

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

مذكرة بعنوان:

الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة أولى ماستر علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر
بالوادي

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع إتصال

إشراف الأستاذة:

إعداد الطلبة:

د/ نبار ربيحة

❖ بابنه عبد الباسط

❖ سردوك محمد رضوان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. بوراس فيصل	الاستاذ محاضر —أ—	رئيسا
نبار ربيحة	الاستاذ محاضر —أ—	مشرفا ومقررا
تواتي سومية	الاستاذ محاضر —أ—	مناقشا

السنة الجامعية: 2023 / 2024

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

مذكرة بعنوان:

الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة أولى ماستر علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر
بالوادي

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع إتصال

إشراف الأستاذة:

إعداد الطلبة:

د / نبار ربيحة

❖ بابنه عبد الباسط

❖ سردوك محمد رضوان

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. بوراس فيصل	الاستاذ محاضر —أ—	رئيسا
نبار ربيحة	الاستاذ محاضر —أ—	مشرفا ومقررا
تواتي سومية	الاستاذ محاضر —أ—	مناقشا

السنة الجامعية: 2023 / 2024

الإهداء

إلى روح أبي الطاهرة طيب الله ثراه وأسكنه فسيح جناته
إلى أمي الحبيبة أدامها الله تاجا فوق رؤوسنا وأطال بالبركة عمرها
إلى إخوتي الأعزاء كل باسمه وأزواجهم وأولادهم أدام الله شملنا
إلى رفيقة العمر زوجتي العزيزة
إلى المدللة الصغيرة ابنتي أحسن الله نياتها
إلى من رحب بهم قلبي ولم يسعهم كتابي
أهدي هذا العمل المتواضع

عبد الباسط

الإهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إلى والدتي العزيزة ، أبي رحمة الله عليه ، عائلتي الكريمة ، إخوتي ، الذين كانوا لي السند والدعم في كل مراحل حياتي والذين بفضل دعائهم وتشجيعهم استطعت تحقيق هذا الإنجاز أهدي هذا العمل المتواضع تعبيراً عن حبي وامتناني لهم.

إلى أساتذتي الأفاضل الذين لم ييخلوا بعلمهم ونصحهم وقدموا لي يد العون والإرشاد طوال فترة دراستي، هذا الإهداء هو تعبير عن شكري العميق لهم على توجيهاتهم القيمة.

إلى أصدقائي وزملائي الذين كانوا لي خير رفاق ولهم الفضل في خلق بيئة مليئة بالحماس والتعاون أهديكم هذه المذكرة عرفانا ب صداقتكم ودعمكم المستمر.

إلى كل من كان له أثر إيجابي في حياتي العلمية والعملية أقدم هذا الإهداء امتناناً وشكراً لكل ما قدمتموه لي.

مع أطيب الأمنيات

مُحَمَّدُ رِضْوَانُ

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على سيدنا مُحَمَّد خاتم الأنبياء والمرسلين

نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى:

الأستاذة الفاضلة والمشرقة **ربيحة نبار** نظير توجيهاتها وإرشاداتها ونصائحها ومعلوماتها القيمة.

الشكر موصول للأساتذة الذين رافقونا طوال مشوارنا الدراسي بقسم علم الاجتماع على تزويدهم لنا بالمعارف والإرشادات.

الشكر موصول للطلبة الذين ساعدونا وتعاونوا معنا على إنجاز الجانب الميداني.

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد.

ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للتعرف على الدور الذي يؤديه الفيسبوك في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين، والتي اعتمدت على المنهج الوصفي، وتمثلت أداة جمع البيانات في الاستبيان الذي وزع على عينة الدراسة بطريقة قصدية التي تكونت من 74 طالبا وطالبة من طلاب سنة أولى ماستر علوم اجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي.

كما اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباع لمناقشة فروض الدراسة، وتوصلت الدراسة لجملة من النتائج تمثلت في:

- كشفت نتائج الدراسة حول عادات ودوافع استخدام الفيسبوك من طرف الطلبة عينة الدراسة أنهم يستخدمون الفيسبوك لمتابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي عام تجاهها، كما أن استخدامهم للفيسبوك طبيعي لارتباطهم الدراسية.

- يعتبر الطلبة الفيسبوك فضاءا وبيئة فعالة لمناقشة القضايا الاجتماعية وإيجاد الحلول للمشكلات الاجتماعية

- ينمي الفيسبوك لدى الطلبة الوعي بقضايا الرأي العام المصرية كالقضية الفلسطينية.

الكلمات المفتاحية: الفيسبوك ، الرأي العام ، الطالب الجامعي .

Abstract

The importance this study came after facebook became an individual's lives, to follow and interact with events, The current study seeks to identify the role that facebook plays in shaping public opinion among university students, it relied on the descriptive approach, and the data collection tool was distributed to the study sample in an intentional manner which consisted of 60 male and female students of the first year of the master of social sciences at the university of martyr hamalakh dareloued.

The study also relied on the uses and gratifications theory to discuss the study hypotheses, the study reached a number of results ;

- The results of the study revealed the habits and motives for using facebook by the students in the study sample they use facebook to follow up on public opinion issues and form public opinion regarding them, and their use of facebook is normal for their academic engagements.
- Students consider facebook an effective space and environment to discuss social issues and find solutions to social problems.
- Facebook develops students' awareness of crucial public opinion issues, such as the palestinian issue.

Key word: s facebook – public opinion – university students,

I.....	
III.....	شكر وعرفان
IV.....	ملخص الدراسة
VI.....	فهرس المحتويات
VIII.....	فهرس الجداول
أ.....	مقدمة

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

17.....	تمهيد
18.....	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
18.....	تحديد مفاهيم الدراسة
18.....	أولاً: الفيسبوك
18.....	ثانياً: مفهوم الدور
19.....	ثالثاً: الرأي العام
19.....	رابعاً: مفهوم الطالب الجامعي
21.....	المبحث الثاني: علاقة الفيسبوك بتشكيل الرأي العام
22.....	المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية
22.....	الدراسات السابقة
24.....	المقاربة النظرية للدراسة
28.....	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

30.....	تمهيد
31.....	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
31.....	أولاً: الطريقة
32.....	ثانياً: أدوات جمع البيانات

33.....	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
33.....	أولاً: النتائج
47.....	ثانياً: المناقشة
53.....	خلاصة الفصل الثاني
54.....	الخاتمة
56.....	قائمة المراجع
58.....	الملاحق

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	33
02	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	34
03	يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص	34
04	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول بداية استخدام الفيسبوك	35
05	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الوقت المفضل يومياً في تصفح الفيسبوك	35
06	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الوسيلة المفضلة لتصفح الفيسبوك	36
07	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول عدد الأصدقاء على الفيسبوك	36
08	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالعزلة لعدم تصفح الفيسبوك	37
09	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك	37
10	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مجالات التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك	38
11	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول كيفية التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك	38
12	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك	39
13	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ	39
14	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك للدردشة مع الأصدقاء	40
15	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة	40
16	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم للأخبار حول القضايا المختلفة من خلال الفيسبوك	41
17	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم لقضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك	41
18	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول سعيهم للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك	42
19	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الأنشطة التي يقومون بها على الفيسبوك	42
20	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام لديهم نحو مختلف القضايا	43
21	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول رأيهم بالفيسبوك كوسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام	43
22	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول إتاحة الفيسبوك الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين	44
23	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم لقضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك	44
24	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول نوع قضايا الرأي العام التي يتابعونها على الفيسبوك	45
25	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شكل متابعتهم لقضايا الرأي العام على الفيسبوك	45
26	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول ما إذا كان الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام	46
27	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك كسبب لتبني الرأي العام	46
28	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول إحاطة الفيسبوك لهم بالمعلومات حول قضايا معينة	47

مقدمة

1- توطئة:

يشهد العالم المعاصر تغيرات متسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات مما جعل العالم قرية كونية ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثير مباشر في مختلف مجالات الحياة الثقافية ، الاقتصادية ، الفكرية ، الاجتماعية ، والسياسية على الأفراد والمؤسسات المكونة للمجتمعات ، ما دفعها لقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

وتعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحلياً والتي نجحت إلى حد كبير في فتح فرص جديدة أمام الأفراد للتفاعل ونقل أفكارهم والمعلومات من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تنتهي عند حدود الشاشة.

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي المعروفة حالياً على الانترنت موقع فيسبوك الذي ظهر إلى الوجود في سنة 2004 ، والذي يعتبر أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً بين أفراد المجتمع بكل شرائحه نظراً للطابع الاجتماعي والخصائص التي تميزه كالتفاعلية والانتشارية وسهولة الاستخدام والمشاركة في الدردشات والتعليق على المواضيع المطروحة في فضائه العام، مما كان له تأثيرات عديدة في حياة أفراد المجتمع، فقد عمل على تقريب المسافات وإلغاء الحدود الجغرافية والزمانية بين المجتمعات والثقافات، كما كان له الأثر الكبير في انتشار العلم والقضاء على الجهل والأمية، بالرغم من بعض أثاره السلبية كتبديد الوقت والتأثيرات الصحية ...

وقد أدى تزايد عدد المشتركين في موقع فيسبوك لاسيما فئة الشباب إلى تزايد تأثيره ودوره في المجتمع والتحولات الجارية، وزيادة مستوى منافسته لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيل الرأي العام حول العديد من القضايا السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية، فقد استطاع الفيسبوك متابعة وتقصي الأحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية مقارنة بالإذاعة والتلفزيون وغيرها من الوسائل.

وتعد شريحة الطلبة الجامعيين أحد مكونات المجتمع التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك الذي وفر ما يعرف بالسياسة الافتراضية التي تمثلت في زيادة ظاهرة المدونات الشخصية والتي مكنت طلبة الجامعات كغيرهم من فئات المجتمع من التعبير عن آرائهم ومطالبهم ومحاوله الحصول على حقوقهم.

2- طرح الإشكالية:

ومن هنا جاء تساؤلنا الرئيسي في هذه الدراسة كالتالي :

- ما دور الفيسبوك في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي ؟

وقد نتج عن هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية :

- ماهي عادات وأنماط استخدام الفيسبوك من طرف الطالب الجامعي ؟
- ماهي الدوافع والحاجات وراء استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك ؟
- هل يغير الفيسبوك الرأي العام لدى الطالب الجامعي ؟

3- فرضيات البحث:

وللإجابة على تساؤلات الدراسة فإننا نضع الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية:

✓ للفيسبوك دور أساسي في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

الفرضيات الجزئية:

- ✓ للطالب الجامعي عادات وأنماط في استخدام الفيسبوك.
- ✓ للطالب الجامعي دوافع وحاجات لاستخدام الفيسبوك.
- ✓ يمكن للفيسبوك تحقيق التغيير في الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

4- مبررات اختيار الموضوع :

تتلخص أهم الأسباب والدوافع لاختيار هذا الموضوع في الآتي :

الأسباب الذاتية :

- الشعور بوجود مشكلة بحثية بين متغيرات الدراسة يدفعنا للخوض في تفاصيلها.
- الرغبة في معرفة مدى تأثير الفيسبوك في الرأي العام لدى الطالب الجامعي.
- الرغبة والميل إلى معرفة الدور الذي يؤديه الفيسبوك في حياة الطلبة الجامعيين.

الأسباب الموضوعية :

- قابلية الموضوع للدراسة النظرية والتطبيقية بدليل وجود دراسات سابقة.
- تزايد الاهتمام بدراسة تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي ومنها موقع فيسبوك على الفرد والمجتمع والرأي العام بصفة خاصة.
- التدريب على منهجية البحث العلمي للوصول إلى نتائج موضوعية وتقديم إضافة جديدة يستفاد منها.

5- أهداف البحث وأهميته:

أ- أهداف البحث :

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الفيسبوك من طرف الطالب الجامعي.
- التعرف على الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك.
- التعرف على قدرة الفيسبوك في تغيير الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

ب- أهمية البحث :

تكمن أهمية هذا الموضوع في أنه يتناول دور موقع فيسبوك في تشكل الرأي العام، لما أصبح لهذا الموقع من تأثيرات عميقة في أوساط شرائح المجتمع المختلفة والطلبة الجامعيين بصفة خاصة، وكذا الدور الذي بات يؤديه في توجيه الرأي العام نحو القضايا لخدمة جهة معينة، كما أنه يعد أحد نتائج ثورة تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الحديثة أو الإعلام الجديد.

6- حدود البحث:

تعتبر حدود الدراسة خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة، ذلك أنها تساعد على تحقيق المعارف النظرية في الميدان، وتمثل مجالات دراستنا في ثلاث حدود أساسية هي:

المجال المكاني:

وتتمثل في جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ممثلة في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية وبالتحديد قسم العلوم الاجتماعية.

المجال البشري:

وتتمثل في طلبة الطور : أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية جميع التخصصات الذين يستخدمون الفيسبوك من كلا الجنسين وفئات عمرية متباينة وكذا تخصصات مختلفة والذين بلغ عددهم 148 طالب موزعين كالاتي :

التخصص	عدد الطلبة
علم اجتماع تنظيم وعمل	94
علم اجتماع اتصال	25
علم اجتماع التربية	29
المجموع	148

المجال الزمني:

امتدت الحدود الزمانية لإنجاز هذه الدراسة مابين شهر ديسمبر 2023 وشهر أبريل 2024، حيث تم إنجاز الجانب النظري وجمع المعطيات من بداية شهر فيفري إلى شهر مارس 2024، ثم تطرقنا إلى الجانب الميداني من خلال تحديد مجتمع وعينة الدراسة ثم بناء استمارة الاستبيان وتحكيمها، لتأتي بعدها مرحلة توزيع استمارة الاستبيان على المبحوثين بين شهر مارس وأفريل 2024، وأخيرا معالجة البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج.

7- منهج البحث:

اعتمدت الدراسة الحالية والتي هي بعنوان: "الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي" على المنهج الوصفي لأنه الأنسب لموضوع الدراسة.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه : يعمل على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره. (ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2000، صفحة 43) ويرجع استخدام المنهج الوصفي في الدراسة الحالية بغية التعرف على الدور الذي يؤديه الفيسبوك في عملية تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي ومدى إسهامه في تبني الطالب الجامعي للآراء الجديدة والتغيير في الحالية منها.

8- صعوبات البحث:

- إعادة بناء وترتيب أسئلة الاستبيان أكثر من 03 مرات مما استنفد منا الوقت الكثير.
- تأخر بعض أفراد العينة في إعادة استمارات الاستبيان أو إعادتها فارغة.

9- هيكلية البحث:

تأتي هذه الدراسة للكشف عن دور الفيسبوك في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي وقد قسمت إلى فصلين :

الفصل الأول : ضم الإطار العام وهو عبارة عن الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم الفيسبوك والرأي العام، و في المبحث الثاني إلى علاقة الفيسبوك بتشكيل الرأي العام، وفي المبحث الثالث تم التطرق إلى الدراسات السابقة والمقاربة النظرية .

الفصل الثاني : احتوى على الجانب التطبيقي للدراسة تم في المبحث الأول تناول فيه الطريقة والأدوات، أما المبحث الثاني فتناول فيه نتائج الدراسة والمناقشة .

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

تمهيد :

سنتطرق خلال هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية للدراسة التي هي بعنوان: الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي بما فيها تحديد المفاهيم الأساسية والتعريفات الإجرائية ، كما تم توضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة والنظرية المفسرة لها وأخيرا الدراسات السابقة .

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من المنطلقات الأساسية في البحث، حيث يساعد الباحث على إزالة الغموض واللبس عن المصطلحات التي سوف يتناولها في دراسته، حيث يقوم بتحديد المعاني التي تخدم أهداف بحثه، حيث قمنا بتفكيك عنوان دراستنا إلى عدة مصطلحات والتي سوف نقوم بضبط معانيها كالآتي :

أولا : الفيسبوك

اصطلاحا : يعرف قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications الفيسبوك على أنه: موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles ، وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص...° (Maroeldamos : dictionary of media and communications ME shirpes new york ,2009,p117).

ويعرف أيضا على أنه أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط face book وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية.

إجرائيا :

ويقصد بالفيسبوك في هذه الدراسة : هو ذلك الموقع الاجتماعي الموجود على شبكة الأنترنت، والذي يلقي قبولا وتحابوا كبيرا بين المستخدمين وخاصة الطلبة الجامعيين، حيث أصبح لهذا الموقع دور أساسي في تشكيل الرأي العام لديهم.

ثانيا: الدور

لغة : هو وظيفة أو مكانة الانسان أو الفرد في موقف ما، أي أنه الجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها أو يفرضها المركز.(خيضر شعبان، 1422 هـ، صفحة 93)

اصطلاحا: هو رباط اجتماعي يحدد توقعات والتزامات تقتزن مع المواقع الاجتماعية فهو ناتج عن عمليات التفاعل التي يبلورها الأفراد.(معين خليل معمر، 2006، صفحة 362)

كما يعرف بأنه : مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي.

كما عرفه سنفور : بأنه تصور سلوك يرتبط بشخص معين وبصفة من صفاته الشخصية، لأنه تعبير عن حاجات الشخص، وعرف الدور بأنه مجموعة القيم والمعايير التي تحدد السلوك المنتظر من شخص معين استنادا إلى سماته الشخصية. (خليل عبد الرحمان المعايطة، 2010، صفحة 183)

إجرائيا : هو مجموعة المهام والمسؤوليات التي يضطلع بها الفيسبوك في سياق تشكل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين.

ثالثا: الرأي العام

لغة: الرأي هو : الاعتقاد ، الرأي : العقل ، الرأي : التدبير ، الرأي : النظر و التأمل. (http, www.almaany.com, 2024)

اصطلاحا: الرأي العام هو : مجموعة الآراء التي يعبر عنها أفراد الجماعة إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إليهم، تعبيرا مؤيدا أو معارضا لحالة محددة أو شخص معين أو اقتراح خاص ... وكذلك هو محصلة آراء أفراد الجماعة ويمثل صورة من صور السلوك الجماعي تمخضت عن تفاعل وأخذ وعطاء بين أفراد الجماعة وبين الجماعة والجماعات الأخرى. (كشك، 1998، صفحة 21)

ويعرف أحمد أبو زيد الرأي العام على أنه: وجهة نظر أغلب الجماعة التي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر وذلك في وقت معين وإزاء مسألة تعني الجماعة تدور حولها المناقشة صراحة أو ضمنا في إطار هذه الجماعة. (مُجد منير حجاب، 2000، صفحة 200)

ولقد عرف "جون ستيوارت ميل" الرأي العام بأنه ما يريده المجتمع أو الجزء السائد. (أحمد بدر، 1998، صفحة 36)

التعريف الإجرائي للرأي العام :

هو عبارة عن قضية أو فكرة مطروحة أمام الناس، أو هو ما يتفق عليه مجموعة معينة من الأفراد حول موضوع معين أو قضية ما تكون محل نقاش واهتمام وتحمل وجهات نظر متباينة أو مختلفة.

ونقصد بالرأي العام في هذه الدراسة : النقاشات التي يعقدها الطلبة الجامعيين على موقع فيسبوك حول القضايا المختلفة والتي تكون محل اهتمامهم لاتخاذ موقف معين حيالها.

رابعا: الطالب الجامعي

لغة :من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.

اصطلاحاً : هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين مثل : المدرسة أو الجامعة أو الكلية أو المعهد أو المركز، وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعاً للشهادة التي حصل عليها.(قارة، ماي 2017، صفحة 30)

التعريف الإجرائي للطالب الجامعي :

هو الذي يلتحق بالجامعة بعد الحصول على شهادة البكالوريا بحيث أتاحت له الفرصة لمتابعة دراسته بمرحلة التعليم العالي ليوجه إلى كلية وشعبة وقسم معين .

ونقصد بالطالب الجامعي في هذه الدراسة : طلبة جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي كلية العلوم الاجتماعية والانسانية قسم العلوم الاجتماعية مستوى أولى ماستر علم الاجتماع الذين يستخدمون الفيسبوك من كلا الجنسين وفئات عمرية متباينة وكذا تخصصات مختلفة.

المبحث الثاني : علاقة الفيسبوك بتشكيل الرأي العام

يعتبر الفيسبوك الفضاء الحر الذي يلتقي فيه مستخدمو هذا الموقع والذي أصبح يرتادونه بأعداد هائلة يوميا، وذلك لسهولة الاستخدام وتبادل الآراء من خلاله، وتنوع البرامج التي يقدمها والقضايا المطروحة على منصاته، ولم يعد يقتصر دور الفيسبوك على إجراء الأبحاث وتبادل المعلومات بين مراكز البحث كما كان الشأن في بداية ظهوره بل تعداه إلى العملية التواصلية وعقد النقاشات حول المستجدات التي تطرأ على كافة الأصعدة وفي مختلف المجالات، وقد بدأت الكثير من المؤسسات في توظيف هذا الموقع في عملية الاتصال والتفاعل مع الأفراد من أجل معرفة آراءهم واتجاهاتهم وردود أفعالهم وقياس الرأي العام السائد بينهم،

ويتجلى دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام من خلال ما يتيح للأفراد من حرية في قبول المعلومة أو رفضها وتبادل الآراء بشأنها فور تلقيها على الموقع من خلال سرعة انتشارها بين المستخدمين .

وعليه تبين للطالبين أن موقع الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تسهم في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين حيث يمكنهم الدخول إليه واستخدامه في أي وقت لتبادل الآراء والأفكار وتكوين رأي عام حول مختلف القضايا والمشكلات التي تثير اهتمامهم والوصول إلى حلول لها وتعزيز الإيجابية منها

المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية

الدراسات السابقة :

• الدراسة الأولى:

إسماعيل بن حمه : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام المحلي لانتخابات 2019/12/12 - جامعة محمد بوضياف - المسيلة - 2020 مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال وعلاقات عامة .

تمحورت اشكالية هذه الدراسة حول دور شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك في الانتخابات الرئاسية 2019 ومدى قدرة الفيس بوك على مقارعة باقي وسائل الإعلام الأخرى في كسب أصوات الناخبين وهذا من خلال الأسئلة الفرعية والتي كان من أهمها :

- أين تكمن نجاعة استخدام الفيس بوك ضمن الانتخابات الرئاسية 2019 ؟
- كيف يؤثر الفيس بوك على استمالة آراء الناخبين ؟

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي ضمن الدراسات الوصفية، من خلال أدوات جمع البيانات تمثلت في الاستمارة ، المقابلة ، والملاحظة.، والتي أجريت على عينة قصدية مكونة من 30 مفردة من المواطنين من ولاية برج بوعرييج .

وقد توصل الباحث في هذه الدراسة إلى أن الدور الذي يلعبه الفيس بوك هو دور إعلامي محض

بنسبة بلغت 70٪، كما أن تأثير الإعلام الجديد من خلال الفيس بوك في استمالة الناخبين تأثير كبير

بلغت نسبته 90٪، بالإضافة إلى أن الفيس بوك وسيلة ناجعة لشرح البرامج الانتخابية وهذا ما تعلله

النتيجة المتوصل إليها 96.33٪.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة :

-من حيث المنهج فقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي التي تندرج ضمن بحوث قياس الرأي العام، في حين أن دراستنا الحالية اعتمدت على المنهج الوصفي من خلال التعرف على الدور الذي يؤديه الفيسبوك في عملية تشكل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين، وكيفية تبني الطالب الجامعي للآراء والأفكار. إلا أنها تتشابه في انضواء كل منهما تحت الدراسات والبحوث الوصفية.

- من حيث مجتمع البحث وعينة الدراسة فإن هذه الدراسة أجريت على مجموعة من المواطنين من ولاية برج بوعرييج بخصائص مختلفة وباستخدام عينة قصدية من 30 مفردة، في حين أن دراستنا فقد أجريت على طلبة أولى ماستر علوم اجتماعية بجامعة الوادي وباستخدام عينة قصدية من 74 مفردة، إلا أنها تتشابه كل منهما في الهدف من الدراسة وهو التعرف على علاقة الفايسبوك بتشكيل الرأي العام.

● الدراسة الثانية :

بن أمهاني مراد : دور الفيسبوك في تشكيل الرأي العام حول الحراك الشعبي بالجزائر 2019 - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر لقسم علوم الإعلام والاتصال - بالمسيلة - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص : اتصال وعلاقات عامة - 2019 -

تناولت هذه الدراسة مدى دور منصة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تشكيل الرأي العام لدى الطالب الجامعي الجزائري حول ما يتعلق بالحراك الشعبي 2019 من خلال الاشكالية التالية :

ما هو الدور الذي يلعبه الفيسبوك في تشكيل الرأي العام لدى طلبة جامعة المسيلة حول الحراك

الشعبي 2019 في الجزائر؟

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي من خلال عينة قصدية من طلبة الماستر لقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة قوامها 70 مفردة ، وقد خلصت الدراسة إلى أن أغلب المبحوثين من الطلبة يستخدمون بصفة منتظمة منصة الفيسبوك من خلال هواتفهم الذكية بنسبة 88.06 % ، وكان أهم دافع لاستخدام الطلبة للفيسبوك هو الحصول والاطلاع على أحدث الأخبار والمستجدات ، كما كانت المناقشات على الفيسبوك دور كبير في تشكيل بعض الآراء

حول ما يتم تداوله من قضايا في الفيسبوك الذي عزز من قناعاتهم من متعلقات الحراك الشعبي 2019 .

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة :

-من حيث المنهج لا يوجد اختلاف بين الدراستين، فقد اعتمدت كل من هذه الدراسة ودراستنا الحالية على المنهج الوصفي ، . إلا أنها تتشابه كل منهما في متغيرات الدراسة.

- من حيث مجتمع البحث وعينة الدراسة لا يوجد اختلاف بين الدراستين فكل منهما أجريت على عينة قصدية من الطلبة الجامعيين، إلا أن الاختلاف كان في عدد مفردات العينة .

الدراسة الثالثة :

أسامة غازي المدني : دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية - جامعة أم القرى نموذجاً - 2015/06/08 .

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول طبيعة الدور الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، وقد اعتمدت في تحليلها على مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يقوم على فكرة أساسية هي : أن الجمهور يختار وسيلة إعلامية معينة أو رسالة إعلامية معينة لإشباع حاجة أو حاجات معينة لديه .

واستخدم في هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي على عينة من طلاب جامعة أم القرى بالسعودية اختيرت بطريقة عشوائية شملت 200 مفردة من خلال أدوات جمع البيانات تمثلت في استمارة الاستبيان ومقياس تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها :

أن نسبة 41.86 % من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 55.23 % من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى متوسط في تشكيل الرأي العام، وأن نسبة 02.91 % من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لديهم مستوى منخفض في تشكيل الرأي العام.

وكشفت الدراسة أيضاً عن 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 الدراسة الحالية والدراسة السابقة :

- من حيث المنهج لا يوجد اختلاف بين الدراستين، فقد اعتمدت كل من هذه الدراسة ودراستنا الحالية على المنهج الوصفي ، . إلا أنها تتشابه كل منهما في متغيرات الدراسة.

- من حيث مجتمع البحث وعينة الدراسة فإن هذه الدراسة ودراستنا الحالية تتشابهان في مجتمع البحث أي الطلبة الجامعيين، إلا أنه تختلف في عينة البحث فهذه الدراسة اعتمدت على عينة عشوائية مكونة من 200 مفردة، في حين شملت دراستنا 74 مفردة.

المقاربة النظرية للدراسة :

نظرية الاستخدامات والإشباع:

النشأة :

أطلق بعض الباحثين على هذه النظرية بنظرية المنفعة وطبقا لهذه النظرية فإننا نتعرض ونذكر ونتذكر الرسائل السارة لنا والتي تساعدنا في إشباع احتياجاتنا أو نتوقع منها أن تشبع الحاجات إن اهتمام نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة ، حيث كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير في هذه النظرية على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، افترضت نظرية الاشباع بأن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديهم ، حيث أنه هو من يحدد نوع المضمون الإعلامي الذي يرغبه وأن دور وسائل الإعلام لا يتعدى تلبية الحاجات فقط.

وقسم الدليمي الإشباعات إلى نوعين وهما :

أ – **الإشباعات المطلوبة** : والمقصود بها تلك الاشباعات التي يسعى أفراد الجمهور في البحث عنها بهدف الحصول عليها وتحقيقها من خلال الاستخدام المستمر لوسائل الاتصال الجماهيري.

ب- **الإشباعات المتحققة** : وهي تلك الاشباعات التي يكتسبها الأفراد ، ويحصلون عليها، وتحقق لهم بالفعل من خلال استخدامهم لوسائل الاتصال الجماهيري .

وتم التركيز على مجموعة الفروض الأساسية لدخل الاستخدامات والإشباعات :

1 – أن يقوم أفراد الجمهور باختيار المادة الإعلامية التي يرون أنها تشبع احتياجاتهم.

2 – يستطيع أفراد الجمهور تحديد احتياجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل والرسائل

الإعلامية.

- 3 - مكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في مجتمع ما من خلال التعرف على استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.
 - 4 - يشارك أعضاء الجمهور في عملية الاتصال الجماهيري بفعالية ، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي واقعهم.
 - 5 - يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية و التفاعل الاجتماعي وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
 - 6 - تنافس وسائل الإعلام مع وسائل أخرى لإشباع حاجات الأفراد مثل قنوات الاتصال المباشر كالأندية أو السينما فالجمهور يكمل احتياجاته التي لا تشبعها وسائل الإعلام الجماهيرية.(عبد الحميد عدلي مرزوق، 2000، صفحة 222)
- في حين كانت الأهداف الرئيسية لمنظور الاستخدامات و الاشباعات وهي :
- 1 - السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
 - 2 - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
 - 3 - التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.(عبد الحميد عدلي مرزوق، 2000، صفحة 126)

استفادة الدراسة الحالية من النظرية :

يتم الاستفادة من نظرية الاستخدامات والإشباعات من أجل معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول موقع الفيسبوك من خلال نوعية المحتوى الذي يختارونه من أجل التعرض له على مستوى موقع الفيسبوك وهذا ما تشير إليه النظرية انطلاقاً من الفكرة أن الجمهور هو من يختار الوسيلة التي يتعرض لها.

كما يستفاد من فروض وأهداف نظرية الاستخدامات و الإشباعات في معرفة دوافع وحاجات استخدام طلبة أولى ماستر علوم اجتماعية للفيسبوك في تشكيل الرأي العام والإشباعات المحققة من ذلك، وبما أن طلبة سنة أولى ماستر علوم اجتماعية سيقومون باختيار التعرض للفيسبوك بهدف تشكيل رأي عام أي يختارونه بما يناسب

اهتماماتهم وهذا يدل على إيجابية الجمهور حيث ركزت النظرية على هذه الميزة وتم وصف الطلبة الجامعيين بالجمهور النشط.

خلاصة الفصل الأول:

تطرقنا خلال هذا الفصل إلى الإشكالية وأهمية وأهداف الدراسة، وكذا تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة التي تمثلت في الفيسبوك وهو أحد مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال أدوات تقنية تفاعلية، وكذا مفهوم الدور الذي يعبر عن مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي، ثم تعرفنا على مفهوم الرأي العام وهو وجهة نظر أغلب الجماعة التي لا يفوقه أو يحجبه رأي آخر، كما تم التطرق لمفهوم الطالب الجامعي ، كما تم صياغة تعاريف إجرائية لكل مفهوم من متغيرات الدراسة ، كما تم توضيح العلاقة بين المتغيرات حيث تبين أن الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي تسهم في تشكل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين إضافة إلى توضيح أهم النظريات المعتمدة في الدراسة الحالية وتمثلت في نظرية الاستخدامات والإشباع كما تم تناول دراسات سابقة لها علاقة بمتغيرات الدراسة الحالية ، وبهذا يعتبر هذا الفصل نقطة انطلاق توضح للطلّاب المعالم المنهجية الأساسية التي تسهل عليهما إتمام دراستهما الحالية وفق قواعد المنهج العلمي وذلك بغية التحقق من فروض الدراسة والوصول إلى نتائج صادقة ودقيقة .

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد :

يعد الجانب الميداني خطوة هامة من خطوات البحث العلمي، فبعد تناول الجانب النظري الذي تم فيه تحديد مشكلة الدراسة وفروضها وأهميتها والهدف منها، وكذا تحديد مفاهيمها ومتغيراتها، إلا أنه لا يمكن الوصول إلى نتائج واقعية عن موضوع الدراسة إلا إذا تم النزول للميدان للحصول على معطيات حقيقية يمكن من خلالها اختبار فروض الدراسة والتحقق منها.

وعليه سنتناول في هذا الفصل:

المبحث الأول: يتضمن الطريقة والتي تتمثل في مجتمع وعينة الدراسة وتحديد المتغيرات وطرق قياسها

ثانيا أدوات جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة.

المبحث الثاني: يتضمن النتائج والمناقشة يتم فيها عرض النتائج والوسائل التوضيحية المستخدمة (الجدول والأشكال)، أما في المناقشة يتم عرض تحليل وتفسير المعطيات وربط النتائج بالفرضيات والتوصل إلى الاستنتاجات والحلول والتوصيات.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

أولاً: الطريقة

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

المجتمع هو عبارة عن جميع وحدات المعاينة التي نقوم بدراستها أي هو جميع وحدات المعاينة التي نريد الاستدلال على خواصه عن طريق العينة

ولقد حددنا مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية جميع التخصصات الذين يستخدمون الفيسبوك من كلا الجنسين بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي وبالتحديد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والبالغ عددهم 148 طالب.

ولقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية لأنه لا بد أن يتوفر في العينة شرط استخدام الفيسبوك وقد شملت الدراسة الحالية على 74 طالب أي ما يمثل 50 بالمئة من المجتمع الأصلي البالغ عددهم 148 طالب وفق المعادلة الآتية:

$$74 = 100 \div 50 \times 148$$

تحديد متغيرات الدراسة وطرق قياسها:

من العناصر المنهجية التي يجب على الباحث فهمها، يأتي المتغير البحثي الذي هو خاصية مقاسة أو عشوائية تختلف باختلاف العناصر وهو الظاهرة أو الحالة التي تأخذ عدة قيم مختلفة ويعرف المتغير البحثي بأنه مفهوم تطبيقي له أكثر من قيمة واحدة أو قيمتين فأكثر، وتبعاً لهذا التعريف تتعدد أنواع المتغيرات التي تستخدم في بناء العلاقات الرضية وصياغة التعميمات. (سعد سلمان المشهدي، 2019)

والمتغيرات في البحث العلمي لا تخرج عن كونها نوعان:

المتغير المستقل: وهو المتغير المراد أن نتعرف على أثره ويقال عنه السبب أو العوامل المؤثرة.

المتغير التابع: وهو الذي نريد أن نعرف مقدار التأثير عليه ويقال عنه النتيجة أو العوامل المتأثرة. (سعد سلمان المشهدي، 2019)

والمتغير المستقل في دراستنا الحالية هو : الفيسبوك .

أما المتغير التابع فهو: الرأي العام.

ثانيا :أدوات جمع البيانات :

للقيام بأي بحث علمي يجب على القائم بالبحث استعمال وسائل معينة تمكنه من الوصول إلى المعلومات اللازمة التي تساعده على معرفة واقع وميدان الدراسة، وهذه الدراسة التي هي بعنوان: ”الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي“ تم الاعتماد فيها على أداة وهي:

الاستبيان: وهو أحد الأدوات الأساسية التي تستخدم في جمع بيانات أولية أو أساسية أو مباشرة من العينة المختارة أو من جميع مفردات مجتمع البحث، عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة مقدما، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة، أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة، وتختلف الاستبيانات من حيث الحجم، والشكل، والمضمون، والهدف...، ومنها ما هو مكتوب، ومنها ما يوزع بالبريد الإلكتروني أو تنشر في الصحف والمجلات أو تعرض على شاشة التلفاز أو تذاع في الإذاعة. (محمد منير حجاب، 1997، صفحة 64)

ويعرف بأنه: عبارة عن قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة وترسل لعدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث. (مروان عبد المجيدي إبراهيم، 2006، صفحة 38)

واشتمل الاستبيان الذي تم تطبيقه على عينة من طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية بتخصصاته الثلاث، وذلك لمعرفة دور الفيسبوك في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي على 3 محاور أساسية كانت كالآتي:

المحور الأول: حول عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك وأهم ما جاء فيه: (التعرف على بداية استخدام الفيسبوك من طرف طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية والوقت الذي يقضونه في تصفح الفيسبوك والوسيلة المفضلة لديهم لتصفح الفيسبوك).

المحور الثاني: وأهم ما جاء فيه: (التعرف على الدوافع والحاجات التي تدفع طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية لتصفح الفيسبوك، وهل لقضايا الرأي العام نصيب من هذا التصفح، والأنشطة التي يقومون بها على الفيسبوك).

المحور الثالث: وأهم ما جاء فيه: (التعرف على دور الفيسبوك في اهتمام طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية بقضايا الرأي العام ومدى إسهامه في تشكل الرأي العام لديهم حول القضايا المختلفة).

صدق الاستبيان :

وتم التحقق من الصدق الظاهري لاستمارة الاستبيان من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في المجالات التي ترتبط بموضوع الدراسة، في مجال الاتصال والتربية وعلم الاجتماع، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة :

تستخدم الطريقة الإحصائية لتفسير النتائج والبيانات الكمية، فالإحصاء طريقة لأخذ حساب دقيق للخطأ العشوائي الموجود بالملاحظات والمقاييس. (مُجد الصاوي، مُجد مبارك، 1992، صفحة 33)

وقد تعتمد الدراسة الحالية على طريقة النسب المئوية والتكرارات حيث يتم الحصول عليها عن طريق:

عدد التكرارات $\times 100$

= النسبة المئوية

عدد أفراد العينة

المبحث الثاني: النتائج والمناقشة

أولاً: النتائج

البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية. %
ذكر	13	17.56
أنثى	61	82.43
المجموع	74	%100

يتضح من الجدول رقم (01) أن عينة الدراسة غير متساوية بين الجنسين حيث تكونت من 74 طالب وطالبة من قسم العلوم الاجتماعية بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي مقسمين على: 13 ذكور بنسبة (17.56%) و 61 إناث بنسبة (82.43%)، ويرجع ارتفاع نسبة الإناث على الذكور لأن فئة الإناث تفضل دراسة التخصصات

الأدبية كتخصص العلوم الاجتماعية مقارنة بتفضيل الذكور التخصصات العلمية، وكذلك نسبة النجاح في البكالوريا عند الإناث أكثر من الذكور .

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة المئوية. %
من 20 إلى 24 سنة	64	86.48
من 25 إلى 29 سنة	01	01.35
من 30 إلى 34 سنة	07	09.45
من 35 سنة فأكثر	02	02.70
المجموع	74	%100

من خلال الجدول رقم (02) نجد أن الفئة العمرية من 20 إلى 24 سنة من طلبة أولى ماستر علوم اجتماعية هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة حيث تمثل (86.48%) بعدد يقدر بـ: (64) طالب، تليها فئة من 30 إلى 34 سنة حيث يقدر عددهم بـ: (07) طلبة بنسبة (09.45%)، ثم فئة أكثر من 35 سنة بعدد يقدر بـ: (02) طلبة بنسبة (02.70%) تليها فئة من 25 إلى 29 سنة حيث يقدر عددهم بـ: (01) طالب بنسبة (01.35%)، ويرجع ارتفاع نسبة الفئة العمرية من [20 إلى 24 سنة] لأنه العمر المناسب لهذه المرحلة الدراسية.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية. %
علم اجتماع تنظيم وعمل	35	47.29
علم اجتماع التربية	23	31.08
علم اجتماع اتصال	16	21.62
المجموع	74	%100

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل هو الأعلى تمثيلا لأفراد العينة بنسبة (47.29%) حيث بلغ عدد الطلبة (35) طالب يليه تخصص علم اجتماع التربية بنسبة (31.08%) بعدد طلبة

يقدر ب: (23) طالب ثم تخصص علم اجتماع اتصال بنسبة (21.62٪) أين بلغ عدد الطلبة (16) طالب، ويرجع هذا التباين في النسب إلى التباين في إقبال الطلبة على التخصصات المفتوحة لهم.

عرض نتائج المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى الطالب الجامعي.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول بداية استخدام الفيسبوك

النسبة المئوية.٪	التكرار	بداية استخدام الفيسبوك
22.97	17	أقل من خمس سنوات
77.02	57	أكثر من خمس سنوات
٪100	74	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم (04) أعلاه أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من خمس سنوات بنسبة (77.02٪) ، بعدها تأتي نسبة من يستخدمون الفيسبوك لأقل من خمس سنوات بنسبة (22.97٪). ويرجع ارتفاع نسبة من يستخدمون الفيسبوك لأكثر من خمس سنوات لكون معظم الطلبة الجامعيين لهم تجربة طويلة مع شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك بسبب انتشاره السريع في السنوات الأخيرة وبروزه في الوسط الجامعي بقوة ، ومعظم أفراد العينة يستخدمونه منذ مرحلة المتوسط والثانوية ثم الجامعة ، وأما بالنسبة للذين يستخدمون الفيسبوك منذ أقل من خمس سنوات كانت نسبتهم ضعيفة نتيجة ظروف خاصة مثل عدم امتلاك الطلبة لوسائل الاتصال كالهاتف أو الكمبيوتر أو عدم امتلاكهم لشبكة الانترنت ، أو لأسباب اجتماعية أو دينية وثقافية لم تسمح لهم بذلك.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الوقت المقضي يوميا في تصفح الفيسبوك

النسبة المئوية.٪	التكرار	الوقت المقضي يوميا في تصفح الفيسبوك
48.64	36	أقل من ساعة
22.97	17	ساعتين
28.37	21	أكثر من ثلاث ساعات
٪100	74	المجموع

تبين نتائج الجدول رقم (05) أعلاه أن أغلب أفراد العينة يقضون وقتا قصيرا في تصفح الفيسبوك يصل إلى أقل من ساعة يوميا بنسبة (48.64٪) وتليها مدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (28.37٪) ، وقدرت نسبة من

يقضون ساعتين يوميا في تصفح الفيسبوك ب: (22.97%). من خلال القراءة الإحصائية لنتائج الجدول ، اتضح لنا أن النسبة الأكبر لأفراد العينة تميل إلى استخدام الفيسبوك لأقل من ساعة ، وهذا راجع إلى أن معظم الوقت مشغول بالدراسة أو العمل ، في حين نجد نسبة أقل تميل إلى استخدام الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات أو ساعتين وهذا يرجع إلى محاولة التخلص من ضغط الدراسة أو العمل ، وكذا الاطلاع على الأخبار والمستجدات .

الجدول رقم (06): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الوسيلة المفضلة لتصفح الفيسبوك

الوسيلة المفضلة لتصفح الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية %
الهاتف المحمول	73	98.64
اللوحة الإلكترونية	00	00.00
الحاسوب المحمول	01	01.35
أخرى	00	00.00
المجموع	74	100%

من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح نوع الوسيلة المفضلة لتصفح الفيسبوك نلاحظ أن الهاتف المحمول يمثل أكبر نسبة ب: (98.64%) ثم يليه الحاسوب المحمول بنسبة (01.35%)، أما اللوحة الإلكترونية وأخرى فهي منعدمة النسب. نستنتج من خلال هذه النسب أن أغلبية أفراد العينة يفضلون استخدام الهاتف المحمول ، وذلك راجع لسهولة حمله واستعماله في عملية التصفح .

الجدول رقم (07): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول عدد الأصدقاء على الفيسبوك

عدد الأصدقاء على الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 50 صديق	24	32.43
من 50 إلى 100 صديق	27	36.48
أكثر من 100 صديق	23	31.08
المجموع	74	100%

من خلال الجدول رقم (07): الذي يوضح عدد أصدقاء أفراد العينة على الفيسبوك نلاحظ أن نسبة (36.48%) من أفراد العينة وعددهم (27) طالب يمتلكون من 50 إلى 100 صديق، ثم من يمتلكون أقل من 50 صديق بنسبة (32.43%) بعدد يقدر ب: (24) طالب، لنجد بعد ذلك من يمتلكون أكثر من 100 صديق وعددهم (23) طالب بنسبة (31.08%).

الجدول رقم (08): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالعزلة لعدم تصفح الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	الشعور بالعزلة لعدم تصفح الفيسبوك
24.32	18	نعم
75.67	56	لا
%100	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (08): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالعزلة لعدم تصفح الفيسبوك نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لا يشعرون بالعزلة عندما لا يتصفحون الفيسبوك بنسبة (75.67%)، في حين نجد أن نسبة (24.32%) أقروا بالشعور بالعزلة لعدم تصفح الفيسبوك. نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة يتميزون بأنهم اجتماعيون في علاقاتهم مع محيطهم العام ولا يتأثرون بالواقع الافتراضي، بينما نجد أن باقي أفراد العينة فقد أصبح الفيسبوك يعتبر جزءاً من حياتهم اليومية.

الجدول رقم (09): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	الشعور بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك
24.32	18	نعم
75.67	56	لا
%100	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (09): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول شعورهم بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لا يشعرون بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك بنسبة (75.67%)، في حين نجد أن نسبة (24.32%) فهم يشعرون بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك.

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة لا يعتبرون عملية التفاعل عبر الواقع الافتراضي الفيسبوك مصدر للسعادة، بينما نجد أن باقي أفراد العينة فيعتبرون عملية التفاعل مع الآخرين عبر الفيسبوك يحقق لهم الشعور بالسعادة .

الجدول رقم (10): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مجالات التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	مجالات التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك
98.64	73	اجتماعية
00.00	00	سياسية
01.35	01	اقتصادية
00.00	00	أخرى
100 %	74	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة (98.64 %) من أفراد العينة مجالات التفاعل مع الأصدقاء عندهم اجتماعية، بينما نسبة (01.35 %) من أفراد العينة مجالات التفاعل مع الأصدقاء عندهم اقتصادية، بينما المجالات السياسية وغيرها فهي منعدمة النسبة. وقد يرجع ذلك إلى العينة المختارة إذ أن العينة تعد من طلبة العلوم الاجتماعية أي طبيعة الاختصاص فأغلبهم يتصفحون المواضيع التي تعالج المشكلات الاجتماعية وتحقيق التوافق الاجتماعي.

الجدول رقم (11): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول كيفية التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	كيفية التفاعل مع الأصدقاء على الفيسبوك
89.18	66	مجموعات
06.75	05	منتديات
04.05	03	أخرى
100 %	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (11) الذي يوضح طريقة تفاعل أفراد العينة مع أصدقائهم على الفيسبوك نلاحظ أن طريقة التفاعل عبر المجموعات تمثل أكبر نسبة بـ: (89.18 %) ثم تليها طريقة المنتديات بنسبة (06.75 %) ، أما طرق التفاعل الأخرى فهي بنسبة (04.05 %). نستنتج من خلال هذه النسب أن أغلبية أفراد العينة يفضلون التفاعل عبر المجموعات، وذلك راجع لسهولة و غير مكلفة ، وهذا عكس المنتديات وغيرها التي تتطلب شروطا معينة واشتراكات دورية .

الجدول رقم (12): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك

الثقة بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	05	06.75
لا	10	13.51
أحيانا	59	79.72
المجموع	74	٪100

من خلال الجدول رقم (12) الذي يبين توزيع إجابات أفراد العينة حول ثقتهم بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك نلاحظ أن أغلب أفراد العينة أحيانا ما يثقون بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك بنسبة (79.72٪) ومن لا يثقون أبدا بنسبة (13.51٪) ثم تأتي نسبة (06.75٪) ممن يثقون بها.

نستنتج من خلال البيانات المتحصل عليها أن أغلب الطلبة أحيانا ما يثقون بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك بشكل أكبر من المتوسط، وقد يرجع ذلك للمصادر المتعددة للمعلومات على صفحات الفيسبوك.

عرض نتائج المحور الثاني : دوافع وحاجات استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك

الجدول رقم (13): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ

استخدام الفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	52	70.27
لا	22	29.72
المجموع	74	٪100

من خلال الجدول رقم (13): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك من أجل التسلية وقضاء وقت الفراغ نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدافع التسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة (70.27٪)، في حين نجد أن نسبة (29.72٪) فكانت إجاباتهم ب: لا.

نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة يلجؤون للفيسبوك لقضاء وقت الفراغ والتخلص من الإرهاق الناتج عن الدراسة أو العمل ومشاكل الحياة اليومية.

الجدول رقم (14): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك للردشة مع الأصدقاء

النسبة المئوية %	التكرار	استخدام الفيسبوك للدردشة مع الأصدقاء
89.18	66	نعم
10.81	08	لا
100 %	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (14): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك من أجل الدردشة مع الأصدقاء نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدافع الدردشة مع الأصدقاء بنسبة (89.18 %)، في حين نجد أن نسبة (10.81 %) فكانت إجاباتهم ب: لا. نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب أفراد العينة يلجؤون للفيسبوك من أجل الدردشة مع الأصدقاء وهذا لتبادل النقاشات والآراء والأفكار حول المسائل التي تمهمهم .

الجدول رقم (15): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة

النسبة المئوية %	التكرار	استخدام الفيسبوك لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة
67.56	50	نعم
32.43	24	لا
100 %	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (15): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول استخدامهم للفيسبوك من أجل مشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بنسبة (67.56 %) يشاهدون مقاطع الفيديو المضحكة عبر الفيسبوك، في حين نجد أن نسبة (32.43 %) فلا يجذبون ذلك. نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب الطلبة يلجؤون لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة عبر الفيسبوك من أجل التسلية وتغيير النفسية والتخلص من الروتين داخل الوسط الجامعي .

الجدول رقم (16): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم للأخبار حول القضايا المختلفة من خلال الفيسبوك

متابعة الأخبار حول القضايا المختلفة من خلال الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	67	90.54
لا	07	09.45
المجموع	74	٪100

من خلال بيانات الجدول رقم (16): يتبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدافع متابعة الأخبار والقضايا المختلفة بنسبة (90.54٪) .

نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدافع متابعة الأخبار والقضايا المختلفة لأنه مصدر أول للأخبار ، بحيث من خلاله يمكن لكل الأشخاص نشر الأخبار والأحداث مثل ما حدث مؤخراً في قضية غزة وتداول الأخبار والمعلومات بشأنها.

الجدول رقم (17): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم لقضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك

متابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	67	90.54
لا	07	09.45
المجموع	74	٪100

من خلال بيانات الجدول رقم (17): يتبين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بدافع متابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك بنسبة (90.54٪) .

نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدافع متابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها، وهذا لكون الفيسبوك أصبح ينشر الأحداث والقضايا عبر العالم في وقت قصير لتصبح في متناول كل المتابعين ويتيح الفرصة لهم للتفاعل بكل حرية مثل ما حدث مؤخراً في قضية غزة وتداول الأخبار والمعلومات بشأنها .

الجدول رقم (18): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول سعيهم للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك

النسبة المئوية.٪	التكرار	السعي للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك
78.37	58	نعم
21.62	16	لا
٪100	74	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (18): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول السعي للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك نلاحظ أن نسبة (78.37٪) يسعون للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك ، في حين نجد أن نسبة (21.62٪) ليس لديهم اهتمام بذلك . نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك بدافع السعي للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك وهذا لكون الفيسبوك أصبح مصدرا مهما للأحداث والقضايا المختلفة.

الجدول رقم (19): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الأنشطة التي يقومون بها على الفيسبوك

النسبة المئوية.٪	التكرار	الأنشطة التي يقومون بها عبر الفيسبوك
48.64	36	التعليق على المنشورات
20.27	15	نشر منشورات جديدة
31.08	23	أخرى
٪100	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (19): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول الأنشطة التي يقومون بها عبر الفيسبوك نلاحظ أن نسبة (48.64٪) من الطلبة يقومون بالتعليق على المنشورات ، تليها نسبة (31.08٪) من الطلبة لهم أنشطة أخرى ، ثم تأتي نسبة (20.27٪) من الطلبة يقومون بنشر منشورات جديدة . نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع المواضيع التي تنشر على الفيسبوك من خلال التعليق عليها وإبداء رأي حولها مثل ما حدث مؤخرا في قضية غزة وتداول الأخبار والمعلومات بشأنها والتعليق والتفاعل معها .

عرض نتائج المحور الثالث : دور الفيسبوك في تغيير الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

الجدول رقم (20): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول مساهمة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام لديهم نحو مختلف القضايا

النسبة المئوية.٪	التكرار	مساهمة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا
74.32	55	نعم
25.67	19	لا
٪100	74	المجموع

من خلال الجدول رقم (20): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول مساهمة الفيسبوك في تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا نلاحظ أن نسبة (74.32٪) من الطلبة يرون أن الفيسبوك يسهم في تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا ، أما نسبة (25.67٪) من الطلبة فكانت إجاباتهم ب: لا . نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب الطلبة يعتبرون أن الفيسبوك يسهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام لديهم .

الجدول رقم (21): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول رأيهم بالفيسبوك كوسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام

النسبة المئوية.٪	التكرار	الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام
82.43	61	نعم
17.56	13	لا
٪100	74	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (21): الذي يوضح إجابات أفراد العينة حول رأيهم بالفيسبوك كوسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام نلاحظ أن نسبة (82.43٪) يرون بأن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام ، في حين نجد أن نسبة (17.56٪) لا يرون أن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام. نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة بنسبة فاقت النصف يرون بأن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام.

الجدول رقم (22): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول إتاحة الفيسبوك الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين

إتاحة الفيسبوك الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	69	93.24
لا	05	06.75
المجموع	74	٪100

من خلال الجدول رقم (22) الذي يبين توزيع إجابات أفراد العينة حول إتاحة الفيسبوك الفرصة لهم للنقاش والتفاعل مع الآخرين نلاحظ أن نسبة (93.24٪) من أفراد العينة أجابوا بأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين ، ثم تأتي نسبة (06.75٪) منهم يرون بأن الفيسبوك لا يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين . نستنتج من خلال نتائج البيانات المتحصل عليها أن نسبة عالية من الطلبة يرون بأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين .

الجدول رقم (23): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول متابعتهم لقضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك

متابعة قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
نعم	66	89.18
لا	08	10.81
المجموع	74	٪100

من خلال بيانات الجدول رقم (23): يتبين أن أفراد العينة بنسبة (89.18٪) كانت إجاباتهم حول متابعتهم لقضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك بنعم ، تليها نسبة (10.81٪) كانت إجاباتهم حول متابعتهم لقضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك ب: لا . نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة يتابعون قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك يهتمون بها.

الجدول رقم (24): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول نوع قضايا الرأي العام التي يتابعونها على الفيسبوك

نوع قضايا الرأي العام التي تتابع على الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
سياسية	06	08.10
اقتصادية	01	01.35
اجتماعية	63	85.13
أخرى	04	05.40
المجموع	74	٪100

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن نسبة (85.13٪) من أفراد العينة يتابعون قضايا الرأي العام الاجتماعية، تأتي بعدها نسبة (08.10٪) من أفراد العينة يتابعون قضايا الرأي العام السياسية، تليها نسبة (05.40٪) من أفراد العينة يتابعون قضايا الرأي العام الأخرى، وتأتي قضايا الرأي العام الاقتصادية في آخر الترتيب بنسبة متباعدة (01.35٪). وقد يرجع ذلك إلى العينة المختارة إذ أن العينة تعد من طلبة العلوم الاجتماعية أي طبيعة الاختصاص فأغلبهم يتصفحون المواضيع التي تعالج المشكلات الاجتماعية وتحقيق التوافق الاجتماعي.

الجدول رقم (25): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول شكل متابعتهم لقضايا الرأي العام على الفيسبوك

شكل متابعة قضايا الرأي العام على الفيسبوك	التكرار	النسبة المئوية.٪
دائم	11	14.86
مؤقت	18	24.32
أحيانا	45	60.81
المجموع	74	٪100

من خلال الجدول رقم (25) الذي يبين توزيع إجابات أفراد العينة حول شكل متابعتهم لقضايا الرأي العام على الفيسبوك نلاحظ أن نسبة (60.81٪) أحيانا ما يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك تليها نسبة (24.32٪) يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك بشكل مؤقت ثم تأتي نسبة (14.86٪) يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك بشكل دائم. نستنتج من خلال البيانات المتحصل عليها أن أغلب الطلبة أحيانا ما يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك، وقد يرجع ذلك لكونهم يقضون معظم أوقاتهم في الدراسة أو العمل وكذا واجباتهم المنزلية والأسرية.

الجدول رقم (26): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول ما إذا كان الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام

النسبة المئوية.٪	التكرار	الفيسبوك يساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام
66.21	49	نعم
33.78	25	لا
٪100	74	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (26): الذي يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول ما إذا كان الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام يتبين أن نسبة (66.21٪) من أفراد العينة كانت إجاباتهم بأن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام، أما نسبة (33.78٪) كانت إجاباتهم بأن الفيسبوك لا يساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام. نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلب الطلبة يرون بأن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام وهذا راجع لأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للتفاعل مع القضايا التي تطرح في فضاءه الحر.

الجدول رقم (27): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك كسبب لتبني الرأي العام

النسبة المئوية.٪	التكرار	الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك سبب لتبني الرأي العام
48.64	36	نعم
51.35	38	لا
٪100	74	المجموع

من خلال بيانات الجدول رقم (27): الذي يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك كسبب لتبني الرأي العام يتبين أن نسبة (48.64٪) من أفراد العينة كانت إجاباتهم بأن الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك سبب لتبني الرأي العام، أما نسبة (51.35٪) كانت إجاباتهم بأن الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك ليست سببا لتبني الرأي العام. نستنتج من خلال هذه النتائج أن هناك تقارب كبير بين نسبة إجابات الطلبة في من يرى بأن الثقة في معلومات

وموضوعات الفيسبوك سبب لتبني الرأي العام وبين من يرى عكس ذلك، وقد يرجع ذلك لما يحققه لهم من إشباعات من وراء استخدامهم للفيسبوك لمتابعة قضايا الرأي العام .

الجدول رقم (28): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حول إحاطة الفيسبوك لهم بالمعلومات حول قضايا معينة

الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة	التكرار	النسبة المئوية. %
نعم	59	79.72
لا	15	20.27
المجموع	74	100.00

من خلال الجدول رقم (28) الذي يبين توزيع إجابات أفراد العينة حول إحاطة الفيسبوك لهم بالمعلومات حول قضايا معينة نلاحظ أن نسبة (79.72%) من أفراد العينة أجابوا بأن الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة ، ثم تأتي نسبة (20.27%) منهم يرون بأن الفيسبوك لا يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة. نستنتج من خلال نتائج البيانات المتحصل عليها أن أغلب الطلبة يرون بأن الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة وبالتالي يحقق لهم الإشباعات المطلوبة وهذا ما توصلت إليه النظرية المعتمدة في الدراسة .

ثانيا: المناقشة

1- تحليل وتفسير المعطيات:

- إن عينة الدراسة غير متساوية بين الجنسين حيث أن فئة الإناث كانت بنسبة (82.43%) بينما كانت نسبة الذكور (17.56%).
- نجد أن الفئة العمرية من 20 إلى 24 سنة هي الفئة الغالبة على عينة الدراسة بنسبة (86.48%)، تليها فئة من 30 إلى 34 سنة بنسبة (9.45%)، ثم فئة أكثر من 35 سنة بنسبة (2.70%) تليها فئة من 25 إلى 29 سنة بنسبة (1.35%)، ومنه نستنتج بأن الفئة العمرية من [20 إلى 24 سنة] هي الأكثر استخداما للفيسبوك مقارنة بالفئات العمرية الأخرى.
- تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل هو الأعلى تمثيلا لأفراد العينة بنسبة (47.29%) يليه تخصص علم اجتماع التربية بنسبة (31.08%) ثم تخصص علم اجتماع اتصال بنسبة (21.62%)، ومنه نستنتج أن تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل الأكثر إقبالا من طرف الطلبة.

- يستخدم أغلب الطلبة الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات بنسبة (77.02٪)، تليها نسبة (22.97٪) منهم يستخدمونه منذ أقل من خمس سنوات (22.97٪) ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة لهم تجربة طويلة مع الفيسبوك.
- يقضي أغلب الطلبة وقتاً قصيراً في تصفح الفيسبوك يصل إلى أقل من ساعة يومياً بنسبة (48.64٪) وتليها مدة أكثر من ثلاث ساعات بنسبة (28.37٪)، وتليها نسبة (22.97٪) منهم يتصفحونه لمدة ساعتين يومياً، نستنتج من هذا أن الطلبة لا يجدون وقتاً كبيراً لتصفح الفيسبوك نظراً لانشغالهم بالدراسة أو العمل .
- يفضل أغلب الطلبة الهاتف المحمول لتصفح الفيسبوك بنسبة (98.64٪) ثم يليه الحاسوب المحمول بنسبة (01.35٪)، نستنتج من هذا أن تفضيل الطلبة للهاتف المحمول يرجع لسهولة حمله ونقله واستعماله.
- يمتلك أغلب الطلبة من 50 إلى 100 صديق بنسبة (36.48٪)، ثم تأتي نسبة (32.43٪) منهم يمتلكون أقل من 50 صديق، لنجد بعد ذلك من يمتلكون أكثر من 100 صديق بنسبة (31.08٪) ومنه نستنتج أن متوسط عدد الأصدقاء هو 100 صديق.
- لا يشعر أغلب الطلبة بالعزلة عندما لا يتصفحون الفيسبوك بنسبة (75.67٪)، رغم أن نسبة (24.32٪) منهم يشعرون بالعزلة، نستنتج من هذا أن الفيسبوك لا يؤثر على العلاقات الاجتماعية للطلبة.
- نجد أن أغلب الطلبة لا يشعرون بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك بنسبة (75.67٪)، في حين نجد أن نسبة (24.32٪) فهم يشعرون بالسعادة عند التحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك، نستنتج من هذا أن عملية التفاعل الافتراضي من خلال الفيسبوك لا يمكن أن يكون مصدراً للسعادة.
- أغلب الطلبة بنسبة (98.64٪) منهم مجال التفاعل مع الأصدقاء عندهم اجتماعي بينما المجالات الأخرى فنسبتها ضعيفة جداً، نستنتج من هذا أن الطلبة يفضلون التفاعل مع الأصدقاء في مجال اختصاصهم.
- تمثل طريقة التفاعل عبر المجموعات أكبر نسبة بـ: (89.18٪) ثم تليها طريقة المنتديات بنسبة (06.75٪)، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يفضلون التفاعل عبر المجموعات، وذلك راجع لسهولة استخدامها وغير مكلفة، وهذا عكس المنتديات وغيرها التي تتطلب شروطاً معينة واشتراكات دورية.
- نجد أن أغلب الطلبة أحياناً ما يثقون بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك بنسبة (79.72٪) ومن لا يثقون أبداً بنسبة (13.51٪) ثم تأتي نسبة (06.75٪) ممن يثقون بها، نستنتج من هذا أن تعدد مصادر المعلومات على الفيسبوك يجعل أغلب الطلبة أحياناً ما يثقون بالمعلومات التي يحصلون عليها من الفيسبوك.

- يستخدم أغلب الطلبة الفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة (70.27%) أما نسبة (29.72%) فكانت إجاباتهم ب: لا، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يلجؤون للفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ للتخلص من الإرهاق الناتج عن الدراسة أو العمل ومشاكل الحياة اليومية.
- يستخدم أغلب الطلبة الفيسبوك للدردشة مع الأصدقاء بنسبة (89.18%) أما نسبة (10.81%) فكانت إجاباتهم ب: لا، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يلجؤون للفيسبوك من أجل الدردشة مع الأصدقاء وهذا لتبادل النقاشات والآراء والأفكار حول القضايا المختلفة وتكوين رأي بشأنها.
- يستخدم أغلب الطلبة الفيسبوك لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة بنسبة (67.56%) أما نسبة (32.43%) فلا يجذون ذلك، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يلجؤون لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة عبر الفيسبوك للترويح عن النفس وكسر الروتين خاصة في الوسط الجامعي.
- تبين أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك لمتابعة الأخبار والقضايا المختلفة بنسبة (90.54%)، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يرون أن الفيسبوك يتيح لهم متابعة الأخبار والقضايا المختلفة لأنه أصبح المصدر الأول للأخبار .
- تبين أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك لمتابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك بنسبة (90.54%)، نستنتج من هذا أن الطلبة يرون بأن الفيسبوك يتيح لهم متابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها ، وهذا لسرعة انتشار الأخبار وتداولها على الفيسبوك والتفاعل معها ومثال على ذلك قضية طوفان الأقصى .
- نجد أن نسبة (78.37%) من الطلبة يسعون للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك تليها نسبة (21.62%) ليس لديهم اهتمام بذلك، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يسعون للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك وهذا لتفوق الفيسبوك على وسائل الإعلام الأخرى.
- تبين أن نسبة (48.64%) من الطلبة يقومون بالتعليق على المنشورات، تليها نسبة (31.08%) من الطلبة لهم أنشطة أخرى، ثم تأتي نسبة (20.27%) من الطلبة يقومون بنشر منشورات جديدة. نستنتج من خلال بيانات الجدول أن أغلب الطلبة يتفاعلون مع المواضيع التي تنشر على الفيسبوك من خلال التعليق عليها وإبداء رأي حولها .
- يرى نسبة (74.32%) من الطلبة أن الفيسبوك يساهم في تشكيل الرأي العام نحو مختلف القضايا ، أما نسبة (25.67%) من الطلبة فلا يرون ذلك، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يعتبرون أن الفيسبوك يساهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام لديهم.
- يرى نسبة (82.43%) من الطلبة بأن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام ، في حين نجد أن نسبة (17.56%) لا يرون أن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة بنسبة فاقته النصف يرون بأن الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام.

- يرى نسبة (93.24%) من الطلبة بأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين ، ثم تأتي نسبة (06.75%) منهم يرون بأن الفيسبوك لا يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين، نستنتج من هذا أن نسبة عالية من الطلبة يرون بأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين .
- تبين أن نسبة (89.18%) من الطلبة يتابعون قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك أما نسبة (10.81%) لا يتابعون قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يتابعون قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك و يهتمون بها.
- يتابع نسبة (85.13%) من الطلبة قضايا الرأي العام الاجتماعية، تأتي بعدها نسبة (08.10%) منهم يتابعون قضايا الرأي العام السياسية، تليها نسبة (05.40%) منهم يتابعون قضايا الرأي العام الأخرى، وتأتي قضايا الرأي العام الاقتصادية بنسبة متباعدة (01.35%)، نستنتج من هذا أن الطلبة يتابعون قضايا الرأي العام الاجتماعية نظرا لارتباطها بمجال تخصصهم.
- تبين أن نسبة (60.81%) من الطلبة أحيانا ما يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك تليها نسبة (24.32%) يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك بشكل مؤقت ثم تأتي نسبة (14.86%) يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك بشكل دائم، نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة أحيانا ما يتابعون قضايا الرأي العام على الفيسبوك، وقد يرجع ذلك لكونهم يقضون معظم أوقاتهم في الدراسة أو العمل وكذا واجباتهم المنزلية والأسرية.
- يرى نسبة (66.21%) من الطلبة بأن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام، أما نسبة (33.78%) منهم يرون بأنه لا يساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام.
- نستنتج من هذا أن أغلب الطلبة يرون بأن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام وهذا ما عبر عنه الطلبة في عدة مناسبات مثل ما قامت به الحركات الطلابية في العالم .
- يرى نسبة (48.64%) من الطلبة بأن الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك سبب لتبني الرأي العام، أما نسبة (51.35%) منهم يرون بأن الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك ليست سببا لتبني الرأي العام .
- أن هناك تقارب كبير بين نسبة إجابات الطلبة في من يرى بأن الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك سبب لتبني الرأي العام وبين من يرى عكس ذلك، وقد يرجع ذلك لما يحققه لهم من إشباعات من وراء استخدامهم للفيسبوك لمتابعة قضايا الرأي العام وتبني موقف منها .
- يرى نسبة (79.72%) من الطلبة بأن الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة بينما نسبة (20.27%) منهم يرون بأن الفيسبوك لا يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة، نستنتج من هذا أن أغلب

الطلبة يرون بأن الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة وبالتالي يحقق لهم الإشباع المطلوبة وهذا ما توصلت إليه النظرية المعتمدة في الدراسة.

2- ربط النتائج بالفرضيات ومقارنتها :

الفرضية الأولى : للطلاب الجامعي عادات وأنماط في استخدام الفيسبوك.

من خلال ما توصلنا إليه في محور: عادات وأنماط الطالب الجامعي في استخدام الفيسبوك، نستنتج أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من خمس سنوات بنسبة (77.02٪)، كما يقضي أغلب الطلبة وقتاً قصيراً في تصفح الفيسبوك بنسبة (48.64٪)، كما يعتبر الهاتف المحمول أفضل وسيلة لتصفح الفيسبوك بنسبة (98.64٪)، ويمتلك أغلب الطلبة من 50 إلى 100 صديق بنسبة (36.48٪)، ويفضل أغلب الطلبة بنسبة (98.64٪) المجالات الاجتماعية للتفاعل مع الأصدقاء، كما تمثل طريقة التفاعل عبر المجموعات أكبر نسبة بـ: (89.18٪).

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الفرضية صحيحة أي أن للطلاب الجامعي عادات وأنماط مختلفة في استخدام الفيسبوك.

الفرضية الثانية : للطلاب الجامعي دوافع وحاجات لاستخدام الفيسبوك.

من خلال ما توصلنا إليه في محور: دوافع وحاجات الطالب الجامعي لاستخدام الفيسبوك، نستنتج أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة (70.27٪)، أيضاً للردشة مع الأصدقاء بنسبة (89.18٪)، ولمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة بنسبة (67.56٪)، كما تبين أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك لمتابعة الأخبار والقضايا المختلفة بنسبة (90.54٪)، كما أن أغلب الطلبة يستخدمون الفيسبوك لمتابعة قضايا الرأي العام وتشكيل رأي حولها من خلال الفيسبوك بنسبة (90.54٪)، ونجد أن نسبة (78.37٪) من الطلبة يسعون للتعرف على المستجدات حول القضايا عبر الفيسبوك مثل ما حدث مؤخراً في قضية غزة.

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الفرضية صحيحة أي أن للطلاب الجامعي دوافع وحاجات لاستخدام الفيسبوك.

الفرضية الثالثة : يمكن للفيسبوك تحقيق التغيير في الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

من خلال ما توصلنا إليه في محور: دور الفيسبوك في تغيير الرأي العام لدى الطالب الجامعي، نستنتج أن نسبة (74.32٪) من الطلبة يرون أن الفيسبوك يساهم في تشكيل الرأي العام لديهم، كما أن نسبة (82.43٪) منهم يعتبرون الفيسبوك وسيلة للتعبير عن قضايا الرأي العام، ونجد كذلك نسبة (93.24٪) من الطلبة يرون بأن الفيسبوك يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين، كما يتابع نسبة (85.13٪) من الطلبة قضايا الرأي العام الاجتماعية، كما أن نسبة (66.21٪) من الطلبة يرون بأن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل آراءهم نحو قضايا الرأي العام مثل المواقف التي ظهرت بعد العدوان الأخير على

الشعب الفلسطيني ، ويرى نسبة (79.72٪) من الطلبة بأن الفيسبوك يحيطهم بالمعلومات حول قضايا معينة مثل المعلومات حول إنجازات المقاومة الفلسطينية بعد طوفان الأقصى .
ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن **الفرضية صحيحة** أي أن الفيسبوك يحقق التغيير في الرأي العام لدى الطالب الجامعي .

الفرضية الرئيسية : للفيسبوك دور أساسي في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي . من خلال نتائج الفرضيات الجزئية الأولى والثانية والثالثة والتي جاءت كلها صحيحة، نستنتج من ذلك أن **الفرضية الرئيسية صحيحة** أي أن للفيسبوك دور أساسي في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي .

3- الاستنتاجات والحلول:

- للطلبة الجامعيين عادات وأنماط مختلفة في استخدام الفيسبوك بين الساعات التي يقضونها في التصفح وكذا الوسيلة المفضلة لديهم للتصفح وطرق التفاعل مع الأصدقاء أو مع المنشورات.
- للطلبة الجامعيين دوافع وحاجات لاستخدام الفيسبوك كالتسلية وقضاء أوقات الفراغ والدراسة مع الأصدقاء ومشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة وكذا متابعة الأخبار حول القضايا والمستجدات بما في ذلك قضايا الرأي العام التي تهمهم وتبادل النقاشات حولها من أجل تشكيل رأي بشأنها.
- الفيسبوك يحقق التغيير في الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين فهو يساهم بشكل كبير في تشكيل الرأي العام لديهم، وهو وسيلة فعالة للتعبير عن آرائهم حول قضايا الرأي العام التي تهمهم، كما يتيح لهم الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين، وتعتبر قضايا الرأي العام الاجتماعية الأكثر متابعة على الفيسبوك.

خلاصة الفصل الثاني:

في هذا الفصل تم توضيح مجتمع وعينة الدراسة، وكذا تحديد متغيرات الدراسة والأداة المستخدمة في جمع البيانات التي تمثلت في الاستبيان حيث تم تحكيمها من طرف الأساتذة، وكذا تناول الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة تمثلت في التكرارات والنسب المئوية.

وفي الأخير تم مناقشة فرضيات الدراسة وفق الدراسات السابقة ونظرية الاستخدامات والاشباع وعرض النتائج العامة للدراسة.

يعتبر الفيسبوك أحد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما عند الطلبة الجامعيين بصفة خاصة بسبب خصائصه ومميزاته المتعددة وتنوع مجالات المواضيع المتناولة فيه خاصة ما تعلق بقضايا الرأي العام المختلفة، فأصبح الكثير من الطلبة الجامعيين بمختلف انتماءاتهم الفكرية وتخصصاتهم يستخدمون الفيسبوك للتعبير عن آراءهم ومواقفهم من القضايا المختلفة ويدعون إلى تبني أفكارهم من أجل خلق رأي عام .

فمن خلال هذه الدراسة التي هي بعنوان: الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي، تبين أن موقع الفيسبوك يؤدي دور المحرك الأساسي لعملية التفاعل بين الفاعلين والناشطين في صفحاته لتبادل الآراء والأفكار حول القضايا المختلفة وتشكيل رأي عام بشأنها أو تغيير موقف سابق منها.

ومنه نأمل أن تكون هذه الدراسة قد سلطت الضوء على متغير مهم تم الإغفال عن دراسته وتناوله في تخصص علم الاجتماع وهو متغير الرأي العام، وتكون بذلك هذه الدراسة دافعا للطلبة المقبلين على التخرج في المستقبل تناول مؤشرات وأبعاد أخرى للرأي العام، لم يتم تناولها في هذه الدراسة.

قائمة المصادر و المراجع

المراجع

- أحمد بدر. (1998). *الرأي العام – طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة*. القاهرة، مصر: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع.
- محمد الصاوي، محمد مبارك. (1992). *البحث العلمي (أسسه وطريقة كتابته)*. القاهرة: المكتبة الأكاديمية للنشر.
- [http, www.almaany.com](http://www.almaany.com). (2024، 03 12). تم الاسترداد من معجم المعاني الجامع.
- خليل عبد الرحمان المعاينة. (2010). *علم النفس الاجتماعي* (المجلد 3). عمان: دار الفكر.
- خضير شعبان. (1422 هـ). *اللسان العربي - مصطلحات في الإعلام والاتصال* – (المجلد 1). عمان: دار اللسان العربي.
- ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، (2000). *مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيقية*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- ساعد راشدي، وهشام قارة. (ماي 2017). *دور فايس بوك في تداول المعلومة السياسية لدى الطلبة الجامعيين*. المسيلة: جامعة محمد بوضياف.
- سعد سلمان المشهداني. (2019). *منهجية البحث العلمي*. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد الحميد عدلي مرزوق. (2000). *الإعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات والإشباع* (المجلد 1). القاهرة: دار الفجر.
- محمد بهجت كشك. (1998). *العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية*. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- محمد منير حجاب. (1997). *المعجم الإعلامي*. دار المعرفة الجامعية.
- محمد منير حجاب. (2000). *أساسيات الرأي العام* (المجلد 2). القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- مروان عبد المجيدي إبراهيم. (2006). *أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية*. عمان: مؤسسة الوراق.
- معين خليل معمر. (2006). *معجم علم الاجتماع المعاصر* (المجلد 1). عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

الملاحق

جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم العلوم الاجتماعية

تخصص: علم الاجتماع اتصال

استمارة بحث بعنوان

الفيسبوك ودوره في تشكل الرأي العام لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة أولى ماستر قسم العلوم الاجتماعية

— بجامعة الوادي —

بين أيديكم استمارة استبيان وهذا في إطار إنجاز بحث لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص

اتصال راجين منكم الإجابة عليها بكل اهتمام وصدق مع التأكيد على أن هذه المعلومات لن تستعمل

إلا لغرض البحث العلمي .

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة.

إعداد الطلبة:

إشراف الأستاذة:

— بابنه عبد الباسط

د/ نبار ربيحة

— سردوك محمد رضوان

البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

3- التخصص:

المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الفيسبوك لدى الطالب الجامعي.

4- منذ متى تستخدم الفيسبوك ؟

أقل من خمس سنوات ☐ من خمس سنوات ☐

5- ما هو الوقت الذي تقضيه يوميا في تصفح الفيسبوك ؟

أقل من ساعة ☐ ساعتين ☐ أكثر من ثلاث ساعات ☐

6- ما هي الوسيلة المفضلة لديك لتصفح الفيسبوك ؟

الهاتف المحمول ☐ اللوحة الإلكترونية ☐

الحاسوب المحمول ☐ أخرى أذكرها

7- كم تملك من صديق على الفيسبوك ؟.

أقل من 50 صديق ☐ من 50 إلى 100 صديق ☐ أكثر من 100 صديق ☐

8- هل تشعر أنك منعزل عن العالم عندما لا تتصفح الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

9- هل أنت سعيد لأنك تتحدث مع الآخرين من خلال الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

10- ما هي مجالات تفاعل مع أصدقائك على الفيسبوك ؟

سياسية ☐ اقتصاد ☐ اجتماعية ☐

أخرى أذكرها

11- هل يكون هذا التفاعل على الفيسبوك من خلال ؟

مجموعات ☐ منتديات ☐ أخرى تذكر.....

12- هل تثق بالمعلومات التي تحصل عليها من الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐ ☐

المحور الثاني : دوافع وحاجات استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك

13- هل تستخدم الفيسبوك للتسلية وقضاء وقت الفراغ ؟ .

نعم ☐ لا ☐

14- هل تستخدم الفيسبوك للدردشة مع الأصدقاء ؟ .

نعم ☐ لا ☐

15- هل تستخدم الفيسبوك لمشاهدة مقاطع الفيديو المضحكة ؟ .

نعم ☐ لا ☐

16- هل تتابع الأخبار حول القضايا المختلفة من خلال الفيسبوك ؟ .

نعم ☐ لا ☐

17- هل تتابع قضايا الرأي العام التي تهمك وتشكيل رأي حول هذه القضايا من خلال الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

18- هل تسعى للتعرف على أهم مستجدات القضايا عبر الفيسبوك ؟ .

نعم ☐ لا ☐

19- ماهي الأنشطة التي تقوم بها على الفيسبوك ؟

التعليق على المنشورات ☐ نشر منشورات جديدة ☐

أخرى تذكر.....

المحور الثالث : دور الفيسبوك في تغيير الرأي العام لدى الطالب الجامعي.

20- هل ساهم الفيسبوك في تشكيل رأي عام لديك نحو مختلف القضايا؟

☐ نعم ☐ لا

21- هل ترى أن الفيسبوك يعتبر وسيلة نعبر بها عن رأينا نحو قضايا الرأي العام ؟

☐ نعم ☐ لا

22- هل يتيح لك الفيسبوك الفرصة للنقاش والتفاعل مع الآخرين؟

☐ نعم ☐ لا

23- هل تتابع قضايا الرأي العام التي تنشر على الفيسبوك ؟

☐ نعم ☐ لا

24- ما نوع قضايا الرأي العام التي تتابعها على الفيسبوك ؟

☐ سياسية ☐ اقتصادية ☐ اجتماعية ☐

أخرى أذكرها

25- هل متابعتك لقضايا الرأي العام على الفيسبوك تكون بشكل ؟

☐ دائم ☐ مؤقت ☐ أحيانا ☐

26- هل ترى أن الفيسبوك ساهم بشكل أو بآخر في تشكيل رأيك نحو قضايا الرأي العام ؟

☐ نعم ☐ لا ☐

27- هل تبنيك لرأي ما حول قضية رأي عام سببه الثقة في معلومات وموضوعات الفيسبوك ؟

☐ نعم ☐ لا ☐

28- هل يحيطك الفيسبوك بالمعلومات حول قضية معينة

☐ نعم ☐ لا ☐