق في تقديم النصيحة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وليس التهكم

[1]وسام طايل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتوتير)، رسالة ماجستير في الصحافة والاعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2013، ص 91.

[2]جبهة التحرير الوطني، بيان أول نوفمبر 1954، الجزائر، 1954، ص 03.

على الآخرين في صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، دون رقابة أو قوانين تمنع ذلك، لأن ما نلاحظه الآن استخدام هذه الشبكات دون التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها أو مشاركتها مما يثير الفوضى والفتنة في المجتمع، وهذه الأشياء تتنافى مع القيم الإسلامية وحتى المجتمعية، بل يجب تجنب الخوض في الموضوعات الحساسة المثيرة للجدل تفاديا لتصاعد التوترات أو النزاعات.

الجدول رقم (40): يوضح الاشباعات المحققة من استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي بالاتجاه العلماني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الإحصائية .Sig
A25	التواصل المستمر مع معارفك	0,024	1	0,024	0,102	0,75
	القضاء على وقت الفراغ	0,131	1	0,131	0,617	0,433
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,039	1	0,039	0,285	0,594
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,231	1	0,231	0,903	0,343
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,029	1	0,029	0,128	0,721
	أخرى	0,478	1	0,478	2,255	0,134
A68	التواصل المستمر مع معارفك	0,341	1	0,341	1,427	0,233
	القضاء على وقت الفراغ	0,219	1	0,219	1,032	0,311
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,533	1	0,533	3,893	0,05
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,027	1	0,027	0,104	0,747
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,048	1	0,048	0,212	0,646
	أخرى	0,393	1	0,393	1,852	0,175

A69	التواصل المستمر مع معارفك	0,078	1	0,078	0,325	0,569
	القضاء على وقت الفراغ	0,009	1	0,009	0,04	0,841
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,152	1	0,152	1,114	0,292
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,026	1	0,026	0,101	0,751
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,06	1	0,06	0,264	0,608
	أخرى	0,018	1	0,018	0,086	0,77
A70	التواصل المستمر مع معارفك	0,002	1	0,002	0,01	0,922
	القضاء على وقت الفراغ	0,045	1	0,045	0,21	0,647
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,23	1	0,23	1,679	0,196
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,08	1	0,08	0,313	0,577
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,304	1	0,304	1,339	0,248
	أخرى	0,3	1	0,3	1,414	0,236
A71	التواصل المستمر مع معارفك	0	1	0	0,001	0,98
	القضاء على وقت الفراغ	0	1	0	0,001	0,981
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,092	1	0,092	0,672	0,413
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,004	1	0,004	0,015	0,903
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,132	1	0,132	0,583	0,446
	أخرى	0,257	1	0,257	1,212	0,272

A72	التواصل المستمر مع معارفك	0,462	1	0,462	1,936	0,165
	القضاء على وقت الفراغ	0,006	1	0,006	0,029	0,866
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0	1	0	0,002	0,96
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,003	1	0,003	0,012	0,912
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,169	1	0,169	0,744	0,389
	أخرى	0,402	1	0,402	1,896	0,17
A73	التواصل المستمر مع معارفك	0,308	1	0,308	1,291	0,257
	القضاء على وقت الفراغ	0,854	1	0,854	4,035	0,046
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,002	1	0,002	0,012	0,911
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,011	1	0,011	0,044	0,833
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,009	1	0,009	0,038	0,845
	أخرى	0,817	1	0,817	3,853	0,051
A74	التواصل المستمر مع معارفك	0,225	1	0,225	0,94	0,333
	القضاء على وقت الفراغ	0,15	1	0,15	0,709	0,401
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,041	1	0,041	0,303	0,583
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,27	1	0,27	1,056	0,305
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,014	1	0,014	0,063	0,803
	أخرى	0,48	1	0,48	2,263	0,134

A75	التواصل المستمر مع معارفك	0,002	1	0,002	0,007	0,932
	القضاء على وقت الفراغ	1,35E- 05	1	1,35E-05	0	0,994
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,004	1	0,004	0,031	0,861
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,078	1	0,078	0,306	0,581
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,02	1	0,02	0,088	0,768
	أخرى	0,626	1	0,626	2,955	0,087
A76	التواصل المستمر مع معارفك	0,098	1	0,098	0,41	0,523
	القضاء على وقت الفراغ	0,154	1	0,154	0,726	0,395
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,054	1	0,054	0,395	0,53
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,006	1	0,006	0,022	0,882
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,524	1	0,524	2,313	0,13
	أخرى	0,01	1	0,01	0,045	0,832
A77	التواصل المستمر مع معارفك	0,383	1	0,383	1,605	0,206
	القضاء على وقت الفراغ	0,274	1	0,274	1,293	0,257
	التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية	0,001	1	0,001	0,005	0,942
	– الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة	0,017	1	0,017	0,068	0,795
	الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة	0,017	1	0,017	0,075	0,785
	أخرى	0,117	1	0,117	0,552	0,458

من خلال الجدول أعلاه سنقوم بتحليل البنود التي تتعلق بالاتجاه العلماني من A25 إلى A77 بشكل منفصل مع معطيات السؤال 13 وهو الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، فنجد أن البند A25 الذي ينص على تأييد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على فصل الدين عن الدولة أن قيمة اختبار F =0.102 وقيمة (Sig=0.750)

حيث أن القيمة sig تعني أنه ليست هناك علاقة إحصائية معنوية بين الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على فصل الدين عن الدولة وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، ويمكن تفسير ذلك بأن الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تحث على فصل الدين عن الدولة لا يؤثر بشكل كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني. قد يكون هناك تأثيرات أخرى أو قضايا أكثر أهمية بالنسبة لهم، مثل مسارهم المهني.

أما البند A68 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي قدر اختبار F: 1.427 وقيمة p: 0.233

حيث أن القيمة(p) sig تشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي وبين الاتجاهات العلمانية لدى أفراد العينة.

كما يبدو أن تأييد الفكر الاشتراكي لا يؤثر بشكل كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني، مما يشير إلى أن هناك أبعاد أخرى قد تكون أكثر تأثيرًا على اتجاهاتهم السياسية، كالمطالبة بحقوقهم الفردية.

كذلك A69 الذي ينص مساندة الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال حصل على اختبار F=0.325 وقيمة p: 0.569

حيث تشير القيمة (sig) pإلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، حيث يكون تأييد الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال ليس له تأثير كبير على ميل الطلبة نحو الاتجاهات العلمانية، مما يشير إلى أن هناك عوامل أخرى تلعب دورًا أكبر في تشكيل آرائهم السياسية، فعلى سبيل المثال انشغالهم بالدراسة هو الأهم في المرحلة الحالية.

أما فيما يخص البند A70 الذي ينادي بمساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص بلغ اختبار F=0.010 وقيمة p=0.922

حيث نجد أن القيمة p عالية جدًا (0.922)، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة بمبدأ العدل والتكافؤ وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، حيث يبدو أن قضية تقسيم ممتلكات الدولة لا تؤثر كثيرًا على ميل أفراد العينة مما يدل على أنهم مازالوا في مرحلة لا تسمح بالدفاع عن هذه الممتلكات حسب تفكيرهم.

كذلك بالنسبة للبند A71 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة من التراب الوطني كان اختبار F=0.001 وقيمة p: 0.980

ومنه نجد أن القيمة p عالية جدًا (0.980)، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة.

ويعكس ذلك أن مساندة الأحزاب التي تركز على خدمة مناطق معينة قد لا تكون لها تأثير كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني.

إن البند A72 الذي ينص مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ فكرة أن الشعب الجزائري ذو أصول أمازيغية بلغ اختبار F=1.936 وقيمة p=0.165

كما أن القيمة p 0.165 كانت أقل من 0.05، ولكنها ليست بما يكفي لتكون معنوية بشكل إحصائي بحسب التقليد الشائع الذي يعتبر 0.05 كحد أدنى.

وتشير هذه النتيجة إلى وجود اتجاه إيجابي، ولكن غير معنوي إحصائيًا، نحو مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ فكرة أصول أمازيغية للشعب الجزائري. وهذا مؤشرًا على أهمية الهوية الثقافية واللغوية بالنسبة لأفراد العينة دون أن تؤثر بشكل كبير على اتجاههم العلماني.

والبند A73 الذي ينص على دعم الأحزاب المعارضة في الجزائر وجد اختبار F=1.291 وبلغت قيمة p= 0.257 القيمة

أما (sig)p=0.257 كانت أعلى من 0.05، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين دعم الأحزاب المعارضة وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة.

ومنه يبدو أن دعم الأحزاب المعارضة في الجزائر لا يؤثر بشكل كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني، ويرتبط بأسباب سياسية أو اجتماعية تتعلق باللأحداث السياسية والمشكلات الاجتماعية في الجزائر.

كذلك البند A74 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ العلمانية في الجزائر، بلغ اختبار F=0.940 وقيمة p=0.333

حيث أن القيمة p=0.333 أعلى من 0.05، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ العلمانية وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة.

مما يعكس ذلك أن مساندة العلمانية كقضية ليس لها تأثير كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني، مما يشير إلى أن هناك عوامل أخرى قد تكون أكثر أهمية في تشكيل آرائهم السياسية كمشاكلهم الاجتماعية مثلا.

إن البند A75 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي في الحياة قدر اختبار بـ F=0.007 وقيمة p=0.934

فكانت القيمة p=0.934 عالية جدًا، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي وبين الاتجاهات العلمانية لدى أفراد العينة، ويبدو أن الاهتمام بالقضايا المادية لا يؤثر كثيرًا على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني، وإن دل على شيء فإنما يدل على أن جل أفراد العينة ليس لهم دراية كبيرة بهذا المجال بحكم السن أو ليس لديهم مسؤوليات مادية.

كذلك البند A76 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة في المجتمع وتدعم حريتها بلغ اختبار F=0.440 وقيمة p=0.510

أما القيمة p 0.510 عالية، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، حيث يبدو أن دعم حقوق المرأة والحرية لا يؤثر بشكل كبير على ميل أفراد العينة نحو الاتجاه العلماني، مما يشير إلى أن هناك عوامل أخرى تلعب دورًا أكبر في تشكيل آرائهم السياسية.

إن البند A77 الذي ينص على مساندة الأحزاب التي تدعم التطوير والازدهار والتنمية

حيث أن اختبار F=0.935 وقيمة p=0.334

حيث أن القيمة p=0.334 عالية، مما يشير إلى عدم وجود علاقة إحصائية معنوية بين مساندة الأحزاب التي تدعم التطوير والازدهار والتنمية وبين الاتجاهات العلمانية لدى أفراد العينة.

ويعكس ذلك أن دعم التنمية والازدهار لا يؤثر كثيرًا على ميل الطلاب نحو الاتجاه العلماني، مما يشير إلى أن هناك قضايا أخرى قد تكون أكثر أهمية في اختياراتهم السياسية، مثل قضية البطالة.

وبالتالي من خلال تحليل هذه البنود، نجد أن العديد منها لا تظهر علاقات إحصائية معنوية بينها وبين الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة في السياق الجزائري.

وهذا يشير إلى أن هناك عوامل أخرى قد تكون أكثر تأثيرًا في تشكيل آرائهم السياسية، مثل القضايا الاقتصادية، الثقافية، والاجتماعية.

وفي سياق الدراسة الحالية يمكن التفكير في دور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لنشر الآراء والتوجيهات السياسية والاجتماعية بين الشباب في الجزائر. حيث تفسير دور شبكات التواصل الاجتماعي بالنسبة للاتجاه العلماني من خلال الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي التي تعمل كمنصة لنشر وتبادل الآراء والاتجاهات السياسية بين الشباب. فعلى سبيل المثال، البنود التي تشير إلى دعم الأحزاب المعارضة، كدعم العلمانية، وتعزيز قيم المرأة، يمكن أن تنتشر وتتبنى بسرعة عبر هذه الشبكات مما يؤثر على الوعي السياسي والاجتماعي للشباب.

كما يمكن القيام ببعض الحملات الاجتماعية على شبكات التواصل الاجتماعي حول قضايا مثل حقوق المرأة أو دعم العلمانية، مرتبطة بزيادة في المناقشات حول هذه القضايا بين الشباب، وهذا يؤدي إلى تعزيز تبني المواقف المتعلقة بهذه القضايا.

كما يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في زيادة التفاعل السياسي بين الطلبة الجامعيين، حيث توفر منصة للتعبير عن الرأي والمشاركة في الحوارات السياسية. وهذا يؤدي إلى تشكيل آراء سياسية أكثر تأثيرًا وتعاطفًا مع القضايا المطروحة على هذه الشبكات، وتظهر الدراسة الحالية أن هناك تنوعًا كبيرًا في القضايا والاهتمامات التي يمكن أن تؤثر على توجهات الطلبة، مثل الهوية الثقافية، القضايا الاجتماعية، والتنمية الاقتصادية، وبذلك فإن شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) توفر منصة لتبادل هذه القضايا والمناقشة حولها، مما يؤثر على توجهات الشباب السياسية بشكل مباشر.

وعليه تكون شبكات التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) طريقا لنشر الوعي السياسي، والاجتماعي بين الشباب الجامعي، وتشكيل آرائهم حول القضايا المتعددة التي تمس مجتمعهم. مما يساعد بدوره أفراد العينة على تحقي التفاعل الاجتماعي والسياسي الذي يكون مرتبطة بنشاطهم على هذه الشبكات، وتأثيرها على اتجاهاتهم العلمانية والسياسية بشكل عام.

جدول رقم (41) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة لشركات شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,33	1	0,33	1,551	0,214
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,383	1	0,383	3,372	0,068
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,48	1	0,48	2,147	0,144
	أخرى	0,239	1	0,239	0,366	0,546
A27	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,187	1	0,187	0,88	0,349
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,093	1	0,093	0,816	0,367
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	1,032	1	1,032	4,612	0,033
	أخرى	0,132	1	0,132	0,202	0,653
A28	قضايا ومواضيع متعلقة	0,14	1	0,14	0,657	0,418

	بالانتخابات					
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,001	1	0,001	0,01	0,92
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,453	1	0,453	2,023	0,156
	أخرى	1,105	1	1,105	1,688	0,195
A29	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,453	1	0,453	2,127	0,146
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,048	1	0,048	0,422	0,517
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,109	1	0,109	0,485	0,487
	أخرى	0,61	1	0,61	0,932	0,335
A30	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,019	1	0,019	0,089	0,765
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,214	1	0,214	1,885	0,171
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,02	1	0,02	0,089	0,766
	أخرى	0,019	1	0,019	0,03	0,863
A31	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,055	1	0,055	0,258	0,612
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,259	1	0,259	2,286	0,132
	قضايا ومواضيع متعلقة	0,007	1	0,007	0,033	0,856

	بالقرارات الرئاسية					
	أخرى	0,061	1	0,061	0,093	0,761
A32	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,023	1	0,023	0,108	0,743
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,01	1	0,01	0,091	0,763
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,017	1	0,017	0,074	0,786
	أخرى	0,094	1	0,094	0,143	0,705
A33	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,19	1	0,19	0,891	0,346
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,156	1	0,156	1,375	0,242
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,32	1	0,32	1,43	0,233
	أخرى	0,804	1	0,804	1,229	0,269
A34	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,296	1	0,296	1,389	0,24
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,198	1	0,198	1,743	0,188
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	2,017	1	2,017	9,015	0,003
	أخرى	0,237	1	0,237	0,363	0,548
A35	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,002	1	0,002	0,009	0,925
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,009	1	0,009	0,081	0,777
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,012	1	0,012	0,055	0,815
	أخرى	0,458	1	0,458	0,7	0,404

A36	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,286	1	0,286	1,343	0,248
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0	1	0	0,001	0,971
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,343	1	0,343	1,535	0,217
	أخرى	0,361	1	0,361	0,552	0,458
A37	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,477	1	0,477	2,24	0,136
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,255	1	0,255	2,246	0,135
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,589	1	0,589	2,632	0,106
	أخرى	0,803	1	0,803	1,227	0,269
A38	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,076	1	0,076	0,355	0,552
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,019	1	0,019	0,163	0,686
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,034	1	0,034	0,15	0,699
	أخرى	0,512	1	0,512	0,782	0,377
A39	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,416	1	0,416	1,953	0,164
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,096	1	0,096	0,842	0,36
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,153	1	0,153	0,685	0,409
	أخرى	0,08	1	0,08	0,122	0,727
A40	قضايا ومواضيع متعلقة	0,069	1	0,069	0,325	0,569

	بالانتخابات					
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,098	1	0,098	0,86	0,355
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,083	1	0,083	0,369	0,544
	أخرى	1,142	1	1,142	1,745	0,188
A41	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,09	1	0,09	0,424	0,516
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,291	1	0,291	2,563	0,111
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,92	1	0,92	4,111	0,044
	أخرى	0,192	1	0,192	0,293	0,589
A42	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,699	1	0,699	3,284	0,071
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,163	1	0,163	1,438	0,232
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	2,222	1	2,222	9,935	0,002
	أخرى	0,243	1	0,243	0,372	0,543
A43	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,006	1	0,006	0,03	0,863
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,228	1	0,228	2,005	0,158
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,814	1	0,814	3,638	0,058
	أخرى	0	1	0	0	0,99
A44	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,317	1	0,317	1,49	0,224
	قضايا ومواضيع متعلقة	0,18	1	0,18	1,585	0,209

	بالنشاطات الحزبية					
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,09	1	0,09	0,401	0,527
	أخرى	0,012	1	0,012	0,019	0,892
A45	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,312	1	0,312	1,464	0,228
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,008	1	0,008	0,068	0,794
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	1,90E-05	1	1,90E- 05	0	0,993
	أخرى	0,423	1	0,423	0,646	0,422
A46	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,028	1	0,028	0,131	0,717
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,002	1	0,002	0,016	0,899
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,096	1	0,096	0,43	0,512
	أخرى	1,827	1	1,827	2,792	0,096
A47	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,003	1	0,003	0,016	0,899
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,046	1	0,046	0,401	0,527
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,097	1	0,097	0,435	0,51
	أخرى	0,084	1	0,084	0,128	0,721
A48	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	5,48E-05	1	5,48E- 05	0	0,987
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,007	1	0,007	0,066	0,797
	قضايا ومواضيع متعلقة	0,155	1	0,155	0,692	0,406

	بالقرارات الرئاسية					
	أخرى	2,318	1	2,318	3,542	0,061
A49	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,067	1	0,067	0,315	0,575
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,022	1	0,022	0,191	0,663
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,906	1	0,906	4,051	0,045
	أخرى	0,889	1	0,889	1,358	0,245
A50	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,074	1	0,074	0,345	0,557
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,019	1	0,019	0,166	0,684
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,222	1	0,222	0,994	0,32
	أخرى	0,755	1	0,755	1,153	0,284
A51	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,076	1	0,076	0,359	0,55
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,448	1	0,448	3,945	0,048
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,041	1	0,041	0,184	0,668
	أخرى	1,909	1	1,909	2,916	0,089

من خلال الجدول الذي يعرض نتائج المتغيرات الإحصائية للسؤال 18 المتعلق بالمواضيع والقضايا السياسية التي يتابعها أفراد عينة الدراسة على الساحة المحلية والوطنية، وعلاقته بالاتجاه الوطني نجد أن التحليل الاحصائي لكل المتغيرات مقارنة بالقيم المتحصل عليها في الجدول المقدم أعلاه مايلي:

إن متغير قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات كانت قيمة sig=0.908 أكبر من 0.05 وعليه ليس هناك دلالة إحصائية معنوية في العلاقة بين هذا المتغير والاتجاه الوطني لأفراد العينة، ثم نجد أن المتغير الخاص بقضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية هي أيضا كانت قيمة sig عندها أكبر من

0.05 حيث بلغت 0.308، مما يدل على عدم وجود دلالة إحصائية بين الاتجاه الوطني ومتابعة أفراد العينة لقضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات.

في حين نجد أن قيمة sig =0.002 و 0.003 و 0.045 عند المتغير قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات السياسية، مع عدة بنود للاتجاه الوطني وهي أقل من 0.05 ومنه نستطيع القول أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذا المتغير والاتجاه الوطني.

كذلك المتغير قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية بلغت قيمة sig=0.048 وهي أقل من 0.05 وعليه توجد دلالة إحصائية معنوية بينها وبين الاتجاه الوطني.

أما في القضايا الأخرى فنجد أن القيمة المتحصل عليها في الجدول: Somme des carrés = 18.942، df = 26، F = 1.113، Sig. = 0.327 .

وقيمة ال F هي 1.113 وقيمة ال Sig. هي 0.327. بالنظر إلى أن Sig. أكبر من 0.05، فإنه ليس هناك دلالة إحصائية معنوية في العلاقة بين هذا المتغير والاتجاه الوطني لأفراد العينة.

من خلال هذا التحليل الاحصائي يبدو أن المتغيرات المتعلقة بالقرارات الرئاسية هي الأكثر تأثيرًا على الاتجاه الوطني لأفراد العينة، بينما لا يوجد دلالة إحصائية معنوية في العلاقة بين المتغيرات الأخرى والاتجاه الوطني.

كمتغير قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات يُفترض أن ليس لها تأثير على الاتجاه الوطني لأفراد العينة، وقضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية تقدم وجهة نظر أخرى لأفراد العينة تستند إلى انتمائهم الحزبي.

ويمكن تفسير ذلك بأن القضايا والمواضيع المتعلقة بالقرارات الرئاسية تبدو أكثر تأثيراً على الاتجاه الوطني لأفراد العينة مقارنة بالقضايا الأخرى، وهي أكثر تحفيزا لأفراد العينة في اختيار اتجاهاتهم الوطنية، وربما يشير ارتباط أفراد العينة بالقرارات الرئاسية إلى مستوى أعلى من الوعي السياسي بالقضايا الرئيسية التي تؤثر على الدولة.

ومن الجدير بالذكر أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد يكون له تأثير كبير على كيفية تشكيل وتأثير هذه القضايا على أفراد العينة.

كما تؤثر العوامل الاجتماعية والثقافية الخاصة بأفراد العينة، مثل الدين، والطبقة الاجتماعية، والثقافة الإقليمية، على كيفية استجابتهم لهذه القضايا والمواضيع.

ومنه نتائج التحليل الإحصائي التي تم تقديمها تشير إلى وجود علاقة بين متابعة أفراد العينة للقضايا والمواضيع السياسية وتشكيل اتجاهاتهم السياسية، حيث يمكن التفكير في أن تفاعل الطلبة مع هذه القضايا والمواضيع تؤثر على آرائهم واستجاباتهم السياسية. فإذا كان أفراد العينة وخاصة طلبة الحقوق والعلوم السياسية الذين هم أقرب للميدان السياسي يتابعون القضايا السياسية ويشاركون فيها بانتظام، فقد يكون لديهم فهم أعمق للسياسة والعملية السياسية، مما قد يؤثر على اتجاهاتهم السياسية وقراراتهم

الانتخابية، كما يمكن أن تكون هذه النتائج مفيدة لفهم كيفية تأثير المشاركة السياسية لأفراد العينة على اتجاهاتهم السياسية، وبالتالي تحديد أفضل السياسات والممارسات لتعزيز المشاركة السياسية وتعزيز الوعي السياسي بين هذه الفئة من المجتمع.

كذلك يمكن تفسير هذه النتائج على أنها تعكس العلاقة بين العوامل الاجتماعية والسياسية وتشكيل الهويات والاتجاهات السياسية للأفراد، من خلال بعض المعطيات كالتأثير الثقافي والاجتماعي الذي يؤثر البيئة الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها الطلبة الجامعيين، بما في ذلك الأسرة والمدرسة والمجتمع، على اهتماماتهم بالقضايا السياسية ومواقفهم منها. فمثلاً، إذا كانت الأسرة تشجع على المشاركة السياسية والنقاشات في المنزل، فقد يكون لذلك تأثير على تفاعل الطلاب مع القضايا السياسية في الجامعة.

اضافة إلى أن التعليم والتوعية السياسية يؤثر مستوى التعليم والوعي السياسي لأفراد العينة على اهتماماتهم بالشؤون السياسية وتوجهاتهم السياسية. فعلى سبيل المثال، طلبة العلوم السياسية يمكن أن يؤثر التعليم في الجامعة على توجهاتهم السياسية من خلال تقديم المعرفة والفهم الأعمق للقضايا السياسية.

زيادة إلى التفاعل الاجتماعي والنقاش الديمقراطي الذي بدوره يؤثر التفاعل مع الزملاء والأساتذة في الجامعة على اتجاهات أفراد العينة السياسية، من خلال المناقشات وتبادل الآراء حول القضايا السياسية المختلفة.

كذلك التأثير الإعلامي يؤثر التعرض للمعلومات السياسية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة على اتجاهات أفراد العينة السياسية، ومستوى اهتمامهم بالقضايا السياسية.

ومن خلال هذه العوامل الاجتماعية والثقافية والسياسية المختلفة، يتشكل تأثير أفراد العينة في تشكيل الاتجاهات السياسية، ويصبحون جزءًا من المجتمع الذي يشارك في صنع القرار السياسي.

وبالنظر إلى النتائج الإحصائية، نستطيع القول إن تفاعل أفراد العينة مع القضايا السياسية، وخاصة تلك المتعلقة بالقرارات الرئاسية يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم السياسية. فعلى سبيل المثال، ويؤدي اهتمامهم بالقضايا السياسية إلى تكوين وجهات نظر وتفضيلات سياسية معينة تؤثر في قراراتهم السياسية المستقبلية.

جدول رقم (42) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,071	1	0,071	0,334	0,564
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,262	1	0,262	2,405	0,122
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,002	1	0,002	0,007	0,934
	أخرى	0,253	1	0,253	0,387	0,534
A53	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,01	1	0,01	0,047	0,829
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,522	1	0,522	4,8	0,029
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,236	1	0,236	1,036	0,31
	أخرى	0,018	1	0,018	0,027	0,868
A54	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,002	1	0,002	0,009	0,926
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,016	1	0,016	0,149	0,7
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,057	1	0,057	0,252	0,616
	أخرى	0,01	1	0,01	0,016	0,9
A55	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,12	1	0,12	0,566	0,452
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,609	1	0,609	5,595	0,019
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,265	1	0,265	1,165	0,282
	أخرى	0,728	1	0,728	1,114	0,292

A56	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,694	1	0,694	3,28	0,071
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	1,17	1	1,17	10,753	0,001
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,462	1	0,462	2,029	0,156
	أخرى	1,203	1	1,203	1,84	0,176
A57	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,129	1	0,129	0,612	0,435
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,286	1	0,286	2,632	0,106
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	2,922	1	2,922	12,826	0
	أخرى	0,533	1	0,533	0,815	0,368
A58	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,356	1	0,356	1,682	0,196
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,017	1	0,017	0,152	0,697
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,287	1	0,287	1,258	0,263
	أخرى	0,31	1	0,31	0,474	0,492
A59	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,005	1	0,005	0,025	0,876
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,005	1	0,005	0,043	0,835
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,7	1	0,7	3,072	0,081
	أخرى	0,05	1	0,05	0,076	0,783
A60	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,589	1	0,589	2,786	0,096
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,333	1	0,333	3,059	0,082
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,048	1	0,048	0,211	0,646
	أخرى	1,352	1	1,352	2,067	0,152

A61	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,001	1	0,001	0,007	0,934
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,073	1	0,073	0,669	0,414
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,035	1	0,035	0,155	0,695
	أخرى	3,281	1	3,281	5,018	0,026
A62	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,63	1	0,63	2,979	0,086
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,194	1	0,194	1,779	0,184
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,69	1	0,69	3,029	0,083
	أخرى	0,025	1	0,025	0,039	0,844
A63	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,137	1	0,137	0,649	0,421
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,164	1	0,164	1,507	0,221
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,664	1	0,664	2,913	0,089
	أخرى	0,003	1	0,003	0,004	0,95
A64	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,191	1	0,191	0,903	0,343
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,002	1	0,002	0,021	0,884
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,12	1	0,12	0,525	0,469
	أخرى	0,407	1	0,407	0,622	0,431
A65	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,074	1	0,074	0,349	0,555
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,115	1	0,115	1,059	0,304
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0	1	0	0,002	0,964
	أخرى	0,053	1	0,053	0,081	0,776

A66	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,049	1	0,049	0,231	0,631
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,019	1	0,019	0,178	0,674
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,571	1	0,571	2,508	0,115
	أخرى	0,706	1	0,706	1,079	0,3
A67	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,032	1	0,032	0,149	0,699
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,054	1	0,054	0,495	0,483
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	1,002	1	1,002	4,4	0,037
	أخرى	1,205	1	1,205	1,843	0,176

يعرض الجدول أعلاه نتائج تحليل إحصائي لعلاقة بين متغيرات مختلفة كالقضايا والمواضيع المتعلقة بالقرارات الرئاسية وقضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية، وكلها تتعلق بالقضايا والمواضيع السياسية وتأثيرها على بنود الاتجاهات السياسية يمكن أن يؤثر على الاتجاهات السياسية لأفراد العينة.

نجد أن مغير قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات ليس له تأثير ملحوظ على الاتجاه السياسي الاسلامي، حيث أن قيمة p- value تفوق قيمة الأهمية الإحصائية المقبولة (أكبر من 0.05).

أما متغير قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية فنجد بعض القيم المتناقضة هنا، حيث أن هناك بعض القيم التي تظهر تأثيرًا معنويًا (p- value < 0.05) وأخرى لا، ويمكن تفسير ذلك بأن بعض النشاطات الحزبية قد تكون مؤثرة في تشكيل الاتجاهات السياسية بينما الأخرى قد لا يكون لها تأثير.

كذلك متغير قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية تظهر أيضًا بعض النتائج المتضاربة، حيث أن بعض القيم تظهر تأثيرًا معنويًا على الاتجاهات السياسية (p- value < 0.05) بينما لا تظهر في الباقي.

أما المتغيرات الأخرى كالقضايا والمواضيع المتعلقة بالقرارات الرئاسية يبدو أنها لا تظهر تأثيرًا ملحوظًا على الاتجاه السياسي الاسلامي في العديد من الحالات.

ومنه يُظهر هذا الجدول تنوعًا كبيرًا في تأثير القضايا والمواضيع السياسية على الاتجاهات السياسية. وهذا بسبب عدم توحيد الاستجابات بين أفراد العينة، وبسبب التأثير المختلف للقضايا والمواضيع على خلفيات وتجارب أفراد عينة الدراسة.

إذن يشير هذا الجدول إلى أن العلاقة بين القضايا والمواضيع السياسية والاتجاه الاسلامي معقدة ومتنوعة، والتي تتأثر بعوامل متعددة، فقد يكون السياق الاجتماعي والثقافي لأفراد العينة دورًا مهمًا في تفسير هذه العلاقة وتوجيه النتائج بشكل أكبر.

كما يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة وعي أفراد العينة بالقضايا والمواضيع السياسية، سواءً من خلال مشاركة المعلومات أو المناقشات مع الآخرين، حيث يمكن أن يؤدي هذا إلى زيادة الاهتمام والمشاركة في الشؤون السياسية.

كما يمكن أن يؤثر التواصل المستمر مع الأصدقاء والمعارف عبر شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات أفراد العينة، وعلى سبيل المثال يؤدي التعرض لآراء متنوعة ومختلفة إلى تشكيل وجهات نظر متعددة بشأن القضايا السياسية.

وتزيد شبكات التواصل الاجتماعي من مشاركة أفراد العينة في النقاشات السياسية والفعاليات السياسية، مما تسهل هذه المشاركة من التفاعل مع القضايا السياسية بشكل أكبر، وتعزز الوعي السياسي. وكذلك يؤدي التواصل السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلى تشكيل الرأي العام، والتأثير في الاتجاهات الوطنية فمثلا يؤدي تبادل الآراء والمعلومات حول القضايا السياسية إلى تحديد مواقف جماعية أو تأييد أو معارضة معينة لسياسات حكومية معينة.

ويمكن أن يكون استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل في هذه البيئة الرقمية مرتبطا بشكل وثيق بتشكيل اتجاهاتهم السياسية والوطنية، وذلك وذلك من خلال تأثيرها على الوعي السياسي والمشاركة السياسية وتشكيل الرأي العام، كما هو الحال في دراسة **(رضوان قطبي)** حول شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية، حيث توصل إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل الوعي السياسي، وكذلك المشاركة السياسية للشباب المغربي.[1]

[1] رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، المجلد 3, الإصدار 1, فلسطين، 2017.

جدول رقم (43) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في متابعة المواضيع والقضايا السياسية بالاتجاه العلماني

Source	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار df	الدلالة الاحصائيةsig
A68	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,551	1	0,551	3,458	0,064
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,018	1	0,018	0,194	0,66
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,057	1	0,057	0,311	0,578
	أخرى	1,205	1	1,205	1,845	0,176
A69	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,018	1	0,018	0,111	0,739
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,144	1	0,144	1,514	0,22
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,295	1	0,295	1,611	0,206
	أخرى	0,24	1	0,24	0,368	0,545
A70	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,03	1	0,03	0,186	0,666
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,002	1	0,002	0,024	0,877
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات	0,001	1	0,001	0,003	0,956

	الرئاسية					
	أخرى	0,171	1	0,171	0,262	0,609
	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,021	1	0,021	0,129	0,719
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0	1	0	0,003	0,955
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,076	1	0,076	0,415	0,52
	أخرى	0,18	1	0,18	0,275	0,601
	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,285	1	0,285	1,79	0,182
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,007	1	0,007	0,074	0,785
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0	1	0	0,001	0,979
	أخرى	0,095	1	0,095	0,145	0,704
	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,021	1	0,021	0,134	0,714
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,012	1	0,012	0,13	0,719
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,408	1	0,408	2,229	0,137
	أخرى	0,27	1	0,27	0,413	0,521

A74	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,297	1	0,297	1,866	0,173
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,302	1	0,302	3,171	0,076
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,041	1	0,041	0,222	0,638
	أخرى	0,203	1	0,203	0,31	0,578
A75	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,021	1	0,021	0,135	0,714
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,071	1	0,071	0,742	0,39
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,074	1	0,074	0,403	0,526
	أخرى	0,11	1	0,11	0,169	0,681
A76	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0	1	0	0,002	0,969
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,016	1	0,016	0,165	0,685
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,003	1	0,003	0,016	0,898
	أخرى	1,404	1	1,404	2,149	0,144
A77	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0	1	0	0,002	0,964
	قضايا ومواضيع	0,116	1	0,116	1,223	0,27

	متعلقة بالنشاطات الحزبية					
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0,093	1	0,093	0,51	0,476
	أخرى	0,173	1	0,173	0,265	0,608
A25	قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات	0,193	1	0,193	1,211	0,272
	قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية	0,069	1	0,069	0,724	0,396
	قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية	0	1	0	0,002	0,967
	أخرى	0,547	1	0,547	0,837	0,361

تبين نتائج الجدول أعلاه متابعة أفراد العينة للمواضيع والقضايا السياسية على الساحة المحلية والوطنية أن بند رقم 25 (A25) الذي ينص على أن أفراد العينة يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على فصل الدين عن الدولة، حيث بلغت قيمة الاختبار (0.064) والدلالة الاحصائية sig=0.064

وقيمة sig هنا هي 0.064، وهي أعلى من مستوى الدلالة الإحصائية المعتاد (0.05)، وهذا يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية قوية في العلاقة بين دعم فكرة فصل الدين عن الدولة وأفراد العينة وهذا راجع إلى المعتقدات والمبادئ وقيم أفراد العينة، والتباين في الاهتمامات السياسية والاجتماعيةلأفراد العينة.

أما البند 68 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي، كانت قيمة sig=0.028 وهذا يوضح وجود علاقة إحصائية معنوية تشير إلى دعم الأحزاب للفكر الاشتراكي، ويكون مرتبطا بمواقف داعمة للعلمانية، حيث أن الفكر الاشتراكي غالبا ما يدعم الفصل بين الدين والدولة كجزء من رؤيته السياسية.

البند69 A الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي التي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال، وتم التوصل إلى

قيمة الاختبار للدلالة الاحصائية sig=0.66 مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية في العلاقة بين البند 69 ودعم الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال، وبالتالي هذا لايؤثر على مواقف أفراد العينة من العلمانية، حيث يكون تأثيرها أكثر على السياسيات الاقتصادية والاجتماعية.

أما البند 70 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعو إلى تقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكاؤ الفرص، بلغت قيمة الدلالة الاحصائية sig=0.004 ويدل هذا إلى وجود دلالة إحصائية مما يشير إلى دعم فكرة تقسيم ممتلكات الدولة بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص، وتكون مرتبطة بمواقف داعمة للعلمانية، حيث أن هذه الفكرة تشمل أيضا دعم فصل الدين عن الدولة كجزء من المبادئ العدلية والمتساوية.

وفيما يخص البند 71 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة يؤيدون الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة من التراب الوطني، حيث بلغت قيمة الدلالة الاحصائية sig= 0.183 مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية يمكن أن تعزى إلى دعم الأحزاب التي تخدم مناطق معينة، وهو لا يؤثر بشكل كبير مواقف أفراد العينة من العلمانية حيث تكون هذه القضايا أكثر صلة بالتنمية المحلية وليس بالضرورة أن تتعلق بالدين والدولة.

ولوحظ كذلك عند البند 72 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ فكرة أن الشعب الجزائري ذو أصول أمازيغية، قيمة الدلالة الاحصائية sig= 0.668 مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية بين المتغيرين، وهذا يرجع إلى عدم وجود علاقة بين دعم أصول الأمازيغ والعلمانية.

ويمكن أن يرتبط ذلك بعدم وجود تأثير كافٍ أو بتباين في استجابات أفراد العينة من الفصل بين الدين والدولة.

ويظهر البند 73 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي تدعم فكرة تدعيم الأحزاب المعارضة أن قيمة الدلالة الاحصائية sig=0.091 ويشير هذا إلى عدم وجود دلالة إحصائية في هذه العلاقة بين المتغيرين، وربما لا توجد فروق كافية في الاستجابات الاجتماعية أو السياسية لكل نوع من القضايا لتؤثر بشكل ملحوظ على المتغير المستقل، حيث أن أفراد العينة يهتمون عادة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية بدلا من القضايا السياسية.

كذلك البند 74 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ العلمانية يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية في هذه العلاقة لأن قيمة الدلالة الاحصائية sig=0.010 وفي هذه الحالة يوجد فرق معنوي بشكل احصائي، وهذا يدل على وجود علاقة إحصائية معنوي تشير إلى أن دعم الأحزاب التي تسعى إلى

ترسيخ العلمانية يكون مرتبطا بمواقف داعمة لفصل الدين عن الدولة كجزء من الرؤية السياسية لأفراد العينة.

في حين أن البند 75 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي في الحياة، فعند هذا البند لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية من خلال قيمة الدلالة الاحصائية sig= 0.236

ويعزى هذا إلى أن دعم الأحزاب التي تركز على الجوانب المادية لا يؤثر بشكل كبير على مواقف أفراد العينة من الفصل بين الدين والدولة.

أما البند 76 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة في المجتمع وتدعم حريتها كانت قيمة الدلالة الاحصائية sig= 0.141 مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية في العلاقة بين المتغيرين، وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يهتمون بما ينص عليه هذا البند، حيث تكون هذه القضايا مرتبطة بالمسائل الاجتماعية والجندرية بدلا من الدينية.

وفي الأخير البند 77 الذي ينص على ما إذا كان أفراد العينة مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الا جتماعي يؤيدون مساندة الأحزاب التي تدعم التطوير والازدهار والتنمية كانت قيمة الدلالة الاحصائية sig=0.141 مما يشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية بين البند 77 للاتجاه العلماني ومتغيرات السؤال 18، وعدم وجود تأثير ملحوظ أو متباين بين أنواع القضايا المختلفة علىأفراد العينة. وهذا يعني أنه لا توجد اهتمامات اقتصادية لأفراد العينة بل يركزون على الاستجابات الاجتماعية أو السياسية لكل نوع من القضايا.

ومنه من خلال ماسبق يبدو أن علاقة أفراد العينة بالعلمانية لا ترتبط بشكل كبير بالقضايا السياسية الخاصة المذكورة، حيث أن معظم البنود لم تظهر علاقة إحصائية معنوية مع العلمانية، حيث يشير ذلك إلى أن العوامل الأخرى مثل الثقافة والتاريخ والسياق الاجتماعي قد تكون أكثر تأثيرًا في تشكيل مواقف أفراد العينة من الدين والدولة في المبادئ والمعتقدات الجزائرية.

فاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي قد لعب دورًا بارزًا في متابعة القضايا والمواضيع السياسية على الساحة المحلية والوطنية بين طلبة الجامعات، وقد تأثر ذلك بشكل مباشر على اتجاهاتهم العلمانية أو غيرها من خلال زيادة الوعي السياسي أين نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في زيادة الوعي السياسي بين الطلبة، حيث يمكنهم متابعة الأخبار والتفاعل مع الأحداث السياسية على نطاق واسع وبسرعة كبيرة.

كما أن أفراد يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لتبادل الآراء والانطباعات حول القضايا السياسية، مما يساعد في بناء منظومة للحوار والنقاش العام، والقضايا السياسية التي تنتشر عبر شبكات

التواصل الاجتماعي التي تحظى بانتشار واسع وتأثير كبير بين الطلاب، حيث تشكل مصدرًا رئيسيًا للمعلومات والتأثير على الرأي العام لديهم.

وكذلك تؤثر النقاشات حول الفصل بين الدين والدولة التي تحدث على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل مواقف أفراد العينة العلمانية، إذ يمكن للمناقشات والحوارات الإلكترونية أن تعمق الفهم وتغيير مواقفهم الشخصية.

بالإضافة إلى التأثير على السلوك الانتخابي لأفراد العينة حيث نجد أن الحملات الانتخابية التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر في توجيه اتجاهات الطلاب نحو الأحزاب التي تدعم العلمانية أو غيرها من القضايا السياسية المتصلة، زيادة إلى التأثير على الوعي الثقافي والاجتماعي، من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن للطلاب أن يتعرفوا على تجارب وآراء متنوعة حول الدين والدولة والعلمانية من خلال تفاعلهم مع محتويات ثقافية واجتماعية متنوعة.

وعموما يمكن القول إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يلعب دورًا مهمًا في تشكيل وتعزيز الاتجاهات العلمانية لدى أفراد العينة، وذلك من خلال توفير منصة للنقاش والتأثير على الرأي العام بشكل مباشر وغير مباشر.

الجدول رقم (44) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	نشرصورةعلى صفحتك	0,001	1	0,001	0,003	0,959
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,017	1	0,017	0,117	0,732
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,106	1	0,106	0,533	0,466
	أخرى	0,207	1	0,207	2,61	0,108
A27	نشرصورةعلى صفحتك	0,059	1	0,059	0,309	0,579
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,006	1	0,006	0,043	0,835
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,099	1	0,099	0,5	0,48

	أخرى	0,003	1	0,003	0,039	0,843
A28	نشرصورةعلى صفحتك	0,122	1	0,122	0,642	0,424
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,314	1	0,314	2,228	0,137
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,453	1	0,453	2,282	0,132
	أخرى	9,10E- 05	1	9,10E- 05	0,001	0,973
A29	نشرصورةعلى صفحتك	0,015	1	0,015	0,08	0,778
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,087	1	0,087	0,62	0,432
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,111	1	0,111	0,56	0,455
	أخرى	0,112	1	0,112	1,415	0,235
A30	نشرصورةعلى صفحتك	0,002	1	0,002	0,011	0,917
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,052	1	0,052	0,366	0,546
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,116	1	0,116	0,582	0,446
	أخرى	0,417	1	0,417	5,256	0,023
A31	نشرصورةعلى صفحتك	0,689	1	0,689	3,615	0,059
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,022	1	0,022	0,16	0,69
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,533	1	0,533	2,684	0,103
	أخرى	0,029	1	0,029	0,365	0,546
A32	نشرصورةعلى صفحتك	0,036	1	0,036	0,187	0,666
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,068	1	0,068	0,483	0,488
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,348	1	0,348	1,751	0,187

	أخرى	0,17	1	0,17	2,141	0,145
A33	نشرصورةعلى صفحتك	0,007	1	0,007	0,037	0,847
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,098	1	0,098	0,699	0,404
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,771	1	0,771	3,881	0,05
	أخرى	0	1	0	0,002	0,962
A34	نشرصورةعلى صفحتك	0,012	1	0,012	0,062	0,803
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,847	1	0,847	6,012	0,015
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,017	1	0,017	0,084	0,772
	أخرى	0	1	0	0,005	0,944
A35	نشرصورةعلى صفحتك	0,026	1	0,026	0,138	0,71
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,003	1	0,003	0,023	0,88
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,025	1	0,025	0,128	0,721
	أخرى	0,004	1	0,004	0,055	0,815
A36	نشرصورةعلى صفحتك	0,372	1	0,372	1,951	0,164
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,255	1	0,255	1,811	0,18
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,122	1	0,122	0,612	0,435
	أخرى	0,078	1	0,078	0,987	0,321
A37	نشرصورةعلى صفحتك	0,001	1	0,001	0,003	0,955
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,109	1	0,109	0,773	0,38
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,114	1	0,114	0,573	0,45

	أخرى	0,318	1	0,318	4,007	0,047
A38	نشرصورةعلى صفحتك	0,235	1	0,235	1,232	0,268
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,024	1	0,024	0,17	0,681
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,018	1	0,018	0,089	0,765
	أخرى	3,54E- 06	1	3,54E- 06	0	0,995
A39	نشرصورةعلى صفحتك	0,218	1	0,218	1,142	0,286
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,062	1	0,062	0,442	0,507
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,221	1	0,221	1,113	0,293
	أخرى	0,278	1	0,278	3,504	0,063
A40	نشرصورةعلى صفحتك	0,029	1	0,029	0,154	0,695
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,012	1	0,012	0,082	0,775
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,008	1	0,008	0,042	0,837
	أخرى	0,092	1	0,092	1,159	0,283
A41	نشرصورةعلى صفحتك	0,075	1	0,075	0,391	0,532
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,095	1	0,095	0,672	0,413
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,109	1	0,109	0,547	0,46
	أخرى	0,079	1	0,079	0,995	0,32
A42	نشرصورةعلى صفحتك	2,3	1	2,3	12,064	0,001
	نشرفيديوعلى صفحتك	1,043	1	1,043	7,409	0,007
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	1,77	1	1,77	8,915	0,003

	أخرى	0,115	1	0,115	1,45	0,23
A43	نشرصورةعلى صفحتك	0,016	1	0,016	0,083	0,773
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,253	1	0,253	1,797	0,181
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,147	1	0,147	0,741	0,39
	أخرى	0,004	1	0,004	0,046	0,83
A44	نشرصورةعلى صفحتك	0,013	1	0,013	0,067	0,797
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,59	1	0,59	4,187	0,042
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,366	1	0,366	1,844	0,176
	أخرى	0,261	1	0,261	3,287	0,071
A45	نشرصورةعلى صفحتك	0,317	1	0,317	1,663	0,199
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,145	1	0,145	1,029	0,311
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,361	1	0,361	1,821	0,179
	أخرى	0,001	1	0,001	0,009	0,926
A46	نشرصورةعلى صفحتك	0,055	1	0,055	0,29	0,591
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,022	1	0,022	0,158	0,691
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,09	1	0,09	0,454	0,501
	أخرى	0,007	1	0,007	0,088	0,767
A47	نشرصورةعلى صفحتك	0,292	1	0,292	1,533	0,217
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,584	1	0,584	4,145	0,043
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,008	1	0,008	0,041	0,84

	أخرى	0,006	1	0,006	0,081	0,776
A48	نشرصورةعلى صفحتك	0,052	1	0,052	0,27	0,604
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,001	1	0,001	0,008	0,931
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,166	1	0,166	0,838	0,361
	أخرى	0,126	1	0,126	1,582	0,21
A49	نشرصورةعلى صفحتك	0,08	1	0,08	0,422	0,517
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,006	1	0,006	0,041	0,84
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,01	1	0,01	0,051	0,822
	أخرى	0,087	1	0,087	1,101	0,295
A50	نشرصورةعلى صفحتك	0,054	1	0,054	0,283	0,595
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,166	1	0,166	1,179	0,279
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,076	1	0,076	0,385	0,536
	أخرى	0,061	1	0,061	0,764	0,383
A51	نشرصورةعلى صفحتك	0,224	1	0,224	1,173	0,28
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,07	1	0,07	0,497	0,481
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,06	1	0,06	0,301	0,584
	أخرى	0,313	1	0,313	3,938	0,048

يوضح الجدول أعلاه البيانات الناتجة عن علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه الوطني عند أفراد العينة تتعلق بالتفاعلات على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت تلك النتائج ما يلي:

ومنه بناءً على البيانات المقدمة، يمكننا ترتيب المتغيرات بحسب قيمة " Somme des carrés de Type III" و "F- value" و "Sig." لفهم تأثيرها على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة:

نجد أن بند منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك: تظهر قيمة " Somme des carrés de Type III" و "F- value" مرتفعة مقارنة بالمتغيرات الأخرى، وقيمة "Sig." منخفضة بما يكفي لتشير إلى وجود تأثير إحصائي معنوي على النتائج.

وتفسير هذا التأثير بأن تفاعل أفراد العينة مع منشورات الأشخاص الآخرين، ونشرها على صفحاتهم الشخصية يؤثر بشكل كبير على اتجاهاتهم السياسية.

كما نجد البند نشر فيديو على صفحتك: تظهر قيمة "F- value" مرتفعة بعض الشيء، ولكن قيمة "Sig." أعلى من القيمة المعتادة للدلالة الإحصائية (أكبر من 0.05)، وهذا يشير بدوره إلى أن نشر الفيديوهات على الصفحة يكون له تأثير محتمل على الاتجاهات السياسية.

ونشر بند صورة على صفحتك: هي الأخرى لها تأثير ضعيف مقارنة بالبنود الأخرى، حيث تظهر قيمة "F- value" و "Sig." منخفضة، وبذلك يكون لهذا التأثير على الاتجاهات السياسية، ولكنه ليس بنفس قوة التأثير الذي يظهر لدى البنود الأخرى.

ومنه يكون لنشر الفيديوهات تأثيرًا أقل بسبب طبيعتها، حيث لا تتمتع الفيديوهات بنفس معدل المشاركة والتفاعل مقارنة بالمنشورات النصية أو الصور بحسب وجهة نظر أفراد العينة.

لكن العوامل الأخرى التي تدخل في مشاركة أفراد العينة في شبكات التواصل الاجتماعي فتظهر هذه المجموعة قيمًا منخفضة لـ "Somme des carrés de Type III" و "F- value" و "Sig." لذلك يشير هذا إلى أن المتغيرات لديها تأثير ضعيف أو غير معتبر على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة.

أما بند نشر صورة على صفحتك: الصور تكون أقل فعالية في تأثير الآراء السياسية لأفراد العينة، حيث تكون أقل تفصيلًا وأقل قوة في نقل الرسائل السياسية مقارنة بالمنشورات النصية أو الفيديو، وهذا ما أثبتته قيمة "Sig." (0.280).

بالإضافة إلى أنه تشمل هذه الفئة منشورات تحتوي على محتوى مختلف، مثل الروابط أو المشاركات النصية التي قد تكون أقل فعالية في تحقيق التفاعل والتأثير على الآراء السياسية.

بالمقارنة بين هذه المتغيرات، يمكن القول بأن "منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك" هو المتغير الذي يظهر له تأثير أكبر وأكثر دلالة إحصائية على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، من خلال أنهم يستمتعون بمشاركة المحتوى الذي يثير اهتمامهم ويؤثر على آرائهم واتجاهاتهم السياسية، ويظهر أنهم يستجيبون بشكل أكبر للمحتوى الذي يثير اهتمامهم ويرتبط بحاجاتهم ورغباتهم الشخصية والاجتماعية، وهذا يؤثر بشكل كبير على تشكيل الآراء والاتجاهات السياسية لديهم.

ومنه إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ساعد في التأثير على سلوك أفراد العينة وبالتالي يكون لها تأثير على تشكيل اتجاهاتهم السياسية من خلال تفضيل نوع المحتوى، الذي ينشره أفراد العينة على

شبكات التواصل الاجتماعي أثناء تفاعلاتهم وتفاعل الآخرين معهم، وكذلك التفاعل مع محتوى الآخرين يكون له تأثير على اتجاهاتهم السياسية، وعلى سبيل المثال، يؤدي الانخراط في المناقشات السياسية أو تبادل الآراء إلى تشكيل وجهات نظر جديدة أو تعزيز الاتجاهات السياسية القائمة عند أفراد العينة.

بالإضافة إلى التأثيرات الاجتماعي والمجتمعية المستمرة على شبكات التواصل الاجتماعي تأثير على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، أين يؤثر الانتماء إلى مجموعات أو العوامل الثقافية على الاهتمامات السياسية والمواقف السياسية لأفراد العينة.

ومنه يؤثر التفاعل مع السلطة ومع بعض القضايا السياسية على تشكيل اتجاهات أفراد العينة السياسية، كما يؤدي التفاعل مع قضايا مثل البيئة، أو العدالة الاجتماعية، أو السياسة الخارجية إلى تشكيل وجهات نظر سياسية معينة.

أي يمكن تفسير النتائج المسجلة في الجدول أعلاه، بأنها تعكس دور شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة لنقل الأفكار والقيم والآراء السياسية، وهذا عندما يقوم أفراد العينة بنشر المحتوى السياسي على صفحاتهم الشخصية على شبكات التواصل الاجتماعي، فإنهم يستخدمون هذه الوسائل كمنصة للتأثير على الآخرين ونقل الرسائل السياسية، وبالتالي يستطيعون انتاج المضامين السياسية التي تؤهلهم للمشاركة السياسية، كما توصلت الباحثة **(سهيلة بضياف)** في دراستها التي تناقش فيه دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل الرأي العام في الجزائر، أين وجدت أن الفيسبوك وسيلة لإنتاج المضامين السياسية.[1]

من خلال نشر الصور والفيديوهات والمنشورات ذات الطابع السياسي، يتم إنشاء مجتمع افتراضي حيث يمكن لأفراد العينة تبادل الأفكار والآراء والمعلومات السياسية ومن خلال هذا التفاعل يتشكل التوازن الاجتماعي للطلبة ويتأثر اتجاهاتهم السياسية وقناعاتهم.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن تفسير هذه النتائج بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في بناء الهوية السياسية لأفراد العينة، حيث يتم تشكيل انتماءات سياسية وتفضيلات ومواقف سياسية عبر هذه الوسائل. وبالتالي، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يعكس ويؤثر في الديناميات الاجتماعية والسياسية لأفراد العينة.

[1] سهيلة بضياف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر–دراسة تمثلات في استخدانات الشباب لشبكة الفيسبوك–، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال (تخصص علوم الاعلام والعلاقات العامة)، جامعة باتنة، الجزائر، 2018.

الجدول رقم (45) يوضح: علاقة علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية Df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,006	1	0,006	0,029	0,864
	نشرصورةعلى صفحتك	0,104	1	0,104	0,55	0,459
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,241	1	0,241	1,738	0,189
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,018	1	0,018	0,092	0,762
	أخرى	0,154	1	0,154	1,976	0,161
A53	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,061	1	0,061	0,306	0,58
	نشرصورةعلى صفحتك	0,002	1	0,002	0,013	0,911
	نشرفيديوعلى صفحتك	1,094	1	1,094	7,874	0,005
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,994	1	0,994	4,945	0,027
	أخرى	0,001	1	0,001	0,011	0,916
A54	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,008	1	0,008	0,039	0,843
	نشرصورةعلى صفحتك	0,27	1	0,27	1,425	0,234
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,027	1	0,027	0,193	0,661
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,293	1	0,293	1,458	0,229

	أخرى	0,211	1	0,211	2,708	0,101
A55	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0	1	0	0,001	0,978
	نشرصورةعلى صفحتك	0,049	1	0,049	0,261	0,61
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,107	1	0,107	0,769	0,381
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,151	1	0,151	0,75	0,387
	أخرى	1,79E-05	1	1,79E- 05	0	0,988
A56	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,115	1	0,115	0,573	0,45
	نشرصورةعلى صفحتك	0,093	1	0,093	0,493	0,483
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,084	1	0,084	0,608	0,436
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,155	1	0,155	0,773	0,38
	أخرى	0,04	1	0,04	0,509	0,476
A57	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,133	1	0,133	0,664	0,416
	نشرصورةعلى صفحتك	0,533	1	0,533	2,808	0,095
	نشرفيديوعلى صفحتك	1,414	1	1,414	10,18	0,002
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,034	1	0,034	0,168	0,683
	أخرى	0,116	1	0,116	1,485	0,224
A58	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,673	1	0,673	3,354	0,068
	نشرصورةعلى صفحتك	0,004	1	0,004	0,021	0,885
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,001	1	0,001	0,004	0,947
	منشورات لشخص	0,97	1	0,97	4,83	0,029

	آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك					
	أخرى	0,002	1	0,002	0,023	0,879
A59	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,404	1	0,404	2,012	0,157
	نشرصورةعلى صفحتك	0,026	1	0,026	0,135	0,713
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,026	1	0,026	0,187	0,666
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,263	1	0,263	1,311	0,253
	أخرى	0,124	1	0,124	1,585	0,209
A60	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,962	1	0,962	4,794	0,03
	نشرصورةعلى صفحتك	0,553	1	0,553	2,915	0,089
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,256	1	0,256	1,843	0,176
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,052	1	0,052	0,256	0,613
	أخرى	0,105	1	0,105	1,353	0,246
A61	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,159	1	0,159	0,791	0,375
	نشرصورةعلى صفحتك	0,352	1	0,352	1,853	0,175
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,02	1	0,02	0,144	0,705
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,024	1	0,024	0,119	0,73
	أخرى	1,114	1	1,114	14,29	0
A62	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,039	1	0,039	0,193	0,66
	نشرصورةعلى صفحتك	0,204	1	0,204	1,077	0,3

	نشرفيديوعلى صفحتك	0,142	1	0,142	1,024	0,313
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,227	1	0,227	1,129	0,289
	أخرى	0,355	1	0,355	4,561	0,034
A63	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,058	1	0,058	0,288	0,592
	نشرصورةعلى صفحتك	0,004	1	0,004	0,021	0,885
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,003	1	0,003	0,023	0,88
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,071	1	0,071	0,354	0,552
	أخرى	0,3	1	0,3	3,85	0,051
A64	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,003	1	0,003	0,013	0,911
	نشرصورةعلى صفحتك	0,093	1	0,093	0,488	0,485
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,122	1	0,122	0,878	0,35
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,171	1	0,171	0,851	0,357
	أخرى	0,002	1	0,002	0,024	0,877
A65	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,032	1	0,032	0,157	0,692
	نشرصورةعلى صفحتك	0,352	1	0,352	1,856	0,174
A58	لتعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,673	1	0,673	3,354	0,068
	نشرصورةعلى صفحتك	0,004	1	0,004	0,021	0,885
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,001	1	0,001	0,004	0,947
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره	0,97	1	0,97	4,83	0,029

	على صفحتك					
	أخرى	0,002	1	0,002	0,023	0,879
A59	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,404	1	0,404	2,012	0,157
	نشرصورةعلى صفحتك	0,026	1	0,026	0,135	0,713
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,026	1	0,026	0,187	0,666
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,263	1	0,263	1,311	0,253
	أخرى	0,124	1	0,124	1,585	0,209
A60	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,962	1	0,962	4,794	0,03
	نشرصورةعلى صفحتك	0,553	1	0,553	2,915	0,089
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,256	1	0,256	1,843	0,176
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,052	1	0,052	0,256	0,613
	أخرى	0,105	1	0,105	1,353	0,246
A61	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,159	1	0,159	0,791	0,375
	نشرصورةعلى صفحتك	0,352	1	0,352	1,853	0,175
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,02	1	0,02	0,144	0,705
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,024	1	0,024	0,119	0,73
	أخرى	1,114	1	1,114	14,29	0
A62	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,039	1	0,039	0,193	0,66
	نشرصورةعلى صفحتك	0,204	1	0,204	1,077	0,3
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,142	1	0,142	1,024	0,313

	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,227	1	0,227	1,129	0,289
	أخرى	0,355	1	0,355	4,561	0,034
A63	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,058	1	0,058	0,288	0,592
	نشرصورةعلى صفحتك	0,004	1	0,004	0,021	0,885
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,003	1	0,003	0,023	0,88
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,071	1	0,071	0,354	0,552
	أخرى	0,3	1	0,3	3,85	0,051
A64	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,003	1	0,003	0,013	0,911
	نشرصورةعلى صفحتك	0,093	1	0,093	0,488	0,485
	نشرفيديوعلى صفحتك	0,122	1	0,122	0,878	0,35
	منشورات لشخص آخرأعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,171	1	0,171	0,851	0,357
	أخرى	0,002	1	0,002	0,024	0,877
A65	التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين	0,032	1	0,032	0,157	0,692
	نشرصورةعلى صفحتك	0,352	1	0,352	1,856	0,174

يوضح الجدول أعلاه أن البند A25 له تأثير إيجابي ومحتوى مع الاحتمال (نشر فيديو على صفحتك) بنسبة 0.040 (Sig) على مستوى الدلالة 0.05.

بينما يظهر أن "نشر فيديو على صفحتك" له تأثير سلبي ومعنوي على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 0.206 (Sig) على مستوى الدلالة 0.05. وهذه النتيجة دليل يؤكد فهم كيفية تأثير أنواع مختلفة من المحتوى على سلوك أفراد العينة والتفاعل الاجتماعي على الإنترنت.

كما تبين النتائج المسجلة في الجدول على إعادة توجيه انتباه أفراد العينة نحو المحتوى الموجود ضمن صفحات شبكات التواصل الاجتماعي، والذي يؤثر على آرائهم السياسية، فإذا كانت النتائج تظهر أن نشر الفيديوهات يؤدي إلى تفاعلات اجتماعية أكبر، فقد يبدأ أفراد العينة في النظر إلى محتوى الفيديوهات السياسية بشكل أكبر مما كانوا يفعلون من قبل، مما يؤدي إلى تشكيل أو تعزيز آراء سياسية معينة بناءً على الأنشطة التي تؤدي إلى تفاعلات اجتماعية أكبر على شبكات التواصل الاجتماعي.

فقد يشجع البحث على شبكات التواصل الاجتماعي أفراد العينة على التفاعل الاجتماعي بشكل أكبر مع المحتوى السياسي، سواء كان ذلك عن طريق التعليق على المنشورات أو نشر الفيديوهات، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة التواصل والنقاشات السياسية بين أفراد العينة، والمشاركة السياسية في الانتخابات أو دعم سياسات معينة، مما يؤدي ذلك إلى زيادة مشاركة أفراد العينة في حملات سياسية على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الأشياء تؤثر على قرارات أفراد العينة السياسية.

إذا كانت الدراسة تظهر أن التفاعل مع المحتوى الإسلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، مثل نشر المواد الدينية أو التفاعل مع المحتوى الديني للآخرين، يؤدي إلى تفاعلات اجتماعية أكبر، فقد يشجع هذا الأمر أفراد العينة على التفاعل بشكل أكبر مع المحتوى الإسلامي وبالتالي تعزيز اتجاههم الإسلامي.

كذلك يؤدي التفاعل مع المحتوى الإسلامي على شبكات التواصل الاجتماعي إلى تشكيل أو تعزيز الرأي الديني لدى أفراد العينة، كما يؤدي مشاركة المواد الدينية التي تبرز قيم الإسلام والممارسات الدينية إلى تعزيز الالتزام الديني والاتجاه الإسلامي لدى أفراد العينة.

فمن خلال التفاعل مع المحتوى الإسلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن أن يساهم أفراد العينة في تشكيل هويتهم الإسلامية وفهمهم الأعمق للقيم والمبادئ الإسلامية، وهذا يؤدي إلى تعزيز الانتماء الديني وتعزيز الاتجاه الإسلامي.

بالإضافة إلى ذلك يساهم التفاعل مع المحتوى الإسلامي في توجيه انتباه مصالح أفراد العينة نحو القضايا والمواضيع ذات الصلة بالدين والإيمان، كما يؤدي ذلك إلى تعزيز فهمهم للدين وتعميق ارتباطهم بالاتجاه الإسلامي.

ومن خلال ما سبق يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل بيئة حيوية للنقاشات السياسية وتبادل الآراء، وتوجيه الاتجاهات السياسية أفراد العينة.

كما تتبين أن نوعية المحتوى التي يتفاعل معها أفراد العينة تلعب دورًا هامًا في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، فقد يكون التفاعل مع المحتوى السياسي المتعلق بالقضايا الدينية أو الاجتماعية أو الاقتصادية له تأثير مختلف على الاتجاهات السيا&سية.

ويلاحظ أن التفاعل الاجتماعي على شبكات التواصل الاجتماعي يعزز الانخراط السياسي، وتشكيل الاتجاهات السياسية، كما أن التفاعل مع المحتوى السياسي يؤدي إلى توجيه الانتباه وتعميق الفهم للقضايا السياسية المختلفة.

كذلك تشير نتائج الجدول إلى أن مشاركة الآراء والمعلومات السياسية مع الآخرين على شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على تشكيل الاتجاهات السياسية. فبإمكان المناقشات والتفاعلات الاجتماعية التأثير في توجيه وتشكيل الآراء السياسية لأفراد العينة.

ومنه بناءًا على هذه النقاط، يمكن القول إن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا أساسيًا في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة، وتبرز أهمية فهم كيفية تأثير هذه الشبكات على انتقال المعلومات وتشكيل الرأي العام، ويشير ذلك إلى أن البحث والتحليل المستمر يساهم في فهم أفضل لتشكيل الاتجاهات السياسية وفهم الديناميات الاجتماعية لأفراد العينة.

جدول رقم (46) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في المشاركة والنشر بالاتجاه العلماني:

Sig.	F	Carré moyen	df	Somme des carrés de Type III	Variable dépendante	Source
0,482	0,495	0,066	1	0,066	نشر صورة على صفحتك	A25
0,424	0,641	0,066	1	0,066	نشر فيديو على صفحتك	
0,842	0,040	0,066	1	0,066	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	
0,874	0,025	0,002	1	0,002	أخرى	
0,168	1,914	0,257	1	0,257	نشر صورة على صفحتك	A68
0,611	0,26	0,027	1	0,027	نشر فيديو على صفحتك	
0,249	1,333	0,192	1	0,192	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	
0,053	3,786	0,295	1	0,295	أخرى	
0,511	0,433	0,058	1	0,058	نشر صورة على صفحتك	A69
0,429	0,627	0,065	1	0,065	نشر فيديو على صفحتك	
0,247	1,345	0,194	1	0,194	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	
0,246	1,354	0,106	1	0,106	أخرى	
0,321	0,988	0,133	1	0,133	نشر صورة على صفحتك	A70
0,157	2,015	0,208	1	0,208	نشر فيديو على صفحتك	
0,409	0,686	0,099	1	0,099	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت	

	بنشره على صفحتك					
	أخرى	0,051	1	0,051	0,659	0,418
A71	نشر صورة على صفحتك	0,044	1	0,044	0,325	0,569
	نشر فيديو على صفحتك	0,336	1	0,336	3,255	0,073
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,698	1	0,698	4,837	0,029
	أخرى	0,366	1	0,366	4,696	0,031
A72	نشر صورة على صفحتك	0,083	1	0,083	0,617	0,433
	نشر فيديو على صفحتك	0,086	1	0,086	0,837	0,361
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,671	1	0,671	4,648	0,032
	أخرى	0,068	1	0,068	0,869	0,352
A73	نشر صورة على صفحتك	0,04	1	0,04	0,3	0,585
	نشر فيديو على صفحتك	0,206	1	0,206	2,002	0,159
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,125	1	0,125	0,863	0,354
	أخرى	0,148	1	0,148	1,894	0,17
A74	نشر صورة على صفحتك	0,026	1	0,026	0,193	0,661
	نشر فيديو على صفحتك	0,022	1	0,022	0,215	0,643
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,227	1	0,227	1,569	0,212
	أخرى	0,167	1	0,167	2,144	0,144
A75	نشر صورة على صفحتك	0,027	1	0,027	0,203	0,653
	نشر فيديو على صفحتك	0,056	1	0,056	0,545	0,461
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,016	1	0,016	0,109	0,741
	أخرى	0,456	1	0,456	5,845	0,016
A76	نشر صورة على صفحتك	0,233	1	0,233	1,741	0,188
	نشر فيديو على صفحتك	0,042	1	0,042	0,409	0,523
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك	0,078	1	0,078	0,544	0,462
	أخرى	0,017	1	0,017	0,222	0,638
A77	نشر صورة على صفحتك	0,201	1	0,201	1,502	0,222
	نشر فيديو على صفحتك	0,002	1	0,002	0,019	0,89
	منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت	0,001	1	0,001	0,009	0,924

	بنشره على صفحتك					
	أخرى	0,112	1	0,112	1,436	0,232

يبين الجدول أعلاه مجموعة من النتائج كانت كالآتي:

بالنسبة للبند الذي ينص على A25 لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية، وعدم وجود علاقة إحصائية بين معطيات السؤال الذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة والاتجاه العلماني، ويُفسر ذلك بأن نشر الصور بدون تعليقات تعكس مواقف سياسية أو دينية معينة قد لا يؤثر بشكل ملحوظ على المواقف العلمانية لأفراد العينة.

ونلاحظ عند البند الذي ينص على A68 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 68 للاتجاه العلماني والسؤال 21، وعليه يشير عدم وجود علاقة إحصائية إلى أن دعم الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي عبر النشر على شبكات التواصل الاجتماعي لا يؤثر كثيرًا على المواقف العلمانية.

أما االبند الذي ينص على A69 يوجد فرق معنوي بشكل إحصائي مع بندي 73 و74 ($p < 0.05$).

وهذا يشير إلى أن دعم الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال أو تعزز فكرة تطبيق العدالة الاجتماعية قد يؤثر إيجاباً على المواقف العلمانية عند الأفراد الذين ينشرون هذه الآراء على شبكات التواصل الاجتماعي.

كذلك عند البند الذي ينص على A70 توجد فروق ذات دلالة إحصائية لأن $p < 0.05$) وتشير هذه النتيجة إلى أن دعم الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة بالعدل قد يؤثر إيجاباً على المواقف العلمانية، مما يعكس التفاعل بين المواقف السياسية والدينية على شبكات التواصل الاجتماعي.

ونجد أيضا عند البند الذي ينص على A71 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 71 للاتجاه العلماني ومتغيرات السؤال 21 الذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، ونفسر عدم وجود دلالة إحصائية أي أن نشر الأفكار التي تخدم منطقة معينة على شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر كثيرًا على المواقف العلمانية.

ومع البند الذي ينص على A72 كذلك في هذه الحالة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 72 للاتجاه العلماني ومتغيرات السؤال 21 الذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، وبالتالي لا يوجد دليل إحصائي على تأثير نشر أفكار ترسيخ الهوية الأمازيغية على المواقف العلمانية.

وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند الذي ينص على 73 للاتجاه العلماني ومتغيرات السؤال 21، والذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، وعدم وجود دليل إحصائي يدعم تأثير نشر أفكار تدعم الأحزاب المعارضة على المواقف العلمانية في الجزائر حسب وجهة نظر أفراد العينة.

بالإضافة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 74 للاتجاه العلماني وخيارات السؤال 21، ويفسر ذلك بأنه لا يوجد دليل إحصائي يدعم تأثير نشر أفكار ترسيخ العلمانية على المواقف العلمانية.

أما عند البند الذي ينص على A75 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 75 للاتجاه العلماني وخيارات السؤال 21 الذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة لأن $p < 0.052$. وتشير هذه النتيجة إلى أن دعم الأفكار التي تدعم المرأة وحريتها يمكن أن يؤثر إيجاباً على المواقف العلمانية.

وفيما يخص البند الذي ينص على الذي ينص على A76 لوحظ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 76 للاتجاه العلماني وخيارات السؤال 21 لأن P أكبر من 0.05

ومعناه عدم وجود دليل إحصائي يدعم تأثير دعم الأفكار التي تعلي من قيمة المرأة على المواقف العلمانية.

وأخيرا بالنسبة للبند الذي ينص على A77 سجل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البند 77 للاتجاه العلماني وخيارات السؤال 21 الذي ينص على المشاركة والنشر عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة، ويفسر بعدم وجود دليل إحصائي يدعم تأثير دعم الأفكار التي تدعم التنمية والازدهار على المواقف العلمانية.

ومنه يتضح من نتائج الجدول أن العلاقة بين هذه النشاطات مختلفة لأفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي كنشر الصور والفيديوهات، والاتجاهات العلمانية تختلف بشكل كبير.

كما أن بعض الأنشطة مثل دعم الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال تؤثر إيجابًا على المواقف العلمانية، في حين أن أنشطة أخرى مثل دعم الأفكار الدينية أو الإقليمية لا تؤثر بنفس القدر.

كذلك نشر الصور يمكن أن يُظهر أفراد العينة وهم يشاركون في أنشطة اجتماعية متنوعة، يتضمن ذلك الاجتماع مع أشخاص من خلفيات دينية مختلفة أو بدون تمييز ديني بالمرة، مما يعزز القيم العلمانية للتعايش والتسامح، فإذا كانت الصور تظهر مشاركة في فعاليات تدعم القضايا العلمانية، مثل الفعاليات التي تنادي بالفصل بين الدين والدولة، فإن نشر هذه الصور يمكن أن يعزز الدعم لهذه القضايا بين أصدقاء المستخدم على شبكات التواصل الاجتماعي.

أما الفيديوهات تكون أكثر تأثيرًا من الصور في نشر الرسائل الاجتماعية والسياسية، فمثلا يمكن أن يحتوي الفيديو على مناقشات معمقة حول أهمية العلمانية وكيف يمكن أن تساهم في تعزيز حقوق الإنسان والمساواة بين الجميع.

كما يمكن للفيديوهات التي تناقش قضايا سياسية متعلقة بالعلمانية، مثل الفصل بين الدين والدولة أن تلقى رواجًا كبيرًا إذا ما تم تناولها بطريقة توعوية وجذابة، مما قد يؤدي إلى زيادة الوعي بالقضايا العلمانية وتأييد لهذه القضايا.

وعليه فإن شبكات التواصل الاجتماعي تلعب دورًا هامًا في نشر الأفكار العلمانية عبر نشر الصور والفيديوهات التي تعكس هذه القيم. بالتأكيد، يعتمد التأثير على طبيعة المحتوى والأسلوب المستخدم في النشر. استخدام هذه الأدوات بذكاء يمكن أن يعزز التفاعل والتأثير الإيجابي على الوعي العام والمواقف السياسية المتعلقة بالعلمانية من وجهة نظر عينة الدراسة.

الجدول رقم (47) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاههم السياسي لأفراد العينة بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية Df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,139	1	0,139	0,38	0,538
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,144	1	0,144	0,937	0,334
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,049	1	0,049	0,237	0,627
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,043	1	0,043	0,319	0,573
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,095	1	0,095	1,353	0,246
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	2,26E- 05	1	2,26E- 05	0	0,984
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,167	1	0,167	2,969	0,086
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,034	1	0,034	0,365	0,546
	أخرى	3,147	1	3,147	1,403	0,238
A27	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,178	1	0,178	0,489	0,485
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0	1	0	0,001	0,977
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات	2,017	1	2,017	9,669	0,002

	السياسية في الجزائر					
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,155	1	0,155	1,144	0,286
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,056	1	0,056	0,796	0,373
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,048	1	0,048	0,814	0,368
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,006	1	0,006	0,111	0,739
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,001	1	0,001	0,008	0,929
	أخرى	4,459	1	4,459	1,988	0,16
A28	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,009	1	0,009	0,025	0,874
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,626	1	0,626	4,068	0,045
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,294	1	0,294	1,408	0,237
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,391	1	0,391	2,879	0,091
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,234	1	0,234	3,339	0,069
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,058	1	0,058	0,997	0,319
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,037	1	0,037	0,653	0,42
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,004	1	0,004	0,041	0,839
	أخرى	0,892	1	0,892	0,398	0,529

A29	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,017	1	0,017	0,046	0,83
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,173	1	0,173	1,126	0,29
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,04	1	0,04	0,191	0,662
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,059	1	0,059	0,436	0,51
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,042	1	0,042	0,6	0,439
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0	1	0	0,005	0,944
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,006	1	0,006	0,098	0,754
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,048	1	0,048	0,519	0,472
	أخرى	0,374	1	0,374	0,167	0,683
A30	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,61	1	0,61	1,674	0,197
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,031	1	0,031	0,199	0,656
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,398	1	0,398	1,909	0,168
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,042	1	0,042	0,31	0,578
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,026	1	0,026	0,378	0,539
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,007	1	0,007	0,122	0,727
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من	8,40E- 05	1	8,40E- 05	0,001	0,969

	خلال مختلف المنشورات حوله					
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,028	1	0,028	0,299	0,585
	أخرى	3,399	1	3,399	1,515	0,22
A31	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	1,383	1	1,383	3,797	0,053
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,101	1	0,101	0,656	0,419
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,045	1	0,045	0,217	0,642
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,078	1	0,078	0,577	0,448
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,008	1	0,008	0,108	0,743
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,002	1	0,002	0,03	0,862
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,004	1	0,004	0,076	0,783
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,079	1	0,079	0,851	0,357
	أخرى	0,092	1	0,092	0,041	0,839
A32	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,006	1	0,006	0,017	0,897
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,063	1	0,063	0,412	0,521
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,003	1	0,003	0,015	0,902
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,239	1	0,239	1,761	0,186
	ساعدك على الانتماء لحزب	0,004	1	0,004	0,064	0,801

	أواتجاه سياسي معين					
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,022	1	0,022	0,378	0,539
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	2,66E- 05	1	2,66E- 05	0	0,983
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,086	1	0,086	0,919	0,339
	أخرى	0,408	1	0,408	0,182	0,67
A33	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,188	1	0,188	0,516	0,473
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,052	1	0,052	0,34	0,56
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,307	1	0,307	1,47	0,227
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,167	1	0,167	1,231	0,268
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,023	1	0,023	0,326	0,568
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,001	1	0,001	0,014	0,906
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,046	1	0,046	0,819	0,367
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,15	1	0,15	1,608	0,206
	أخرى	3,591	1	3,591	1,601	0,207
A34	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,262	1	0,262	0,718	0,398
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,034	1	0,034	0,223	0,637

	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,925	1	0,925	4,436	0,036
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,017	1	0,017	0,124	0,725
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,082	1	0,082	1,167	0,281
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,025	1	0,025	0,435	0,51
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,163	1	0,163	2,884	0,091
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,027	1	0,027	0,295	0,588
	أخرى	0,896	1	0,896	0,399	0,528
A35	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	1,049	1	1,049	2,88	0,091
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,999	1	0,999	6,489	0,012
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,221	1	0,221	1,06	0,304
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,089	1	0,089	0,654	0,42
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,017	1	0,017	0,249	0,618
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,092	1	0,092	1,564	0,212
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,002	1	0,002	0,038	0,845
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,377	1	0,377	4,047	0,045

	أخرى	0,593	1	0,593	0,264	0,608
A36	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,556	1	0,556	1,525	0,218
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,286	1	0,286	1,856	0,175
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,016	1	0,016	0,077	0,781
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,02	1	0,02	0,144	0,704
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,173	1	0,173	2,467	0,118
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,03	1	0,03	0,504	0,478
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,004	1	0,004	0,071	0,79
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,005	1	0,005	0,051	0,822
	أخرى	9,73	1	9,73	4,338	0,038
A37	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,311	1	0,311	0,855	0,356
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,238	1	0,238	1,546	0,215
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,154	1	0,154	0,738	0,391
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,148	1	0,148	1,092	0,297
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,039	1	0,039	0,556	0,457
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,121	1	0,121	2,065	0,152

	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,005	1	0,005	0,082	0,775
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,105	1	0,105	1,128	0,289
	أخرى	0,029	1	0,029	0,013	0,909
A38	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,043	1	0,043	0,117	0,732
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,033	1	0,033	0,215	0,644
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0	1	0	0,001	0,981
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,001	1	0,001	0,006	0,941
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,361	1	0,361	5,147	0,024
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,003	1	0,003	0,043	0,836
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,162	1	0,162	2,871	0,092
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,08	1	0,08	0,861	0,355
	أخرى	6,293	1	6,293	2,805	0,095
A39	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,901	1	0,901	2,473	0,117
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,262	1	0,262	1,704	0,193
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,531	1	0,531	2,547	0,112
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,001	1	0,001	0,005	0,942

	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,077	1	0,077	1,098	0,296
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,001	1	0,001	0,025	0,873
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,27	1	0,27	4,796	0,03
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,027	1	0,027	0,295	0,588
	أخرى	0,561	1	0,561	0,25	0,617
A40	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,086	1	0,086	0,237	0,627
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,806	1	0,806	5,234	0,023
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,003	1	0,003	0,013	0,91
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,501	1	0,501	3,693	0,056
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,002	1	0,002	0,033	0,855
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,004	1	0,004	0,069	0,793
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,024	1	0,024	0,425	0,515
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,011	1	0,011	0,114	0,736
	أخرى	4,596	1	4,596	2,049	0,154
A41	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,058	1	0,058	0,16	0,689

	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,238	1	0,238	1,547	0,215
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,011	1	0,011	0,052	0,82
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,022	1	0,022	0,159	0,69
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,199	1	0,199	2,845	0,093
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,042	1	0,042	0,724	0,396
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,053	1	0,053	0,932	0,335
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	8,74E- 06	1	8,74E- 06	0	0,992
	أخرى	0,686	1	0,686	0,306	0,581
A42	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0	1	0	0,001	0,975
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,118	1	0,118	0,769	0,382
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	1,501	1	1,501	7,196	0,008
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,393	1	0,393	2,899	0,09
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,009	1	0,009	0,124	0,725
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,06	1	0,06	1,016	0,315
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,401	1	0,401	7,108	0,008
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي	0,008	1	0,008	0,082	0,775

	تنتمي إليه					
	أخرى	3,369	1	3,369	1,502	0,222
A43	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,236	1	0,236	0,647	0,422
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,008	1	0,008	0,051	0,822
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,051	1	0,051	0,245	0,621
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,16	1	0,16	1,179	0,279
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	7,40E- 05	1	7,40E- 05	0,001	0,974
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,011	1	0,011	0,185	0,667
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	7,18E- 05	1	7,18E- 05	0,001	0,972
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,479	1	0,479	5,148	0,024
	أخرى	3,487	1	3,487	1,554	0,214
A44	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,526	1	0,526	1,444	0,231
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,004	1	0,004	0,025	0,875
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,002	1	0,002	0,01	0,92
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	2,40E- 05	1	2,40E- 05	0	0,989
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,076	1	0,076	1,087	0,298
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,011	1	0,011	0,186	0,667

	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,017	1	0,017	0,31	0,578
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,024	1	0,024	0,256	0,613
	أخرى	0,003	1	0,003	0,001	0,971
A45	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,079	1	0,079	0,218	0,641
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,245	1	0,245	1,589	0,209
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,262	1	0,262	1,254	0,264
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,017	1	0,017	0,123	0,726
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,003	1	0,003	0,048	0,828
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0	1	0	0,003	0,956
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,022	1	0,022	0,383	0,536
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,015	1	0,015	0,159	0,69
	أخرى	0,072	1	0,072	0,032	0,858
A46	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,208	1	0,208	0,57	0,451
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,003	1	0,003	0,018	0,894
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,001	1	0,001	0,003	0,956
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,043	1	0,043	0,317	0,574

	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,213	1	0,213	3,041	0,083
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	6,14E- 05	1	6,14E- 05	0,001	0,974
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,001	1	0,001	0,021	0,885
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,01	1	0,01	0,108	0,742
	أخرى	0,396	1	0,396	0,177	0,675
A47	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,01	1	0,01	0,028	0,867
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,216	1	0,216	1,403	0,237
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,103	1	0,103	0,494	0,483
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,134	1	0,134	0,988	0,321
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,147	1	0,147	2,098	0,149
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,004	1	0,004	0,065	0,799
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,051	1	0,051	0,911	0,341
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,007	1	0,007	0,081	0,777
	أخرى	0,221	1	0,221	0,098	0,754
A48	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	1,005	1	1,005	2,759	0,098

	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,156	1	0,156	1,011	0,316
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,233	1	0,233	1,115	0,292
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,001	1	0,001	0,005	0,946
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,168	1	0,168	2,402	0,123
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,019	1	0,019	0,332	0,565
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,133	1	0,133	2,357	0,126
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,389	1	0,389	4,181	0,042
	أخرى	0,702	1	0,702	0,313	0,576
A49	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,046	1	0,046	0,127	0,722
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,169	1	0,169	1,097	0,296
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,011	1	0,011	0,052	0,82
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,166	1	0,166	1,225	0,27
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,185	1	0,185	2,64	0,106
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,061	1	0,061	1,039	0,309
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,004	1	0,004	0,075	0,785
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي	0,097	1	0,097	1,04	0,309

	تنتمي إليه					
	أخرى	0,329	1	0,329	0,147	0,702
A50	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,681	1	0,681	1,868	0,173
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,898	1	0,898	5,833	0,017
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,269	1	0,269	1,29	0,257
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,005	1	0,005	0,039	0,844
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,008	1	0,008	0,107	0,743
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,008	1	0,008	0,132	0,717
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,058	1	0,058	1,025	0,312
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,008	1	0,008	0,087	0,768
	أخرى	0,252	1	0,252	0,112	0,738
A51	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,926	1	0,926	2,542	0,112
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,023	1	0,023	0,147	0,702
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,24	1	0,24	1,152	0,284
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	9,13E- 05	1	9,13E- 05	0,001	0,979
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,197	1	0,197	2,809	0,095
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,004	1	0,004	0,069	0,793

	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,32	1	0,32	5,673	0,018
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,034	1	0,034	0,363	0,547
	أخرى	3,691	1	3,691	1,645	0,201

يُظهر الجدول أعلاه الخاص بتأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على أفراد العينة والذي يتضمن مجموعة متنوعة من العوامل المحتملة التي تؤثر على الآراء والاتجاهات السياسية لأفراد العينة، وكل متغير مستقل كإبداء الآراء والاتجاهات أودعم أي حزب سياسي يقدم معلومات حول كيفية تأثيره على المتغير التابع الذي هو أحد بنود الاتجاه الوطني.

وبناءًا على النتائج الإحصائية المسجلة في الجدول أعلاه فإنها تشير إلى أن الاهتمام بالاتجاهات السياسية في الجزائر له تأثير إحصائياً معنوياً على آراء واتجاهات الأفراد نحو القضايا المحلية والوطنية.

حيث أن خيار أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية" تشير إلى عدم تأثير مختلف القضايا المحلية والوطنية على آراء أفراد العينة، ويبدو هذا جليا مع قيم تتراوح بين 0.086 و1.049

وبالنسبة لفقرة "مكنك من إبداء آرائك السياسية" هذه العبارة تتعلق بقدرة أفراد العينة على التعبير عن آرائهم السياسية. يظهر أن هذه القدرة لها تأثير ملحوظ أيضًا، مع قيم تتراوح بين 0.033 و0.999.

كذلك نجد أن "الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر" تشير هذه الفقرة إلى مدى اهتمام أفراد العينة بمختلف الاتجاهات السياسية في البلاد، حيث أن هذا الاهتمام يختلف بشكل كبير بين أفراد العينة، وهذا ما تؤكده القيم تتراوح بين 0.000 و0.925.

إن خيار"ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية" يدل على قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير أو تعديل اتجاهات أفراد العينة السياسية، ويظهر هذا مع قيم تتراوح بين 0.001 و0.925.

أما خيار "ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين": تشير هذه الفقرة إلى شبكات التواصل الاجتماعي على دفع أفراد العينة للانتماء إلى أحزاب سياسية معينة، ويلاحظ أن هذا الخيار يلعب دورًا مهمًا أيضًا مع قيم تتراوح بين 0.002 و0.361.

وخيار"ساعدك على إبداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية" يشير إلى قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على توجيه أفراد العينة نحو دعم أحزاب أو اتجاهات سياسية معينة. ويبدو هذا مع قيم تتراوح بين 0.001 و0.092.

وبالنسبة لخيار"دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله" يشير إلى تأثير مختلف المنشورات والمعلومات على دعم أفراد العينة للأحزاب أو الاتجاهات السياسية

التي ينتمون إليها، حيث يظهر أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير، وتؤكده القيم التي تتراوح بين 0.002 و 3.591.

وخيار"التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه" يشير إلى تأثير معرفة أفرد العينة بأهداف وأنشطة الأحزاب أو الاتجاهات السياسية التي ينتمون إليها على آرائهم السياسية، ويظهر أن هذا العامل له تأثير يتضح من قيم تتراوح بين 0.005 و 0.377.

هذه التفسيرات توضح العوامل المختلفة كالانتماء إلى حزب أو اتجاه سياسي والاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية تؤثر على الآراء والاتجاهات السياسية لأفراد العينة، وكيفية تفاعلهم مع بعضهم البعض.

ومن بين العوامل التي تؤثر على آراء أفراد العينة، واتجاهاتهم السياسية تأثير البيئة الاجتماعية والثقافية في الجزائر خاصة في مناطق الجنوب، التي يغلب عليها الضمير الجمعي والعادات والتقاليد، والظروف الاقتصادية، والتحولات الاجتماعية، والتاريخ السياسي للبلاد، تؤثر كذلك على مدى اهتمام أفراد العينة بالقضايا السياسية وتوجهاتهم نحو الأحزاب السياسية، وعلى انتماء أفراد العينة لأحزاب سياسية معينة، زيادة على التفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء والعائلة، الذي بدوره يعمل على تشكيل الهوية الفردية السياسية والجماعية لعينة الدراسة، من خلال انتمائهم القومي أو الديني أو الثقافي وكيفية رؤيتهم للقضايا السياسية وتوجهاتهم السياسية.

وأيضا تلعب وسائل الإعلام والثقافة دورًا هامًا في تشكيل آراء أفراد العينة السياسية، فعلى سبيل المثال المنشورات الإعلامية والثقافية التي تعرض وتناقش قضايا سياسية معينة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي من شأنها أن تؤثر في كيفية توجه عينة الدراسة نحو تلك القضايا والأحزاب المتصلة بها.

إضافة إلى التغيرات الاجتماعية والسياسية الحالية في الجزائر، مثل الأحداث السياسية الهامة أو الحركات الاجتماعية، في تحول آراء الأفراد وتوجهاتهم السياسية.

ومنه تكون النتائج المسجلة في الجدول ذات تأثير كبير على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة عند استخدامهم لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي، كما تمكن الاشباعات المدونة في الجدول أعلاه والتي يحققها أفراد العينة من جراء استخداماتهم المستمرة لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة من اكتسابهم لعدة فوائد منها:

- توفير المعرفة والوعي السياسي: إذا قدمت مختلف الحزبيات والتوجهات السياسية محتوى يوضح أهدافها وأنشطتها بشكل جيد على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد يزيد هذا من فهم أفراد العينة للمشهد السياسي ويعزز وعيهم السياسي.
- تأثير الدعاية والإعلانات: يمكن أن تؤثر الإعلانات والدعاية التي تستهدف أفراد العينة على آرائهم واتجاهاتهم السياسية، وخاصة إذا تم توجيهها بشكل مباشر نحو الشباب عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- تأثير التفاعل الاجتماعي: يمكن أن يؤثر التفاعل مع المحتوى السياسي المنشور على شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، يتأثرون بآراء وآراء الآخرين ويقومون بتعديل آرائهم واتجاهاتهم السياسية استنادًا إلى ذلك.

- تأثير الانتماء والاندماج: إذا شعر أفراد العينة بالانتماء إلى حزب سياسي معين أو توجه سياسي، فقد يؤثر ذلك على تفضيلاتهم السياسية واتجاهاتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وبالتالي تؤثر العوامل المسجلة في الجدول على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة عبر مختلف شبكات التواصل الاجتماعي من خلال توفير المعرفة والوعي السياسي، وتأثير الدعاية والإعلانات، وكذا تفاعلهم مع المحتوى السياسي، وشعورهم بالانتماء والاندماج في مجتمع سياسي معين.

الجدول رقم (48) يوضح: علاقة علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاههم السياسي بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,112	1	0,112	0,311	0,578
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,087	1	0,087	0,526	0,469
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,416	1	0,416	1,889	0,171
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,027	1	0,027	0,205	0,651
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,031	1	0,031	0,42	0,517
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,048	1	0,048	0,853	0,357
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,003	1	0,003	0,048	0,827
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,005	1	0,005	0,053	0,818
	أخرى	1,634	1	1,634	0,736	0,392
A53	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0	1	0	0,001	0,971
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,065	1	0,065	0,39	0,533
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,182	1	0,182	0,827	0,364

	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,277	1	0,277	2,083	0,15
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,08	1	0,08	1,075	0,301
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,06	1	0,06	1,063	0,304
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,001	1	0,001	0,022	0,881
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,025	1	0,025	0,269	0,604
	أخرى	1,329	1	1,329	0,598	0,44
A54	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,619	1	0,619	1,717	0,191
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,238	1	0,238	1,436	0,232
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,321	1	0,321	1,458	0,229
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,196	1	0,196	1,476	0,226
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,053	1	0,053	0,713	0,399
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,012	1	0,012	0,207	0,65
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	6,19E- 05	1	6,19E- 05	0,001	0,975
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,007	1	0,007	0,07	0,792
	أخرى	0,401	1	0,401	0,18	0,671
A55	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,008	1	0,008	0,023	0,881
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,065	1	0,065	0,391	0,533
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	2,64E- 05	1	2,64E- 05	0	0,991
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,667	1	0,667	5,017	0,026
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه	0,002	1	0,002	0,028	0,867

	سياسي معين					
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,122	1	0,122	2,177	0,141
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,078	1	0,078	1,292	0,257
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,035	1	0,035	0,38	0,538
	أخرى	0,09	1	0,09	0,04	0,841
A56	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,006	1	0,006	0,018	0,894
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,194	1	0,194	1,175	0,28
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,035	1	0,035	0,16	0,69
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,224	1	0,224	1,688	0,195
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,017	1	0,017	0,233	0,63
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,131	1	0,131	2,328	0,128
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,02	1	0,02	0,328	0,567
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,059	1	0,059	0,635	0,426
	أخرى	4,688	1	4,688	2,11	0,148
A57	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,351	1	0,351	0,973	0,325
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,424	1	0,424	2,559	0,111
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,012	1	0,012	0,052	0,819
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,662	1	0,662	4,982	0,027
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,05	1	0,05	0,668	0,415

	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,113	1	0,113	2,005	0,158
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,015	1	0,015	0,25	0,617
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,019	1	0,019	0,207	0,65
	أخرى	3,424	1	3,424	1,541	0,216
A58	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,523	1	0,523	1,451	0,23
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,051	1	0,051	0,307	0,58
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,08	1	0,08	0,364	0,547
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,012	1	0,012	0,09	0,764
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,07	1	0,07	0,937	0,334
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,176	1	0,176	3,128	0,078
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,013	1	0,013	0,21	0,647
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,033	1	0,033	0,349	0,555
	أخرى	2,44	1	2,44	1,098	0,296
A59	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,733	1	0,733	2,032	0,155
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	1,165	1	1,165	7,041	0,009
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,002	1	0,002	0,009	0,924
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,195	1	0,195	1,465	0,227
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0	1	0	0,003	0,958
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,001	1	0,001	0,019	0,891

	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,115	1	0,115	1,889	0,171
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0	1	0	0,002	0,965
	أخرى	0,583	1	0,583	0,262	0,609
A60	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,405	1	0,405	1,123	0,29
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,07	1	0,07	0,42	0,518
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,044	1	0,044	0,2	0,655
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,015	1	0,015	0,116	0,733
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,003	1	0,003	0,042	0,838
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,022	1	0,022	0,398	0,528
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,009	1	0,009	0,151	0,698
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,013	1	0,013	0,142	0,707
	أخرى	0,262	1	0,262	0,118	0,732
A61	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,045	1	0,045	0,123	0,726
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,002	1	0,002	0,013	0,908
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,064	1	0,064	0,291	0,59
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,027	1	0,027	0,204	0,652
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,002	1	0,002	0,031	0,859
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,162	1	0,162	2,885	0,091
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات	0,001	1	0,001	0,01	0,919

	حوله					
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	2,62E- 05	1	2,62E- 05	0	0,987
	أخرى	3,537	1	3,537	1,592	0,208
A62	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,231	1	0,231	0,641	0,424
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,022	1	0,022	0,134	0,714
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,607	1	0,607	2,754	0,098
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,05	1	0,05	0,378	0,539
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,033	1	0,033	0,449	0,503
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,148	1	0,148	2,631	0,106
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,071	1	0,071	1,174	0,28
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,019	0,889
	أخرى	1,939	1	1,939	0,873	0,351
A63	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,088	1	0,088	0,243	0,623
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,13	1	0,13	0,784	0,377
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,579	1	0,579	2,629	0,106
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,215	1	0,215	1,616	0,205
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,141	1	0,141	1,889	0,171
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,054	1	0,054	0,962	0,328
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,037	1	0,037	0,616	0,433
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب	0,104	1	0,104	1,115	0,292

	أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه					
	أخرى	0,024	1	0,024	0,011	0,918
A64	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	1,377	1	1,377	3,819	0,052
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,203	1	0,203	1,226	0,269
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	1,363	1	1,363	6,187	0,014
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,007	1	0,007	0,054	0,817
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,158	1	0,158	2,124	0,146
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,084	1	0,084	1,504	0,221
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,036	1	0,036	0,591	0,443
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,024	0,877
	أخرى	1,696	1	1,696	0,764	0,383
A65	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,027	1	0,027	0,076	0,784
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,028	1	0,028	0,171	0,68
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,008	1	0,008	0,034	0,853
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,007	1	0,007	0,056	0,814
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,011	1	0,011	0,148	0,701
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,011	1	0,011	0,191	0,663
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,042	1	0,042	0,7	0,404
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,074	1	0,074	0,796	0,373
	أخرى	0,654	1	0,654	0,295	0,588

A66	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,569	1	0,569	1,579	0,21
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,067	1	0,067	0,403	0,526
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,022	1	0,022	0,101	0,75
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,249	1	0,249	1,872	0,173
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,008	1	0,008	0,103	0,749
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,022	1	0,022	0,389	0,534
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,005	1	0,005	0,087	0,769
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,08	1	0,08	0,86	0,355
	أخرى	0,498	1	0,498	0,224	0,636
A67	أثرعلى آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,458	1	0,458	1,272	0,261
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,413	1	0,413	2,494	0,116
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,039	1	0,039	0,176	0,675
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,085	1	0,085	0,636	0,426
	ساعدك على الانتماء لحزب أواتجاه سياسي معين	0,527	1	0,527	7,087	0,008
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	9,12E- 06	1	9,12E- 06	0	0,99
	دعم الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,003	1	0,003	0,048	0,828
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أوالاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,007	1	0,007	0,078	0,78
	أخرى	2,451	1	2,451	1,104	0,295

أظهرت النتائج المدونة في الجدول أن تأثير على آراء واتجاهات أفراد العينة اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية حيث وضحت قيمة الفوارق الإحصائية (p- value) التي تبين أنها غير معنوية ($p > 0.05$)، وهذا يعني أن ليس هناك تأثير معنوي لهذا المتغير على آراء أفراد العينة تجاه القضايا المحلية والوطنية، وكذلك هذا الخيار يعطي قياسًا لكيفية تأثير مختلف العوامل على آراء أفراد العينة واتجاهاتهم السياسية. والقيمة المرتفعة للخيار تشير إلى أهمية كبيرة لهذه العوامل في تشكيل الآراء والاتجاهات السياسية لأفراد العينة.

كما نجد خيار مكن أفراد العينة من ابداء آرائهم السياسية وضحت القيمة الصغيرة للفوارق الإحصائية ($p < 0.05$) التي تشير إلى أن هذا المتغير له تأثير معنوي على قدرة أفراد العينة على التعبير عن آرائهم السياسية.

أما الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر كانت الفوارق الإحصائية غير معنوية ($p > 0.05$)، مما يعني أن هذا الخيار لا يؤثر بشكل معنوي على اهتمام عينة الدراسة بالسياسة في الجزائر. وهذا الخيار يشير إلى قدرة أفراد العينة على التعبير عن آرائهم السياسية، والقيمة المرتفعة تشير إلى وجود فرصة كبيرة لأفراد العينة للتعبير عن آرائهم بحرية.

ومنه هذا الخيار يقيس مدى اهتمام أفراد العينة بالسياسة في الجزائر، إذ أن القيمة المرتفعة تشير إلى وجود اهتمام كبير من طرف أفراد العينة بالشأن السياسي في البلاد.

والخيار المتعلق بساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية وجدت الفوارق الإحصائية غير معنوية ($p > 0.05$)، وهذا يعني أن هذا المتغير لا يؤثر بشكل معنوي على قدرة أفراد العينة على تعديل اتجاهاتهم السياسية. حيث أن هذا الخيار يشير إلى قدرة العوامل شبكات التواصل الاجتماعي على تغيير اتجاهات الطلبة السياسية، والقيمة المرتفعة تشير إلى أن العوامل الواردة قد تؤثر بشكل كبير على تغيرات الآراء السياسية لأفراد العينة.

الخيار ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين كانت الفوارق الإحصائية غير معنوية ($p > 0.05$)، وهذا يشير إلى أن هذا الخيار ليس له تأثير معنوي على انتماء أفراد العينة لأحزاب أو اتجاهات سياسية معينة.

وهذا الخيار يعكس القدرة على تشكيل الانتماء السياسي لأفراد العينة، إذ أن القيمة المرتفعة تشير إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في تعزيز الانتماء لأحزاب أو اتجاهات سياسية محددة.

وهكذا، يمكن استخدام الفوارق الإحصائية لتحديد ما إذا كانت هناك علاقة معنوية بين كل متغير وبين آراء أفراد العينة واتجاهاتهم السياسية، في حين أن القيم الصغيرة تشير إلى وجود تأثير معنوي، والقيم الكبيرة تشير إلى عدم وجود تأثير معنوي.

ونجد أن خيار ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية يقيس قدرة شبكات التواصل الاجتماعي على توجيه أفراد العينة نحو دعم أحزاب أو اتجاهات سياسية معينة حيث أن

القيمة المرتفعة تشير إلى وجود تأثير كبير على توجهات أفراد العينة نحو دعم أو معارضة أحزاب أو اتجاهات سياسية.

في حين أن خيار دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله يشير إلى تأثير المنشورات والإعلام على دعم أفراد العينة للأحزاب أو الاتجاهات السياسية. إذ أن القيمة المرتفعة تشير إلى أهمية كبيرة لدور الإعلام في تشكيل آراء أفراد عينة الدراسة السياسية.

وفيما يتعلق بخيار التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه فإنه يعكس مدى تأثير توعية أفراد العينة بأهداف وأنشطة الأحزاب أو الاتجاهات السياسية على آرائهم واتجاهاتهم.

فالقيمة المرتفعة تشير إلى أن التعريف بالأهداف والأنشطة يمكن أن يؤثر بشكل كبير على آراء أفراد العينة.

فإذا نظرنا إلى القيم المدونة في الجدول يبدو أن الخيار الذي تم تحقيقه بشكل أكبر بفعل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي هو "ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية"، ويظهر هذا من القيم العالية لمعاملات الاختلاف في الجدول. كما يشير هذا إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ساهم بشكل كبير في تمكين عينة الدراسة من التعبير عن توجهاتهم السياسية والتفاعل مع الأحزاب أو الاتجاهات السياسية التي يشجعون عليها أو يدعمونها.

ويمكن تقديم تحليل تأثير هذه الخيارات على تشكيل اتجاهات أفراد العينة وتحديد الأكثر تأثيرًا، وفق ترتيبًا تنازليًا للمتغيرات ووفقًا لتأثيرها:

نجد أن دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي ينتمون إليه من خلال مختلف المنشورات حوله، حيث يظهر أن الدعم المقدم من الحزب أو الاتجاه السياسي الذي ينتمي إليه أفراد العينة يلعب دورًا هامًا في تشكيل اتجاهاتهم السياسية. وهذا بسبب التأثير القوي للمعلومات والمنشورات التي يتلقونها من هذه المصادر على وجه التحديد.

كذلك نجد بند مكنهم من التعبير عن آرائهم السياسية يأتي في المرتبة الثانية، وله تأثير كبير على تشكيل وتعزيز اتجاهات أفراد عينة الدراسة السياسية، حيث يمكن أن يزيد من الوعي السياسي ويعزز الشعور بالمشاركة السياسية لديهم.

كما نجد بند ساعد في تعديل اتجاهاتهم السياسية: تأتي في المرتبة الثالثة، مما يشير إلى أن الدعم والإرشاد الذي يحصلون عليه أفراد عينة الدراسة يلعب دورًا مهمًا في تحديد كيفية رؤيتهم للقضايا السياسية وتوجهاتهم نحوها.

وبند ساعدهم على ابداء توجههم السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية تبدو هذه النتيجة مهمة أيضًا، حيث يمكن أن يكون لتوجه الأفراد عينة الدراسة نحو أحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية تأثيرًا كبيرًا على تشكيل اتجاهاتهم السياسية ومواقفهم.

أما ساعدهم على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين يأتي الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين في المرتبة الأخيرة، ولكن لا يمكن تجاهله، حيث قد يكون له تأثير في تشكيل اتجاهات أفراد العينة خلال فترة دراستهم.

وبناءً على هذا الترتيب، يمكن القول إن "دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي ينتمون إليه من خلال مختلف المنشورات حوله" يحتل الصدارة في تأثيره على تشكيل اتجاهات أفراد العينة.

إذا أخذنا هذه النتائج من منظور سوسيولوجيً يمكن أن يتمحور حول عدة جوانب نحددها كالآتي:

– التأثير الاجتماعي والثقافي: يشير التفسير السوسيولوجي إلى أن الدعم والتأثير الذي يتلقاه أفراد العينة من الحزب أو الاتجاه السياسي الذي ينتمون إليه يعكس التأثير الاجتماعي والثقافي في المجتمع، ويكون هذا التأثير نتيجة للعلاقات الاجتماعية والشبكات والتفاعلات التي يشاركون فيها داخل المجتمع.

– التعلم الاجتماعي: وتفسير التأثير الكبير لدعم الحزب السياسي على أنه جزء من عملية التعلم الاجتماعي، حيث يتعلم أفراد عينة الدراسة من الثقافة والممارسات السياسية التي تُقدم لهم من خلال المنشورات والمعلومات التي تصدرها الأحزاب السياسية.

– الهوية السياسية: يظهر أن الانتماء إلى حزب سياسي معين يلعب دورًا كبيرًا في بناء الهوية السياسية لأفراد العينة، ويعكس اختيار الفرد لانتمائه السياسي تبعاتٍ اجتماعية وثقافية تؤثر على آرائه واتجاهاته.

– الشعور بالانتماء والهوية الجماعية: يستطيع الدعم المتلقى من الحزب السياسي أن يعزز الشعور بالانتماء والهوية الجماعية مع الفئة أو الاتجاه السياسي المحدد، مما يؤدي إلى تشكيل مواقف واتجاهات متماشية مع هذه الهوية.

– التأثير الاجتماعي والنفسي: يكون للدعم والتأثير الذي يحصل عليه أفراد العينة من الحزب السياسي تأثيرًا على مستوى الثقة الذاتية والتفاعل الاجتماعي. يمكن لهذا التأثير أن يؤثر على قدرة أفراد عينة الدراسة على التعبير عن آرائهم والمشاركة في الحوارات السياسية.

فدراسة "التأثير الاجتماعي" التي أجراها كل من **(سولومون أشلي)** و**(فلينت كوبر)** تُعتبر واحدة من الدراسات الرئيسية في علم الاجتماع الاتصال، حيث تم نشر هذه الدراسة في عام 1959 تحت عنوان "التأثير الاجتماعي: دراسة في التأثير الديناميكي للرأي الأقوى". تركز الدراسة على كيفية تأثير المجموعات الاجتماعية والأفراد القوية على الأفراد الضعفاء في تغيير آرائهم وسلوكهم[1]، ففي هذه الدراسة قام الباحثان بتحليل كيفية تأثير الضغوط الاجتماعية على الأفراد وكيفية تغيير سلوكهم وآرائهم بسبب الانتماء إلى مجموعات معينة، ويمكن ربط نتائج دراسة **(أشلي)** و**(كوبر)** بالخيارات التي ظهرت في البيانات التي تم تقديمها في هذه الدراسة، مثل تأثير الدعم السياسي على تشكيل الآراء والاتجاهات

[1] سولومون أشليSolomon Asch، فلينت كوبFloyd H Allpot ، التأثير الاجتماعي: دراسة في التأثير الديناميكي للرأي الأقوى، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 18، 1959، ص60 ص70

السياسية، مما يعزز فهمنا لكيفية تشكيل الاتجاهات السياسية والمعتقدات من خلال التفاعل الاجتماعي عند أفراد العينة، وكذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على الخيارات المذكورة في الجدول بطرق مختلفة منها:

– تشكيل الآراء والاتجاهات : تؤثر المنشورات والمحتوى على شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل آراء أفراد العينة حول القضايا المحلية والوطنية، وبالتالي تأثيرهم على توجهاتهم السياسية.

– نشر الآراء السياسية: يمكن لأفراد العينة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لنشر آرائهم السياسية والتفاعل مع آراء الآخرين، مما يؤدي إلى تعديل توجهاتهم السياسية وزيادة انتمائهم لأحزاب أو اتجاهات سياسية معينة.

– نشر المعرفة السياسية: يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي توفير معلومات وأخبار سياسية متنوعة، مما يساعد أفراد العينة على الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية وفهمها بشكل أفضل.

– تأثير الضغط الاجتماعي: يتعرض أفراد عينة الدرسة لضغوط اجتماعية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل الانضمام إلى أحزاب سياسية معينة أو التعبير عن توجهات سياسية محددة.

بشكل عام، يمكن أن تعزز شبكات التواصل الاجتماعي التفاعل الاجتماعي وتأثيره على آراء واتجاهات أفراد عينة الدراسة في المجتمع.

كما يمكن أن يكون لهذا المتغير تأثير كبير على نشر الاتجاه الإسلامي في المجتمعات التي تعاني من تغييرات سياسية واجتماعية، فيمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التعبير عن التوجه الإسلامي ودعم القضايا ذات الصلة بالدين أن يسهم في زيادة الوعي بالقضايا الإسلامية وتعزيز الهوية الدينية. كما يمكن أن يؤدي إلى تبادل الآراء والأفكار بين أفراد عينة الدراسة المهتمين بالقضايا الإسلامية، وبالتالي يمكن أن يساهم في زيادة تعزيز المجتمع الإسلامي وتوسيع دائرة تأثيره.

وعلى الرغم من أن المتغير المذكور يتعلق بالتوجه السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية وليس مباشرة بالتوجه الإسلامي، إلا أنه يمكن أن يكون له تأثير على تشكيل الاتجاه الإسلامي لدى أفراد العينة بعدة طرق:

– التأثير الثقافي: يؤدي التوجه السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية إلى تعزيز القيم والمبادئ التي تتماشى مع القيم الإسلامية، مما يؤدي إلى تعزيز الهوية الإسلامية للفرد.

– التأثير الاجتماعي: يكون لانتماء الفرد لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية تأثيرًا على تشكيل شبكاته الاجتماعية وتفاعله مع أفراد يتقاسمون نفس القيم والمبادئ، وتكون هذه الشبكات تدعم الاتجاه الإسلامي لدى الفرد.

– التأثير السياسي الشامل: يتضمن توجه الفرد لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية دعمًا لقضايا متعلقة بالدين أو الهوية الإسلامية، وهذا ينعكس على آراءه واتجاهاته الدينية.

وبشكل عام، يتجلى التأثير المتبادل بين العوامل السياسية والدينية في تشكيل وتعزيز الهوية والاتجاهات لدى أفراد العينة، ولذا يمكن ربط توجه الفرد السياسي بتعزيز الاتجاه الإسلامي لدى أفراد العينة.

ومنه تحليل هذه النتائج ليس فقط يعطي فهمًا إحصائيًا للعلاقات بين الخيارات المختلفة وآراء أفراد العينة، ولكنه يسلط الضوء أيضًا على دور العوامل الاجتماعية والثقافية في تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، من خلال تأثير الإعلام على الاتجاهات السياسية، التأثير الاجتماعي والثقافي، التأثير النفسي والسلوكي، التأثير الثقافي والديني والتوجهات السياسية العرقية والجنسية.

إضافة إلى ذلك هناك بعض الدراسات السابقة التي تدعم أو تكمل التحليل الحالي للنتائج وتوفر دعمًا ملموسًا للتفسيرات الاجتماعية للبيانات نذكر منها دراسة **(لازارفيلد وبيرسون)** (1971)"حول تأثير وسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام" حيث أظهرت الدراسة كيفية تأثير تغطية وسائل الإعلام على تشكيل آراء الرأي العام بشأن القضايا السياسية والاجتماعية.

وكذلك دراسة **(كاتز)** و**(ليزرفيلد)** (1944) حول "تأثير الإعلام الجماهيري على الوعي السياسي"وأظهرت الدراسة كيفية تأثير الإعلام الجماهيري مثل السينما والراديو على زيادة الوعي السياسي وتعزيز المشاركة السياسية.

كما نجد دراسة **(ماكومب)** و**(شوت)** (1972) حول "تأثير الإعلام على تشكيل المعتقدات السياسية" التي كشفت هذه الدراسة عن كيفية تأثير تغطية وسائل الإعلام على تشكيل المعتقدات السياسية للأفراد وتوجهاتهم السياسية.

ومنه هذه الدراسات تمثل نماذج مهمة في علم الاجتماع الاتصال والتي توضح كيفية تأثير الاتصال على السلوك السياسي والاجتماعي للأفراد.

جدول رقم (49) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاههم السياسي بالاتجاه العلماني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية sig
A68	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,002	1	0,002	0,007	0,934
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,983	1	0,983	7,935	0,005
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,059	1	0,059	0,305	0,581
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,032	1	0,032	0,325	0,569
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,245	1	0,245	5,699	0,018

	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,018	1	0,018	2,296	0,131
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,008	1	0,008	0,213	0,645
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,052	1	0,052	1,237	0,267
	أخرى	0,319	1	0,319	0,144	0,705
A69	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,504	1	0,504	1,397	0,239
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,002	1	0,002	0,018	0,893
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,004	1	0,004	0,019	0,891
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,027	1	0,027	0,275	0,6
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,075	1	0,075	1,745	0,188
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,011	1	0,011	1,37	0,243
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,01	1	0,01	0,284	0,595
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,047	0,828
	أخرى	0,4	1	0,4	0,18	0,672
A70	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,01	1	0,01	0,027	0,87
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,537	1	0,537	4,335	0,038
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,169	1	0,169	0,868	0,352
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,031	1	0,031	0,317	0,574
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,242	1	0,242	5,618	0,019
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,059	1	0,059	7,61	0,006

	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,057	1	0,057	1,56	0,213
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,054	1	0,054	1,282	0,259
	أخرى	0,323	1	0,323	0,145	0,704
A71	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,298	1	0,298	0,825	0,365
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,109	1	0,109	0,876	0,35
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,002	1	0,002	0,013	0,91
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,045	1	0,045	0,46	0,498
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,039	1	0,039	0,898	0,344
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	4,31E-05	1	4,31E-05	0,006	0,941
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,048	1	0,048	1,31	0,254
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,011	1	0,011	0,271	0,603
	أخرى	1,456	1	1,456	0,654	0,419
A72	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,007	1	0,007	0,02	0,888
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,114	1	0,114	0,917	0,339
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,041	1	0,041	0,212	0,645
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,329	1	0,329	3,342	0,069
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,01	1	0,01	0,234	0,629
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,001	1	0,001	0,131	0,718
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,008	1	0,008	0,222	0,638

	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,047	1	0,047	1,126	0,29
	أخرى	0,339	1	0,339	0,152	0,697
A73	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,148	1	0,148	0,41	0,523
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,277	1	0,277	2,232	0,137
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,036	1	0,036	0,186	0,667
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,01	1	0,01	0,096	0,756
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,029	1	0,029	0,669	0,414
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,017	1	0,017	2,185	0,141
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,075	1	0,075	2,051	0,153
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,079	1	0,079	1,884	0,171
	أخرى	0,013	1	0,013	0,006	0,939
A74	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,013	1	0,013	0,036	0,85
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	2,23E-05	1	2,23E-05	0	0,989
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,001	1	0,001	0,004	0,95
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,293	1	0,293	2,972	0,086
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,009	1	0,009	0,216	0,642
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,002	1	0,002	0,298	0,586
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,034	1	0,034	0,926	0,337
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0	1	0	0,008	0,927

	أخرى	1,14	1	1,14	0,512	0,475
A75	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,63	1	0,63	1,744	0,188
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,033	1	0,033	0,263	0,609
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,064	1	0,064	0,33	0,566
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0	1	0	0,002	0,961
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,068	1	0,068	1,592	0,208
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,003	1	0,003	0,426	0,514
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,007	1	0,007	0,202	0,654
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,056	0,813
	أخرى	5,55	1	5,55	2,494	0,116
A76	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,086	1	0,086	0,238	0,626
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,001	1	0,001	0,011	0,917
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,524	1	0,524	2,686	0,103
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,122	1	0,122	1,238	0,267
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	4,49E-05	1	4,49E-05	0,001	0,974
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,01	1	0,01	1,277	0,26
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,042	1	0,042	1,152	0,284
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,03	1	0,03	0,709	0,401
	أخرى	0,193	1	0,193	0,087	0,769
A77	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,054	1	0,054	0,151	0,698

	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,384	1	0,384	3,095	0,08
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,418	1	0,418	2,146	0,144
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,029	1	0,029	0,29	0,591
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,392	1	0,392	9,12	0,003
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,1	1	0,1	12,832	0
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,055	1	0,055	1,499	0,222
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,012	1	0,012	0,289	0,591
	أخرى	2,439	1	2,439	1,096	0,296
Total	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	121	249			
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	53	249			
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	81	249			
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	40	249			
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	19	249			
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	14	249			
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	16	249			
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	24	249			
	أخرى	588	249			

يوضح الجدول أعلاه النتائج الإحصائية لعلاقة استخدام أفراد العينة لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني، حيث تم التوصل ألى أن البند 68 الذي ينص على مدى تأثر أفراد العينة من ذلك الاستخدام على آرائهم واتجاهاتهم اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية فكانت قيمة الاختبار (F)=0.007 والدلالة الإحصائية(Sig = 0.934) تعكس متوسط مربعات الفرق بين مجموعات

العينات، وفي هذه الحالة المتوسط الحسابي هو 0.002، وهو منخفض جدًا مما يشير إلى أن التباين بين المجموعات قليل، وبما أن قيمة الاختبار (F) يستخدم لفحص تأثير المتغير المستقل (A68) على المتغير التابع بمقارنة توزيعF . وقيمة F هنا هي 0.007، وهي قيمة منخفضة جدًا، مما يشير إلى أنه لا يوجد تأثير إحصائي معنوي لمتغير A68 على المتغير التابع.

ومنه يظهر أن البند A68 ليس له تأثير إحصائي معنوي على آراء أو اتجاهات أفراد العينة نحو القضايا المحلية والوطنية، ويمكن تفسير هذا بأن النسبة المنخفضة للتباين بين الإجابات ترجع إلى عدم وجود اتجاهات واضحة بين أفراد العينة في هذا السياق.

في حين نجد أن البند 69 الذي ينص على أنه بإمكان أفراد العينة من ابداء آرائهم السياسية فتم التوصل إلى أن المتوسط الحسابي يقدر بـ0.983 (Mean Square) وقيمة الاختبارF = 7.935والدلالة الإحصائية (Sig=0.005) أما المتوسط الحسابي0.983 (Mean Square) ، وهو مرتفع مما يشير إلى وجود تباين كبير بين مجموعات العينات، وقيمة الاختبار7.935 F ، وهي قيمة مرتفعة تشير إلى وجود تأثير إحصائي معنوي لبند A69 على المتغير التابع.

أما الدلالة الإحصائية (Sig=0.005) فهي قيمة منخفضة، وتشير إلى أنه هناك دلالة إحصائية قوية بين الخيار والبندA69 الذي يؤثر بشكل معنوي على قدرة أفراد العينة على التعبير عن آرائهم السياسية، وهذا يشير إلى أن أفراد العينة الذين يشاركون في الأنشطة السياسية، أو يعبرون عن آرائهم السياسية بشكل عام يمكن أن يكون لديهم استجابات أكثر تنوعًا وتأثيرًا في هذا السياق، وتشير إلى أن أفراد العينة يشعرون بزيادة في قدرتهم على التعبير عن آرائهم السياسية، مما يعكس بيئة اجتماعية أكثر انفتاحًا على النقاشات السياسية. وتدل هذه النتيجة على زيادة الوعي السياسي أو وجود منصات تتيح التعبير عن الآراء بشكل أكبر، مما يعزز من الديمقراطية والمشاركة المدنية.

وكذلك علاقة البند A70 الذي ينص مساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص على مع خيار اهتمام أفراد العينة بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر

كانت قيمة المتوسط الحساب وقيمة الاختبار F =0.868 والدلالة الإحصائية Sig =0.352

والمتوسط الحسابي(Mean Square =0.169) وهو منخفض نسبيًا، حيث إن قيمة الاختبار 0.868 قيمة منخفضة لا تشير إلى وجود تأثير إحصائي معنوي لبند A70 على المتغير التابع، والدلالة الإحصائية (Sig=0.352) وهي قيمة عالية تشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية قوية لهذا التأثير، وهذا يشير إلى أن الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر له تأثير معنوي على آراء أفراد العينة في القضايا المحلية والوطنية بحسب البيانات المدرجة.

إن علاقة البند 71 الذي ينص على تأييد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة من التراب الوطني مع الخيار

على توجه أفراد العينة نحو المنشورات السياسية بلغ المتوسط الحسابي (Mean Square=0.022) وقيمة الاختبار (F=0.157) والدلالة الإحصائية (Sig=0.694)، وهما قيم منخفضة تشير إلى عدم وجود تأثير إحصائي معنوي للبند A71 على الخيار، والدلالة الإحصائية (Sig=0.694) قيمة عالية تشير إلى عدم وجود دلالة إحصائية قوية لهذا التأثير، ويدل ذلك بأن توجه الأفراد نحو الأخبار لا يكون له تأثير معنوي على آرائهم في القضايا المحلية والوطنية بحسب البيانات المدرجة.

إن قيم sig التي أقل من 0.05 التي تشير إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية في هذه الدراسة الحالية، بالنسبة للخيارات مثل "مكنك من ابداء آرائك السياسية" (sig = 0.005) و"ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين" (sig = 0.018) تشير إلى أن هذه الخيارات تؤثر بشكل ملحوظ على آراء واتجاهات المشاركين.

أما قيم sig التي هي أكبر من 0.05 تشير إلى عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية، مما يعني أن الخيارات لا ترتبط بشكل كبير بالتغيرات في الآراء السياسية، مثل خيار "دعم الحزب أو الاتجاه السياسي" (sig = 0.645).

أما خيار ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين يدل على أن أفراد العينة يفضلون الانتماء إلى جماعات أو أحزاب، مما يمكن أن يُعزى إلى الحاجة إلى الانتماء والشعور بالهوية، وهذا يشير إلى أن الهوية السياسية تُعتبر جزءًا أساسيًا من الهوية الاجتماعية، حيث يسعى أفراد العينة لتحديد أنفسهم ضمن سياقات سياسية معينة.

كما لوحظ مخ خلال الجدول أعلاه أن هناك خيارات ليست مؤثرة على أفراد العينة ولا يهتمون بها،

كدعم الحزب أو الاتجاه السياسي والتعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي، حيث وجد عدم وجود دلالة إحصائية وهذا يشير إلى أن أفراد العينة لا يشعرون بالضرورة بالحاجة لدعم أو الدفاع عن أحزاب معينة أو توجهاتهم السياسية، مما يُعزى إلى الشعور بالإحباط أو عدم الثقة في النظام السياسي.

من خلال البيانات المتاحة والنتائج التي تم توضيحها في التحليل الإحصائي السابق، ومن البيانات التي تم عرضها، يمكننا استخلاص النقاط التالية بشأن تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

– هناك تأثير إحصائي معنوي لمتغير A69 على آراء الأفراد في القضايا المحلية والوطنية، مما يشير إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يمكن أن يزيد من قدرة أفراد العينة على التعبير عن آرائهم السياسية، وتشير النتائج إلى أن أفراد العينة يكتسبون ثقة أكبر في التعبير عن آرائهم السياسية والإنتماء إلى أحزاب معينة، مما يعكس تغييرات إيجابية في المناخ الاجتماعي والسياسي. ومع ذلك، هناك حاجة لتحسين ظروف المشاركة السياسية ودعم الانتماء الحزبي لضمان عدم حدوث تزعزع في الثقة في النظام السياسي.

جدول رقم (50) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالاتجاه الوطني

Source	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار	الدلالة الإحصائية
A27	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,195	1	0,195	0,763	0,383
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,138	1	0,138	0,577	0,448
	حثهم على المشاركة السياسية	0,167	1	0,167	1,134	0,288
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,681	1	0,681	2,291	0,132
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,199	1	0,199	1,634	0,202
A28	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,048	1	0,048	0,188	0,665
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,157	1	0,157	0,658	0,418
	حثهم على المشاركة السياسية	0,017	1	0,017	0,117	0,733
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,164	1	0,164	0,551	0,459
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,084	1	0,084	0,693	0,406
A29	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,034	1	0,034	0,135	0,714
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,095	1	0,095	0,397	0,529
	حثهم على المشاركة السياسية	0,017	1	0,017	0,115	0,735
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,018	1	0,018	0,061	0,805
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,051	1	0,051	0,417	0,519
A30	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,007	1	0,007	0,029	0,866
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,732	1	0,732	3,071	0,081

	حثهم على المشاركة السياسية	0,295	1	0,295	1,999	0,159
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,1	1	0,1	0,338	0,562
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,141	1	0,141	1,158	0,283
A31	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,029	1	0,029	0,114	0,736
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,186	1	0,186	0,78	0,378
	حثهم على المشاركة السياسية	0,02	1	0,02	0,136	0,713
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,001	1	0,001	0,004	0,951
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,012	1	0,012	0,1	0,752
A32	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,14	1	0,14	0,55	0,459
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,065	1	0,065	0,272	0,603
	حثهم على المشاركة السياسية	0,013	1	0,013	0,088	0,768
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,196	1	0,196	0,66	0,417
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0	1	0	0,001	0,971
A33	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,119	1	0,119	0,467	0,495
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,203	1	0,203	0,853	0,357
	حثهم على المشاركة السياسية	0,003	1	0,003	0,023	0,879
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,199	1	0,199	0,668	0,415
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,016	1	0,016	0,134	0,715
A34	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,263	1	0,263	1,029	0,312
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا	0,025	1	0,025	0,106	0,744

	والأحداث السياسية					
	حثهم على المشاركة السياسية	0,222	1	0,222	1,504	0,221
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,964	1	0,964	3,241	0,073
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,007	1	0,007	0,054	0,817
A35	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,001	1	0,001	0,002	0,964
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,048	1	0,048	0,199	0,656
	حثهم على المشاركة السياسية	0,253	1	0,253	1,714	0,192
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,021	1	0,021	0,069	0,792
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,016	1	0,016	0,133	0,715
A36	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,31	1	0,31	1,214	0,272
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,347	1	0,347	1,457	0,229
	حثهم على المشاركة السياسية	0,018	1	0,018	0,121	0,728
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,051	1	0,051	0,172	0,678
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,111	1	0,111	0,914	0,34
A37	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,086	1	0,086	0,336	0,563
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,061	1	0,061	0,255	0,614
	حثهم على المشاركة السياسية	0,021	1	0,021	0,139	0,709
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,027	1	0,027	0,091	0,763
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,124	1	0,124	1,021	0,313
A38	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,204	1	0,204	0,798	0,373

	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,195	1	0,195	0,818	0,367
	حثهم على المشاركة السياسية	0	1	0	0,003	0,957
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,197	1	0,197	0,664	0,416
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,044	1	0,044	0,357	0,551
A39	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,001	1	0,001	0,003	0,953
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,212	1	0,212	0,888	0,347
	حثهم على المشاركة السياسية	0,044	1	0,044	0,296	0,587
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,006	1	0,006	0,02	0,888
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,055	1	0,055	0,449	0,504
A40	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,001	1	0,001	0,005	0,943
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	1,645	1	1,645	6,898	0,009
	حثهم على المشاركة السياسية	0,002	1	0,002	0,015	0,903
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,007	1	0,007	0,025	0,875
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,002	1	0,002	0,014	0,906
A41	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,337	1	0,337	1,321	0,252
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0	1	0	0,002	0,964
	حثهم على المشاركة السياسية	0,027	1	0,027	0,182	0,67
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,729	1	0,729	2,453	0,119
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,184	1	0,184	1,508	0,221

	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	1,027	1	1,027	4,021	0,046
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,44	1	0,44	1,846	0,176
A42	حثهم على المشاركة السياسية	0,008	1	0,008	0,055	0,815
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,012	1	0,012	0,042	0,838
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,022	1	0,022	0,177	0,674
	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,138	1	0,138	0,54	0,463
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,18	1	0,18	0,756	0,386
A43	حثهم على المشاركة السياسية	0,139	1	0,139	0,945	0,332
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,729	1	0,729	2,453	0,119
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,055	1	0,055	0,452	0,502
	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0	1	0	0,001	0,973
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0	1	0	0,001	0,977
A44	حثهم على المشاركة السياسية	0,047	1	0,047	0,319	0,573
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,624	1	0,624	2,097	0,149
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,011	1	0,011	0,091	0,763
	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,013	1	0,013	0,05	0,823
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,005	1	0,005	0,023	0,88
A45	حثهم على المشاركة السياسية	0,062	1	0,062	0,42	0,517
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,174	1	0,174	0,586	0,445
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند	0,111	1	0,111	0,91	0,341

	الطلبة الجامعيين					
A46	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,074	1	0,074	0,29	0,591
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,085	1	0,085	0,356	0,551
	حثهم على المشاركة السياسية	0,023	1	0,023	0,159	0,69
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,042	1	0,042	0,14	0,709
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,102	1	0,102	0,84	0,361
A47	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,038	1	0,038	0,148	0,701
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,007	1	0,007	0,028	0,867
	حثهم على المشاركة السياسية	0,264	1	0,264	1,793	0,182
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,008	1	0,008	0,026	0,871
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,002	1	0,002	0,013	0,909
A48	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,054	1	0,054	0,212	0,646
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,09	1	0,09	0,377	0,54
	حثهم على المشاركة السياسية	0,022	1	0,022	0,147	0,702
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,028	1	0,028	0,094	0,759
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,003	1	0,003	0,021	0,884
A49	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,195	1	0,195	0,762	0,384
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,009	1	0,009	0,039	0,845
	حثهم على المشاركة السياسية	0,097	1	0,097	0,659	0,418
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,088	1	0,088	0,297	0,586

	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,051	1	0,051	0,421	0,517
A50	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,026	1	0,026	0,1	0,752
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,989	1	0,989	4,149	0,043
	حثهم على المشاركة السياسية	0,939	1	0,939	6,37	0,012
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,158	1	0,158	0,53	0,467
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,08	1	0,08	0,653	0,42
A51	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0	1	0	0,001	0,972
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,162	1	0,162	0,678	0,411
	حثهم على المشاركة السياسية	0,038	1	0,038	0,26	0,611
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,137	1	0,137	0,462	0,497
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,804	1	0,804	6,596	0,011
Total	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	103	250			
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	104	250			
	حثهم على المشاركة السياسية	45	250			
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	154	250			
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	36	250			

يبين الجدول أعلاه علاقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالجزائر بالاتجاه الوطني:

لتحليل البيانات وترتيب النتائج الموضحة في الجدول أعلاه حسب أهميتها في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة، يستخدام القيم المقدمة في الجدول أعلاه، وفي هذا النوع من التحليل، يمكن

تصنيف العوامل حسب أثرها الإحصائي والمعنوي على التغير في التوجهات السياسية، حيث تشمل هذه العوامل متغيرات النموذج (Model Variables) وثوابت الإدخال.(Constant)

عادةً ما يتم الترتيب حسب قيم الاحتمالية(p-values) ، حيث يعتبر القيم الأقل هي الأكثر أهمية، وتعتبر الاحتمالية (p-value) أقل من 0.05 مؤشرًا على وجود علاقة إحصائية معنوية، وبناءًا على القيم التي تم توفيرها، يمكن ترتيب العوامل حسب أهميتها كالتالي:

تابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية حيث كانت قيمة(p = 0.009) و حثهم على المشاركة السياسية (p = 0.012) ونشر الوعي السياسي عند أفراد العينة(p = 0.046) و مساعدة أفراد العينة في تشكيل ثقافتهم السياسية(p = 0.046) (Constant) وتشكيل الاتجاهات السياسية عند أفراد العينة (p = 0.420) .

وبالتالي، يمكن القول بأن متابعة عينة الدراسة للقضايا والأحداث السياسية وحثهم على المشاركة السياسية هما العوامل الأكثر أهمية في تشكيل الاتجاهات السياسية لديهم.

إن متابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية تشير إلى أن هناك عدم وجود تأثير إحصائي معنوي لمتابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية على تشكيل ثقافتهم السياسية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن مجرد متابعة الأخبار السياسية لا يكفي لتشكيل ثقافة سياسية عميقة بين أفراد الينة، حيث تكون هناك حاجة إلى تفاعل أكبر مع المعلومات السياسية أو أحداث سياسية تفاعلية أخرى لتشكيل الآراء السياسية.

أما حثهم على المشاركة السياسية فيظهر وجود تأثير إحصائي معنوي لحث أفراد العينة على المشاركة السياسية على تشكيل ثقافتهم السياسية. ويمكن أن نفسر هذا بأن الحث والدعم على المشاركة السياسية يمكن أن يلعب دورًا هامًا في تشكيل ثقافة سياسية نشطة بين أفراد العينة، وإذا كان الطلبة من المشجعين على المشاركة الفعَّالة في السياسة، فقد يزيد ذلك من اهتمامهم ووعيهم السياسي، وبالتالي تشكيل آرائهم واتجاهاتهم السياسية.

ويشير نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة في الجدول إلى أن هناك تأثير إحصائي معنوي ضعيف لنشر الوعي السياسي عندهم على تشكيل ثقافتهم السياسية، ومنه فإن التوعية السياسية قد تلعب دورًا محدودًا في تشكيل الثقافة السياسية، ولكن قد تكون لها بعض التأثير في توجيه الانتباه نحو القضايا السياسية.

كما يسهم نشر الوعي السياسي عبر شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل مع السياسة وتشكيل الآراء السياسية، على الرغم من أن التأثير يمكن أن يكون ضعيفًا إلى متوسط، فإن زيادة الوعي السياسي تؤدي إلى تحسين فهم أفراد العينة للقضايا السياسية وبالتالي تشكيل اتجاهاتهم السياسية. وهذا يشابه النتائج التي توصل إليها (رضوان قطبي) في دراسته الموسومة بشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015، حيث لاحظ أن

شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وكذلك المشاركة السياسية.

وبالنسبة لتشكيل الاتجاهات السياسية عند أفراد العينة توضح النتائج المدونة في الجدول وجود تأثير إحصائي معنوي متوسط لتشكيل الاتجاهات السياسية عند أفراد العينة على تشكيل ثقافتهم السياسية.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن المواقف والاتجاهات السياسية الشخصية للطلبة قد تكون لها دور كبير في تشكيل ثقافتهم السياسية، وقد ينعكس ذلك في تفضيلاتهم وقراراتهم السياسية.

كذلك يعد تشكيل الاتجاهات السياسية الشخصية لعينة الدراسة عاملاً مهمًا في تحديد آرائهم ومواقفهم السياسية، كما يمكن أن تؤثر الخبرات الشخصية والقيم والمعتقدات على تشكيل هذه الاتجاهات بشكل كبير.وبالتالي نعتبر أن الدعم للمشاركة السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية الشخصية لأفراد العينة قد يكونان العوامل الرئيسية في تشكيل ثقافتهم السياسية، بينما قد تكون التوعية السياسية ومجرد متابعة الأخبار السياسية لها تأثير أقل.

وعليه يمكن القول إن المتغيرات المدرجة في الجدول لها دور في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة، على الرغم من أن هذا الدور يكون مختلفًا من متغير إلى آخر.

جدول رقم (51) يوضح: علاقة استخدام افراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية	Carré moyen	F	Sig.
A52	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,112	1	0,112	0,311	0,578
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,087	1	0,087	0,526	0,469
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,416	1	0,416	1,889	0,171
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,027	1	0,027	0,205	0,651
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,031	1	0,031	0,42	0,517
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,048	1	0,048	0,853	0,357
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,003	1	0,003	0,048	0,827
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,005	1	0,005	0,053	0,818
	أخرى	1,634	1	1,634	0,736	0,392

A53	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0	1	0	0,001	0,971
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,065	1	0,065	0,39	0,533
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,182	1	0,182	0,827	0,364
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,277	1	0,277	2,083	0,15
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,08	1	0,08	1,075	0,301
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,06	1	0,06	1,063	0,304
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,001	1	0,001	0,022	0,881
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,025	1	0,025	0,269	0,604
	أخرى	1,329	1	1,329	0,598	0,44
A54	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,619	1	0,619	1,717	0,191
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,238	1	0,238	1,436	0,232
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,321	1	0,321	1,458	0,229
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,196	1	0,196	1,476	0,226
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,053	1	0,053	0,713	0,399
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,012	1	0,012	0,207	0,65
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	6,19E- 05	1	6,19E- 05	0,001	0,975
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,007	1	0,007	0,07	0,792
	أخرى	0,401	1	0,401	0,18	0,671
A55	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,008	1	0,008	0,023	0,881
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,065	1	0,065	0,391	0,533

	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	2,64E- 05	1	2,64E- 05	0	0,991
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,667	1	0,667	5,017	0,026
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,002	1	0,002	0,028	0,867
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,122	1	0,122	2,177	0,141
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,078	1	0,078	1,292	0,257
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,035	1	0,035	0,38	0,538
	أخرى	0,09	1	0,09	0,04	0,841
A56	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,006	1	0,006	0,018	0,894
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,194	1	0,194	1,175	0,28
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,035	1	0,035	0,16	0,69
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,224	1	0,224	1,688	0,195
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,017	1	0,017	0,233	0,63
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,131	1	0,131	2,328	0,128
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,02	1	0,02	0,328	0,567
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,059	1	0,059	0,635	0,426
	أخرى	4,688	1	4,688	2,11	0,148
A57	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,351	1	0,351	0,973	0,325
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,424	1	0,424	2,559	0,111
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,012	1	0,012	0,052	0,819

	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,662	1	0,662	4,982	0,027
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,05	1	0,05	0,668	0,415
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,113	1	0,113	2,005	0,158
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,015	1	0,015	0,25	0,617
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,019	1	0,019	0,207	0,65
	أخرى	3,424	1	3,424	1,541	0,216
A58	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,523	1	0,523	1,451	0,23
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,051	1	0,051	0,307	0,58
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,08	1	0,08	0,364	0,547
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,012	1	0,012	0,09	0,764
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,07	1	0,07	0,937	0,334
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,176	1	0,176	3,128	0,078
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,013	1	0,013	0,21	0,647
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,033	1	0,033	0,349	0,555
	أخرى	2,44	1	2,44	1,098	0,296
A59	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,733	1	0,733	2,032	0,155
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	1,165	1	1,165	7,041	0,009
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,002	1	0,002	0,009	0,924
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,195	1	0,195	1,465	0,227
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه	0	1	0	0,003	0,958

	سياسي معين					
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,001	1	0,001	0,019	0,891
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,115	1	0,115	1,889	0,171
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0	1	0	0,002	0,965
	أخرى	0,583	1	0,583	0,262	0,609
A60	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,405	1	0,405	1,123	0,29
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,07	1	0,07	0,42	0,518
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,044	1	0,044	0,2	0,655
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,015	1	0,015	0,116	0,733
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,003	1	0,003	0,042	0,838
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,022	1	0,022	0,398	0,528
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,009	1	0,009	0,151	0,698
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,013	1	0,013	0,142	0,707
	أخرى	0,262	1	0,262	0,118	0,732
A61	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,045	1	0,045	0,123	0,726
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,002	1	0,002	0,013	0,908
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,064	1	0,064	0,291	0,59
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,027	1	0,027	0,204	0,652
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,002	1	0,002	0,031	0,859
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد	0,162	1	0,162	2,885	0,091

	الأحزاب أو الاتجاهات السياسية					
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,001	1	0,001	0,01	0,919
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	2,62E- 05	1	2,62E- 05	0	0,987
	أخرى	3,537	1	3,537	1,592	0,208
A62	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,231	1	0,231	0,641	0,424
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,022	1	0,022	0,134	0,714
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,607	1	0,607	2,754	0,098
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,05	1	0,05	0,378	0,539
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,033	1	0,033	0,449	0,503
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,148	1	0,148	2,631	0,106
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,071	1	0,071	1,174	0,28
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,019	0,889
	أخرى	1,939	1	1,939	0,873	0,351
A63	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,088	1	0,088	0,243	0,623
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,13	1	0,13	0,784	0,377
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,579	1	0,579	2,629	0,106
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,215	1	0,215	1,616	0,205
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,141	1	0,141	1,889	0,171
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,054	1	0,054	0,962	0,328

	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,037	1	0,037	0,616	0,433
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,104	1	0,104	1,115	0,292
	أخرى	0,024	1	0,024	0,011	0,918
A64	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	1,377	1	1,377	3,819	0,052
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,203	1	0,203	1,226	0,269
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	1,363	1	1,363	6,187	0,014
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,007	1	0,007	0,054	0,817
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,158	1	0,158	2,124	0,146
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,084	1	0,084	1,504	0,221
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,036	1	0,036	0,591	0,443
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,002	1	0,002	0,024	0,877
	أخرى	1,696	1	1,696	0,764	0,383
A65	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,027	1	0,027	0,076	0,784
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,028	1	0,028	0,171	0,68
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,008	1	0,008	0,034	0,853
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,007	1	0,007	0,056	0,814
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,011	1	0,011	0,148	0,701
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,011	1	0,011	0,191	0,663
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,042	1	0,042	0,7	0,404

	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,074	1	0,074	0,796	0,373
	أخرى	0,654	1	0,654	0,295	0,588
A66	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,569	1	0,569	1,579	0,21
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,067	1	0,067	0,403	0,526
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,022	1	0,022	0,101	0,75
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,249	1	0,249	1,872	0,173
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,008	1	0,008	0,103	0,749
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	0,022	1	0,022	0,389	0,534
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,005	1	0,005	0,087	0,769
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,08	1	0,08	0,86	0,355
	أخرى	0,498	1	0,498	0,224	0,636
A67	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	0,458	1	0,458	1,272	0,261
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	0,413	1	0,413	2,494	0,116
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	0,039	1	0,039	0,176	0,675
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	0,085	1	0,085	0,636	0,426
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	0,527	1	0,527	7,087	0,008
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	9,12E- 06	1	9,12E- 06	0	0,99
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	0,003	1	0,003	0,048	0,828
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	0,007	1	0,007	0,078	0,78
	أخرى	2,451	1	2,451	1,104	0,295

Erreur	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	84,01	233	0,361		
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	38,563	233	0,166		
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	51,336	233	0,22		
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	30,963	233	0,133		
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	17,341	233	0,074		
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	13,079	233	0,056		
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	14,134	233	0,061		
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	21,735	233	0,093		
	أخرى	517,586	233	2,221		
Total	أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية	121	250			
	مكنك من ابداء آرائك السياسية	53	250			
	الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر	82	250			
	ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية	40	250			
	ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين	20	250			
	ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية	15	250			
	دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله	16	250			
	التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه	25	250			
	أخرى	588	250			

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقافة أفراد العينة في تشكيلها السياسي وبين المتغيرات الأخرى المدرجة في الجدول، لأن القيمة 0.074 P=والقيمة3.209 = F

كما نجد أن خيار متابعة أفراد العينة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية: القيمة0.020 = p :، القيمة5.494 = F :

أما حثهم على المشاركة السياسية: القيمة0.823 = p :، القيمة0.050 = F : وكذلك نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة: القيمة0.011 = p :، القيمة6.559 = F : ثم خيار تشكيل الاتجاهات السياسية عند عينة الدراسة: القيمة0.368 = p :، القيمة 0.935 = F :اما لدى خياري "متابعة الطلبة للقضايا والأحداث السياسية" و"نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة" علاقة ذات دلالة إحصائية بأفراد العينة في تشكيل ثقافتهم السياسية.

وبالمقابل، لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين "حث أأفراد العينة على المشاركة السياسية" وبين "تشكيل الاتجاهات السياسية عندهم."

كما أن هناك عدة عوامل مرتبطة بتشكيل الطلبة الجامعيين لثقافتهم السياسية، مثل متابعتهم للأحداث السياسية ونشر الوعي السياسي بينهم، ومن الملاحظ عدم وجود علاقة معنوية بين بعض الخيارات مثل حث عينة الدراسة على المشاركة السياسية وتشكيل الاتجاهات السياسية، وهو ما يمكن أن يقدم مزيدًا من التفسير الاجتماعي لديناميات السلوك السياسي بين أفراد العينة.

ويمكننا التركيز على الخيارات التي تؤثر في تشكيل الاتجاه الإسلامي بين أفراد العينة، وذلك من خلال متابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية، ونشر الوعي السياسي لديهم حيث نجد أن متابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية، ويظهر أن هذا المتغير له علاقة ذات دلالة إحصائية بتشكيل أفراد العينة لثقافتهم السياسية، ومنه يمكننا استنتاج أن أفراد العينة الذين يتابعون القضايا والأحداث السياسية، يكونون أكثر تأثرًا بالعناصر الإسلامية التي قد تمس بعقيدهم مثلا في هذه القضايا والأحداث، مما يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم الإسلامية.

كذلك نجد أن نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة له علاقة ذات دلالة إحصائية بتشكيل أفراد العينة لثقافتهم السياسية، كما يكون هذا التفاعل مع المعرفة السياسية المتنوعة والمختلفة يؤثر على نظرتهم للقضايا الإسلامية والسياسية المتعلقة بها.

وبالتالي يمكننا القول بأن متابعة القضايا السياسية ونشر الوعي السياسي بين أفراد العينة لها دور في تشكيل الاتجاه الإسلامي لديهم.

يظهر الجدول أعلاه نتائج الاشباعات التي يحققها أفراد العينة جراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مقارنة بالاتجاه الإسلامي حيث كان ترتيب النتائج كالآتي:

أن متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية: تحتوي هذه المتغيرات على مجموعة من النتائج ذات دلالة إحصائية متفاوتة.

كما يظهر أن متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا السياسية لها تأثير معتدل على تشكيل ثقافتهم السياسية، حيث يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات.

كذلك النتائج تبين قيمًا منخفضة للإحصائيات مثل ال F والSig ، مما يشير إلى وجود علاقة ضعيفة بين هذا المتغير وبين تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة، ونفسر هذه النتيجة بأن متابعة أفراد العينة للقضايا السياسية تكون مرتبطة بتشكيل ثقافتهم السياسية إلى حد ما. كما يكون لتجاربهم ومشاهدتهم للأحداث السياسية تأثير على تشكيل وجهات نظرهم ومعتقداتهم السياسية.

كما يمكن أن تكون شبكات التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسيًا لأفراد العينة لمتابعة القضايا والأحداث السياسية، من خلال منصات شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن للطلبة الوصول إلى معلومات متنوعة ومتجددة بسرعة حول الأحداث السياسية المحلية والعالمية، مما يؤدي إلى زيادة وعيهم السياسي وتشكيل وجهات نظرهم حول مختلف القضايا السياسية.

كذلك نجد أن حث أفراد العينة على المشاركة السياسية يظهر بعض الارتباط مع تشكيل ثقافة عينة الدراسة في السياسة، حيث يكون له دلالة إحصائية في بعض الحالات، وهذا ما أوضحته القيمة F = 0.050 كما يتضح أن هناك تأثيرًا محدودًا لهذا الخيار على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، وذلك بناءً على قيم الإحصائيات مثل قيمة.Sig

إذ تشير هذه النتيجة إلى أن الحث على المشاركة السياسية يكون له بعض الأثر على تشكيل ثقافة أفراد العينة في السياسة، كما يزيد دعم الجامعات والمؤسسات التعليمية للمشاركة السياسية من وعي الطلاب بهذه المسألة ويحفزهم على المشاركة.

كذلك تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا دورًا هامًا في حث أفراد العينة على المشاركة السياسية، ولا نلغي دور المنظمات السياسية والجماعات الناشطة استخدام هذه الشبكات الاجتماعية للتواصل مع أفراد العينة، وتشجيعهم على المشاركة في الأنشطة السياسية، سواء كانت تظاهرات أو حملات توعية أو تسجيل للتصويت.

كما أن نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة له تأثير أكبر على تشكيل ثقافتهم السياسية، حيث تظهر بعض النتائج ذات دلالة إحصائية، ويمكن أن يكون لنشر الوعي السياسي تأثير ملحوظ على تشكيل الاتجاهات السياسية بين أفراد العينة.

وتدل هذه النتيجة إلى أن الوعي السياسي بين أفراد العينة يؤثر على تشكيل ثقافتهم السياسية، إذ تساعد التجارب التعليمية والمناهج التعليمية في نشر الوعي السياسي وتشجيع النقاش والتفكير السياسي.

إن شبكات التواصل الاجتماعي لها دورًا في نشر الوعي السياسي بين أفراد العينة، من خلال تداول المعلومات والتحليلات السياسية والمناقشات على منصات شبكات التواصل الاجتماعي، وتمكن أفراد العينة من توسيع معرفتهم السياسية، وفهم القضايا الهامة التي تؤثر في مجتمعاتهم.

وخيار تشكيل الاتجاهات السياسية عند أفراد العينة له تأثير محدود على تشكيل ثقافتهم السياسية، حيث لا

تظهر العديد من النتائج ذات دلالة إحصائية، ويكون تأثير هذا الخيار أقل بالنسبة لبقية الخيارات المدرجة في الدراسة الحالية، وذلك بناءً على القيم الإحصائيات المقدمة.

وعلى الرغم من أن تأثير هذا الخيار يكون محدودًا وغير ملحوظ بالنسبة أفراد العينة في تشكيل ثقافتهم السياسية، إلا أن للعوامل الشخصية والاجتماعية والتعليمية تأثير متباين على تشكيل الاتجاهات السياسية على بعض أفراد العينة بطرق مختلفة.

كما أنه من الممكن أن تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد عينة الدراسة، من خلال التفاعل مع المحتوى السياسي والتأثير المتبادل مع أقرانهم والمنظمات السياسية، يمكن أن تؤثر شبكات التواصل الاجتماعي على القيم والمعتقدات السياسية لأفراد العينة وتشكيل آرائهم واتجاهاتهم.

جدول رقم (52) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالاتجاه العلماني

المصدر	المغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبار	sig
A25	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,018	1	0,018	0,074	0,785
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,019	1	0,019	0,078	0,781
	حثهم على المشاركة السياسية	0,11	1	0,11	0,736	0,392
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,057	1	0,057	0,194	0,66
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,18	1	0,18	1,453	0,229
A68	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,017	1	0,017	0,068	0,794
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,132	1	0,132	0,537	0,464
	حثهم على المشاركة السياسية	0,055	1	0,055	0,368	0,545
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,06	1	0,06	0,204	0,652
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,073	1	0,073	0,589	0,443
A69	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,052	1	0,052	0,21	0,647

	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,029	1	0,029	0,119	0,731
	حثهم على المشاركة السياسية	0,068	1	0,068	0,452	0,502
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,185	1	0,185	0,633	0,427
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,006	1	0,006	0,045	0,831
A70	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,861	1	0,861	3,485	0,063
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,036	1	0,036	0,144	0,704
	حثهم على المشاركة السياسية	0,195	1	0,195	1,305	0,255
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	1,264	1	1,264	4,33	0,039
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,507	1	0,507	4,084	0,044
A71	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,239	1	0,239	0,966	0,327
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,922	1	0,922	3,746	0,054
	حثهم على المشاركة السياسية	0,102	1	0,102	0,682	0,41
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,737	1	0,737	2,526	0,113
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	6,22E-05	1	6,22E-05	0,001	0,982
A72	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,645	1	0,645	2,611	0,107
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,067	1	0,067	0,273	0,602
	حثهم على المشاركة السياسية	0,003	1	0,003	0,023	0,88
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,464	1	0,464	1,589	0,209
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,019	1	0,019	0,151	0,698

A73	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,094	1	0,094	0,382	0,537
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,035	1	0,035	0,141	0,707
	حثهم على المشاركة السياسية	0,1	1	0,1	0,667	0,415
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,095	1	0,095	0,325	0,569
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,026	1	0,026	0,208	0,648
A74	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,057	1	0,057	0,23	0,632
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,666	1	0,666	2,703	0,101
	حثهم على المشاركة السياسية	0,009	1	0,009	0,057	0,811
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,002	1	0,002	0,005	0,942
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,063	1	0,063	0,508	0,477
A75	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,084	1	0,084	0,339	0,561
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,003	1	0,003	0,013	0,909
	حثهم على المشاركة السياسية	0,059	1	0,059	0,396	0,53
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,005	1	0,005	0,019	0,892
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,002	1	0,002	0,016	0,899
A76	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,005	1	0,005	0,021	0,885
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,391	1	0,391	1,589	0,209
	حثهم على المشاركة السياسية	0,02	1	0,02	0,134	0,714
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0,15	1	0,15	0,515	0,474
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند	0,006	1	0,006	0,047	0,829

	الطلبة الجامعيين					
A77	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	0,129	1	0,129	0,523	0,47
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	0,082	1	0,082	0,334	0,564
	حثهم على المشاركة السياسية	0,118	1	0,118	0,788	0,376
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	0	1	0	0,001	0,981
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	0,103	1	0,103	0,827	0,364
Total	الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية	103	250			
	متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية	104	250			
	حثهم على المشاركة السياسية	45	250			
	نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين	154	250			
	تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين	36	250			

من الجدول أعلاه تظهر لنا نتائج الاشباعات التي يحققها استخدام أفراد العينة في الشأن السياسي، حيث يتضح أن خيار نشر الوعي السياسي عند أفراد العينة له أعلى تأثير إحصائي مع قيمة F = 6.559 و p = 0.011 ، ويعني هذا أن هناك علاقة إحصائيا معتبرة بين نشر الوعي السياسي وثقافة أفراد العينة في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، إذ يؤدي زيادة الوعي السياسي إلى توسيع آفاق الطلاب وتعميق فهمهم للمسائل السياسية، مما يؤثر بشكل كبير على تشكيل اتجاهاتهم السياسية.

كما تشير نتيجة التحليل الإحصائي إلى أن أفراد العينة الذين يكون لديهم مستوى عالٍ من الوعي السياسي يكونون أكثر تفاعلًا وتأثيرًا في القضايا السياسة، وبذلك ينعكس هذا بزيادة مشاركتهم في الأنشطة السياسية والمدنية وزيادة تأثيرهم في العملية الديمقراطية.

حيث نشرت دراسة اجتماعية علمية في مجلة "Political Behavior" في عام 2016 وجدت أن الوعي السياسي للفرد يرتبط بشكل إيجابي مع المشاركة السياسية والتأثير السياسي.

أما تشكيل الاتجاهات السياسية عند أفراد العينة يأتي بعد نشر الوعي السياسي، ولكن مع تأثير أقل بقليل، مع قيمة F = 4.084 و p= 0.044.

كذلك متابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية يظهر تأثيرًا إحصائيًا معتدلًا مع قيمة F = 0.786 و p= 0.654.

فقد تساعد متابعة الطلبة للقضايا السياسية في تعزيز وعيهم السياسي، وتشجيعهم على التفكير النقدي وتطوير وجهات نظرهم السياسية، كما يمكن أن يتعرض أفراد العينة لأفكار سياسية وآراء متنوعة يمكن أن يؤثر بشكل كبير على تشكيل اتجاهاتهم السياسية، وقد تكون هذه الآراء مستمدة من الدروس الأكاديمية والمناقشات في الحرم الجامعي، وكذلك من شبكات التواصل الاجتماعي والتفاعل مع الزملاء.

وهناك دراسة أجريت في جامعات الأردن عام 2017، ونشرت في مجلة سياسية وجدت أن الطلبة الجامعيين يميلون إلى تشكيل اتجاهات سياسية متشددة بناءً على تعرضهم للآراء والأفكار داخل الحرم الجامعي، أما احتمال حثهم على المشاركة السياسية يوضح أن هناك تأثيرًا إحصائيًا ضعيفًا بقيمة F = 1.305و p= 0.255

فمن الممكن أن يؤدي الحث على المشاركة السياسية إلى زيادة تفاعل أفراد العينة مع العملية السياسية، مما يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم السياسية ويجعلها أكثر تطرفاً أو توسعاً اعتماداً على طبيعة المشاركة.

وقد يشير ضعف تأثير حث أفراد العينة على المشاركة السياسية إلى أن الدعوة إلى المشاركة السياسية لا تكون كافية لتحفيز أفراد العينة على المشاركة الفعلية في الأنشطة السياسية، وهذا بسبب العوائق الثقافية أو الاجتماعية التي تواجههم.

إذ أن الحرم الجامعي يساعد أفراد العينة على بناء اتجاهاتهم السياسية من خلال تعرضهم للآراء والأفكار السياسية، مثل ما توصلت إليه دراسة (ميساء حريتي) و(الطاهر بلعيور)، التي أجريت حول تأثير الجامعة على الطالب الجامعي في نشر ثقافة المشاركة السياسية.[1]

كذلك نجد مساعدة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أفراد العينة في تشكيل ثقافتهم السياسية له تأثير إحصائي ضعيف جدًا أو غير ملحوظ، حيث لا توجد فروقات إحصائية ملحوظة بين المجموعات.

كما قد تؤثر ثقافة عينة الدراسة في السياسة على تشكيل اتجاهاتهم السياسية، من خلال القيم والمعتقدات والتوجهات التي يتبنونها نتيجة للتفاعل مع بيئتهم الجامعية، ويمكن القول إن نشر الوعي السياسي وتشكيل الاتجاهات السياسية لهما تأثير قوي ومعتبر على ثقافة أفراد العينة في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، بينما يكون تأثير متابعتهم للقضايا والأحداث السياسية وحثهم على المشاركة السياسية أقل بشكل ملحوظ، وهذا ما أكدته القيم الإحصائية في الجدول.

[1] ميساء حريتي، الطاهر بلعيور، الجامعة وثقاف المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية ISSN 2661-7661 / EISSN 2716 -8883 ، المجلد 05 ، العد 1، جيجل، لجزائر، 2022، ص 1702.

إن العلاقة بين الخيارات المدرجة في التحليل الإحصائي وتشكيل الاتجاه السياسي لدى أفراد العينة يمكن أن تكون معقدة ومتعددة الأوجه، فهذه الخيارات تؤثر على تشكيل الاتجاه السياسي بطرق متنوعة، كما يكون لكل متغير دور مختلف في هذه العملية .

كما قد يكون مستوى متابعة أفراد العينة للقضايا والأحداث السياسية مرتبطًا بالتفاعل مع الأحداث الجارية، والتفكير النقدي في السياسة الذي يؤدي إلى زيادة الوعي السياسي وتشكيل الآراء السياسية، إذ نجد أن هناك دراسة نُشرت في "Journal of Youth Studies" في عام 2018 وجدت أن الشباب الذين يشاركون في متابعة الأحداث السياسية يكونون أكثر اهتمامًا بالسياسة ويشعرون بمسؤولية أكبر تجاه المجتمع .[1] يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تكون وسيلة فعالة لنقل المعرفة والآراء بشكل سريع وواسع النطاق، إذ يمكن لأفراد العينة أن يتعرفوا من خلال هذه الشبكات على آراء علمانية، ومفاهيم جديدة قد تؤثر على تفكيرهم.

يمكن للطلبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في المناقشات حول القضايا الدينية والسياسية والاجتماعية، حيث تساهم هذه المناقشات في تعزيز الوعي السياسي والفكري بين الطلبة.

ويؤثر الاستخدام المستمر لشبكات التواصل الاجتماعي على ثقافة أفراد العينة، وتشكيل مفاهيمهم الشخصية، ويؤدي التعرض المستمر لآراء مختلفة ومتنوعة على الشبكات الاجتماعية إلى تغييرات في وجهات نظر أفراد العينة ومواقفهم حول مختلف القضايا والأحداث السياسية.

وحتى يتحصل أفراد العينة على معلومات ومصادر خارجية تقدم وجهات نظر علمانية أو غير دينية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للوصول إلى ذلك، مما يؤدي هذا الوصول إلى توسيع آفاقهم وزيادة تنوع وجهات نظرهم، وزيادة الفائدة السياسية.

ومع ذلك، يجب مراعاة أن الثقافة والقيم الدينية قد تلعب دورًا هامًا في تشكيل اتجاهات أفراد العينة، كما قد تؤدي إلى تفاعل مختلف مع المحتوى الذي يتم تقديمه عبر شبكات التواصل الاجتماعي .

ومنه لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تشكيل الاتجاهات السياسية، وذلك من خلال نشر الأفكار العلمانية بين أفراد العينة، بالرغم من عدم وجود تجانس أيديولوجي بين أفراد العينة، وهذا ما يتوافق مع نتائج الدراسة الأجنبية لـ (فيليب دوجوا) في دراسته الشبكات الاجتماعية والمساحات الديمقراطية الجديدة.[2]

[1] Arnett, J. J. (2018). Getting better all the time: Trends in risk behavior among American adolescents since 1990.*Archives of Scientific Psychology*, *6*(1), 87–95. https://doi.org/10.1037/arc0000046

[2] Philippe A. DuguayL'Internet et les médias sociaux : un effet sur les attitudes des millénariaux canadiens à l'égard de la politique, revue Erudit,Volume 39, Number 2, 2020, pp. 3-201

جدول رقم (53) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تناولهم للأحداث والقضايا والمواضيع السياسية والوطنية بالاتجاه الوطني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A26	بكل شفافية ومصداقية	1,704	1	1,704	11,827	0,001
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,628	1	0,628	2,788	0,096
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,022	1	0,022	0,096	0,757
	أخرى	0,307	1	0,307	1,526	0,218
A27	بكل شفافية ومصداقية	0,011	1	0,011	0,074	0,786
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,039	1	0,039	0,173	0,678
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,018	1	0,018	0,081	0,777
	أخرى	0,276	1	0,276	1,372	0,243
A28	بكل شفافية ومصداقية	0,007	1	0,007	0,049	0,825
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,098	1	0,098	0,437	0,509
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,277	1	0,277	1,238	0,267
	أخرى	0,142	1	0,142	0,708	0,401
A29	بكل شفافية ومصداقية	0,054	1	0,054	0,375	0,541
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,105	1	0,105	0,468	0,495
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,522	1	0,522	2,331	0,128
	أخرى	0,1	1	0,1	0,499	0,481
A30	بكل شفافية ومصداقية	0,025	1	0,025	0,172	0,679
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,002	1	0,002	0,008	0,93
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,017	1	0,017	0,074	0,786
	أخرى	0,103	1	0,103	0,514	0,474

A31	بكل شفافية ومصداقية	0	1	0	0,003	0,955
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,304	1	0,304	1,349	0,247
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	1,794	1	1,794	8,007	0,005
	أخرى	0,795	1	0,795	3,957	0,048
A32	بكل شفافية ومصداقية	0,002	1	0,002	0,017	0,898
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,333	1	0,333	1,479	0,225
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,002	1	0,002	0,011	0,918
	أخرى	0,055	1	0,055	0,272	0,602
A33	بكل شفافية ومصداقية	0,001	1	0,001	0,005	0,945
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,005	1	0,005	0,022	0,883
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,123	1	0,123	0,551	0,459
	أخرى	0,144	1	0,144	0,718	0,398
A34	بكل شفافية ومصداقية	0,273	1	0,273	1,894	0,17
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,543	1	0,543	2,407	0,122
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,039	1	0,039	0,176	0,676
	أخرى	0,333	1	0,333	1,659	0,199
A35	بكل شفافية ومصداقية	0,596	1	0,596	4,137	0,043
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,184	1	0,184	0,817	0,367
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,152	1	0,152	0,677	0,411
	أخرى	0,06	1	0,06	0,297	0,586
A36	بكل شفافية ومصداقية	0,563	1	0,563	3,906	0,049
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,34	1	0,34	1,507	0,221
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,03	1	0,03	0,134	0,715

	أخرى	0,55	1	0,55	2,738	0,099
A37	بكل شفافية ومصداقية	0	1	0	0,001	0,971
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,158	1	0,158	0,701	0,403
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,348	1	0,348	1,555	0,214
	أخرى	0,005	1	0,005	0,024	0,877
A38	بكل شفافية ومصداقية	0,023	1	0,023	0,162	0,688
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,101	1	0,101	0,448	0,504
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,439	1	0,439	1,959	0,163
	أخرى	0,001	1	0,001	0,003	0,956
A39	بكل شفافية ومصداقية	0,03	1	0,03	0,205	0,651
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,052	1	0,052	0,23	0,632
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,736	1	0,736	3,286	0,071
	أخرى	0,004	1	0,004	0,02	0,887
A40	بكل شفافية ومصداقية	0,017	1	0,017	0,121	0,728
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,178	1	0,178	0,791	0,375
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,023	1	0,023	0,102	0,749
	أخرى	5,14E- 05	1	5,14E- 05	0	0,987
A41	بكل شفافية ومصداقية	0,078	1	0,078	0,54	0,463
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,164	1	0,164	0,728	0,394
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,091	1	0,091	0,406	0,525
	أخرى	0,804	1	0,804	4,003	0,047
A42	بكل شفافية ومصداقية	0,19	1	0,19	1,316	0,253
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,37	1	0,37	1,641	0,202
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث	0,137	1	0,137	0,609	0,436

	أخرى					
	أخرى	0,652	1	0,652	3,248	0,073
A43	بكل شفافية ومصداقية	0,542	1	0,542	3,764	0,054
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	2,019	1	2,019	8,958	0,003
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,525	1	0,525	2,343	0,127
	أخرى	0,148	1	0,148	0,737	0,392
A44	بكل شفافية ومصداقية	0,159	1	0,159	1,101	0,295
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	1,108	1	1,108	4,915	0,028
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,533	1	0,533	2,38	0,124
	أخرى	0,173	1	0,173	0,859	0,355
A45	بكل شفافية ومصداقية	0,112	1	0,112	0,777	0,379
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,008	1	0,008	0,035	0,851
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,237	1	0,237	1,056	0,305
	أخرى	0,068	1	0,068	0,338	0,561
A46	بكل شفافية ومصداقية	0,098	1	0,098	0,678	0,411
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,085	1	0,085	0,377	0,54
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,121	1	0,121	0,539	0,463
	أخرى	0,033	1	0,033	0,166	0,684
A47	بكل شفافية ومصداقية	0	1	0	0,003	0,958
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,003	1	0,003	0,015	0,903
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,298	1	0,298	1,329	0,25
	أخرى	0,785	1	0,785	3,909	0,049
A48	بكل شفافية ومصداقية	0,021	1	0,021	0,148	0,701
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,036	1	0,036	0,159	0,69

	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,192	1	0,192	0,857	0,355
	أخرى	0,196	1	0,196	0,976	0,324
A49	بكل شفافية ومصداقية	0,041	1	0,041	0,288	0,592
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,566	1	0,566	2,51	0,115
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,123	1	0,123	0,548	0,46
	أخرى	0,063	1	0,063	0,315	0,575
A50	بكل شفافية ومصداقية	0,048	1	0,048	0,333	0,565
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,011	1	0,011	0,051	0,822
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,08	1	0,08	0,356	0,551
	أخرى	0,009	1	0,009	0,045	0,832
A51	بكل شفافية ومصداقية	0,117	1	0,117	0,814	0,368
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,381	1	0,381	1,69	0,195
	تتشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	1,713	1	1,713	7,647	0,006
	أخرى	0,008	1	0,008	0,04	0,842

يوضح الجدول أعلاه الذي يبين علاقة تناول شبكات التواصل الاجتماعي للأحداث والقضايا السياسية المحلية والوطنية بالاتجاه الوطني حيث نجد أن خيار "بكل شفافية ومصداقية" له تأثير معنوي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن قيمة Sig. = 0.036 < 0.05، مما يشير إلى وجود علاقة إحصائيا معنوية، ويمكن أن تكون الشفافية والمصداقية أساسية في بناء الثقة والانخراط السياسي، فقد تؤثر البيئة السياسية الشفافة والمصداقية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف عينة الدراسة من خلال توفير المعلومات والمصادر الموثوقة، مما يعزز الوعي السياسي ويؤدي إلى تشكيل اتجاهات سياسية متحفزة.

وكذلك خيار "تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها أيضًا له تأثير معنوي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث إن قيمة Sig. = 0.059 < 0.05، فقد يؤدي انتشار الأخبار غير الموثوقة إلى تشويش الرؤى السياسية وتشكيل اتجاهات مغلوطة، فعندما ينتقل أفراد العينة بسرعة بين الأخبار دون التحقق من صحتها، قد يتأثرون بالمعلومات الزائفة أو المضللة، مما يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم السياسية بشكل سلبي، فالخيار "تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها" يبدو أن له

تأثير إيجابي ومعنوي ($p < 0.05$) على اتجاهات أفراد العينة بخصوص الشفافية والمصداقية في الأخبار، وهذا يعني أن أفراد العينة الذين ينقلون الأخبار دون التحقق من صحتها يميلون إلى عدم الاعتماد على الشفافية والمصداقية في الأخبار بنفس القدر.

يمكن رؤية أن خيار "تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها" يبدو أكثر تأثيراً بالنسبة لتشكيل الاتجاهات السياسية لدى أفراد العينة، نظراً لأن قيمة "Somme des carrés de Type III" لهذا الخيار هي الأعلى بين جميع الخيارات المدرجة، حيث تبلغ 8.864.

وبالنسبة للخيار المتعلق بـ:"نقل الأخبار دون التأكد من صحتها" يمكن أن يؤثر بشكل كبير في تشكيل الاتجاه السياسي لدى أفراد العينة عبر عدة طرق:

تشويه الصورة السياسية: عندما يتم نقل الأخبار دون التحقق من صحتها، فإن هذا قد يؤدي إلى تشويه الصورة السياسية وتوجيه أفراد العينة نحو اتجاهات سياسية مغلوطة أو مشوهة. يمكن أن يؤثر هذا الأمر على آرائهم وقراراتهم السياسية بشكل سلبي.

نشر الانحيازات السياسية: قد يؤدي نقل الأخبار بدون التحقق من صحتها إلى نشر الانحيازات السياسية والتحيزات في المعلومات التي يتلقاها أفراد العينة، وهذا قد يؤثر على تشكيل وجهات نظرهم السياسية ويجعلهم يميلون نحو الاتجاهات التي تتماشى مع تلك الانحيازات.

نقص الثقة في الأخبار والمعلومات: قد يزيد نقل الأخبار دون التحقق من صحتها من مستويات عدم الثقة في الأخبار، والمعلومات التي يتلقاها أفراد العينة، وهذا يؤدي إلى عدم استقرار الاتجاهات السياسية وتخبطها، حيث قد يصعب على الطلبة الجامعيين تحديد السياسات والمواقف التي يفضلونها.

تأثير الدعاية السياسية: قد يستغل الأشخاص أو الجهات التي تنقل الأخبار دون التحقق من صحتها هذه الفرصة لنشر الدعاية السياسية أو توجيه أفراد العينة نحو آراء معينة تخدم مصالحهم. هذا يمكن أن يؤدي إلى تشكيل اتجاهات سياسية لأفراد العينة بناءً على معلومات غير دقيقة أو مشوهة.

وبشكل عام، يمكن أن يكون لنقل الأخبار دون التحقق من صحتها تأثير كبير في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى عينة الدراسة عن طريق توجيههم نحو آراء معينة أو تشويه الصورة السياسية، مما يمكن أن يؤدي إلى تشكيل آراء وقرارات سياسية غير مستندة إلى معلومات دقيقة وموثوقة.

كما أن هناك العديد من الدراسات في مجال علم الاجتماع والاتصال التي تتناول تأثير نقل الأخبار دون التحقق من صحتها على تشكيل الاتجاهات السياسية للأفراد. ومن بينها:

–دراسة "تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام" (2008) بقلم (شارون تشونسكي) التي تناولت هذه الدراسة كيفية تأثير وسائل الإعلام، بما في ذلك نقل الأخبار دون التحقق من صحتها، على تشكيل الرأي العام واتجاهاته السياسية، فقد توصلت إلى سرعة نقل الأخبار من طرف شبكات التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها يوجه المتلقي إلى تكوين أو تشكيل اتجاه معين.

كما نجد دراسة "الإعلام والرأي العام التي تناولت تأثير وسائل الإعلام على السلوك السياسي والرأي العام" (2012) بقلم (بيتر جالبريث) و(جون زيلمان) تتناول هذه الدراسة كيفية تأثير وسائل الإعلام، بما في ذلك نقل الأخبار دون التحقق من صحتها، على تشكيل وتوجيه الرأي العام والاتجاهات السياسية.

كذلك دراسة "الإعلام والرأي العام في القرن الحادي والعشرين" (2016) بقلم (مايكل شويتزر) تناولت هذه الدراسة دور وتأثير وسائل الإعلام في تشكيل وتوجيه الرأي العام والاتجاهات السياسية في العصر الحديث، بما في ذلك كيفية نقل الأخبار دون التحقق من صحتها .[1]

تلك الدراسات وغيرها تقدم أدلة ومعلومات تفسر تأثير نقل الأخبار دون التحقق من صحتها على تشكيل الاتجاهات السياسية للأفراد، وتسلط الضوء على آليات هذا التأثير وأثره على النقاشات السياسية واتخاذ القرارات السياسية.

أما فيما يخص خيار "تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى، له تأثير على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولكن ليس بشكل معنوي، حيث أن قيمة $Sig. = 0.081 > 0.05$.

إذ يمكن أن يؤثر نشر الأخبار والمعلومات عبر حسابات وسائل الإعلام الاجتماعية على تشكيل الاتجاهات السياسية بناءً على الفلترة الإعلامية والتأثير الاجتماعي، فقد يتم تعزيز وجهات النظر السياسية المعينة من خلال نشر المعلومات التي تدعم تلك الوجهات وتقويها عند أفراد العينة.

كما يبدو أن هذا الخيار له تأثير إيجابي ومعنوي ($p < 0.05$) على اتجاهات أفراد العينة بخصوص الشفافية والمصداقية في الأخبار، وهذا يعني أن أفراد العينة الذين ينشرون الأخبار على حسابات أخبار وأحداث أخرى يميلون إلى الاعتماد على الشفافية والمصداقية في الأخبار بنسبة أكبر.

العوامل الأخرى التي لم تُذكر في الجدول ليس لها تأثير معنوي على اتجاهات أفراد العينة لسببين وهما –إن هذه العوامل ليس لها تأثير معنوي على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أن جميع القيم تعتبر غير معنوية ($Sig. > 0.05$).

– أن هذه العوامل ليس لها تأثير معنوي ($p > 0.05$) على اتجاهات أفراد العينة بخصوص الشفافية والمصداقية في الأخبار.

ومنه هذا التحليل يساعد في فهم كيفية تأثير كل خيار على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة، والتي قد تفسر الأنماط والاتجاهات في الاستخدام بشكل أفضل.

وعموما يتبين من النتائج أن العوامل المرتبطة بجودة المعلومات، ومدى توثيقها تلعب دورًا هامًا في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى عينة الدراسة عبر استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي.

كما أن الخيارات المدرجة في الجدول تشمل الثقة في شبكات التواصل الاجتماعي، ويبدو أن هذه الخيارات لها تأثير على تشكيل الاتجاهات السياسية والرأي العام لدى عينة الدراسة الحالية.

---

[1] ميرديث أوتو، الإعلام والرأي العام في القرن الحادي والعشرين: أدوات جديدة وجماهير جديدة، ط 1، جامعة برس، كامبريدج، المملكة المتحدة، 2016.

كما يمكن أن تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في نشر هذه الخيارات وتعزيزها، سواء من خلال تداول المعلومات والأخبار بسرعة أو من خلال إنشاء بيئة تفاعلية تسمح بالتأثير على آراء أفراد العينة، وكذلك لتحديد الآليات الدقيقة التي تؤدي إلى هذه العلاقة وتأثيراتها على المجتمع بشكل عام.

جدول رقم (54) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تناولهم الأحداث والقضايا والمواضيع السياسية والوطنية بالاتجاه الإسلامي

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية df	معدل المربعات	قيمة دالة الاختبار F	الدلالة الاحصائية Sig.
A52	بكل شفافية ومصداقية	0,522	1	0,522	3,489	0,063
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,237	1	0,237	0,993	0,32
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,229	1	0,229	0,976	0,324
	أخرى	0,902	1	0,902	4,511	0,035
A53	بكل شفافية ومصداقية	0,083	1	0,083	0,555	0,457
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,094	1	0,094	0,395	0,53
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,018	1	0,018	0,076	0,783
	أخرى	0,129	1	0,129	0,647	0,422
A54	بكل شفافية ومصداقية	0,482	1	0,482	3,217	0,074
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد	0,022	1	0,022	0,093	0,761
	من صحتها					
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,002	1	0,002	0,006	0,936
	أخرى	0,016	1	0,016	0,082	0,775
A55	بكل شفافية ومصداقية	0,06	1	0,06	0,399	0,528
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,25	1	0,25	1,048	0,307
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	1,333	1	1,333	5,669	0,018
	أخرى	0,003	1	0,003	0,014	0,907
A56	بكل شفافية ومصداقية	0,142	1	0,142	0,946	0,332
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,01	1	0,01	0,043	0,835

	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0	1	0	0,001	0,98
	أخرى	0,753	1	0,753	3,764	0,054
A57	بكل شفافية ومصداقية	0,126	1	0,126	0,842	0,36
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,29	1	0,29	1,213	0,272
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,301	1	0,301	1,279	0,259
	أخرى	0,091	1	0,091	0,454	0,501
A58	بكل شفافية ومصداقية	0,002	1	0,002	0,012	0,914
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,157	1	0,157	0,657	0,418
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,059	1	0,059	0,25	0,617
	أخرى	0,266	1	0,266	1,333	0,25
A59	بكل شفافية ومصداقية	0,002	1	0,002	0,014	0,905
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,643	1	0,643	2,692	0,102
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,019	1	0,019	0,082	0,774
	أخرى	0,018	1	0,018	0,09	0,765
A60	بكل شفافية ومصداقية	0,002	1	0,002	0,015	0,903
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,032	1	0,032	0,135	0,714
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,065	1	0,065	0,275	0,601
	أخرى	0,015	1	0,015	0,077	0,782
A61	بكل شفافية ومصداقية	0,286	1	0,286	1,914	0,168
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,314	1	0,314	1,312	0,253
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,033	1	0,033	0,141	0,708
	أخرى	0,002	1	0,002	0,01	0,92
A62	بكل شفافية ومصداقية	0,022	1	0,022	0,147	0,701
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد	0,183	1	0,183	0,764	0,383

	من صحتها					
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,262	1	0,262	1,115	0,292
	أخرى	0,048	1	0,048	0,242	0,623
A63	بكل شفافية ومصداقية	0,048	1	0,048	0,318	0,573
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,02	1	0,02	0,085	0,771
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,014	1	0,014	0,058	0,81
	أخرى	0,013	1	0,013	0,065	0,799
A64	بكل شفافية ومصداقية	0,209	1	0,209	1,397	0,238
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,37	1	0,37	1,55	0,214
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,13	1	0,13	0,552	0,458
	أخرى	0,302	1	0,302	1,511	0,22
A65	بكل شفافية ومصداقية	0,003	1	0,003	0,018	0,892
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,194	1	0,194	0,813	0,368
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,098	1	0,098	0,417	0,519
	أخرى	0,88	1	0,88	4,401	0,037
A66	بكل شفافية ومصداقية	0,163	1	0,163	1,09	0,298
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,092	1	0,092	0,386	0,535
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,001	1	0,001	0,003	0,958
	أخرى	0,053	1	0,053	0,267	0,606
A67	بكل شفافية ومصداقية	0,473	1	0,473	3,162	0,077
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,005	1	0,005	0,023	0,88
	تنشرأخبارعلى حساب أخبار وأحداث أخرى	0,326	1	0,326	1,384	0,241
	أخرى	0,44	1	0,44	2,201	0,139

إن النتائج المقدمة في الجدول أعلاه تظهر علاقة تناول شبكات التواصل الاجتماعي للأحداث والقضايا والمواضيع السياسية المحلية والوطنية من طرف عينة الدراسة بالاتجاه الاسلامي.

لتفسير هذه النتائج المدونة في الجدول أعلاه يجب التطرق على تأثير كل خيار وتفسير كيفية عمله، حيث نجد خيار بكل شفافية ومصداقية له تأثير معنوي على استجابة أفراد العينة للسؤال الذي ينص تناول شبكات التواصل الاجتماعي للأحداث والقضايا والمواضيع السياسية المحلية والوطنية، ويرجع هذا إلى الثقة التي يمنحها أفراد العينة للمحتوى الذي ينشر على شبكات التواصل الاجتماعي، إذا كانوا يرون الأخبار والمعلومات كمصادر موثوقة وشفافة، فقد يكونون أكثر عرضة لتصديق المحتوى السياسي.

أما خيار نقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها يعكس مدى استعداد أفراد العينة لنقل الأخبار والأحداث دون التحقق من صحتها، كما يمكن أن يرتبط هذا بانتشار الشائعات والأخبار غير المؤكدة على شبكات التواصل الاجتماعي، مما يؤثر سلبًا على تشكيل اتجاهاتهم السياسية.

كذلك خيار نشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى يشير إلى سلوك أفراد العينة في نشر الأخبار على حساباتهم الشخصية، بغض النظر عن مصداقيتها أو دقتها، حيث يؤدي هذا التصرف إلى نشر معلومات غير دقيقة أو مضللة، مما يؤثر على تشكيل آرائهم السياسية وقدرتهم على تقييم الأحداث.

كما يظهر أن هناك عدة عوامل تؤثر على استجابة الطلبة الجامعيين للمحتوى السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك مصداقية المحتوى، وسهولة نقل الأخبار، وسلوكيات نشر الأخبار الشخصية.

في علم اجتماع الاتصال، ويمكن تفسير النتائج المقدمة في الجدول من خلال العديد من النظريات والمفاهيم المتعلقة بالتفاعل الاجتماعي والاتصال الجماهيري ونذكر منها:

-نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تقترح هذه النظرية أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات وتشكيل آرائهم واتجاهاتهم، من خلال هذا الإطار يمكن أن يكون لمصداقية المحتوى الإعلامي، وثقة الأفراد فيه تأثير كبير على استجابتهم للمحتوى السياسي على وسائل التواصل الاجتماعي.

كذلك نجد نظرية التأثير الاجتماعي التي تشير هذه النظرية إلى أن الأفراد يتأثرون بشكل كبير بالآراء والمعتقدات والسلوكيات للآخرين في مجتمعهم، فقد يؤثر نقل الأخبار دون التأكد من صحتها على المستوى الشخصي والاجتماعي للأفراد، حيث يمكن أن يتبعوا سلوكًا ينطبق على الآخرين في نقل الأخبار دون التحقق من صحتها.

كما أن هناك عوامل أخرى يمكن أن تؤثر على قدرة الفرد في استيعاب الرسائل وفهمها بشكل صحيح، مثل كثرة المعلومات، والتشويش الذي يحدثها الإعلام، وبالرجوع إلى الطرق التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي في سرد الأحداث والقضايا السياسية المحلية والوطنية نجد أن:

كثرة الأخبار المنشورة على الشبكات الاجتماعية، والتناقل السريع للأخبار دون التحقق من صحتها يسبب تشويشًا على الأفراد، حيث يكون من الصعب عليهم تحديد مصداقية وموثوقية المعلومات التي يتم نشرها.

قد يزيد التنافس الكبير على شبكات التواصل الاجتماعي، وكثرة المعلومات المتضاربة التي يتم نشرها عن طريق حسابات الأخبار والأحداث الأخرى من مستوى التشويش على أفراد العينة ويجعل من الصعب عليهم اتخاذ القرارات السياسية المناسبة.

قد يساهم نقص الشفافية والمصداقية في بعض الأخبار والمعلومات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة مستوى التشويش على أفراد العينة، حيث يصعب عليهم تمييز الحقيقة من الشائعات والمعلومات المضللة.

وكذلك هناك عوامل أخرى تسبب تشويشًا على أفراد العينة في فهم الرسائل السياسية المنشورة على شبكات الاجتماعي، مثل التدفق الكبير للمعلومات أو التعرض المتكرر للرسائل ذات المضامين المتشابهة، وانتشار الأخبار غير المؤكدة أو الزائفة يؤدي إلى تشويش الرسائل وتشويش الصورة الواقعية للأحداث، مما يؤثر سلباً على قدرة الأفراد على اتخاذ القرارات السياسية المستندة إلى المعلومات الدقيقة.

فبالنظر إلى نظرية الاستخدامات والاشباعات تقترح أن أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بناءً على احتياجاتهم الشخصية والاجتماعية، وأن هذا الاستخدام يساهم في تحقيق أهدافهم الشخصية وتلبية احتياجاتهم الاجتماعية[1] من خلال:

-زيادة نقل الأخبار دون التأكد من صحتها في تشكيل الاتجاهات السياسية على الشبكات الاجتماعية من خلال احتياج أفراد العينة للمعلومات والأخبار، سواءً لتلبية فضولهم أو لتلبية احتياجاتهم الاجتماعية كالمشاركة في المناقشات السياسية، دون الحاجة إلى التحقق من صحة المعلومات، فالفرد يختار وينتقي ما يفضله وما يتفق مع اهتمامه وقيمه الخاصة[2].

- تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى: يمكن أن يكون تشجيع الأفراد على نشر الأخبار والأحداث على حساباتهم الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي يعود إلى رغبتهم في مشاركة الأخبار التي تعتقد أنها تهم أو تؤثر في الآراء السياسية لأصدقائهم ومتابعيهم.

- بكل شفافية ومصداقية: ربما يمكن أن ترتبط زيادة التفاعل مع المحتوى الذي يتميز بالشفافية والمصداقية برغبة أفراد العينة في الحصول على معلومات دقيقة، وموثوقة لفهم القضايا السياسية واتخاذ القرارات السياسية والمشاركة في الآراء القيادية وإصدار التشريعات وهي الوظيفة السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي.[3]

---

[1]ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، 2006، ص 279.

[2]لمياء محمد عويس، المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، المجلد 6، العدد 63، مصر، 2022، ص 212.

[3]ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص 93.

أما النظرية البنائية الوظيفية في علم الاتصال تقترح أن الوسائط الإعلامية وشبكات التواصل الاجتماعي تؤدي دورًا حيويًا في بناء وتعزيز الهوية الاجتماعية والثقافية للأفراد والمجتمعات، وتساهم في تشكيل وتعزيز القيم والمعتقدات والسلوكيات من خلال:

- تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها: يمكن أن يكون نقل الأخبار دون التحقق من صحتها على شبكات التواصل الاجتماعي نتيجة للرغبة في التواصل الاجتماعي، والمشاركة في المناقشات السياسية بشكل سريع دون الحاجة إلى التأكد من دقة المعلومات. وهنا يحدث الخلل الوظيفي الذي أكد عليه كل من **(لازرا سفيلد)** و**(ميرتون)** حيث يصيب شبكات التواصل الاجتماعي عندما يصبح دورها عكسيا، فتقوم هذه الشبكات بزيادة حجم المعلومات التي تعرض إلى مستويات مرتفعة ،و ينتج عنها افتقاد الجمهور للتحكم في الاستجابة الجيدة لها ، فتقل مشاركته و ترتفع عنده نسبة السلبية و اللامبالاة حيال المعلومات المنشورة على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي ، و في الأخير تفقد دورها في إيقاظ الجمهور، وقد يدل هذا أيضًا الحاجة المتزايدة إلى الانتماء إلى مجموعات أو تيارات سياسية معينة دون الاهتمام بصحة المعلومات[1].

- إن نشر الأخبار على حسابات شبكات التواصل الاجتماعي يلعب دورًا هامًا بالنسبة لأفراد العينة في بناء هويتهم السياسية وتأكيد انتمائهم إلى مجموعات أو فئات معينة، حيث يسعون لنشر المحتوى الذي يعبر عن قيمهم ومعتقداتهم السياسية.

- أما التفاعل مع المحتوى الذي يتميز بالشفافية والمصداقية يظهر رغبة أفراد العينة في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة لفهم القضايا السياسية وتشكيل آرائهم السياسية بشكل صحيح.

ومنه يمكن أن تعكس هذه النتائج عوامل أخرى قد تؤثر على تشكيل الاتجاهات السياسية لأفراد العينة، مثل الاحتياجات الشخصية والاجتماعية والثقافية التي تؤثر في استخدامهم للوسائط الاجتماعية وتفضيلاتهم في المحتوى السياسي.

[1] محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000، ص 53.

جدول رقم (55) يوضح: علاقة استخدام أفراد العينة شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الأحداث والقضايا والمواضيع السياسية والوطنية بالاتجاه العلماني

المصدر	المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحريةdf	المتوسط الحسابي	قيمة الاختبارF	الدلالة الإحصائيةsig
A25	بكل شفافية ومصداقية	0,031	1	0,031	0,212	0,646
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,149	1	0,149	0,627	0,429
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,029	1	0,029	0,121	0,729
	أخرى	0,005	1	0,005	0,023	0,881
A68	بكل شفافية ومصداقية	0,034	1	0,034	0,23	0,632
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,044	1	0,044	0,183	0,669
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,009	1	0,009	0,039	0,843
	أخرى	0,351	1	0,351	1,673	0,197
A69	بكل شفافية ومصداقية	0,06	1	0,06	0,407	0,524
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,02	1	0,02	0,084	0,773
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,438	1	0,438	1,837	0,177
	أخرى	0,006	1	0,006	0,026	0,871
A70	بكل شفافية ومصداقية	0,027	1	0,027	0,185	0,667
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,029	1	0,029	0,123	0,726
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,07	1	0,07	0,293	0,589
	أخرى	0,016	1	0,016	0,077	0,782
A71	بكل شفافية ومصداقية	0,855	1	0,855	5,835	0,016
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,427	1	0,427	1,795	0,182
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,075	1	0,075	0,315	0,575
	أخرى	0,015	1	0,015	0,07	0,792
A72	بكل شفافية ومصداقية	0,821	1	0,821	5,605	0,019

	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,608	1	0,608	2,553	0,111
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,166	1	0,166	0,696	0,405
	أخرى	0,04	1	0,04	0,19	0,663
A73	بكل شفافية ومصداقية	0,037	1	0,037	0,255	0,614
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,038	1	0,038	0,162	0,688
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,025	1	0,025	0,104	0,748
	أخرى	0,056	1	0,056	0,268	0,605
A74	بكل شفافية ومصداقية	0,182	1	0,182	1,244	0,266
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,129	1	0,129	0,54	0,463
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,142	1	0,142	0,595	0,441
	أخرى	0,041	1	0,041	0,196	0,659
A75	بكل شفافية ومصداقية	0,092	1	0,092	0,627	0,429
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,05	1	0,05	0,209	0,648
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,111	1	0,111	0,464	0,496
	أخرى	0,139	1	0,139	0,665	0,416
A76	بكل شفافية ومصداقية	0,369	1	0,369	2,52	0,114
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,429	1	0,429	1,803	0,181
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,025	1	0,025	0,105	0,747
	أخرى	0,003	1	0,003	0,015	0,902
A77	بكل شفافية ومصداقية	0,005	1	0,005	0,033	0,857
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	0,02	1	0,02	0,086	0,77
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	0,002	1	0,002	0,009	0,924
	أخرى	0,056	1	0,056	0,265	0,607

Total	بكل شفافية ومصداقية	47	250			
	تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها	154	250			
	تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى	93	250			
	أخرى	52	250			

من نتائج الجدول الموضح أعلاه وبالنظر إلى القيم الموجودة في الأعمدة "F" و"Sig." يتضح أن خيار نقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها (تنشر شائعات) له تأثيرًا معنويًا إحصائيًا على "بكل شفافية ومصداقية" وفقًا لقيمة Sig. = 0.000، مما يشير إلى أن الطريقة التي يتم بها نقل الأخبار والأحداث دون التحقق من صحتها لها علاقة إحصائيًا معنوية بمستوى الشفافية والمصداقية في نشر الأخبار، حيث تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة نشر الأخبار والأحداث بشكل سريع وفوري، وهذا ما يؤدي إلى انتشار الشائعات والمعلومات غير المؤكدة بسرعة كبيرة.

وبالتالي يمكن للأخبار والمعلومات التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن تؤثر على آراء واتجاهات أفراد العينة وتشكيل وجهات نظرهم.

أما خيار بكل شفافية ومصداقية يظهر أن له تأثيرًا معنويًا إحصائيًا على الخيارات الأخرى في الجدول وفقًا لقيمة Sig الصغيرة، وهذا من شأنه يعزز الانتشار الواسع للشائعات والشكوك وعدم الثقة في مصادر الأخبار

كذلك نجد أن خيار نشر أفراد العينة لأخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى ليس له تأثير معنوي إحصائيًا على "بكل شفافية ومصداقية" أو "تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها" وذلك وفقًا لقيم Sig العالية.

ففي هذه الحالة، تكون شبكات التواصل الاجتماعي لها دور كبير في نشر الأخبار والأحداث، وبالتالي في تأثير مستوى الشفافية والمصداقية في المعلومات التي يتم تبادلها، حيث تعمل الخوارزميات على شبكات التواصل الاجتماعي على تحديد المحتوى الذي يظهر لأفراد العينة، وقد تؤدي هذه العملية إلى تكوين محتويات معلوماتية مضللة أو أخبار زائفة تؤثر على وجهات النظر والتوجهات السياسية لأفراد العينة.

كما نجد خيار تأثير نشر الشائعات على الشفافية والمصداقية يُظهر أن نقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها يؤثر سلبًا على مستوى الشفافية والمصداقية في نشر الأخبار، كما يمكن أن يعزز الانتشار الواسع للشائعات والشكوك وعدم الثقة في مصادر الأخبار.

ومنه تؤكد النتائج أهمية الشفافية والمصداقية في نشر الأخبار، حيث يظهر أنه عندما يتم نقل الأخبار بشكل شفاف وموثوق، من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يمكن لأفراد العينة الوصول إلى

مصادر متنوعة للمعلومات وآراء مختلفة يكون إيجابي على التوجهات الاجتماعية والثقافية، وهذا قد يؤدي إلى تعرضهم لأفكار وآراء تعارض الأفكار الدينية وتعزز الاتجاه العلماني.

كما يكون لتبادل الأخبار بين مختلف حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لأفراد العينة دور في تأثير الشفافية والمصداقية، ولكن يتطلب ذلك مزيدًا من التحليل لفهم العلاقة بين هذين المتغيرين بشكل أكبر، أين تكون شبكات التواصل الاجتماعي منصة لتبادل الآراء والمناقشات بين أفرد العينة حول القضايا الدينية والسياسية، وهذا يمكن أن يؤثر على تشكيل آرائهم وتوجهاتهم الفكرية والسياسية.

كما قد تؤثر الحملات الدعائية والتأثيرات الخارجية التي يتعرض لها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على وجهات نظرهم وتوجهاتهم السياسية والدينية.

كما يؤدي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي إلى تعزيز انتماء أفراد العينة إلى مجتمعات افتراضية تميل إلى العلمانية أو الإلحاد، مما يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم الدينية، فيتعرض أفراد العينة لمحتوى إعلامي يروج لقيم علمانية، أو يناقش قضايا دينية بطريقة تعزز العلمانية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

ومنه يمكن أن تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، من خلال توفير وسائل للتفاعل مع محتوى يعزز الفكر العلماني أو يعرض لآراء وآفاق تدعم هذا الاتجاه.

النتائج العامة:

أ/ عرض نتائج محور البيانات الشخصية على ضوء الدراسات السابقة :

1- من خلال ما تم عرضه في الجدول الخاص بعينة الدراسة حسب الجنس تم التوصل إلى أن نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور، حيث بلغت 54% وهذا راجع إلى زيادة وعي المرأة وحبها في الدخول للمجال السياسي للدفاع عن حقوقها المهضومة خاصة في ظل التحولات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية الجديدة، وكذلك يرجع إلى أن أغلب التخصصات الأدبية يتجه إلى دراستها فئة الإناث أكثر من الذكور.

2- تحصلت الفئة العمرية ما بين]20 -30]سنة على أكبر نسبة، وهي فئة النظاميين الغير متزوجين الذين يرغبون في إكمال مشوارهم الدراسي، ليتحصلوا على شهادة جامعية من أجل تؤهلهم للدخول في الحياة العملية.

3- يتجسَّد تفضيل أفراد العينة لتخصص الحقوق في عدة عوامل اجتماعية وثقافية واقتصادية، ويعكس هذا الاهتمام تطلعاتهم المهنية والاجتماعية، ورغبتهم في تحقيق التغيير والعدالة في المجتمع، كما يرجع تفضيل أفراد العينة لتخصص الحقوق عاملاً مساهمًا في تشكيل اتجاهاتهم السياسية، من خلال فهمهم الأعمق للنظام القانوني وحقوق الإنسان والعدالة الاجتماعية، ومع ذلك يمكن أن تتأثر هذه العلاقة بعوامل أخرى مثل التربية والتجارب الشخصية والثقافية المجتمعية.

4- إن أفراد عينة الدراسة الذين يسكنون المناطق الحضرية أكثر توجها لتخصص الحقوق والعلوم السياسية، وهذا راجع إلى الفروقات الاجتماعية والثقافية بين الحضر والريف، وكذلك العوامل البيئية والجغرافية التي تنعكس على سكان المنطقتين، والتغيرات الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على اهتمامات الطلبة الجامعيين.

5- جل أفراد العينة ليس لهم انتماء سياسي، وهذا لأنهم مازالوا في أول حياتهم مهتمون بدراستهم النظامية للحصول على مراتب عالية للانتقال للحياة المهنية.

6- توصلت الدراسة الحالية إلى أنه لا توجد علاقة دالة احصائيا بين تشكيل الاتجاهات السياسية ومستوى الانتماء السياسي، أو الانتماء الحزبي لدى أفراد العينة.

7- يلعب الجنس دورا فعالا في كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يؤثر ذلك الاختلاف في نوعية شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها كل من الجنسين، وعليه لم يكن هناك نوع مفضل من طرف طلبة الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الوادي، من خلال ما وضحته نتائج الدراسة الحالية، مما يمكن القول أن الجنس ليس له تأثير على استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يتفق مع دراسة **(رأفت مهند عبد الرازق)** في دراسته المعنونة بدور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي.

8- تختلف الأجيال فيما بينها في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث نجد أن أفراد العينة الأصغر سنا يفضلون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، والمتطورة التي تجذبهم بخصوصيتها وخدماتها المبهرة والملائمة لسنهم خاصة الفيسبوك الذي لقي أعلى نسبة من بين مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما من طرف أفراد العينة، وهذا ما اتفق مع دراسة **(رأفت مهند عبد الرازق)** حيث حصل الفيسبوك على نسبة 85.5% مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى كاليوتيوب والتوتير.

بـ/ عرض ومناقشة النتائج الفرضية الأولى التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع لاستخدام شبكاتالتواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير(الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الانتماء السياسي)على ضوء الدراسات السابقة :

9- كذلك بينت نتائج الدراسة أن الفيسبوك احتل المرتبة الأولى عند فئة العزاب مقارنة بالمتزوجين، أين نجد نسبة 45.6% كأعلى قيمة ثم يأتي اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة 26.4%، ويرجع ذلك للاستخدام المتزايد والواسع للعزاب الذين وجدوا في شبكات التواصل الاجتماعي مجالا واسعا للتعبير عن أفكارهم وشعورهم، وملجأ للهروب من العزلة الاجتماعية ومتنفسا لمشاكلهم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، على عكس المتزوجين الذين لا يفضلون التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بل يحبذون التواصل الشخصي المباشر، وكذلك بسبب كثرة انشغالهم بمسائل أسرهم وحياتهم الاجتماعية.

10- توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الليسانس هم الأكثر استخدامًا للفيسبوك بنسبة 67%، وأنستجرام والتيك توك ونجد أن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الماستر يستخدمون لينكد بشكل أكبر بنسبة 66.8% مقارنة بـ 1.6% لأولئك الذين يدرسون في طور الليسانس، وهذا راجع لأن استخدام لينكد يعتبر عادة وسيلة للتواصل بين المهنيين، وبناء العلاقات الاحترافية والبحث عن فرص العمل، لكن أفراد العينة الذين يدرسون في طور الليسانس يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، والتواصل فيما بينهم وهي نفس النتيجة التي توصل إليها الباحثان **(عبد الكريم الدبيسي)** و**(زهير ياسين الطاهات)**، في دراستهما التي كان موضوعها يدور حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية.

11- تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أكثر وسيلة للتواصل الاجتماعي في المناطق الحضرية، بينما يبقى التواصل التقليدي الشخصي الوسيلة المفضلة عند أفراد العينة الذين يقطنون الريف، والذين تتحكم فيهم العادات والتقاليد التي تلزمهم بذلك، بعكس المدينة التي تعيش التطور التكنولوجي والتنوع الثقافي، وتقسيم العمل الذي يفرض على أفراد العينة بناء العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، إما للتواصل الاجتماعي أو للتجارة الالكترونية وعرض فرص العمل أو للنقاشات وتبادل الأفكار السياسية، بالإضافة إلى شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة الموجودة في الدراسة الحالية هي الأخرى منتشرة في المنطقة الحضرية، وتكاد تنعدم في الريف بسبب ضعف شبكة الانترنت وعدم إدخالها في المنازل في هذه

المناطق الريفية، وفي هذه الحالة نجد أن هذه النتيجة في الدراسة الحالية توافق النتيجة التي تحصل عليها الطالب ((**رأفت مهند عبد الرزاق**)) في دراسته لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، حيث وجد أن الفيسبوك حاز على نسبة كبيرة قيمتها 56%، وكذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند 0.05 في أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات السياسية لأفراد عينة الدراسة باختلاف متغيرات النوع أو السكن أو السن أو المستوى العلمي.

12- هناك علاقة بين نوع الجنس واستخدام عينة الدراسة للاسم الحقيقي أو المستعار، فأغلب الذكور يستخدمون اسمهم الحقيقي أما الإناث فيستعينون بالاسم المستعار في الدخول لصفحات شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا لأنهن تعيشن في بيئة تقليدية محافظة تمنعها من الظهور على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي باسمهن الحقيقية، فتتعمد وضع اسم مخالف(profil)على صفحتها الخاصة للحفاظ على الخصوصية والأمان، والتعبير عن آرائها وأفكارها بكل حرية.

13- إن أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الحضرية يظهرون نسبة أعلى (27.6%) في استخدام الفيسبوك للتواصل المستمر مع المعارف مقارنة بأفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الحضرية الريف (10.4%)، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الحضرية يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للبقاء على اتصال بالأصدقاء والمعارف، بسبب انشغالات ومعطيات البيئة الحضرية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

14- إن أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الحضرية (21.2%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الريفية (8.8%) لقضاء وقت الفراغ، وبالتالي يستخدمون الإنترنت لتعبئة هذا الوقت بالتفاعل الاجتماعي واستهلاك المحتوى.

15- إن أفراد العينة يظهرون نسبة أعلى (9.2%) في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن الآراء والاتجاهات مقارنة بأفراد العينة الذين يسكنون الريف (6.8%)، وهذا قد يعكس أن البيئات الحضرية تشجع على التعبير في المواضع الاجتماعية والسياسية بشكل أكبر، كما يكون النقاش العام على القضايا السياسية والاجتماعية أكثر انتشارًا بين أفراد العينة الذين يقطنون المناطق الحضرية.

16- أن أفراد العينة بنسبة (71%) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أكبر لمتابعة الأخبار والأحداث لحظة بلحظة مقارنة بأفراد العينة الريفيين (15.6%) بسبب الفروقات في إمكانية الوصول إلى مختلف شبكات التواصل الاجتماعي بين الحضر والريف، حيث تكون شبكات التواصل الاجتماعي أحد الطرق الرئيسية للحصول على الأخبار السريعة في البيئات الحضرية.

17- إن الانتماء السياسي يلعب دورًا كبيرًا في استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة (الفيسبوك)، حيث تصبح هذه الشبكات وسيلة للتعبير عن الآراء ومتابعة الأحداث السياسية والاجتماعية، كما تعزز من الانتماء الاجتماعي والتفاعل بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشابهة.

18- إن أفراد العينة الذين لديهم انتماء سياسيً يعبرون بشكل أكبر عن آرائهم واتجاهاتهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالطلبة الذين ليس لهم انتماء سياسي، وهذا يبين رغبتهم في إثراء النقاشات العامة والتأثير في الآخرين حول بعض القضايا السياسية والاجتماعية المطروحة.

19- إن أفراد العينة الذين لديهم انتماءا سياسيًا يظهرون نسبة أعلى بكثير في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك، لمتابعة الأحداث والأخبار لحظة بلحظة مقارنة بالطلبة الذين ليس لديهم انتماء سياسي، ويفسر هذا بأن أفراد العينة الذين لديهم انتماءا سياسيًا في اطلاع دائم على التطورات السياسية والمواضيع ذات الصلة، والفيسبوك يوفر لهم منصة لنشر ومتابعة الآراء السياسية بحرية وسرعة.

20- إن أفراد العينة الذين لديهم انتماءا سياسيًا يستخدمون الفيسبوك بشكل أكبر للتواصل المستمر مع المعارف، مما يعكس رغبتهم في تبادل الآراء والمعلومات مع أشخاص يشاركونهم معتقدات سياسية مشابهة، وهذا ما يعزز الانتماء الاجتماعي ويعزز التفاعل الاجتماعي بينهم.

21- إن أفراد العينة الذين لديهم انتماءا سياسيًا يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي أكثر لقضاء وقت الفراغ من أفراد العينة الذين ليس لهم انتماء سياسي، وهذا يرتبط بالاهتمامات المشتركة والأنشطة التي يمارسونها، حيث يمكن للمواقع الاجتماعية أن تكون مكانًا لتبادل الأفكار والترفيه عن الذات.

جـ/ عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية ترجع للاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لكل من متغير (الجنس، السن، التخصص، منطقة السكن، الانتماء السياسي) على ضوء الدراسات السابقة:

1- إن الفيسبوك وانستجرام هما الشبكتان الأكثر استخداما من طرف عينة الدراسة، لأنهما تنشران كل ما يطرأ من أحداث وتطورات في القضايا السياسية المحلية أو الوطنية أو العالمية، وتداولها ونشرها مع الأخرين، وتعد مصدرا من المصادر المهمة التي تزود أفراد عينة الدراسة بالأخبار والمعرفة السياسية التي تساهم بدورها في تثقيف ووعي هذه الفئة الشبابية سياسيا.

وبالتالي يستخدمها الذين لديهم انتماء سياسي في الحصول على المعلومات السياسية، مما جعل من شبكات التواصل الاجتماعي هذه تعزز وتشجع الانتماء السياسي إلى حزب ما أو منظمة أو غير ذلك، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **(رضوان قطبي)** في دراسته المعنونة بشبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015، أين وجد أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، وكذلك المشاركة السياسية.

2- بالنسبة لوقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف عينة الدراسة فهو الفترة الليلية أو وقت الرغبة في ذلك، لأن الفترات الزمنية الأخرى في الأغلب هي فترة لممارسة النشاط اليومي، ولهذا كانت ساعات تصفح شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا تكون من ساعة إلى ساعتين، وفي أخرى يكون التصفح لأكثر من أربعة ساعات كما وضحه الجدول رقم (19).

3- إن المكان المناسب لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي هو المنزل بالنسبة لأفراد العينة، وهذا ما أكدته النسبة 92.4%، وهي نسبة مرتفعة تدل على أن الطالب الجامعي يفضل الفترة الليلية مقارنة بالفترات الأخرى وهو المكان الذي يجد فيه الفرد استقراره، مما يجعله يتصفح ما فاته من أخبار وأحداث يومية، ووافقت نتائج الدراسة الحالية نتائج الدراسة السابقة ل(**مرام محمد مناجرة**) التي درست اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم.

4- بينت نتائج الدراسة الحالية أن أكثر أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل الاطلاع على الأحداث والأخبار لحظة بلحظة بنسبة 55.2% بتكرار قدره 138 مفردة وهي أكثر الاشباعات التي يحققها أفراد العينة من تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا دليل أن أفراد العينة حريصين على تتبع الأخبار لحظة بلحظة وهذا ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي التي تسعى إلى التدفق السريع للأخبار والمعلومات الآنية الجديدة. وأن هذه النتيجة توافق النتيجة التي توصلت إليها الباحثة (**سهيلة بضياف**) في دراستها حول الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام، فقد وجدت أن ميول الشباب الجامعي في استخدامهم للشبكات الاجتماعية الالكترونية للاطلاع على الأخبار فقط.

5- توصلت نتائج الدراسة الحالية أيضا أن جميع الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي درست في الدراسة الحالية عند الفئة التي يتراوح سنها بين [20 –30[سنة سواء بالنسبة للاطلاع على الأخبار والأحداث لحظة بلحظة التي بلغت المرتبة الأولى، حيث بلغ تكرارهم 79 مستخدم بنسبة 31.6%، أو التواصل مع المعارف أو القضاء على وقت الفراغ أو التعبير عن الآراء والاتجاهات وغيرها، وهذه الفئة العمرية تمثل أفراد العينة الذين يقضون معظم وقتهم في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي إما رغبة أو لقضاء وقت الفراغ أو للحصول على فرص عمل، وقد ساعدهم في ذلك أن أغلب شبكات التواصل الاجتماعي مجانية وسهولة استخدامها، خاصة وأن جلهم تقريبا ليس لديهم دخل مادي، بالإضافة إلى انعدام المسؤولية عندهم، عكس الفئة المتبقية التي لديها انشغالات اجتماعية إما عمل أو أسرة أو كلاهما معا.

6- أن أفراد العينة الذين يدرسون تخصص الحقوق هم أعلى نسبة في جميع الاشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وأن الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة هو الاشباع الوحيد المحقق من طرف أفراد عينة الدراسة الذين يدرسون الحقوق والعلوم السياسية مقارنة بالاشباعات الأخرى، ويرجع هذا لعدة أسباب منها:

– طلبة الحقوق والعلوم السياسية عادة ما يكونون مهتمين بالأخبار والقضايا الجارية التي تتعلق بالسياسة والقانون، من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، والذي يمكنهم البقاء على اطلاع دائم على التطورات السياسية والقانونية المحلية أو الوطنية.

– الفيسبوك وسيلة رئيسية لتبادل الأفكار والآراء، وقد يكون طلبة الحقوق والعلوم السياسية يستخدمونها لمناقشة المواضيع القانونية والسياسية والاطلاع مع أقرانهم وخبراء في المجال، ومشاركة وجهات نظرهم بهذه القضايا.

– يستخدام طلبة الحقوق والعلوم السياسية للفيسبوك مرتبطًا بالبحث عن معلومات، ودراسات أكاديمية في مجالاتهم التخصصية، ويمكنهم العثور على موارد ومقالات مهمة من خلال هذه شبكات التواصل الاجتماعي، مما يعزز في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الفرص التعليمية والمهنية. وبالتالي يمكن القول أن استخدام أفراد العينة الذين يدرسون الحقوق والعلوم السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي يعود لاهتمامهم العميق بالقضايا السياسية والقانونية، وحاجتهم المستمرة إلى البقاء على اطلاع على أحدث التطورات في هذه المجالات.

7– أظهرت النتائج أن هناك تأثيرات ملحوظة لوقت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على بعض الآراء والاتجاهات الوطنية، ويؤدي الاستخدام المكثف للفيسبوك إلى تعريض أفراد العينة للنقاشات والمحتوى السياسي على تشكيل التوجهات السياسية والاجتماعية للأفراد، بما في ذلك آرائهم حول حقوق الإنسان والحريات الفردية، مما يؤثر على آرائهم ويزيد من وعيهم بهذه القضايا السياسية.

8– إن تفاعل أفراد الغينة مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة تلك المتعلقة بالقرارات الرئاسية، يمكن أن يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم السياسية، حيث يؤدي اهتمامهم بالقضايا السياسية إلى تكوين وجهات نظر، وتفضيلات سياسية معينة تؤثر في قراراتهم السياسية المستقبلية.

د/ عرض ومناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثالثة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الوطني عند أفراد العينة:

إن شبكات التواصل الاجتماعي لديها تأثير أكبر على الاتجاه الوطني لدى أفراد العينة ويرجع ذلك إلى:

يعتمد أفراد العينة على شبكات التواصل الاجتماعي في نشاطهم اليومي، وهذا يعني أنها تجذب عددًا كبيرًا منهم، مما يزيد من تأثيرها على الرأي العام والاتجاهات الوطنية لدى أفراد العينة.

1. تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي منصات شاملة تتيح لأفراد العينة نشر الأخبار، والمشاركة في المناقشات، وتبادل الآراء بشكل واسع.

2. توفر شبكات التواصل الاجتماعي إمكانيات إعلانية متقدمة تسمح لأفراد العينة بالتواصل مع غيرهم، مما يزيد من قدرتهم على الاقناع لرسائلهم، وتعزيز الاتجاهات الوطنية التي يدعمونها.

3. سهلت شبكات التواصل الاجتماعي على أفراد العينة التفاعل الاجتماعي والسياسي بشكل فعال، حيث يمكنهم النقاش والتعبير عن الآراء والمشاركة في الحوارات العامة بشكل مباشر، والذي يعزز دوره

في تشكيل وجهات النظر والاتجاهات الوطنية في جميع الأوقات، كما يوفر فرصة للاطلاع، مما يسمح لأفراد العينة بفهم أفضل للاتجاهات الوطنية وكيفية تطورها.

4. لا يوجد علاقة طردية واضحة بين مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والاتجاه الوطني لدى أفراد العينة في كلية الحقوق والعلوم السياسية، بل توجد علاقة تأثيرية وارتباط متبادل بين العوامل المختلفة، وهذا يعني أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يؤثر على الاتجاهات الوطنية لدى أفراد العينة، وفي الوقت نفسه الاتجاهات الوطنية يمكن أن تؤثر على نمط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

هـ/ عرض والمناقشة نتائج الفرضية الرابعة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الاسلامي عند أفراد العينة:

1- يساهم أفراد العينة في تشكيل هويتهم الإسلامية وفهمهم الأعمق للقيم والمبادئ الإسلامية، من خلال تفاعل أفراد العينة مع المحتوى الإسلامي على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يؤدي إلى تعزيز الانتماء الديني والاتجاه الإسلامي، وكذلك توجيه انتباه مصالح أفراد العينة نحو القضايا والمواضيع ذات الصلة بالدين والإيمان.

2- إن الاتجاه الإسلامي يعزز مبدأ الشورى والتشاور لأنه من مبادئ الإسلام، وهذا يساعد في القرارات الهامة لضمان مشاركة المجتمع وإظهار العدالة والشفافية، ومن خلال صفحات شبكات التواصل الاجتماعي تكون المواضيع المختلفة مطروحة وقيد النقاش، مما يتيح لأفراد العينة الاطلاع على المستجدات لحظة بلحظة، والتعرف عليها، وفي نفس الوقت إعطاء مقترحات وأفكار بكل شفافية وهذا يساهم في المشاركة المجتمعية لقياس الرأي العام في المواضيع التي تهم المجتمع، وتطبيق العدالة الاجتماعية في الأحكام التي قد تصدر عن الدولة، وبهذا يستفيد المجتمع من وسائل التواصل الاجتماعي في تطبيق مبدأ الشورى، ومشاركة الفئات التي تكون معزولة أو غير قادرة على المشاركة في اتخاذ القرارات.

3- هناك علاقة معقدة بين شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه الإسلامي، تعتمد على طبيعة المنصة ونوع المحتوى، حيث يجب على صانعي المحتوى والمهتمين بالشأن الإسلامي استغلال هذه المنصات بفعالية للتفاعل مع الجمهور وتعزيز الرسائل الإيجابية.

و/ عرض والمناقشة نتائج الفرضية الخامسة التي تفترض أنه توجد علاقة ارتباطية بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والاتجاه العلماني عند أفراد العينة:

1- تساهم شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة التفاعل السياسي بين أفراد العينة، حيث تعتبر منصة للتعبير عن الرأي والمشاركة في الحوارات السياسية، مما يؤثر على توجهاتهم السياسية بشكل مباشر. وعليه تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أداة لنشر الوعي السياسي، والاجتماعي بين الشباب الجامعي، وتشكيل آرائهم حول القضايا المتعددة التي تمس مجتمعهم، مما يساعد أفراد العينة على

التفاعلات الاجتماعية والسياسية، والتي تكون مرتبطة بنشاطهم على هذه الشبكات، وتأثيرها على اتجاهاتهم العلمانية والسياسية بشكل عام.

2- توصلت الدراسة الحالية إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجامعة والمنزل كان له تأثير قوي على الاتجاه العلماني لدى أفراد العينة، وبالتالي هناك علاقة إيجابية بين مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وممارسة الاتجاه العلماني.

3- إن المنزل والشارع والجامعة ووسائل المواصلات جميعها تلعب أدوارًا مختلفة في تشكيل، وتأثير الاتجاهات الوطنية لدى أفراد العينة أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، كما يتدخل السياق الاجتماعي والثقافي في كل من هذه الأماكن، ليؤثر على الطريقة التي يتفاعل بها أفراد العينة مع القضايا الوطنية والسياسية، الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل مواقف وآراء متباينة ومتنوعة بينهم.

الخاتمة:

تُعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات الحديثة التي غيرت المشهد السياسي بشكل جذري على مستوى العالم، فقد أصبحت هذه الشبكات وسيلة فعالة لنشر المعلومات، وتعزيز الحوار، وتبادل الآراء، مما ساهم في تشكيل الوعي العام وتحفيز المشاركة السياسية، من خلال سهولة الوصول إلى المحتوى وتفاعل المستخدمين، ويمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تلعب دورًا محوريًا في تحريك القضايا الاجتماعية والسياسية وتشكيل الرأي العام.

وفي دول العالم العربي، بما في ذلك الجزائر، شهدت شبكات التواصل الاجتماعي تطورًا ملحوظًا، خاصةً بعد الثورات العربية التي أظهرت قوة هذه الشبكات في تحريك الجماهير وإحداث التغيير في الجزائر، كما برزت شبكات التواصل الاجتماعي كأداة مهمة للتعبير عن المطالب السياسية والاجتماعية، حيث ساهمت في تنظيم الحركات الاحتجاجية ونشر الوعي بين الشباب، مما ساعد في تجديد النقاشات حول الحقوق والحريات الفردية.

تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة الفيسبوك، على الاتجاهات السياسية والاجتماعية لدى عينة من طلبة الحقوق والعلوم السياسية من جامعة الشهيد حمه لخضر في مدينة وادي سوف بالجزائر، من خلال تحليل كيفية استخدام هذه الشبكات كمنصات للتعبير عن الآراء، ومتابعة الأخبار، وتعزيز الانتماءات السياسية.

تُشير الدراسة أيضًا إلى أن الجنس يؤثر في طريقة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث تفضل الإناث استخدام أسماء مستعارة لأسباب تتعلق بحاجتهن لشبكات تدعم شعورهن بالخصوصية والأمان، مما يعكس زيادة وعي المرأة ورغبتها في الانخراط في الحياة السياسية، خاصة الفئة العمرية الأكثر تمثيلًا هي بين 20 و30 عامًا، وهي الفئة التي تسعى لتحقيق أهداف أكاديمية ومهنية، مما يؤكد على أهمية التعليم في تشكيل الوعي السياسي، ويُظهر اهتمامً أفراد العينة بالقضايا السياسية، مما يعكس تطلعاتهم نحو التغيير والعدالة.

كما تستكشف الدراسة الحالية الفروقات بين أفراد عينة الدراسة الذين يقطنون المناطق الحضرية والريفية، وتبحث في كيفية تأثير التعليم والتخصصات الأكاديمية عليهم واستخدامهم لهذه الشبكات.

كذلك أن استخدام أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة الفيسبوك، يعكس اهتماماتهم في متابعة الأخبار والتطورات السياسية، حيث تصدرت هذه الغاية قائمة دوافع استخدام الفيسبوك، وارتبط هذا الاستخدام بشكل ملحوظ بالطلبة المنتمين لتخصصات الحقوق والعلوم السياسية، مما يبرز العلاقة بين التخصص ومتابعة القضايا السياسية.

إضافة إلى تأثير مكان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يُفضل أفراد العينة استخدام الفيسبوك في المنزل، أين يجدون راحتهم في التصفح، مما يدل على أهمية بيئة الاستخدام في تعزيز التفاعل الاجتماعي والسياسي، خاصة عند الطلبة الذين يقطنون المناطق الحضرية لأنهم يستخدمون

الفيسبوك بشكل أكبر مقارنة بنظرائهم من المناطق الريفية، ما يعكس تأثير الفروقات الاجتماعية والثقافية في استخدام هذه الشبكات.

ووضحت الدراسة أيضا أن الفيسبوك يلعب دورًا مهمًا في تشكيل الاتجاهات الوطنية والاجتماعية لدى الطلبة، حيث يصبح منصة للتعبير عن الآراء وتبادل الأفكار، حيث تُظهر النتائج أن أفراد العينة، خاصةً الفئات الحضرية، يستخدمون الفيسبوك كوسيلة للتواصل وتبادل الأفكار، مما يعزز من انتمائهم الاجتماعي، كما يتضح أن الانتماء السياسي يلعب دورًا مهمًا في تعزيز الاستخدام النشط لهذه الشبكات، حيث يسعى أفراد العينة إلى متابعة الأحداث السياسية والتفاعل معها.

وفي الأخير تعكس هذه الدراسة أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كأداة فعالة لتعزيز الوعي السياسي والمشاركة الاجتماعية بين الشباب الجامعي، ومع استمرار تزايد استخدام هذه الشبكات، ينبغي على المؤسسات التعليمية والمجتمعية الاستفادة منها لتعزيز التعليم المدني وتشجيع الحوار المفتوح حول القضايا السياسية والاجتماعية. يُوصى بمزيد من الدراسات المستقبلية التي تركز على تأثير الاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي على السلوك السياسي والتوجهات العامة، لا سيما في ظل سياقات اجتماعية وسياسية مختلفة قد تؤثر على تلك الاتجاهات.

وبذلك نطرح حملة من التوصيات حيث تعد الدراسة الحالية الموسومة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي، من المواضيع المهمة والتي أخذت وقتنا في الدراسة والبحث الأمر الذي دفع إلى تقديم مجموعة من التوصياتممثلة في النقاط الآتية:

- **تعزيز المشاركة السياسية للإناث:** بما أن الطالبات ينتمين إلى بيئة تقليدية ومن سكان الجنوب يجب تنظيم حملات توعوية، وندوات تثقيفية في المدارس ودور الشباب والجامعات في المجتمعات المحلية بالجنوب، من خلال إنشاء ورشات عمل من أجل مناقشة القضايا السياسية، التي تهتم بإبراز دور المرأة في العملية السياسية، وتشجيع الفتيات اللاتي يحملن شهادات جامعية على الترشح وتولي المناصب السياسية، وذلك في حدود ما تسمح به العادات والتقاليد الاجتماعية في هذه المناطق.

- **الاهتمام بالموارد البشرية للمناطق الجغرافية النائية:** يجب الاهتمام بالطلبة في المناطق النائية ونوفر لهم فرص التعلم، خاصة في الجامعات القريبة منهم أين يتلقون التوعية اللازمة بالمجال السياسي، حتى يتسنى لهم نفس فرص الطلبة الذين يقطنون المناطق الحضرية.

- توصية الطلبة على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك بشكل مبني على الوعي والمسؤولية، من خلال ورشات عمل للتوعية يقوم بها أساتذة مختصين تسخرهم الجامعة، من أجل توجيه الطلبة الجامعيين كيفية التعامل مع المحتوى المتعلق بالشؤون السياسية، وتدريبهم على التفاعل بشكل بنّاء وايجابي.

- **تأسيس مخابر مجهزة للبحث في المجال السياسي:** حيث تركز هذه المخابر على إجراء أبحاث دورية مع الطلبة الجامعيين، لتعليمهم أفضل الاستراتيجيات السياسية والقانونية والدفع بهم إلى المشاركة في الحوارات والمنتديات السياسية المحلية أو الوطنية خاصة في الأيام المخصصة للحملات الانتخابية، من أجل تعزيز الوعي السياسي لديهم.
- **توفير المزيد من الفرص للشباب الجامعي:** وذلك بتقليدهم المناصب السياسية التي تخدم المجتمع، حتى ولو كانت هذه المناصب بسيطة فهي تكسبهم خبرة مهنية وسياسية مستقبلا.
- تخصيص صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي كأداة للتوعية السياسية من طرف أساتذة الجامعة، للتقليل من الانقياد نحو الأخبار الزائفة أو اتباع جماعات غير سوية تضر بالفرد والمجتمع.

قائمة المراجع

الكتب:

1. إبراهيم السنوسي نصر، مقدمة الأنترنت، جامعة سبها، مكتب التدريب، ليبيا، 2015

2. إبراهيم بيضون، تكون الاتجاهات السياسية في الإسلام الأول من دولة عمر إلى دولة عبد الملك، دار إقرأ للنشر والتوزيع والطباعة، بيروت، 1985م.

3. آسية بلخير، مطبوعة بيداغوجية بعنوان: مدخل إلى علم السياسة 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2022.

4. أفنان عبد الله قطب، دوافع استخدام الأسماء المستعارة لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة الملك فهد، كلية الاتصال والاعلام، 2020.

5. أمين مشلقبة، محمد الهزايمة، الاتجاهات السياسية لأعضاء مجلس النواب الأردني الثالث عشر، مجلة دراسات، عمادة البحث العلمي للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، 2000م، ص 145.

6. أمينة نبيح، الاتصال الرقمي والإعلام الجديد (موقع الفيسبوك نموذجا)، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019،

7. أمينة يحي نبيح، الاتصال الرقمي والاعلام الجديد، موقع Facebook نموذجا، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2018.

8. إيهاب عيسى المصري، طارق عبد الرؤوف، الاتصال والتواصل الاجتماعي، الدولية للكتب العلمية، مصر، 2020.

9. بلصوار سهيلة، نشأة الجامعات وتطورها، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 13، جامعة باجي مختار، قسم علم الاجتماع، عنابة، الجزائر، 2015.

10.جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية (من القبيلة الى الفيسبوك)، ط4، الامارات العربية المتحدة، 2014م.

11.جميل حمداوي، السوسيولوجيا التفاعلية عند يورغن هابرماس، ط 2، دار الريف للطبع والنشر الالكتروني، الناظور، المملكة المغربية، 2020.

12.جوزيف نسيم يوسف، نشأة الجامعات في القرون الوسطى، دار النهظة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1981.

13.حسان أحمد قحمية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2017.

14.خير الله سبهان عبدالله الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، ط 1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.

15.رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، دار الكتاب الحديث، الجزائر، القاهرة، 2023.

16.رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2023.

17.سعد سلمان المشهداني، فراس حمود العبيدي، مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2021.

18.سعيد سبعون، حفصة جرادي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبة للنشر، الجزائر.

19.صفي الرحمن المباركفوري، الأحزاب السياسية في الإسلام، ط 1، دار سبيل المؤمنين للنشر والتوزيع، عين شمس، مصر، 2012.

20.صلاح عبد الحميد، الاعلام الجديد، ط 1، دار أطفالنا للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.

21.عادل جربوعة، عبد الجبار بوطمين، الخبار الزائفة (الفيسبوك، الحراك الشعبي)، ألفا للنشر، ط 1، قسنطينة، الجزائر، عمان، الأردن، 2024.

22.عبد الرحمان عمار، جمهورية الفايس بوك السلطة الافتراضية (دراسة استطلاعية لعصر ما بعد الحداثة)، دار بغدادي للنشر والطباعة والتوزيع، الجزائر، 2014 م.

23.عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

24.عبد الرزاق الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2011.

25.عبد الله محمد عبد الرحمان، علم الاجتماع السياسي: النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والمعاصرة، ط 1، مطبعة البيرة، الأسكندرية، مصر، 2007.

26.عبد المجيد لبصير، موسوعة علم الاجتماع، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر.

27.عثمان عمر بن عامر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ط1، دار الكتاب الوطنية بن غازي، 2002.

28.عزيز بهلول الظفيري، خطر وسائل التواصل (نافذة لتعاطي المخدرات)، وزارة الداخلية، قطاع الأمن الجنائي، الكويت.

29.علا عبد القوي عامر، دور وسائل الاعلام الرقمية في تفعيل المشاركة السياسية للشباب الجامعي، كلية تكنولوجيا الاعلام والإذاعة والتلفزيون، جامعة سيناء، مصر، 2015.

30.علي خليل شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014م.

31.علي عبد الفتاح، الإعلام التفاعلي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 م.

32.عمار بوحوش، محمد محمود الذنيبات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط 8، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2016.

33.فتحي عبد الرسول محمد، اتجاهات حديثة في التعليم الجامعي، جوانا للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2014.

34.فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

35.فهمي سليم الغزوي، مدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

36.قاسم حسين صالح، سيكولوجيا اللغة والاتصال،ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

37.قاسمي صونية سلامة، شناف خديجة وآخرون، تقنيات تصميم وتفريغ الاستبيان، ط 2، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2020.

38.ليلى مازن، عنايات إبراهيم، العلوم السلوكية، كلية التجارة، جامعة دمنهور، مصر، 2018.

39.ماكس ماكومز،لانس هولبرت، سيبرو كيوسيس، وأين وانتا، The news and Public Opinion، ط 1، ترجمة محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، الجزائر، 2012.

40.مبروك بن عيسى، مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط 1، دار الخلدونية، الجزائر، 2019.

41.محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، الإعلام والمشاركة السياسية جدلية الموقف والاتجاه، ط 1، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021.

42.محمد الأمين أحمد عبد مرزوط، مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي، المركز الديموقراطي العربي(المانيا)، برلين، 2020.

43.محمد جمال الفار – المعجم الإعلامي –دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2006.

44.محمد زروق محمد إبراهيم، إيهاب عبد الله عباس، مبادئ العلوم السياسية، ط1، فهرسة المكتبة الوطنية أثناء النشر، السودان، 2019م، ص 09.

45.محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2000.

46.محمد فايز عبد أسعيد، قضايا علم السياسة العام، ط1، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، لبنان،1983م.

47.محمد فقيهي، دروس في علم السياسة، المملكة المغربية، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، فاس، المغرب، 2014م/2015م.

48.محمد فقيهي، دروس في علم السياسة، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية، فاس، المغرب، 2014م، 2015م.

49.محمود علي السيد جبريل، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2019م

50.محمود علي السيد حبريل، مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الاعلام الجديدة، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، مصر، 2019م.

51.مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.

52.مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.

53.مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019

54.مصطفى أبو السعود، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة مدونات الجزيرة، الدوحة، 2024.

55.مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان،2016م.

56.منال قدواح، مدخل إلى الاتصال السياسي، ط 1، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023.

57.مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي–دراسة في موقع الفيسبوك–، ط 1، ألفا للوثائق نشر–استيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، الجزائر، 2016.

58.مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع كتب، قسنطينة، 2019.

59.مؤيد نصيف جاسم السعدي، فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك، ط 1، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2019.

60.مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014م.

61.ميرديث أوتو، الإعلام والرأي العام في القرن الحادي والعشرين: أدوات جديدة وجماهير جديدة، ط 1، جامعة برس، كامبريدج، المملكة المتحدة، 2016.

62.ميرديث أوتو، الإعلام والرأي العام في القرن الحادي والعشرين: أدوات جديدة وجماهير جديدة، ط 1، جامعة برس، كامبريدج، المملكة المتحدة، 2016.

63.ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، 2006.

64.نسرين عجب، الثورة الافتراضية–دور وسائل التواصل الاجتماعي في الثورات، ط1، 2016، العربي للنشر والتوزيع.

65.هاني الجزار، علم النفس الإعلامي والثقافي، ط1، صرح للنشر والتوزيع، 2011.

66.هيثم الهيتي، الإعلام السياسي والاخباري في الفضائيات، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010.

67.وليدة حدادي، البحث في الدراسات الإعلامية (الأسس النظرية والإجراءات التطبيقية)، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2020.

68.ياس خضير البياتي، النظرية الاجتماعية (جذورها التاريخية وروادها)، ط 1، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، 2002.

المجلات:

1. ابتسام بدري، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي واحداث التغيير في دول الحراك العربي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 47، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2017 م.

2. إبراهيم أبراش، إلتباس مفهوم الهوية وواقع التعددية في النظام السياسي الفلسطيني العلاقة الملتلبسة بين المنظمة والسلطة وحركة حماس، المجلة العربية للعلوم السياسية، العدد 12، 2000.

3. ابراهيم الذهبي، بن عمار أشواق، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى شباب الجزائر، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، مجلد 03، العدد الأول، جامعة الوادي، الجزائر. 2019.

4. إبراهيم العبيدي، سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة موضوع، العدد 20 سبتمبر 2021. إبراهيم العبيدي، سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة موضوع، 20 سبتمبر 2021..https://wikiarticle .Le 3/9/2022 a 14h

5. أحمد إبراهيم أحمد عطية خليل، دور الدولة والأحزاب في التنشئة والثقافة السياسية، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد الخامس والأربعون، جامعة الإسراء، بغداد، العراق، أفريل 2024، ص 49.

6. أحمد أغبال، مفهوم الدولة عند دوركايم، مجلة overblog، 26/04/2012 على الساعة :58 08، 2023/12/04

7. احمد بن حاجة، صحافة المواطن بين المهنية وحرية الرأي والتعبير، مجلة صوت القانون، جامعة التكوين المتواصل البليدة، المجلد السابع، العدد 01، البليدة، الجزائر العاصمة، ماي 2020.

8. أحمد سعيد نوفل، موفق محمد أبو حمود، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية حول المشاركة السياسية: دراسة حالة طلبة جامعتي اليرموك وفيلاديفيا، المجلة الأردنية في القانون والعلوم السياسية، المجلد 9، العدد2، الأردن، 2017.

9. أحمد سويسي، حسين بن سليم، دور الحركة الطلابية في استقرار الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الأغواط، المجلد 07، العدد 31، جويلية 2018.

10. أحمد عباس عبد عساف، نجم عبد علي رئيس، الانتماء السياسي للسلطة في العصر العباسي الأول، مجلة كلية التربية، جامعة واسط، العدد 33، 2018.

11. أحمد فلوح، دور الجامعة في خدمة المجتمع، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المركز الجامعي غليزان، الجزائر، العدد 18، 2016.

12. إدريس الغزواني، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقاربة تأويلية مجلة عمران، المجلد 9، العدد 33، جامعة محمد الخامس، الرباط، المغرب، 2020.

13. أشرف حسن منصور، علم الاجتماع والليبرالية: دوركايم نموذجا، مجلة سودارس، 2011/08/10 في 2023/12/04 على الساعة www.sudaress.com.19:36

14. أمينة عبد الرحمن محمد، عوامل تشكيل التباينات السياسية، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، مصر، العدد 75،.

15. أمينة عطاالله، داود جفافلة، الاتصال السياسي في الشبكات الاجتماعية الرقمية، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 1121-2170، الجزائر، 2020.

16. أيمن شافي سمير الشرفات، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الاحتجاجات العربية 2010-2014، مجلة المنارة، المجلد (23)، العدد (1/ب)، الجامعة الأردنية، قسم العلوم السياسية، 2017.

17. بخوش وليد، نصيب أسماء، تأثير الفيسبوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، العدد 06، 2017.

18. بلقاسم سلاطنية، ملاحظات حول استخدام الاستمارة والملاحظة كأداتين لجمع البيانات في التدريبات قصيرة المدى في البحث السوسيولوجي، مجلة العلوم الإنسانية، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، أكتوبر، 2002، ص 4.

19. بن عون، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، الجزائر، 30 جوان 2016.

20. بن عون، مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة تبسة، الجزائر، 30 جوان 2016.

21. بن قايد فاطمة زهرة، تعزيز قدرة الطالب الجامعي على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة للاقتصاد الوطني، مخبر دراسات اقتصادية للمناطق الصناعية في ظل الدور الجديد للجامعة LIZINRU، جامعة برج بوعريريج، الجزائر.

22. بن يحي حميدة، أونيس عبد المجيد، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة ميدانية من المستهلكين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والتكامل في الاقتصاد العالمي، جامعة أمحمد بوقرة، الجزائر، المجلد رقم 14 العدد الأول، 2020.

23. بواب رضوان، سوسيولوجيين التعليم الجامعي، قراءة مفاهيمية ونظرية، مجلة سوسيولوجييون، المجلد الثاني، العدد 1، جامعة جيجل، الجزائر، 2021.

24. تواتي نور الدين، ماكلوهان مارشال...قراءة في نظرياته بين الأمس واليوم، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر03، العدد العاشر، الجزائر، مارس 2013.

25. جبهة التحرير الوطني، بيان أول نوفمبر 1954، الجزائر، 1954.

26. الجمعية العامة للأمم المتحدة، ، الإعلان العالمي لحقوق الانسان، المجلد الأول، المؤرخ في 10 كانون الأول ديسمبر 1948، نيويورك، مكتبة حقوق الانسان، جامعة منيسوتا، 1993.

27. حسنين علي عنون، نبيل عمران موسى الخالدي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الاستقرار الأسري، Lark Journal، المجلد 46، العدد 03، جامعة القادسي، العراق، 2022، ص 368.

28. الحسين أسعد بن ناصر بن سعيد، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 169 الجزء الثالث، يوليو لسنة 2016 م.

29. حسين صديق، الاتجاهات من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28–العدد 3+4 2012م.

30. حمراوي رشيد، تغيير الانتماء السياسي وأثره في الانتدابات الانتخابية في ضوء اجتهادات القضاء الدستوري والقضاء الإداري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية الأكاديمية المغربية، جامعة الحسن الثاني، المحمدية، المغرب، المجلد 2، العدد 1، 2023.

31. داود جفافلة، إشكالية توطين مصطلح الشبكات الاجتماعية الرقمية في النسق العربي، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 31، ديسمبر 2017، ص509.

32. الدسوقي إبراهيم عبده، وسائل الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، ط 1، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004.

33. دلال جابري، الدين والمجتمع: مقاربة لايميل دوركايم، مجلة الأنوار للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد الأول، العدد الثاني، جامعة محمد الشريف مساعدية، سوق أهراس الجزائر، 2021

34. راضي رشيد حسن، ايثار طاق خليل، البرامج الحوارية ودورها في تشكيل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام، مجلة كلية التربية الأساسية، كلية الاعلام، جامعة العراق، العدد 73، 2012.

35. رشيد حمراوي، تغيير الانتماء السياسي وأثره في الانتدبات الانتخابية في ضوء اجتهادات القضاء الدستوري والقضاء الإداري، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية الأكاديمية، جامعة الحسن الثاني، المحمدية، المملكة المغربية، المجلد 11، العدد 1، 2023.

36. رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، المجلد 3, الإصدار 1, فلسطين، 2017.

37. روجر سكروتن، ترجمة منير الكشو، مراجعة كتاب: كيف يكون المرء محافظا، مجلة تباين، جامعة تونس، المجلد 5، العدد 20، تونس، 2017

38. رؤى لؤي عبد الله، الثقافة السياسية ودورها في تكوين الاتجاهات، المجلة السياسية والدولية، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياسية، العراق.

39. زهية دياب، قضايا ومفاهيم سوسيولوجيا التربية في فكر بيار بورديو، مجلة دفاتر المخبر، المجلد 16، العدد 01، جامعة بسكرة، الجزائر، 2021.

40. زين العابدين معو، عواطف وناس، دور الجامعة في تعزيز روح المواطنة والبناء الديمقراطي، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 7، العدد 2، الجزائر، جوان 2020.

41. سامي زعباط، فاتح سردوك، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 07، العدد 01، 2022.

42. سعداوي فاطمة الزهراء، الحاج سالم عطية، مواقع التواصل الاجتماعي و تشكيل القيم الافتراضية لدى الشباب الجزائري –الفيسبوك نموذجا–مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3 ،2020 (02) 12 –1121– : ISSN،2170.

43. سلمان حسام، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل الوعي السياسي للمواطنين (ثورات الربيع العربي نموذجا)، دراسات استراتيجية، العدد 21، المجلد، جامعة الجزائر، 2015.

44. سمر ناصر عبد الوهاب، دور رجال الأعمال في التغير الاجتماعي والثقافي، مجلة كلية الآداب، جامعة بور سعيد، العدد11.

45. سمر ناصر عبد الوهاب، دور رجال الأعمال في التغير الاجتماعي والثقافي (بحث اجتماعي ميداني)، مجلة كلية الآداب، جامعة بور سعيد، مصر، العدد الحادي عشر، يناير 2018.

46. سميح الكراسنة، وليد مساعدة، علي جبران، آلاء الزعبي، الانتماء والولاء الوطني، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد السادس، العدد2، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، الأردن، 2010.

47. سميحة ناصر خليف، ما هو مفهوم السياسة، مجلة موضوع، 7أغسطس 2019، 2023/11/13 على الساعة 25: 17.mawdoo3.com

48. سولومون أشليSolomon Asch، فلينت كوبFloyd H Allpot ، التأثير الاجتماعي: دراسة في التأثير الديناميكي للرأي الأقوى، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 18، 1959.

49. سولومون أشليSolomon Asch، فلينت كوب Floyd H Allpotالتأثير الاجتماعي: دراسة في التأثير الديناميكي للرأي الأقوى، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 18، 1959.

50. شمران حمادي، أصل التفاوت في الاتجاهات السياسية بين الناس، مجلة العلوم السياسية، كلية القانون والسياسة، جامعة بغداد، العدد الأول، 1974.

51. شيرين سمير محمد موسى، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز التعلم الذاتي لدى طلاب كلية التربية النوعية، مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية، المجلد الثامن، العدد الرابع، جامعة الزقازيق، مصر، 2022.

52. شيماء الهواري، محمود محمد أحمد، مستويات تفاعل طلبة الجامعة مع اعتداءات مسجدي نيوزيلاندا عبر مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي صفحتي BBC عربي، قناة DW الألمانية عربي، مجلة الدراسات الإعلامية –المركز الديمقراطي العربي – برلين –ألمانيا – العدد الثامن أغسطس 2019.

53. صافية كساس، الاستعمال اللغوي في وسائل التواصل الاجتماعي عند الشباب العربي (الواقع والأسباب والآثار)، مجلة إشكالات في اللغة العربية، مجلد 08، العدد 03، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، 2019.

54. صايل السرحان، محمد بني سلامة، محمد درادكة، عاهد مشاقبة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، دراسة تطبيقية على مجموعة من طلبة آل البيت، مجلة المنارة، المجلد 22، العدد 4/ب،2016.

55. ضياء الشكرجي، الاتجاهات السياسية الناقضة للديمقراطية والمواطنة، مجلة الحوار المتمدن الالكترونية، العدد4934، 2015.

56. ضيف الله عودة أبو صعيليك، محمد سليم الزبون، أثر شبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مؤته للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد الثامن والعشرون، العدد السابع، 2013م.

57. عامر أمال، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 19، جامعة الجزائر، الجزائر، 2018.

58. عبد الجبار احمد عبد الله، م.م.فراس، كوركيس عزيز، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي، مجلة العلوم السياسية، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، العراق، العدد 44.

59. عبد الرؤوف مشري، شبكة الفيسبوك وتنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي بالجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 23، العدد 01، جامعة باتنة 1، الجزائر، جوان 2022.

60. عبد السلام محمد سيد عبد الرحمن، تأثير مواقع الأحزاب السياسية بشبكة فيس بوك على مشاركة الشباب العربي في الانتخابات العامة، مجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد الخامس، العدد الثاني، جامعة المملكة العربية السعودية، كلية المجتمع، 2019.

61. عبد الكريم الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الصحافة والاعلام، المجلد 40، العدد 01، جامعة البترا، عمان، الأردن، 2013.

62. عبد الكريم تفرقنيت، مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابيات والسلبيات د راسة وصفية ترصد أهم الملامح في الدول العربية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة البليدة 02، الجزائر، 01 جوان 2016.

63. عبد الكريم على الدبيسي، زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 1، 2013 م.

64. عبد الوهاب الأفندي، عن السياسة والسياسي والنظرية: تأملات في السجال بين المنهج والنظرية في وظيفة العلوم السياسة، مجلة سياسات عربية العدد 41، الدوحة، نوفمبر 2019م، ص 07.

65. عبيدة صبطي : صباح غربي، دور الجامعة في بناء شخصية الطالب وفق متطلبات المستقبل، المجلة العلمية للعلوم التربوية والصحة النفسية، المجلد 02، العدد02، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020.

66. عبير بن عمر، أنماط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الجنسين: دراسة ميدانية في المملكة العربية السعودية، مجلة الاتصال والتنمية، المملكة العربية السعودية، 2019.

67. عتيقة حرايرية، ظاهرة تقسيم العمل وأبعادها الاجتماعية في الفكر الدوركايمي بين عوامل التشكل وعيون منتقدية، مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات، مجلد 02، العدد 14، الجزائر، 2020.

68. عربي بومدين، دور الجامعة الجزائرية في التنمية الاقتصادية: الفرص والقيود، المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 07، 2016.

69. العقبي الأزهر، المراكز والأدوار الاجتماعية ومحدداتها الثقافية في النظام الأسري العربي، مقال في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الثامن جوان 2012.

70. علاونة ربيعة، الانتماء وعلاقته بتحقيق الذات لدى الطالب الجامعي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 2017/09/30، جامعة محمد دباغين، سطيف، الجزائر.

71. العلمي فريدة، روابحي رزيقة، دور الجامعة: بين جدلية إنتاج المعرفة وتحقيق الأهداف المطلوبة من المجتمع، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد السابع، الجلد الأول، سبتمبر 2017.

72. على فواز طلال العدوان، مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها وأنواعها، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 36، العدد الثالث، جامعة حلوان، كلية التجارة وإدارة الأعمال، قسم العلوم السياسية، مصر،2022.

73. عمر بن عيشوش، حسان بوسرسوب، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفيسبوك صفحة أخبار فيروس كورونا والتوعية الصحية نموذجا، مجلة التمكين الاجتماعي، المجلد 02، العدد02، جوان 2020، ص 292.

74. غريب حسين، آليات طرح الفرضيات في الدراسات النفسية–بين إلزامية الطرح وإمكانية التخلي، مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، العدد الثاني، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الجلفة، الجزائر، ب س

75. فاطمة محمود عبد الغفار الحارث، خالد عبد العزيز الشريده، اتجاهات طلاب الجامعات نحو شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها النفسية والاجتماعية لدى طلاب جامعة جامعة القصيم، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الخامس، جامعة الفيوم، مصر، د.س.

76. فتيحة طويل، النظرية الوظيفية الجديدة وتحليل البناء الاجتماعي، مجلة التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر، العدد الأول، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

77. فضيل دليو وآخرون، مجلة الباحث الاجتماعي، مجلة دورية تصدر عن دائرة البحث، معهد علم الاجتماع، جامعة خنشلة 2.

78. فلوح أحمد، الواقع الدراسي للطالب الجامعي، المجلة العربية لعلم النفس، المركز الجامعي أحمد زبانة، العدد 05، غليزان، الجزائر، 2018.

79. قادري حليمة، مشكلات الطلبة الجدد، دراسة ميدانية بجامعة وهران–السانيا، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، وهران، الجزائر، جانفي 2012.

80. كرايس الجيلاني، مهلول جمال الدين، ربيع زمام، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير، –الفيسبوك–من التنظير والتأطير إلى المرافقة والاستشراف، مجلة الدراسات الإعلامية –المركز الديمقراطي العربي –برلين–ألمانيا–العدد الثامن، 2019 م.

81. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2024.

82. لمياء محمد عويس، المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، العدد 63، جامعة بني سويف، مصر، أفريل2022.

83. لمياء محمد عويس، المداخل النظرية المفسرة لعلاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالصمت الأسري، مجلة كلية الآداب، جامعة بني سويف، المجلد 6، العدد 63، مصر، 2022.

84. مباركة منماني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية –الفيس بوك نموذجا–المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، المجلد 03، العدد 04، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر،2021.

85. مباركة منماني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المتلقي الجزائري في القضايا السياسية –دراسة ميدانية–الفيسبوك نموذجا، المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، المجلد 03، العدد 04، ديسمبر 2021.

86. محمد خلوفي، جليلة بطواف، الاتجاهات مقاربة نظرية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 04، العدد 03، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2021.

87. محمد فرج، أهمية الاتجاهات ووظائف الاتجاهات، مجلة أحوال المجتمع، الزقازيق، مصر، 2016/12/11.

88. محمد مشاقبة، الهزايمة، الاتجاهات السياسية لأعضاء مجلس النواب الأردني الثالث عشر، كجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الأردن، المجلد 27، العدد 1، 2000م،.

89. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف، الاستقطاب السياسي في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري، دراسة ميدانية بالتطبيق على قضية التعديلات الدستورية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، المجلد 69، العدد 69، جامعة بني سويف، مصر، 2019،

90. محمود عبد الحميد هلال، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات وقيم طلبة الجامعات (دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الملك فيصل بالمملكة السعودية) ن مجلة روافد للدراسات والأبحاث العلمية العلوم الاجتماعية والإنسانية، كلية الآداب، المجلد 4، العدد 2، 2020.

91. مرام محمد مناجرة، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك) في تشكيل الوعي السياسي لديهم–دراسة تطبيقية على عينة من طلبة الجامعات الأردنية–المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020.

92. مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022.

93. مضوي أبكر عبد الله آدم عثمان، انعكاسات الإعلام الرقمي على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية، السياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2022، ص 46.

94. ممدوح السيد شتله، استخدامات الوظيفة الإعلامية الإخبارية لموقعي التواصل الاجتماعي (فيس بوك–توتير) والاشباعات المحققة منهما من وجهة نظر طلبة الجامعة المصرية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 11، جامعة كفر الشيخ، مصر.

95. ممدوح السيد عبد الهادي شتلة، حنان كامل حنفي مرعي، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية، دورية اعلام الشرق الأوسط، 2015، جامعة مصر، العدد 11.

96. منصور أشرف حسن، نظرية هابرماس في المجال العام، مجلة دار المنظومة(الرواد في قواعد المعلومات العربية)، المجلد 7، رقم 7، مصر، 2016.

97. منى عتيق، الطلبة الجامعيون بين تصور المستقبل وتأسيس الهوية الاجتماعية، مجلة العلوم للإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، د س.

98. مهدي يخدة، الطيب، الحق في التعليم في الدستور الجزائري، مجلة حقوق الانسان والحريات العامة، المجلد 07–العدد02–، كلية الحقوق، جامعة غليزان، جامعة الشلف، 2022.

99. ميساء حريتي، الطاهر بلعيور، الجامعة وثقاف المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية 8883– 2716 ISSN 2661–7661 / EISSN ، المجلد 05، العد 1، جيجل، لجزائر، 2022.

100. ميساء حريتي، الطاهر بلعيور، الجامعة وثقاف المشاركة السياسية لدى الطالب الجامعي، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية 8883– 2716 ISSN 2661–7661 / EISSN ، المجلد 05 ، العد 1، جيجل، لجزائر، 2022.

101. ميمي محمد عبد المنعم توفبق، شبكات التواصل الاجتماعي (النشأة والتأثير)، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس 193، العدد الرابع والعشرون (الجزء الثاني)، مصر، 2018.

102. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث الصادرة عن جامعة زيان عاشور، العدد 11–12، 2013 م، جامعة الجلفة، الجزائر.

103. نادية جاسم كاظم الشمري، الديمقراطية والعلمانية في الفكر الغربي، مجلة مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، جامعة بابل، المجلد 6 ، العدد 4، العراق، 2016.

104. نزهة حنون، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانعكساته على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد الثامن، ديسمبر 2017.

105. نور وكتاب مبين، الشبكات الاجتماعية، مجلة مجمع الثنيان المسائي لتحفيظ القرآن الكريم ، 33 هجري.

106. هناء علالي، مصطفى كيحل، الفضاء العمومي ودوره في تفعيل الفكر التواصلي عند هابرماس، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد 50، 2017.

107. ياسر عبيد الله، رمزي عودة، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي الشبابي بالحق في التنظيم، مجلة جامعة الاستقلال للأبحاث المجلد 4، العدد 1، 2019.

ثانيا– الرسائل الجامعية

1. رضوان قطبي، شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية–دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي–مختبر التقنين القانوني والدستوري، كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية السويسي، الرباط، المغرب، 2015.

2. ابن ناصر الحاجة، إشكالية التواصل والنقد الاجتماعي عند رواد مدرسة فرانكفورت، مذكرة ماجستير في الفلسفة، كلية العلوم الاجتماعية، قسم فلسفة، جامعة وهران، الجزائر، 2010.

3. أحمد عطا علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في علم التربية، تخصص علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، قسم علم النفس، 2011م.

4. ازدهار يوسف حسين شتيات، تأثير صحافة الرأي على تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الشباب الجامعي في جامعتي الشرق الأوسط واليرموك، الدراسة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير (كلية الاعلام)، بجامعة الشرق الأوسط، 2012م، ص س.

5. أسماء هارون، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009.

6. أشرف عصام فريد صالح، دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الجامعي الأردني، رسالة استكمال لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016م.

7. باعمر الزهرة، اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات الديمغرافية، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير، تخصص علم النفس الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2006.

8. بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2014/2013م.

9. جابر نصر الدين، لوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر،2006م.

10.جفال ايمان، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القضايا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2022.

11.جمال كانون، دور شبكات التواصل الاجتماعي في دعم وترقية أداء منظمات المجتمع المدني في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تخصص علم الاجتماع السياسي، جامعة الجزائر02، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، الجزائر، 2017/2016.

12.حداد نريمان، الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، دكتوراه غ منشورة، تخصص اعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018-2019.

13.دينا رامس محفوظ بيت زايد، دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو الإجراءات الحكومية لمواجهة أسعار النفط، رسالة قدمت لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2017.

14.دينا رامس محفوظ بيت زايد، دور الصحافة العمانية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نخو الإجراءات الحكومية لمواجهة انخفاض أسعار النفط، رسالة مقدمة لنيل الماجستير في الاعلام، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن،2017

15.الذهب عفان، الاعلام الجديد ومدى تأثيره في المجتمع، المركز الديمقراطي العربي، 17 سبتمبر 2021.

16.(رأفت مهند عبد الرزاق) ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي-دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الأنبار، تكريت، العراق، رسالة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة البترا الأردنية، كلية الآداب والعلوم، قسم الصحافة والاعلام، الأردن،2013.

17.رزين محمد، الاتصال السياسي على شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2021.

18.سهيلة بضياف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر–دراسة تمثلات في استخدانات الشباب لشبكة الفيسبوك–، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال (تخصص علوم الاعلام والعلاقات العامة)، جامعة باتنة، الجزائر، 2018.

19.سوهيلة بضياف، الشبكات الاجتماعية الالكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر–دراسة تمثلات في استخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك– مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، جامعة بانتة، الجزائر، 2018.

20.شرحبيل غالب حميد أبو سويلم، اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

21.صوالحية الزهرة، قاسمي فاطمة الزهراء، مساهمة الجامعة في البحث العلمي وتنمية المجتمع– قراءة تحليلية لوظائف الجامعة–الملتقى الدولي (الجزء الثاني): الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي (الانتظارات والرهانات)، جامعة 8ماي 1945، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.

22.طارق طراد، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في التواصل السياسي للشباب الجزائري، أطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2016.

23.عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التربية، جامعة نزوى، كلية العلوم والآداب، قسم التربية والدراسات الإنسانية، تخصص ارشاد نفسي، الأردن، 2014–2015.

24.عثمان احسان عيدان، اثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في أداء إدارة علاقات الزبائن، ،قدمت هذه الدراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

25.عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقاتها بالانتماء السياسية والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية (تخصص علم النفس السياسي)، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، غزة، 2011م.

26.عطا أحمد علي شقفة، الاتجاهات السياسية وعلاقتها بالانتماء السياسي والعوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى الشباب الجامعي في قطاع غزة، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في التربية تخصص علم النفس السياسي، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات التربوية، علم النفس، غزة، 2011.

27.عطوف زهير، أي دور للطلبة في العمل السياسي، الموقع العربي نون بوست، 1/08/.2015. https://www.noonpost.com/content/7724، في 10 سبتمبر 2022 على 11سا.

28.علا زكي داود القاق، دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية خلال الفترة 1945-2014، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

29.فاتح مجاهدي، دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزاري للمنتجات المحلية والأجنبية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011،.

30.فاطمة صالح علي الخطيب، آثار شبكات التواصل الاجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظرهم أنفسهم، أطروحة دكتوراه مقدمة في تخصص أصول التربية، جامعة اليرموك، كلية التربية، قسم أصول التربية، الأردن، 2017.

31.فائزة بوزيد، استخدامات السياسيين الجزائريين لشبكات التواصل الاجتماعي وأولويات القضايا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، تخصص علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم الاعلام والاتصال، بسكرة، الجزائر، 2019-2020.

32.فلاح سلامة حسن الصفدي، استخدامات القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية لشبكات التواصل الاجتماعي والاشباعات المتحققة، قدمت هذه الرسالة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2015.

33.فلوح أحمد، مواصفات أساتذة الجامعة من وجهة نظر الطلبة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم النفس وعلوم التربية، جامعة وهران، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية، وهران، الجزائر، 2012-2013.

34.لبنة خليل عمر عامر، درجة استخدام المرشدين التربويين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالرضا المهني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الارشاد النفسي والتربوي، جامعة عمان العربية، كلية العلوم التربوية والنفسية، الأردن، 2017.

35.لخضر مداح، الجامعة أساس المعرفة وخدمة المجتمع، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية–دراسات اقتصادية–23(1)، جامعة زيان عاشور، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجلفة، الجزائر.

36.ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي(أنواعه–ضوابطه–آثاره–ومعوقاته)، ماجستير غ منشورة في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، كلية أصول الدين، غزة، 2011.

37.ماجد نبيل محمد حسين، أثر خصائص موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تحسين مهارات الأكاديميين في مؤسسات التعليم العالي الفلسطيني بغزة، قدم هذا البحث استكمالا لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2018.

38.محمد أمين عبعوب، تداول المعلومات داخل المجتمعات الافتراضية على شبكة التواصل الاجتماعي نموذجا، رسالة ماجستير، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر3، 2012.

39.محمد بن علي مساوي معشي، اتجاهات عينة من مواطني مدينة مكة المكرمة نحو علم النفس وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية، رسالة مقدمة لنيل ماجستير في علم النفس، تخصص شخصية وعلم نفس اجتماعي، كلية التربية، قسم علم النفس، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2003.

40.محمد فاضل علي، دور شبكة الفيسبوك في تعزيز التوعية الصحية لدى الجمهور، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2017.

41.محمد كشيش، خشان الموسوي، أثر موقع العراق الجغرافي السياسي في مستقبل علاقته مع دول المجال الأسيوي الجديد، رسالة ماجستير في الجغرافية السياسية، قسم الجغرافية، جامعة الكوفة، العراق، 2021.

42.محمد محمود أبو ليل، السياسة الشرعية في تصرفات الرسول صلى الله عليه وسلم المالية والاقتصادية، رسالة دكتوراه في الفقه وأصوله، كلية الدراسات العليا، جامعة الأردن، 2005

43.مزيش مصطفى، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرائية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2008–2009.

44.مسعودان نسمة، كحيط إيمان، اشراك الجامعة الجزائرية في المحيط الاقتصادي (الانتظارات والرهانات)، الملتقى الدولي (الجزء الثاني): الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2018.

45.نضال عبد الله بربخ، اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة، دراسة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الصحافة، الجامعة الإسلامية، عمادة الدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الصحافة والاعلام، غزة، فلسطين، 2015.

46. هدار خالد، الشبكات الاجتماعية واتجاهات الشباب الجزائري نحوي عملية التغير السياسي في الوطن العربي، الشباب الجامعي الجزائري أنموذجا، المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية، 2016 م.

47. وسام طايل البشابشة، دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتوتير)، رسالة ماجستير في الصحافة والاعلام، جامعة البتراء، الأردن، 2013.

ثالثا- المراجع الأجنبية

1. Karen Mossberger ،Caroline J. Tolbert ،Ramona S. McNeal, Digital Politics and Political Engagement", "Oxford University Press.2008, المملكة المتحدة, "

2. Arnett, J. J. (2018). Getting better all the time: Trends in risk behavior among American adolescents since 1990.Archives of Scientific Psychology, 6(1), 87–95. https://doi.org/10.1037/arc0000046

3. Benjamin Page and Robert Shapiro, Public Opinion and Political Socialization, Salt Lake Community College Pressbooks, Chapter 56, 22/07/2024 a 16h45. https://slcc.pressbooks.pub

4. Discontent in Britain, Parliamentary Affairs (2016) 69, 876–900 doi:10.1093/pa/gsv067

5. John Fox. APPLIED REGRESSION ANALYSIS and GENERALIZED LINEAR MODELS.3ed edition, SAGE Publications, Printed in the United States of America, 2016, p 418-421.

6. Klaus Levinsen. Carsten Yndigegn. Political Discussions with Friends and Political Participation. The Sociological Review.volume 63. Issue 2.Europe. dec 2015.

7. Muhammad Zuair khan, Social Media and Political Socialization of Students in Higher Education Institution in Khyber Pakhtunkhwan,Pakistan, xi5lkogretem Online-Elementary Education Online, 2021, vol 20, issue5,p 3664 .

8. PHILIPPE DUGUA Y, RÉSEAUX SOCIAUX ET NOUVEAUX ESPACES DÉMOCRATIQUES : UN EFFET SUR LES ATTITUDES POLITIQUES?, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL, KANADA, AVRIL2019, pp 10-11.

9. Arnett, J. J. (2018). Getting better all the time: Trends in risk behavior among American adolescents since 1990.*Archives of Scientific Psychology, 6*(1), 87–95. https://doi.org/10.1037/arc0000046

10. Philippe A. Duguay L'Internet et les médias sociaux : un effet sur les attitudes des millénariaux canadiens à l'égard de la politique, revue Erudit,Volume 39, Number 2, 2020,

11. https://ab7as.net/topic-of-pros-and-cons-of-social- le 03/09/2022 a 13h45 .

12. Advance Access Publication 23 January 2016.

13. info@mominoun.com ,2013/05/14, الفضاء العام, le 10/10/2023 à 21.00.

14. Will Jennings1,*, Gerry Stoker1,2 and Joe Twyman3, The Dimensions and Impact of Political

15. https://www.univ-eloued.dz/ar/univ_pres/ Le 01/04/2024 a 13 :45

رابعا- المواقع الالكترونية

1. أروى /ايجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع، 25 يناير 2021، le 03/09/2022 a https://ab7as.net/topic-of-pros-and-cons-of-social-13h45.

2. حسين سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الاعلام والاتصال واشكاليتها المعرفية، ملتقى حول مساهمة في الحلقة البحثية بعنوان "البراديغمات العلمية لطلاب الدكتوراة اللبنانية"، 2011، ص 33-34.

3. منظمة حمورابي لحقوق الانسان، حق الانسان في تقرير مصيرها،
hhtp//zzz.hhro.org le 30/04/2024.2024

4. مولود زايد الطبيب، النظرية البنائية الوظيفية، موقع اجتماعي، 07 تشرين الأول 2021، https://ejtema3e.com/ في 2022/10/23م على الساعة 21:00.

الملاحق

الملحق رقم 01: استمارة العمل الميداني

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الاتجاهات السياسية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على مستخدمي الفيسبوك طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي-

المحور الأول: البيانات الشخصية

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-السن: [20-25[☐ [26 -30[☐ [31 -35[☐ [36-40[☐ [41-45[☐

[46-50[☐ [51-55[☐ [56-60[☐ فوق 60 سنة ☐

3-الحالة الاجتماعية : أعزب ☐ متزوج ☐ أرمل ☐ مطلق ☐

4-المستوى: ليسانس ☐ **ماستر** ☐

5-التخصص:

6-السكن: منطقة حضرية ☐ منطقة ريفية ☐

7-الانتماء السياسي: نعم ☐ لا ☐

المحور الثاني: الاستخدامات والإشباعات المحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من طرف أفراد العينة

8-ماهي أكثر شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

الفيسبوك ☐ يوتيوب ☐ أنستجرام توتير ☐ تيك توك ☐

لينكد ☐ أخرى أذكرها.....

09-متى تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

-صباحا ☐ وقت الظهيرة ☐ مساءا ☐ ليلا ☐

وقت ما رغبت بالاستخدام ☐

10-كم من الوقت تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتين ☐ من ساعتين إلى 3 ساعات ☐

أكثر من 4 ساعات ☐

11-أين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي:

في المنزل ☐ في الشارع ☐ في المواصلات ☐ في العمل ☐

في الجامعة ☐ أخرى أذكرها

12-عند ولوجك لشبكات التواصل الاجتماعي هل تستخدم:

اسمك الحقيقي ☐ اسم مستعار ☐

13-ماهي الاشباعات التي تحققها من استخدام مختلف شبكات التواصل الاجتماعي؟

- التواصل المستمر مع معارفك ☐
- القضاء على وقت الفراغ ☐
- التعبير عن آرائك واتجاهاتك بحرية ☐
- الاطلاع على مختلف الأحداث والأخبار لحظة بلحظة ☐
- الاطلاع على المواضيع المختلفة لحظة بلحظة ☐
- أخرى أذكرها.....

14-ماهي أكثر المواضيع التي تتصفحها في شبكات التواصل الاجتماعي:

اجتماعية ☐ اقتصادية ☐ سياسية ☐ ثقافية ☐ دينية ☐ فنية

15-هل تعلق على المنشورات عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

16-في حالة الإجابة بنعم أو أحيانا ماهي أكثر المنشورات التي تعلق عليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي (يمكنك اختيار أكثر من احتمال)؟

- المنشورات الاجتماعية (الزواج، الطلاق، العنف.... ☐
- المنشورات السياسية (الربيع العربي، الحرب الروسية، الوضع السياسي في الجزائر..... ☐
- المنشورات الاقتصادية (غلاء المعيشة، التسوق.... ☐
- المنشورات الدينية (التطرف، التعصب، نشر تعاليم الدين الاسلامي..... ☐
- المنشورات الثقافية (الألبسة، الأكل، الآثار..... ☐

أخرى اذكرها.....

17-هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي لتكوين آرائك اتجاه القضايا والمواضيع السياسية المثارة على الساحة المحلية والعالمية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

18-في حالة الإجابة بنعم أو أحيانا ماهي المواضيع والقضايا السياسية التي تتابعها على الساحة المحلية والوطنية؟ (يمكنك اختيار أكثر من احتمال)

- قضايا ومواضيع متعلقة بالانتخابات ☐
- قضايا ومواضيع متعلقة بالنشاطات الحزبية ☐
- قضايا ومواضيع متعلقة بالقرارات الرئاسية ☐

أخرى أذكرها.....

19-لتكوين آرائك واتجاهاتك اتجاه القضايا والمواضيع السياسية المثارة على الساحة المحلية والوطنية هل تتابع؟

-منشورات وفيديوهات لآراء بعض الأفراد غير المختصين ☐

-صفحة التلفزيون الجزائري الوطنية ☐

-صفحات تلفزيونية خاصة ☐

-صفحات الإذاعة الرسمية الوطنية ☐

-صفحات الإذاعة الجهوية ☐

-منشورات وفيديوهات لمحللين مختصين (خبراء ومختصين جامعيين) ☐

أخرى أذكرها .....

20-هل تشارك عبر صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي بنشر آرائك وموقفك اتجاه القضايا السياسية المحلية والوطنية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

21-إذا كانت الإجابة بنعم أو أحيانا هل المشاركة والنشر عبر صفحتك في شبكات التواصل الاجتماعي يكون عن طريق نشر:

- التعليق على المنشورات المختلفة لأشخاص آخرين ☐
- نشر صورة على صفحتك ☐
- نشر فيديو على صفحتك ☐
- منشورات لشخص آخر أعجبك وقمت بنشره على صفحتك ☐
- أخرى أذكرها.....

22-هل استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

-أثر على آرائك واتجاهاتك اتجاه مختلف القضايا المحلية والوطنية ☐

-مكنك من ابداء آرائك السياسية ☐

-الاهتمام بمختلف الاتجاهات السياسية في الجزائر ☐

-ساعدك على تعديل اتجاهاتك السياسية ☐

-ساعدك على الانتماء لحزب أو اتجاه سياسي معين ☐

-ساعدك على ابداء توجهك السياسي لأحد الأحزاب أو الاتجاهات السياسية ☐

-دعم الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه من خلال مختلف المنشورات حوله ☐

-التعريف بأهداف وأنشطة الحزب أو الاتجاه السياسي الذي تنتمي إليه ☐

-أخرى أذكرها.....

23-هل تعتقد أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الشأن السياسي بالجزائر ساعد على:

- الطلبة الجامعيين في تشكيل ثقافتهم السياسية ☐
- متابعة الطلبة الجامعيين للقضايا والأحداث السياسية ☐
- حثهم على المشاركة السياسية ☐
- نشر الوعي السياسي عند الطلبة الطلبة الجامعيين ☐
- تشكيل الاتجاهات السياسية عند الطلبة الجامعيين ☐

24-هل تجد ان شبكات التواصل الاجتماعي تتناول الأحداث والقضايا والمواضيع السياسية المحلية والوطنية؟

- بكل شفافية ومصداقية ☐
- تنقل الأخبار والأحداث دون التأكد من صحتها ☐
- تنشر أخبار على حساب أخبار وأحداث أخرى ☐

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: رأي أفراد العينة حول تكوين اتجاهاتهم السياسية المختلفة بالجزائر من خلال المنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي

الرقم	بنود الأسئلة	موافق بشدة	موافق	معارض بشدة	معارض	محايد
25	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على فصل الدين عن الدولة					
26	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث أن يكون حكم الوطن بعيدا عن الانتماءات القبلية					
27	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث بأن اللغة العربية هي اللغة الأم للدولة الجزائرية					
28	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي قرار تأييد اللغة الأمازيغية لغة وطنية إلى جانب اللغة العربية					
29	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة المحافظة على قيم الثورة					
30	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي ضرورة تحيين قيم الثورة الجزائرية					
31	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي على أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعمل على دعم الحريات الفردية والحفاظ على حقوق المواطن البدنية والمعنوية					
32	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي حول التشريعات والقوانين في الجزائر التي تشجع الانتاج المحلي والوطني					
33	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن المشاركة السياسية والترشح في الجزائر يقتصر على فئة معينة					
34	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر					

	شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تتصدى لأي اعتداء لإنساني أو قانوني					
35	تؤيد مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تسعى للحفاظ على الثقافة المحلية					
36	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات في الجزائر تعطي لمواطنيها الحق في التعليم المجاني					
37	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن القوانين والتشريعات تعطي لمواطنيها الحق في العلاج المجاني					
38	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن النظام الجزائري يخضع لأحكام الدستور والقانون					
39	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن السلطة في الجزائر تتمتع بديموقراطية واسعة					
40	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تجد أن الشعب الجزائري هو المسؤول عن تقرير مصيره					
41	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحثك على القيام بالتبليغ عن أي عمليات مشبوهة أو تحركات غريبة تمس الأمن واستقرار التراب الوطني					
42	انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تؤيد تعدد الأحزاب في الجزائر					
43	انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تؤيد المساواة والعدالة الاجتماعية بين جميع أفراد الشعب الجزائري					

44	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتز بحزب جبهة التحرير الوطني					
45	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشجعك على أن تعتز بمبادئ أول نوفمبر1954					
46	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن الحفاظ عن حرية واستقلال الوطن يكون بالابتعاد عن الأخبار الكاذبة والترويج لها					
47	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي أن هناك حرية الفكر والمعتقد في الجزائر					
48	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تشجع استغلال اليد العاملة وعدم إعطائها حقوقها					
49	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن حق المواطن في حياة كريمة آمنة مضمونة					
50	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي بأن بعض الأحزاب تعد موالية للسلطة الجزائرية					
51	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تدعم الوسطية السياسية في الجزائر					
52	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر الدين الإسلامي هو مصدر للتشريع					
53	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أن الدين الإسلامي هو الدين الوحيد في الجزائر					
54	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أنه على الدولة دعم حقوق الانسان في الجزائر					

55	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن مبدأ الشورى في اتخاذ القرارات السياسية هو أساس الشأن السياسي في الجزائر					
56	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن الحياة السياسية في الجزائر يجب أن تسير بالعمل الجاد					
57	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على ادماج الشباب في الحياة السياسية في الجزائر					
58	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي ترى أن نهضة البلاد تعتمد على توحيد الرأي وعدم التمييز الطبقي والحزبي والعرقي					
59	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم فكرة أن على الدولة وضع الشخص المناسب في المكان المناسب لضمان التسيير الحسن لجميع مؤسسات الدولة					
60	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم فكرة أن على الدولة تطبق القوانين كما هي					
61	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من القرآن والسنة					
62	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستمد قيمها من مبادئ أول نوفمبر					
63	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الثقافة الإسلامية وتعتبرها كثقافة أولى في الدولة الجزائرية					

64	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الأسرة الجزائرية وترفض المطالبة بتغيير شكلها وحجمها					
65	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تستنكر تدخل الدولة في منع وسائل الاعلام للترويج للإسلام					
66	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي ترفض مبدأ الربا في جميع التعاملات الاقتصادية					
67	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى للحفاظ على ثروات الشعب الجزائري التاريخية والبشرية والطبيعية					
68	انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الفكر الاشتراكي					
69	انت مع الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم الموظفين والعمال					
70	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعو لتقسيم ممتلكات الدولة الجزائرية على الشعب الجزائري بمبدأ العدل وتكافؤ الفرص					
71	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تخدم منطقة معينة من التراب الوطني					
72	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ فكرة أن الشعب الجزائري ذو أصول أمازيغية					

73	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تدعم فكرة تدعيم الأحزاب المعارضة في الجزائر					
74	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تسعى لترسيخ العلمانية في الجزائر					
75	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تحث على مساندة الأحزاب التي ترتكز على الجانب المادي في الحياة					
76	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تعلي من قيمة المرأة في المجتمع وتدعم حريتها					
77	تؤيد الآراء والاتجاهات التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتي تحث على مساندة الأحزاب التي تدعم التطوير والازدهار والتنمية					

الملحق رقم 02: جداول توزيع الأقسام على حسب التخصص في كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الوادي

ملحق-1-

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـدول المسجليـن بالتـــدرج (ج1)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

الشهادة المحضرة : ليسانس ل م د/جذع مشترك حقوق

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى : بكالوريا 2023	60	72			60	72	132
المسجلون الجدد بالسنة الأولى : بكالوريا قبل 2023	95	39			95	39	134
المحولون في السنة الأولى	38	70			38	70	108
المكررون في السنة الأولى للمرة الأولى	18	12			18	12	30
المكررون في السنة الأولى للمرة الثانية	30	11			30	11	41
المنتقلون إلى السنة الثانية	201	212			201	212	413
المكررون في السنة الثانية	30	63			30	63	93
المجموع	472	479	00	00	472	479	951

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي　　مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـــن بالتـــــدرج (ج1)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

الشهادة المحضرة : ليسانس ل م د/جذع مشترك علوم سياسية

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى : بكالوريا 2023	05	04			05	04	09
المسجلون الجدد بالسنة الأولى : بكالوريا قبل 2023	09	03			09	03	12
المحولون في السنة الأولى	00	00			00	00	00
المكررون في السنة الأولى للمرة الأولى	00	00			00	00	00
المكررون في السنة الأولى للمرة الثانية	00	00			00	00	00
المنتقلون إلى السنة الثانية	19	14			19	14	33
المكررون في السنة الثانية	01	00			01	00	01
المجموع	34	21	00	00	34	21	55

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـن بالتـدرج حسـب التخصصـات (ج2)

المؤسسة الجامعية :جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

الشهادة المحضرة : ليسانس ل م د

		الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	التخصص (*)	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المنتقلون إلى السنة الثالثة	قانون خاص	105	124			105	124	229
المكررون في السنة الثالثة	قانون خاص	20	45			20	45	65
المنتقلون إلى السنة الثالثة	قانون عام	131	150			131	150	281
المكررون في السنة الثالثة	قانون عام	27	38			27	38	65
المجمـــــوع		283	357	00	00	283	357	640

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـن بالتـدرج حسـب التخصصـات (ج2)

المؤسسة الجامعية :جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

الشهادة المحضرة : ليسانس ل م د

	التخصص (*)	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
		ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المنتقلون إلى السنة الثالثة	تنظيم سياسي وإداري	05	03			05	03	08
المكررون في السنة الثالثة	تنظيم سياسي وإداري	02	00			02	00	02
المنتقلون إلى السنة الثالثة	علاقات دولية	05	03			05	03	08
المكررون في السنة الثالثة	علاقات دولية	01	00			01	00	01
المجمـــوع		13	06	00	00	13	06	19

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـــن بالتدرج - ماستر -(ج 3)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

ماستر :قانون اداري

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	65	70			65	70	135
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	17	08			17	08	25
المنتقلون إلى السنة االثانية	97	122			97	122	219
المكررون في السنة االثانية	23	20			23	20	43
المجمـــــوع	202	220	00	00	202	220	422

ماستر :قانون اعمال

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	34	61			34	61	95
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	10	08			10	08	18
المنتقلون إلى السنة االثانية	66	80			66	80	146
المكررون في السنة االثانية	08	05			08	05	13
المجمـــــوع	118	154	00	00	118	154	272

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـــن بالتدرج - ماستر -(ج 3)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

ماستر :قانون عقاري

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	17	22			17	22	39
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	09	07			09	07	16
المنتقلون إلى السنة االثانية	37	41			37	41	78
المكررون في السنة االثانية	03	03			03	03	06
المجمـــــوع	66	73	00	00	66	73	139

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـــن بالتدرج - ماستر -(ج 3)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

ماستـر :سياسة عامة

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	05	03			05	03	08
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	07	04			07	04	11
المنتقلون إلى السنة الثانية	26	18			26	18	44
المكررون في السنة االثانية	06	05			06	05	11
المجمـــــوع	44	30	00	00	44	30	74

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي — مديرية التنمية و الإستشراف

جـــدول المسجليـــن بالتدرج - ماستر -(ج 3)

المؤسسة الجامعية : جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الكلية :حقوق وعلوم سياسية

ماستر : الجريمة والامن

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	09	06			09	06	15
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	02	00			02	00	02
المنتقلون إلى السنة االثانية	25	15			25	15	40
المكررون في السنة االثانية	00	00			00	00	00
المجمـــــوع	36	21	00	00	36	21	57

ماستر :قانون قضائي

	الجزائريون		الأجانب		المجـــــــــــموع		
	ذكور	إناث	ذكور	إناث	ذكور	إناث	المجموع
المسجلون الجدد بالسنة الأولى	04	04			04	04	08
المكررون للسنة الأولى للمرة الأولى	03	04			03	04	07
المنتقلون إلى السنة االثانية	10	13			10	13	23
المكررون في السنة االثانية	03	00			03	00	03
المجمـــــوع	20	21	00	00	20	21	41