



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية

قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام و الإتصال

تخصص : إتصال و علاقات عامة

الموضوع

دور مواقع التواصل الإجتماعي كفضاء عمومي في تشكيل الوعي الإجتماعي

من إعداد:

تحت إشراف:

➤ زبيلة جهيدة

➤ سلاطنية دنيا

➤ ضيف مریم

➤ بوقطوش إسكندر

لجنة المناقشة

الرقم	الأستاذ (ة)	الجامعة	الصفة
01	أ. مكّي أم السعد	8 ماي 1945 قالمة	رئيسًا
02	أ. حاجي أسماء	8 ماي 1945 قالمة	ممتحنًا
03	زبيلة جهيدة	8 ماي 1945 قالمة	مشرفًا و مقررا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

A decorative calligraphic flourish in black ink, featuring a large, sweeping curve that starts from the left and ends on the right. The flourish is adorned with several small, solid black diamond shapes. The text 'بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ' is written in a stylized, bold calligraphic font across the top of the flourish. The letters are thick and black, with some smaller, lighter characters interspersed. The overall style is modern and artistic.

شُكْر و تَقْدِير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " لا يشكر الله من لا يشكر الناس " اشكر الله العلي العظيم على

نعمة العقل والدين الحمد لله الذي وهب لنا نعمة العقل والعلم. الحمد لله الذي يسر لنا امورنا

وعززنا بالفهم. الحمد لله الذي وفقنا وسهل لنا التقدم للأمام . الحمد لله والصلاة على محمد اعظم

النعم. الى من علمت فأفادت... وغرست فأحسننت فكان الحصاد أجيالا تتكرها دائما بكل خير

ونكرى طيبة في القلوب والعقول ، اليك أستاذتنا ومؤطرتنا على هذا العمل: الدكتورة "زبيبة جهيدة "

على دعمك وتوجيهك لنا لإتمام هذا العمل فجزاك الله خير الجزاء . الواجب أن نتقدم بخالص الشكر

والاعتزاز الى جميع أساتذتنا في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.

الإهداء

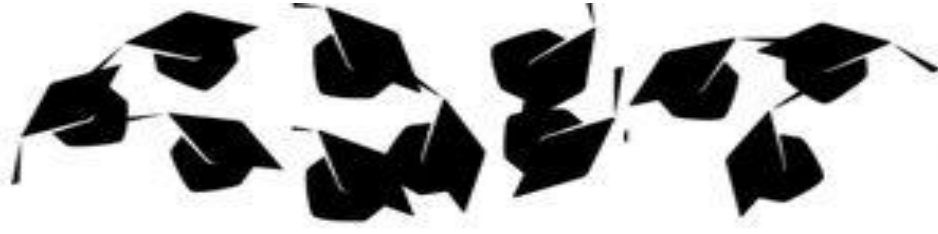
لم تكن الرحلة قصيرة و لا ينبغي لها أن تكون، لم يكن الحلم قريبا و لا الطريق كان مخفوا بالتسهيلات
89/*/لكني فعلتها

أهدي تخرجي:

- إلى الذي كلل العرق جبينه و علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر و الإصرار... يا من افتقدتك منذ الصغر يا من يرتعش قلبي لذكريك، يا من أودعتني لله كم تمنيت من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار(والدي ساسي العزيز رحمه الله و أسكنه فسيح جناته).
- إلى ملاكي في الحياة قرّة عيني أعز ما أملك... غاليتي التي سهرت و كانت معي في كل حالاتي و ظروفي يكفي أن تعرفي أن لك إبنة تنتظر فرصة واحدة لتقدم لك الروح و القلب و العين هدية لما قدمته...لطالما عاهدتك بالنجاح ها أنا اليوم أتممت عهدي و أهديته إليك (أمي الغالية زينب).
- إلى من كان قوتي عندما تسلل الضعف في لحظات التعب (أخي عمار).
- إلى أول من إنتظر هذه اللحظات لي ليفتخر بي، إلى سندي و شريكي في الحياة، داعمي الأول، ظلي حينما يصيبني التعب و رفيقي في هذا النجاح (زوجي كريم)
- إلى من لم تربطني بهم علاقة النسب بل عطر الصداقة و ورود المحبة إلى من جمعني بهم أجمل صدف الحياة فكانوا خير الرفقة و نعم الأصدقاء.
- إلى كل من كان لي عوناً و سندا في هذا الطريق ممتنة لكم جميعا ما كنت لأصل لولا فضلكم من بعد الله .

مريم





الإهداء

إلى من ساندتني في صلاتها و دعائها .. إلى من سهرت الليالي تنير دربي إلى من
تشاركني أفراحي... إلى نبع العطف و الحنان... إلى أجمل إبتسامة في حياتي... إلى
أروع امرأة في الوجود...

والدتي العزيزة راضية

إلى من علمني أن الدنيا كفاح و سلاحها العلم و المعرفة... إلى من سعى لأجل
راحتي و نجاحي ... إلى أعظم و أعز رجل في الكون... إلى والدي الحبيب

اسماعيل

إلى أخواتي الغاليين و السند في حياتي أيمن أخي العزيز يوسف الذي اتمنى لهم
كل التوفيق ، والصبورة اختي هاجر

و الى امي الثانية خالتي سهيلة

و الى اصدقائي الذين كانوا رفقائي خلال هذه المسيرة الدراسية صديقي انيس
أهدي لكم هذا العمل المتواضع الذي لولاكم و أولاً فضل الله أولاً ما كنت الأصل

أقول





الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

(قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون)

صدق الله العظيم

من قال أنا لها " نالها" و أنا لها و إن أبت رغما عنها أتيت بها .

إلى التي رأيت قلبها قبل عينها، و حضنتني أحشائها قبل يديها، إلى شجرتي التي لا تذبل ، إلى الظل الذي آوي إليه في كل حين

، أهدي تخرجي إلى تلك الإنسانية العظيمة التي طالما تمنيت أن تقر عينها برؤيتي في يوم كهذا (أمي الحبيبة حفظها الله)

إلى قدوتي الأولى، إلى من كلله الله بالهيبه و الوفاق إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى نبراسي الذي ينير دربي، إلى من أحمل

إسمه بكل إفتخار (أبي العزيز أدامه الله ذخرا لي)

إلى الشموع التي تنير لي الطريق، إلى من رزقت بهم سندا و ملاذي الأول و الأخير (إخوتي) هم من شجعوني وواصلو العطاء

دون مقابل

إلى صديقة المواقف لا السنين شريكة الدرب الطويل و الطموح البعيد إلى من أزلت من طريقي أشواك الفشل...من كانت دوما

موضع إتكاء عثرات حياتي (ريان)

إلى رفيقة رحلة النجاح و من كانت مصاحبة لي أثناء دراستي (خالتي)

و إلى أولئك الذين يفرحهم نجاحنا و يحزنهم فشلنا إلى (الأقارب) الذين مهدوا عثرات مسيرتي بدعائهم أنسوا صعابها بحبهم.

إلى رفاق الخطوة الأولى و الخطوة الأخيرة إلى من كانوا في سنوات العجاف سحابا ممطرا إلى كل من له الفضل علي و كل من

أسهم معي في إنجاز هذا العمل أنا ممتنة جدا... (صديقاتي)

إلى جدتي رحمها الله و أسكنها فسيح جنانه

و أخيرا و ليس آخرا أهدي هذا العمل المتواضع

لكل من تكبد عناء قرائته سواء لتقييمه أو لنقده أو لزيادة علمه أو لإشباع فضوله.

تحيا



ملخص الدراسة:

منذ ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، وهي تحاول جعل العالم أكثر تفاعلا تتلاشي فيه السباقات الأفكار والأيديولوجيات الفيسبوك لا يقل عن المواقع التواصل الاجتماعية الأخرى. حيث أن دافع ظهوره في بداية الأمر كان لأجل التواصل فيما بين الطلبة الجامعيين. لكن سرعان ما تطور أصبح مضمونه اجتماعيا خاصة في ظل النضج الذي ساد العالم العربي خاصة في الجزائر . إذ أصبح الفيسبوك يشكل منبرا للتفاعل والنقاش من قبل الشباب من طلبة الجامعات على اعتبار انها الفئة المثقفة في البلاد والتي من المرجح أن تأخذ زمام الأمور.

وعلى هذا الأساس جاءت دراستنا هذه للكشف عن الدور الذي تلعبه هذه الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين طلبة جامعة قلمة.

RESUME :

Since the advent of social networking, It has been trying to make the world more interactive in which races ideas and ideologies fade away. Face book Is no less than other social Networking sites. As the motive for his appearance at the beginning was for the sake of communication between university students. But soon, its content became social, especially in light of the maturity that prevailed in the Arab world, especially in Algeria. Facebook has become

A platform for interaction and discussion by Young university students, as It Is the educated class in the country thaT Is likely to take the lead.

On This basis, Our study came to reveal the role played by these social networks, especially Facebook, in shaping social awareness among undergraduate students at the University of Guelma.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	شكر و عرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
أ-ج	مقدمة
01	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة
01	أولا : الجانب المفاهيمي للدراسة
01	إشكالية الدراسة و تساؤلاتها
03	أسباب إختيار الموضوع
04	أهداف الدراسة
05	أهمية الدراسة
06	تحديد المفاهيم
14	الدراسات السابقة
26	الخلفية النظرية للدراسة
29	ثانيا : الجانب المنهجي للدراسة
29	مجتمع البحث و العينة
31	نوع الدراسة و منهجها
32	مجالات الدراسة
33	أدوات جمع البيانات
35	خلاصة الفصل
36	الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي
36	تمهيد
37	أولا : نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي
39	ثانيا : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
41	ثالثا : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

43	رابعاً : أهم مواقع التواصل الاجتماعي
49	خامساً : دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
50	سادساً: إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل
52	خلاصة الفصل
53	الفصل الثالث : موقع الفايسبوك و دوافع استخدامه
53	تمهيد
54	أولاً: نشأة و تطور موقع الفايسبوك
57	ثانياً: مفهوم موقع الفايسبوك
59	ثالثاً: خصائص الفايسبوك
60	رابعاً: أهداف و دوافع استخدام الفايسبوك
64	خامساً: إيجابيات و سلبيات الفايسبوك
66	خلاصة الفصل
67	الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره
67	تمهيد
68	أولاً : مفهوم الفضاء العمومي
70	ثانياً : : مبررات ظهور الفضاء العمومي الافتراضي
72	ثالثاً : أسس الفضاء العمومي الهابرماسي
75	رابعاً : خصائص ظهور الفضاء العمومي الافتراضي
77	خامساً : أدوات تشكل الفضاء العمومي الافتراضي للمجتمعات الافتراضية
80	سادساً : شبكات التواصل العمومي كفضاء عمومي
83	خلاصة الفصل
84	الفصل الخامس : الوعي الاجتماعي و أشكاله
84	تمهيد
85	أولاً : تعريف الوعي الاجتماعي
87	ثانياً : وظائف الوعي الاجتماعي
89	ثالثاً : مستويات الوعي الاجتماعي
90	رابعاً : أنواع و أشكال الوعي الاجتماعي

100	خامسا : عوامل تشكيل الوعي الإجتماعي
103	سادسا : دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الإجتماعي
106	خلاصة الفصل
107	الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة
107	أولا: تحليل بيانات الدراسة الميدانية
131	ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية
136	ثالثا: توصيات الدراسة الميدانية
138	خاتمة
	المصادر و المراجع
	الملاحق العامة للدراسة

قائمة الجداول :

ص	الجدول	
107	توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	1
107	توزيع افراد العينة حسب متغير السن	2
108	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	3
108	توزيع افراد العينة حسب التخصص	4
109	استخدام الطلبة لشبكات التواصل الاجتماعي	5
110	توزيع افراد العينة حسب استخدامهم لموقع الفيسبوك	6
111	توزيع افراد العينة حسب وقت التصفح لشبكة الفيسبوك	7
111	توزيع افراد العينة لمدته استخدام موقع الفيسبوك	8
112	الفترات المناسبة لتصفح موقع الفيسبوك	9
113	توزيع افراد العينة حسب الوسيلة التي يتم استخدامها لتصفحهم لشبكات الفيسبوك	10
114	توزيع افراد العينة حسب طبيعة التفاعل على شبكة الفيسبوك	11
114	توزيع افراد العينة حسب الهدف من الاستخدام لشبكة الفيسبوك	12
115	توزيع افراد العينة حسب سبب تفضيلهم الفيسبوك دون غيره من شبكات التواصل الاخرى	13

116	توزيع افراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تجذب انتباههم من خلال شبكة الفيسبوك	14
117	توزيع افراد العينة حسب امكانية وجود كل ما يبحث عنه من معلومات اجتماعية عبر شبكة الفيسبوك	15
118	توزيع العينة حسب كيفية التعامل مع القضايا التي تطرح عبر موقع الفيسبوك	16
119	توزيع العينة حسب نشر مواضيع اجتماعية عبر الفيسبوك	17
119	ما اذا كان للمبحوثين اصدقاء عبر الفيسبوك لهم اهتمامات اجتماعية	18
120	يمثل اذا كان المبحوثين قد شاركوا في نشاط اجتماعي يدعو اليه عبر الفيسبوك	19
121	توزيع العينة حسب اذا كانت الاجابة نعم بتبيان طبيعة هذا النشاط	20
122	توزيع افراد العينة حسب رايهم عبر الفيسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن الاجتماعي	21
122	توزيع افراد العينة حسب اهم القضايا الاكثر تداولاً عبر الفيسبوك	22
123	توزيع افراد العينة حسب تاثير الفيسبوك على تكوين افكار وارهاء حول القضايا الاجتماعية	23
124	توزيع افراد العينة حسب اذا كان الفيسبوك يساعد على المبادرة والتعاون في المجتمع	24
124	تعويض شبكة الفيسبوك للاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة الاجتماعية	25
125	توزيع العينة حسب مستوى النقاش حول القضايا الاجتماعية المطروحة عبر صفحات الفيسبوك	26
126	توزيع العينة حسب مساهمه النقاش عبر صفحات الفيسبوك في حل قضية شخصية	27
126	توزيع العينة حسب اذا كان النقاش والحوار على هذا الفضاء يرتقي الى العقلانية	28
127	توزيع العينة حسب تاثير الحوار عبر صفحات الفيسبوك على الفرد	29
128	توزيع العينة حسب اذا كان الفيسبوك ساهم في تلاحم المجتمع وتماسكه حول القضايا الاجتماعية	30
129	توزيع العينة حسب اذا كانت الهويات المستعارة عبر صفحات الفيسبوك تساهم في خلق حوار ونقاش يؤدي الى تكوين وعي اجتماعي	31
129	توزيع العينة حسب اذا كان هناك حس المسؤولية حاضر لدى رواد صفحات الفيسبوك	32
130	توزيع الطلبة حسب إذا كان هناك تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا الاجتماعية	33

مقدمة

المقدمة:

لقد تعاضم إستخدام الأفراد لوسائل التواصل الإجتماعي بحيث أصبحت جزء من حياتهم اليومية وإحدى الطرق الأساسية لتبادل الرسائل والمعلومات والصور وأفلام الفيديو. ويظهر تأثير وسائل التواصل الإجتماعي ليس فقط من خلال المستخدمين الكبير والمتزايد عليها بل أيضا من خلال الدور الذي تؤديه في حياتهم بحيث تستعمل فعلا التعبير عن الآراء والمشاعر والأفكار وهي تحرر الإنسان وتمنحه سلطة وتشكل إمتدادا له ، يمكن تعريف وسيلة التواصل الإجتماعي بأنها تمكن المستخدمين من إنشاء أو إيجاد التواصل بينهم لأهداف متعددة، ولهذا على كل مستخدم التسجيل على الوسيلة وأحيانا خلق صفحته الخاصة ، والتي تكون ظاهرة لعدد من الأشخاص الآخرين وعلى هذه الصفحة يمكن للمستخدم نشر معلومات وصورو يستطيع الإتصال بالصفحات العائدة لمعارفه. وتختلف أنواع وسائل التواصل الإجتماعي وغاياتها فبعضها يهدف إلى إنشاء علاقات مهنية بين الزملاء أو الموردين أو الزبائن، وبعضها الآخر يهدف إلى تمكين المستخدم من إيجاد صديق قديم أو زميل قديم في المدرسة ، وبعضها غايته علاقات الصداقة فقط وبعضها تأمين التلاقي والمعارف، وبعضها الآخر كالفيسبوك هو بهدف عام يسمح بكل أنواع العلاقات ويتيح للمستخدم عند إنشاء حساب عليه تحديد أنواع العلاقة التي يبحث عنها وقد توجد بعض وسائل التواصل الإجتماعي المغلقة أو الخاصة بأشخاص معينين مثل تلك الخاصة بطلاب جامعة معينة. ما يؤكد على أن دور الفيسبوك لم يعد مقتصر على بث وتداول المعلومات فقط وربط وتكوين صدقات في إطار المواضيع ذات الإهتمام المشترك بل تعددت مجالاتها وأهدافها المشتركة لتشمل على تحقيق أهداف مختلفة تعود على الفرد والمجتمع بالفائدة، كالتثقيف والتربية والترفيه والتوعية في جميع المجالات خاصة المجال الاجتماعي لتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الوعي الاجتماعي بحيث أصبح الفاييسبوك مصدرا مهما لنشر التوعية الاجتماعية وزيادة المعرفة بين الناس، فالفضاء العمومي الافتراضي هو مجال يتم من خلاله الإشهار بالأفكار و الآراء حول قضية معينة ، فالفضاء العمومي خلق

لنفسه لغة من أجل النقاش و التي إتخذت أشكال متنوعة صورة، نص، فيديو... هنا يمكن القول أن الفيسبوك كفضاء عمومي إفتراضي أصبح مجالا تستخدمه الجماعات لتمثيل التواصل الإجتماعي وتشكيل الوعي الإجتماعي و ذلك بفضل الأحداث و القضايا الإجتماعية المطروحة عبر هذا الموقع .

لذلك و إسنادا إلى كل ما سبق فإن " دور شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي في تشكيل الوعي الاجتماعي" هو موضوعا جديرا بالدراسة في هذه الظرفية المتسارعة من الزمن، رغم القيم المستثناة لتعدددها، و رغم تجليات الوعي التي يصعب قياسها

ولتناول هذا الموضوع جاءت دراستنا على 6 مستويات. الفصل الأول الإطار المنهجي والذي تناولنا فيه إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية ثم أسباب إختيار الموضوع بعد ذلك أهمية الدراسة و أهداف الدراسة و مفاهيم الدراسة و كذلك طبيعة الدراسة و منهج الدراسة و أداة الدراسة و و مجتمع البحث و العينة و نظرية الدراسة و أخيرا الدراسات السابقة والفصل الثاني النظري تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي و دوافع إستخدامها والذي يتضمن تمهيد و نشأة و تطور مواقع التواصل الاجتماعي في المبحث الأول ثم مفهومه كـمبحث ثاني ثم المبحث الثالث خصائص مواقع التواصل الاجتماعي و المبحث الرابع أهم مواقع التواصل الاجتماعي و المبحث الخامس دوافع إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي و المبحث السادس إيجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي و أخيرا خلاصة الفصل أما الفصل الثاني تحت عنوان ماهية الفيسبوك و دوافع إستخدامه والذي يتضمن تمهيد عن الموضوع و 5 مباحث: المبحث الأول نشأة الفيسبوك و المبحث الثاني مفهوم الفيسبوك أما المبحث الثالث خصائص الفيسبوك و رابعا أهداف و دوافع إستخدام شبكة الفيسبوك و خامسا إيجابيات و سلبيات موقع فيسبوك .

ثم الفصل الثالث تحت عنوان الفضاء العمومي و مبررات ظهوره تضمن تمهيد عن الموضوع فالمبحث الأول : كان عنوانه تعريف الفضاء العمومي و المبحث الثاني : مبررات ظهور الفضاء العمومي الافتراضي و المبحث الثالث : أسس الفضاء العمومي الهابرماسي و المبحث الرابع : خصائص الفضاء العمومي الافتراضي، خامسا أدوات تشكل الفضاء العمومي الافتراضي للمجتمعات الافتراضية سادسا: شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي افتراضي و أخيرا خلاصة الفصل أما الفصل الرابع : الوعي الاجتماعي و أشكاله تضمن تمهيد عن الموضوع و 6 مباحث بداية بالمبحث الأول الذي كان تعريف الوعي الاجتماعي ثم المبحث الثالث وظائف الوعي الاجتماعي و المبحث الثالث كان مستويات الوعي الاجتماعي ثم المبحث الرابع أنواع و أشكال الوعي الاجتماعي أما المبحث الخامس عوامل تشكيل الوعي الاجتماعي و أخيرا المبحث السادس كان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي والأخير الجانب الميداني والذي تناولنا في 5 محاور بما فيه البيانات الشخصية وكذا المحور الأول عادات استخدام الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وكذلك تناولنا في المحور الثاني دوافع استخدام الطلبة لموقع الفايسبوك والمحور الثالث : دور و مساهمة الفيسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي و المحور الرابع : تأثير موقع فيسبوك على الفضاء العمومي والأخير قمنا بعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال تفرغ البيانات في الجداول و أخيرا قدمنا خاتمة لموضوع دراستنا.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

1/ إشكالية الدراسة و تساؤلاتها:

إن ما جاءت به التكنولوجيا الحديثة لإعلام و الاتصال قد فتح أفقا جديدة و أحدثت تغيرات عميقة في مختلف جوانب الحياة الإنسانية الثقافة الفكرية، الاجتماعية الأمر الذي شكل أثرا كبيرا على كافة أنماط الاتصال الإنساني مما فتح بابا واسعا لتجسيد مفهوم القرية الكونية التي أشار إليها مارشال ماكلوهان. و تعتبر الانترنت من بين أكثر مظاهر تكنولوجيا الاتصال الحديثة تجليا و التي نجحت في إحداث ثورة الاتصال بين البشر من خلال إتاحتها من تطبيقات مختلفة من مدونات، صحافة إلكترونية... إلى جانب فضاءات ديمقراطية تفاعلية للنقاش و تبادل الآراء و إتاحة فرصة للإقامة العلاقات المباشرة بين الأفراد بصورة أنية تفاعلية هذا الأمر الذي يظهر بشكل واضح جلي في وسائل التواصل الاجتماعي التي عززت من قيمة الفاعل التي جاءت به الانترنت.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أحدث وسائل الاتصال و نقل المعلومات و نقل الأخبار بين البشر و هي أحد أهم مظاهر خدمات الجيل الثاني للإنترنت التي عرفت اهتماما كبيرا من طرف مستخدمي الانترنت لأنها منحت لهم الفرصة لتواصل و التعبير و المشاركة و زادت من تقليص المسافات بين الأفراد.

كثيرا ما يلجأ العديد من الأفراد إلى هذا الفضاء الذي تشكله مواقع التواصل الاجتماعي ما يسمى بالفضاء العمومي، يعتبر هذا الأخير عنصرا أساسيا لا تستطيع المجتمعات و المؤسسات الديمقراطية أن تستغني عنه، فكل نظام ذو طابع ديمقراطي يقوم أساسا على فكرة مشاركة المواطنين في عملية صنع القرارات الملزمة للجميع، و لكنهم يعبرون عن مصالحهم و آرائهم بشكل علني، و يستمعون للآراء الآخرين و بإنشاء ساحة أو حيز للنقاش حول الشؤون العامة و يضمن أن جميع تلك العمليات تكون مفتوحة لكل الناس دون استشارة، فهو عبارة عن

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

فضاء مشترك يلتقي فيه أفراد المجتمع عبر جملة من الوسائط و الوسائل الإلكترونية المختلفة وذلك من أجل مناقشة المسائل ذات الاهتمام المشترك و التوصل من خلال ذلك إلى تشكيل تفكير مشترك في مختلف المسائل.

وقد فتحت وسائل التواصل الاجتماعي أفقا واسعة لتكوين رأي عام حول القضايا و الموضوعات المختلفة المطروحة لدى الأفراد من خلال وسائط الاتصال المتعددة و المتنوعة و التي اتسمت بسهولة الوصول إليها و نشر الأفكار و الرؤى و القضايا و تعميمها حيث وفرت وسائل الاتصال المختلفة و لا سيما المواقع التفاعلية الاجتماعية مجالا واسعا أمام الأفراد للإطلاع و الإلمام بحديثات القضايا المثارة بل و منحهم الفرصة الكاملة لطرح أي قضية أو فكرة يرغب في تشكيل رأي عام اتجاهها أو العمل على إحباط و إفشال أي من وجهات نظر آخرين التي لا تروق لأفكارهم و قناعاتهم فأصبح بإمكان كل فرد في المجتمع ممارسة حقه الكامل في إبداء رأيه و هذا بدوره يعمل على تشكيل الوعي الاجتماعي.

و لمواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في تشكيل و رفع الوعي الاجتماعي و حسن أداء أفراد و شبابه لوظائفهم و كذلك إكسابهم القيم الاجتماعية داخليا، كما أنها تعرف العالم بحضارة الشعوب و وجهات نظرها في المسائل العالمية خارجيا. و مع تنوع الوسائل و انتشارها على نطاق واسع تنوع الوظائف التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع من توجيه و دعاية و تثقيف و تعارف اجتماعي و ترفيه و إعلان فتأثير هذه المواقع يعمل على جذب الجمهور من خلال توجيهه و تشكيله باتجاهات معينة مخطط لها و يأتي هذا التوجيه بمقدار ما لدى الشباب في المجتمع في ثقافة و دراية بالعديد من القضايا و الأفكار و المعلومات.

و يعد الفاييسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي و أكثرها إنتشارا و إستخداما، و التي إستطاعت أن تحتل مكانة مرموقة بين الشبكات الاجتماعية الأخرى المتداولة في الفضاء الإلكتروني، و نجحت في إستقطاب الجماهير

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

لكونها مست مختلف فئات المجتمع و خاصة الشباب، و نظرا للإمميزات التي تقدمها خاصة في مجال تكوين العلاقات بين المتفاعلين، و هذا ما ساهم في خلق فضاء واسع للتواصل الاجتماعي و جعل أغلب الشباب الجزائري على اطلاع على الأوضاع الحاصلة في الجزائر أو حتى خارج التراب الوطني.

و من هذا المنطلق جاءت دراستنا هذه التي نحن بصدد دراستها إلى الإجابة على التساؤل التالي: "ما دور مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي في تشكيل الوعي الاجتماعي؟".

الأسئلة الفرعية :

1. ماهي دوافع وسائل استخدام مواقع فيسبوك ؟
2. ماهي عادات و أنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لشبكة فيسبوك ؟
3. ما مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الطلبة سواء سلبا أو ايجابا ؟

2/ أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا للموضوع الدراسة ليس اعتباطيا أو بمحض الصدفة بل هو ناتج عن دوافع وأسباب إلى اختيار دراسة ذلك الموضوع دون غيره وهي أسباب ذاتية متعلقة بالباحثين وأخرى موضوعية متعلقة بالموضوع والأسباب التي دفعت بنا لاختيار موضوع شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي الفيسبوك نموذجا هي :

أ) الأسباب الذاتية:

— الميل والرغبة في دراسة البحوث التي تخص الوعي الاجتماعي ومحاولة كشف جوانب تشكيله ومصادره.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

__اهتمامنا الشخصي بالبحوث التي تهتم بمواقع التواصل والاجتماعي عموما وموقع الفيسبوك خصوصا.

__اختبارنا المنهجية المكتوبة من خلال تطبيق استمارة استبيان كأداة جمع البيانات من اجل الوصول الى نتائج قد

تفيد في معالجه مثل هذه المواضيع.

(ب) الأسباب الموضوعية :

- أهمية صفحات الفيسبوك كوسيلة اتصالية في وقتنا الحاضر في نشر الوعي الاجتماعي.
- ميل الافراد المحيطين بنا في واقعنا الاجتماعي لاستخدام الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص أكثر نشاطا.
- قلة الدراسات التي تجمع بين الوعي الاجتماعي وشبكة الانترنت.
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك بشكل كبير بين مختلف الفئات.

3/ أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي

الاجتماعي كهدف أساسي لهذه الدراسة وكذلك تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- معرفة أنواع و أسماء بعض مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا على المجتمع.
- معرفة عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة قالمة لمواقع التواصل الاجتماعي عامة و الفيسبوك خاصة كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد من خلال تشكيله للوعي الاجتماعي.
- التعرف على دوافع استخدام موقع الفيسبوك في تشكيل وتنمية الوعي الاجتماعي.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

- معرفة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي الاجتماعي لاعتباره اكثر المواقع استخداما وأكثرها استقطابا.
- محاولة دعم رصيد البحث في دراسات تطبيقات الاعلام الجديد في الجزائر خاصة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي.
- رصد ما أنجر من مظاهر اتصالية حديثة كانت غائبة إلى حد كبير في الفضاء العمومي الواقعي، كالتفاعل و إبداء الرأي بطريقة فورية، و النقاش العلني المفتوح على نطاق واسع، يحمل و يحتمل وجهات نظر مختلفة و متنوعة.

4/ أهمية الدراسة:

- إن أهمية الدراسة تتجلى من خلال مدى مساهمتها في إبراز المشكلة المطروحة بعد تحديد كل متغيراتها تحديدا دقيقا والتي تشكل الوحدة البحثية لتسهيل معرفه القيمه العلميه والتطبيقية ككل .
- تتمثل أهمية دراستنا في أهمية الموضوع في حد ذاته الذي يعني بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وهذا في مجال الاتصال الذي يبحث في دور هذا الموقع من خلال الفيسبوك.
- تبرز قيمة هذه الدراسة أيضا من خلال الأهمية التي تكتسبها المضامين الاجتماعية التي تطرح عبر صفحات الفيسبوك والاستخدام الامثل لهذه الصفحات لاحداث نوعا من الوعي الاجتماعي.
- تتجلى كذلك أهمية الدراسة من خلال النتائج المتوصل اليها التي تفيدنا في الحصول على بيانات ومعطيات تساعدنا على الإجابة عن التساؤلات المطروحة حول دور الفيسبوك في تشكيل وعي الاجتماعي.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

- يمكن أن تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات جديدة حول موضوع الوعي الاجتماعي ومواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تشكيله كما يمكن لنتائجها ان تكون مواضيع بحث جديدة قد تثير استفسار باحثين آخرين مما يؤدي إلى توسيع مجال الدراسة والبحث العلمي والموروث العلمي في هذا الموضوع .

5/ تحديد المفاهيم

1-الدور:

أ/ لغة: يعرف الدور لغة من دار يدور دورا، أي ترك باتجاهات متعددة في مكانه (عدلي، 2011، صفحة 14). ويعني التحرك باتجاهات عديدة بشكل دائري، ويعرف أيضا: كلمة مستعارة من المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو العالم نتشه، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من الأدوار على خشبة المسرح (عدلي، 2011، صفحة 15)، ومعناه أن المسرح يشبه التنظيم الاجتماعي وأفراده يمثلون تلك الأدوار حسب اختلاف مراكزهم.

يعرفه معجم الوسيط: دار يدور ، دورانا: طاف حول الشيء، ويقال الفلك مداره. وتعني توترات الحركة بغير ثبوت ولا استقرار .

ب/ اصطلاحا: الدور سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين وللدور معنى إستراتيجي وآخر معياري، والمعنى الإستراتيجي يقصد به المعنى الذي يرتبط له مثال ارتباط دور معين بجنس معين، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل، ويتم تحديد هذا المعنى طبقا لما يعتقد أنه الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع (عدلي، 2011، صفحة 15)، ويعني أن للدور معنيين معني مرتبط بالدور ومعني مرتبط بتوقع الدور الذي يعتقد أنه الوضع الصحيح.

كما يعرف الدور؛ أنه مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة، وتحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة (عدلي، 2011، صفحة 16).

فالدور مجموعة نماذج مرتبطة بمكانة ما، تحتوي على سلوكيات متعارف عليها من قبل المجتمع.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

ج/ إجرائيا: مجموعة أفعال مكتسبة يؤديها الفرد في موقف تفاعلي اجتماعي، وهو مجموعة خدمات إذ تعلق الأمر بالجماعة و مجموعة دوافع إذا تعلق الأمر بالشخص.

2- مواقع التواصل الاجتماعي :

تعريف الشبكة لغة : من شبكة الشيء شبكا، تداخل بعضه في بعض، والشبك الخلط والتداخل ومنه تشبيك الأصابع، والشبكة شبكة الصيد التي يصيد بها في البحر والبر والجمع شبكه وشباك (منظور، 1990، صفحة 447).

أما الاجتماع لغة: هو جمع الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على تضامن الشيء يقال جمعنا الشيء جمعا (مصطفى و آخرون، صفحة 471)، والاجتماع هي اسم مفرد منسوب إلى اجتماع وهو التقاء أفراد في مكان وزمان معينين لتبادل وجهات النظر (عبد الحميد و آخرون، 2008، صفحة 392_393).

أما اصطلاحا : فنعني بالاجتماع أن يطلق هذا الوصف ليعبر عن نسيج مكون من صلات اجتماعيه تلك التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبين (المصري، صفحة 12).

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

اصطلاحا: هي خدمات تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى تجمع المستخدمين و الأصدقاء، ومشاركة الإهتمامات، للبحث عن تكوين صدقات، والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين، ومعظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليا هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل: المحادثة الفورية والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين، ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات ... وتنقسم هذه الشبكات حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة، وأخرى تجمع أصدقاء العمل (زينب، 2012، صفحة 254).

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

وحسب ما جاء في التعريف السالف الذكر فمواقع التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات لمستخدميها مثل: تكوين صداقة، مشاركة الاهتمامات، تبادل الرسائل والفيديوهات ... وغيرها من الخدمات .

وتعرف أيضا بأنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع بروز تقنية الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة)، ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الصور والرسائل، و الإطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم. (زودة، 2011_2012، صفحة 17)

ويرى عالم الاجتماع الاسباني مانويل كاستل أن الشبكات الاجتماعية الالكترونية هي البيئة الاجتماعية لعصر المعلومات، وعصر المجتمع الشبكي المكون من شبكات الانتاج والقوه والتجربة، حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار تدفقات العولمة متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان. ولقد ركز الباحث في هذا التعريف على مفهوم الشبكة من منظور اجتماعي تقني، اي ان التعريف واسع حيث ركز فيه على دور الشبكات في خلق فضاء افتراضي (السويدي، 2014، صفحة 20).

تعريف الشبكات الاجتماعية الإلكترونية إجرائيا :

نتيجة لعدم وجود تعريف نهائي مكتمل للشبكات الاجتماعية نتيجة لتطورها المستمر والمتسارع اعتمدنا في دراستنا على التعريف التالي اجرائيا وهو يتماشى وتعريف دانا وبويد ذلك ان هذا التعريف يؤكد ان الشبكات الاجتماعية الالكترونية هي منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيها باستغلال بروفایل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم والاصدقاء والموقع. والاستعراض العام لعلاقتهم والتي بإمكان الآخرين الاطلاع عليها وكذا الوصول الى عدد كبير من المضامين في اشكال متنوعة فيديوهات نصوص صور او مزيج منها كما تتيح هذه المنصة وصلات يضعها اصدقاء المستخدم وسنركز في دراستنا على شبكة الفيسبوك كنموذج مع الاخذ بعين الاعتبار الجانب الاجتماعي والتقني في آن واحد.

3- الفضاء العمومي :

لغة: إن لفظة " فضاء تحمل معجميا مجملا من المعاني منها: المكان الواسع في الأرض، و الفضاء الخالي هو الواسع من الأرض، و الفضاء فهو ما اتسع من الأرض، و هو الخالي من الأرض ، و الفضاء من الدار: ما اتسع من الأرض أمامها ، الفضاء، ما بين الكواكب و النجوم من المسافات لا يعلمها إلا الله. (شبكة النبا المعلوماتية، 2007).

مصطلح Virtual الافتراضي كلمة لاتينية الأصل مشتقة من Virtus و تعني في بداياتها طاقة الإنسان و إمكاناته، و بعد ذلك أصبح لها مدلول آخر virtus ليقتصد بها الأخلاق عموما و الفيلو و الطهارة خصوصا. و يعرف هيام كل ما هو افتراضي في الاصطلاح على أنه مفهوم يعني بشكل أدق " كأن أو كما لو كان و ليس ماهو كائن " ، " virtual Is not actuel but as if " و يقصد بهذا المعنى " كأن as

If مفاهيم مشابهة مثلا للسرعة الافتراضية Virtual velocity والتي يمكن مقارنتها بتعبير مثل ساق اصطناعي Leg Artific شبه رسمي علم زائف Pseudoscience والتي تدل على أن شيء معين يعتبر فقط نصفًا أو خاطئًا أو اصطناعيا أوغير طبيعيا أو غير أصليا أو مزيفا، وغير ذلك ،حيث يرى "هيام" بأن العالم الافتراضي ليس مرادفا للتوهم أو التخيل أو الهلوسة، ولا هو حالة شعورية أولا شعورية، بل يكمن جوهره في أنه واقع يمكن وصفه بحالة كأن أو كما لو كان " reality As if " و يرتبط هذا التعريف المبسط ارتباطا وثيقا بالتمييز الاستمولوجي، والفلسفي، والأنطولوجي، و السيميوطيقي بين الظاهر Appearance و الواقع Reality أو بين المظهر و الحقيقية، أو بين الهيئة (الماثول) والمرجع (الواقع الخارجي)، وهنا وجب مقارنة العالم الافتراضي بجميع الظواهر الواقعية وغير الواقعية وبالأشكال الأخرى المتجمدة بشكل أو بآخر ضمن السيورة التصنيفية لهذا العالم (زروقي، 2013/2012، صفحة 70).

الافتراضية: مصطلح جديد ضمن قاموس تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الجديدة، وهو مفهوم يحمل دلالات عميقة في إطار وصف المنتوجات المعلوماتية الرقمية والاليكترونية، وتصوير أنساقها اللانهائية و اللامحدودة، و لحد

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

الآن ظلت الافتراضية مفهوم شائك لم يوصل العلماء بعد إلى ضبط حقيقتها و ماهيته بشكل يساعدنا على وصل مظهرات إمكاناته، و أبعاده المختلفة (زروقي، 2013/2012، صفحة 43).

اصطلاحا هو مصطلح يقدم رؤية مختلفة لعالم الشابكة لأنه يجعله فضاء مختلفا ومغايرا عن العالم الحياتي المعيشي إلا أن اللفظة تفسح المجال لفضاءات افتراضية أخرى، لأنها عامة غير مخصصة بمجال أو بتقنية ما ، فيمكن أن يكون هناك فضاء افتراضي في الصوت أو الصورة أو الخيال.... الخ ، ويبدو أن هذا المصطلح كان في بدايات ظهور الشبكة العنكبوتية، وما أثارته من أفكار ، فافترض، مطلقو المصطلح أنهم بإبراز عالم جديد يستطيع المستخدم والمصمم أن يبتكر بنفسه أو بمعونة الآخرين ما يود ابتكاره ويتناسب مع رؤاه ، لا تحده حدود ولا تمنعه عوائق ، ويستطيع إن يثته ليصل إلى الملايين خلال لحظات. إذن، ليكن عالما افتراضيا قبل نعته بنعوت أخرى أما الآن فقد تمايز. واتضحت معالمه وتحددت خصائصه (جمعة، 2012، صفحة 40)

ويعرفه وليام جيبسون عالم الواقع الافتراضي cyberspace "بأنه الهلوسة التوافقية الناشئة في إطار منظومة مكثفة من شبكات الحاسوب، حيث يرتبط الجهاز العصبي ارتباطا مباشرا بالشبكة، بحيث يعمق الصلات الحميمية بين العقل والشبكة الالكترونية ، وهذا يعطي بعدا آخر ، فقد بات العقل يفكر وفق ما توفره الآلة المستخدمة من إمكانيات برمجية عالية المستوى (جمعة، 2012، صفحة 38/37). و يعد وليام جيبسون William Gibson أول من استخدم كلمة Cyper مقترنة بكلمة Space لتظهر في مصطلح الفضاء الالكتروني Cyberspace في كتابه الكلاسيكي عام 1984. كما وصف العالم الافتراضي بأنه عبارة عن شبكات الكمبيوتر والاتصالات الالكترونية وعبارة عن شبكة كمبيوتر خيالية تحتوي على كم هائل من المعلومات التي يمكن الحصول عليها لتحقيق الثروة والسلطة" (الصادق، 2009، صفحة 8).

كما عرف الباحث Liu ، المجال العام الافتراضي بأنه مجال مشترك مفتوح لجميع الأفراد في المجتمع، يتيح لكل فرد الوصول إليه للمشاركة والتفاعل مع الآخرين ، ووصف الباحث " poor المجال العام الالكتروني بأنه: "وسيط لفضاء استطرادي جديد يضم الأفراد المستبعدين المهمشين الذين يقدمون خطابات مفتوحة ويعرضون قضايا سياسية تهيمن عليها أجندة النقاش والحوار، بحيث يتم الحكم على الأفكار طبقا لجدارتها وليس عبر مكانة الشخص المتحدث (مبروك، 2019، صفحة 604)

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

وغالبا ما يصطلح على الفضاء الافتراضي بتسمية أخرى ألا وهي الفضاء التقني والذي يعرف بأنه أكثر التفاعلات الاجتماعية حركية وحيوية في التاريخ البشري، فهو أكبر المجالات إنتاجا للمحتوى التواصلي، لان المتوسط الحسابي للمتفاعلين في الفضاء الالكتروني هو أكبر بكثير من المتوسط الحسابي للمتعمق أصليين في العالم الحقيقي، لذا فإن من السمات الأساسية للفضاء الالكتروني أنه يوفر بيئة تتكون من العديد من المشاركين لهم القدرة على التأثير والتأثر على بعضهم البعض. إن الملاحظة المستمدة من هذا المفهوم أن الناس يسعون من خلال هذه التفاعلات بغير قصد إلى رفع مستويات التعقيد وزيادة درجات العمق داخل العالم الافتراضي (محمد، 2019، صفحة 52)

التعريف الإجرائي : هو ساحة افتراضية تسمح للأفراد من مختلف الأجناس والأعراف من التعبير عن آرائهم في شكل نقاشات وتبادل الأفكار حول مختلف القضايا التي تمس المجتمع ، لهذا السبب تحول النقاش من الواقع الملموس إلى العالم الافتراضي على هذا الأساس يعتبر الفضاء العمومي الافتراضي فضاء مفتوح لجميع الناس فمن خلاله تمكن الفرد من إشباع رغباته المكبوتة في الواقع المعاش.

4- الوعي الاجتماعي:

الوعي يوجد عند معظم الناس، ظهر من خلال حتمية التعامل مع الآخرين، وهم مختلف ومتباين في درجاته بين الافراد حسب معرفتهم وعلمهم وتجاربهم ومجمل الخبرات التي مروا بها، الى ان هذه الاختلافات بين الافراد تظهر في مضمون هذا الوعي، وما يرتبط به من موضوعات واحداث. والملاحظ في هذا التعريف ان الوعي انساني بالضرورة، يتباين ويختلف حسب المستوى المعرفي للافراد وهكذا حسب اختلاف الموضوعات والظواهر والاحداث. والوعي خاصية العقل الانساني فالوعي نتاج للتطور المستمر والمعقد للطبيعة والمجتمع وافراده وجماعاته، ومعنى ذلك ان الوعي ليس قارا او مستقرا، بل يتطور حسب درجة تقدم المجتمعات اجتماعيا وعلميا وتقنيا. وهو اعلى درجة المعرفة حيث ترتبط العلاقات مع مجموعة الادراكات المتاحة سواء تعلق في الجانب الذاتي او الموضوعي، وحتى المجرد والروحي طالما أن المعرفة هي معرفة بسيطة و معرفة معقدة تتعدد لان تكون معرفة ذاتية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

واخرى موضوعية وثالثة مجردة(عقلية) ورابعة غير متاحة للجميع وهي الروحية التي تأتي عن طريق التجليات والإلهام. والوعي كآلية التفكير واستقرار الظواهر واستخلاص النتائج وحسن تصرف في المواقف المختلفة هو اعلى درجات الادراك وسقف التصور في مختلف القضايا، يضمن عدة انواع او مستويات من الوعي الاجتماعي الذي في الغالب ياخذ عديد من المفاهيم باختلاف التخصصات والمواضيع والمجتمعات والفترات الزمنية، وكإيجاز لمفاهيم الوعي الاجتماعي سيتم ايراد ما يلي:

الوعي الاجتماعي في قاموس علم الاجتماع : اتجاه عقلي مستمد من الواقع حيث يمكن للفرد ادراك ذاته وبيئته ومجتمعه من حيث انه عضو فيه . اي ان الوعي ينطلق من الواقع او هو انعكاس له، يعني ادراك العلاقات بين الاشياء والظواهر وفهمها للتصرف حسب الخبرة التي تأتي تباعا.

كما انه " القدرة على تأويل المشاعر وتفسيرها بالعبور منها الى الواقع الموضوعي، وهو القدرة على العبور من الذاتية الى الموضوعية عن طريق التأويل. وبالنظر الى هذا التعريف يمكن اعتبار الوعي انه تفسير يفضي الى الفهم الموضوعي للعلاقات والظواهر، ومن ثم تحليلها والحكم عليها.

وهو محصلة وجود الانسان في محيط اجتماعي ذا ثقافة ايا كانت درجة تقدمها، بمعنى ان ما يحدد طبيعة الوعي هو تفاعل الافراد فيما بينهم ومعبيئتهم، وتراكم المعارف بشأن ما يضمن استمرار الحياة سواء الفكرية او الاقتصادية، وما يمتد لها من ابداع وابتكار وما يساعد او يعيق تجاوبه مع الظروف.

الوعي الاجتماعي في بعض الدراسات السوسولوجية :

يرى كل من موسى حلس وشكر صابر ان الوعي الاجتماعي هو مجموعة من المفاهيم وتصورات والاراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم يتبناها الآخرون لاقتناعهم بأنها تعبر عن موقفهم . ووفق هذا التعريف في الوعي الاجتماعي هو كل القناعات المعتمد بها من طرف افراد المجتمع والتي تجيز مواقفهم ازاء ما يصادفهم في حياتهم و بشكل ذلك نسخا اجتماعيا معترفا به مع اعتبار ان هذا الوعي الاجتماعي يختلف من مجتمع الى آخر.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

— و تسير عيسى عبد المنام فيصل ان الوعي الاجتماعي هو : اسلوب ادراك الافراد في كل جماعة اجتماعية للواقع الاجتماعي بما يشتمل عليه من نظم وعلاقات ، وفهمهم لما يدور فيه من احداث ، ومن ثم تقييمهم لها، وردود افعالهم اتجاهها. و هذا التعريف يشير الى مجموعة الافكار التي تأتي لافراد المجتمع ازاء الواقع الاجتماعي المعيشه التي تحدد استجاباتهم المختلفة لافرازات مجتمعه.

وحسب البياتي " هو محصلة علمية ذهنية و شعورية معقدة ، فالتفكير وحده لا ينفرد بتشكيل الوعي فهناك الحدس والخيال والاحاسيس والمشاعر والارادة والضمير . وهناك المبادئ والقيم ومركزات الفطرة وحوادث الحياة والنظم الاجتماعية ، والظروف التي تكتنف حياة المرء ، وهذا الخليط الهائل من مكونات الوعي يعمل على نحو معقد جدا ، ويسهم كل مكون بنسبه تختلف من شخص لآخر ، مما يجعل لكل شخص نوعا من الوعي يختلف عن وعي الآخرين . بمعنى ان الوعي هو مركب متعدد التشكيل يتضمن كل انواع المعرفة الممكنة وطريقه التفكير بمصادره المختلفة، المستندة من الذات او من الواقع المعيش ، او حتى من التجليات الطارئة في المكان او الزمان . وهو بذلك اتجاه عقلي يمكن الفرد من ادراك ذاته والبيئة المحيطة به ، وبذلك يعني تجاوز الفرد ادراك ذاته او واقع جماعته الصغيرة التي ينتمي اليها الى ادراك اوسع للمجتمع ككل.

التعريف الإجرائي الوعي الاجتماعي: هو تلك الصورة الذهنية التي تتشكل لدى الفرد ويتفاعل معها في حكمه على الاشياء والافراد والظروف المحيطة يبرز لدى الافراد في المسائل والقضايا التي تمتد الى واقعهم المعيش او الى تكوينهم المعرفي ونمط تعاملهم مع المواقف التي يصادفونها دوريا في المجتمع وهو يتجزأ ويتركب حسب ما يتحقق من مصلحة ماديته او معنوية وكيفيه الخوض في المسائل المتعلقة باثبات الذات او ضمان استمراره وهو ليس بالضرورة تصرفا مثاليا فكريا او سلوكيا لانه يقاس بما يتحقق من اثر مادي نافع وبدرجه التقدير التي يحظى بها الفرد في مجتمع اثناء مواقف معينة.

تعتبر الدراسات السابقة تراث نظريا يمكن الانطلاق منه للوصول إلى نتائج جديدة تخدم البحث العلمي وتكون إجابات على تساؤلات الدراسة المطروحة، فالباحث لا بد أن يستعين بكافة البحوث والدراسات التي تناولت نفس الظاهرة التي تم اختيارها من طرف الباحث. و يشترط في الدراسات السابقة أن يكون لها موضوعا وهدفا ونتائج، وأما إذا وجدت فرضيات البحث والعينة والمنهج والأدوات فالدراسة تصبح أكثر تفصيلا ودقة. وانطلاقا من موضوع الدراسة فهناك عديد من الدراسات السابقة والمتشابهة التي أجراها الباحثون سواء أن تناولت شبكات التواصل الاجتماعي أو تلك التي تطرقت إلى متغير الوعي الاجتماعي لذلك سنتعرض لأهم الدراسات التي تخدم موضوعنا ونتطرق إلى أهم النتائج التي توصلت إليها مع إعطاء وجهات النظر المختلفة حولها إضافة إلى محاولة نقدها وتقييمها والإشارة إلى أوجه الاستفادة منها.

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان "وسائل التواصل الاجتماعي و دورها في تشكيل الرأي العام " دراسة ميدانية

حول الفايسبوك و ظاهرة إختطاف الأطفال نموذجا

دراسة الباحثين خوليفة عبد المالك و حمادي محمد مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع الاتصال

سنة 2020/2019.

تمثلت إشكالية الدراسة في أن مواقع التواصل إحدى وسائل التغيير، وأصبحت عامة أساسية في هيئة متطلبات التحول الديمقراطي عن طريق تكوين الوعي، في المضمون الذي تتوجه به هذه إنه واقع عبر رسائل إخبارية، أو ثقافية، أو ترفيهية، أو غيرها، لا يؤدي بالضرورة إلى إدراك الحقيقة بل إنه يسعى لتكوين الحقيقة، وحل إشكالياتها. تتشكل شبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي رافدا أساسيا في تعزيز الديمقراطية، أو في زعزعة الأمن

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

والاستقرار نتيجة لقدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام، أصبحت وسيلة اتصال مهمة مستخدميه الذين يقدسون صفحاتها ويقولون عليها والتعليم والاتجاهات من خلال تحميل الصور وأفلام الفيديو. وقد غدت هذه الشبكات قوة متصاعدة بين فئات المجتمع الذين أدركوا أن وسائل الإعلام لم تعد قادرة على إتياع وحاجاته لما فتح المجال أمام الباحثين وماذا تأثيرها، ظهور الأنترنت يعتبر ثورة غير مسبوقه في وسائل الإعلام والاتصال ذلك من خلال هذه الثورة للحرية وصنعاء آلية ودقة فائقة في المجالات اجتزاء الشبكات التواصل الاجتماعي بهذه الصورة الكبيرة والسريعة حيث أدت هذه الشبكات دوري بهذه الثورة باعتبارها ليست تفاعلوا بل وحتى الحج الرأي العام الرأي العام هو مصطلح شائع في حياتنا اليومية وكثيرا ما يذكر الكتاب والصحفيون وكل شخص تقريبا يكون لديه الرأي العام لأنه قوة ذات تأثير كبير في حياة الناس هو أو كانت هناك قضية يدور حولها فهو الذي يبيني المبادئ الأخلاقية الرأي العام هو الذي يؤثر في الحياة اليومية لكل إنسان إلا أن هناك قليلا من الناس من يفكرون في تفكير عميق ويعرفون الطريقة التي يعمل لقد بدأ معنى النضال الإلكتروني يظهر يمتد ليأخذ بمفهومه علمية أدى إلى تحويل المجتمعات إلى كيانات معلومات ومنه تحاول أفراد ويلسون ليس فقط في وسائل الإعلام بل عبر وسائل التواصل الاجتماعيتمكن مشكلة الدراسة في المدى الذي تتركه مواقع التواصل على تكوين الرأي العام وبناء على مشكلة الدراسة فقد امكن صياغة السؤال المحوري على النحو التالي:

ما هو الاجتماعي خاصة من الفيس تكوين الرأي العام حول ظاهرة اختطاف؟

فقد اعتمدوا على فرضية عامة المتمثلة في للمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك دور في تكوين الرأي العام الجزائري حول ظاهرة اختطاف الاطفال و فرضية جزئية متمثلة في : ساهمت استخدام الأفراد لشبكات التواصل الاجتماعي في توجيه الرأي العام الجزائري خاصة الظالدراجتماعية السيئة.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

دور وسائل التواصل الاجتماعي كان إيجابيا في التقرير اختطاف الأطفال الجزائر خلال زيادة وعي أولياء الأطفال لخطورتها.

تمثلت أهداف هذه الدراسة في:

- توضيح الدور الذي تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي خسائر حول ظاهرة اختطاف الأطفال وبيان أهم القفزات التي حققتها هذه المواقع.

- معرفة الوظائف التي مارستها مواقع التواصل الاجتماعي وبيان أكثرها تأثيرا على الرأي العام.

- بيان أهم الموضوعات التي ركزت عليها مواقع التواصل إذن ما تشهده المنطقة في الوقت الراهن وما تشهده الساحة خاصة ظاهرة اختطاف الأطفال.

و اعتمدوا على المنهج الكمي بدراسة واقع الظاهرة و تشخيص مؤشرات الوصول إلى تحليل البيانات المجمعة حول الموضوع و من ثم تفسيرها .

أما عينة الدراسة من خلال تفحصنا للمذكرة فقد اختار الباحث استمارة استبيان وزعت على 30 من شباب من بلدية سيدرحال ولاية الجلفة .

و استخدموا أداة الاستمارة الاستبيان كأداة للحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة و قد اشتملت على محاور تتناول الجوانب المتعلقة بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام .

و قد توصل الباحث إلى جملة من النتائج المجدوى المتمثلة في :

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

- إن جدوى دراسة موضوع مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في تكوين الرأي العام حول ظاهرة الاختطاف الاطفال في هذه المرحلة بالذات يكتسب أهمية خاصة وتفرضه أسباب وجيه تلك في ضوء ما تشهده المنطقة من تغيرات بنيوية على الصعيد الداخلي وتلقي بظلالها لا شك في المرحلة الحالية والمستقبلية من هنا جاءت فكرة الدراسة التي تبرز أهميتها.
 - تحديد المفاهيم العلمية ومحاولة التعرف على طبيعة العلاقة بين هذه المواقع ومعرفة دورها في تكوين الرأي العام كونها إحدى أدوات الإقناع الجديدة.
 - مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر اليوم احد مصادر المعلومات المهمة والتي يبني عليها الفرد مواقفه وتقوم عليها اتجاهات الرأي العام احيانا الاحداث الجارية سواء بالقبول أو الرفض.
 - مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تاخذ دورا في تشكيل موقف الجمهور المتلقي من القضايا المطروحة على الساحة المحلية والدولية يمتد إلى القيم وانماط السلوك ويحدث ان يتقبل المجتمع قيما كانت مرفوضة أو يرفض قيما ومبادئ كانت سائدة و مقبولة.
 - تسعى الدراسة إلى معرفة الاستخدامات المتنوعة والأساسية لمواقع التواصل الاجتماعي لانها شهدت انتشارا واسعا في كافة المجالات وخاصة ظاهرة اختطاف الأطفال.
- فيما يخص استعانتنا بهذه الدراسة فقد استفدنا على الإطار النظري فقط باعتبارها تطرقت إلى مواقع التواصل الاجتماعي و هذا كنقطة تشابه بين دراستنا .

" عبد الله ممدوح مبارك الرعود " : دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، في إطار نيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الوسط لسنة .

2012- 2011

حاولت هذه الدراسة الوقوف على الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغييرات السياسية الكبيرة التي حدثت في تونس ومصر من خلال طرح عدد من التساؤلات الفرعية :

1- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

2- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

3- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر من مصادر المعلومات حول التغيير السياسي في تونس ومصر؟

4- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي كشكل من أشكال التغيير السياسي في تونس ومصر؟

5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($a < 0.005$) في تقدير الباحثين لدور شبكات التواصل الاجتماعي نحو التغيير السياسي في تونس ومصر تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية المتمثلة

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

في (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، الخبرة الصحفية، نوع المؤسسة الإعلامية، التخصص، الفترة

الزمنية لعضوية الصحفي في النقابة)

وللإجابة عن هذه التساؤلات طبق الباحث المنهج الوصفي بما أن الدراسة تدخل ضمن البحوث الوصفية كما

تصور شكل العلاقة بين متغيراتها باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسموا

الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام المنهج .

وفي إطار هذه الدراسات تم استخدام المنهج المسحي لقياس رؤية الصحفيين لدور شبكات التواصل الاجتماعي

في التغيير السياسي في كل من مصر وتونس. وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان قام الباحث بتحديد مجتمع

الدراسة في الصحفيين الأردنيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية، ولكثرة عددهم، اقتصرت الدراسة على

الصحفيين العاملين في الصحف اليومية المطبوعة، والإذاعة والتلفزيون ووكالة الأنباء الأردنية (ابتر ، الأعضاء في

نقابة الصحفيين الأردنيين وعددهم 685 صحفياً والكبر حجم الدراسة فقد لجأ الباحث إلى الهيئة العشوائية

البسيطة، وتتكون من 342 مفردة (صحفي وصحفية) أي بنسبة 50 % من الصحفيين العاملين في تلك

المؤسسات والأعضاء في النقابة والبالغ عددهم 685. ليتوصل الباحث في الأخير إلى عدد من النتائج :

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات، وهذا الارتفاع يعزى

إلى مستوى إدراك الهيئة لتأثير لتأثير تكنولوجيا الاتصال .

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دور مرتفع في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي، وهذا

الارتفاع يعزى إلى مستوى إدراك الهيئة لتأثير تكنولوجيا الاتصال ويفسر الباحث ذلك بالأسباب الكثيرة

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

التي جعلت من شبكات التواصل الاجتماعي أدوات جاذبة وناجحة منها أن معلومتها غير خاضعة للرقابة أو التنقيح .

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دور مرتفع في التأثير على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي من خلال الأحداث التي بثتها أول بأول موثقة بالصور والفيديوهات، وهذا الارتفاع يعزى إلى مستوى إدراك العينة لتأثير تكنولوجيا الاتصال .

- تؤدي شبكات التواصل الاجتماعي دوراً مرتفعاً في التأثير على وسائل الإعلام التقليدية، وهذا الارتفاع يعزى إلى مستوى إدراك الهيئة لتأثير تكنولوجيا الاتصال

- تعقيب :

- تشابهت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل والمتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي إلى جانب تشابهها مع الدراسة الحالية في تناولها للجوانب السياسية للمواقع الاجتماعية . كما تشترك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في مناخ الحرية الذي توفره المواقع الاجتماعية على شبكة الانترنت أيضاً تشابهه مع عينة الدراسة الا وهو الطلبة

- أوجه الاستفادة :

- ما يمكن قوله عن هذه الدراسة أنها كانت عوناً لنا في إثراء الجانب النظري على اعتبار أنها تتشابه إلى حد بعيد مع موضوع دراستنا. كما أنها ساعدتنا في الربط بين متغيري الدراسة .

الدراسة الثالثة: تحت عنوان " تمثلات الحراك الجماهيري العربي في الوسائط الجديدة "

دراسة تحليلية للنقاشات الافتراضية على ضوء نظرية الفضاء العمومي

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

من إعداد الطلبة كلاجية سارة ، بوذن بشرى، البكري أسماء ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال جماهيري ووسائط جديدة لسنة 2019_2020.

تمثلت اشكالية هذه المذكرة في مقولة ديكارت "انا أفكر إذن أنا موجود" الذي اشعلت الالهام لدى مخترعي تكنولوجيا لبيتكر البشريه الوانا شتى من وسائل الاتصال والتواصل المخلدلين بذلك الشطر الثاني من تلك المقوله تصبح انا اتصل اذا انا موجود. هذه المقولة مهدت ببروز مجال وبيئة جديدة ظهرت بفعل ثورة رقمية غزت العالم واجتاحت مختلف الجوانب الحياتية وتغلغلت داخل أغلب الأوساط المجتمعية نتج عنها استخدام مكثف لوسائط جديدة رافقها حديثا عن أنماط وطرق جديدة ومختلفة عن الطرق التقليدية المجسدة في الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون فقد أسهمت في إحداث تغيرات وتطورات في أنماط الممارسات الاتصالية وفي الصناعة الإعلامية وأنماط استهلاك المعلومات وإنتاجها وتداولها، فقد وفر ظهور الوسائط الجديدة فتحا ثوريا نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقه وأعطى مستخدميه فرصا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود أو رقابة إلا بشكل نسبي محدود إذ أوجدت قنوات للبت المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، وأوقفت احتكار صناعة الرسائل الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع أو أكثر شمولية وبقدر التأثير لم يتصورها خبراء الاتصال، ش وتمكنت الوسائط الجديدة من احتلال مركز الصدارة في المشهد الإعلامي في المنطقة العربية فقد حظيت بالاهتمام الأبرز للرأي العام تحولت هذه الوسائط لمنابر إعلامية موازية للإعلاميين والصحفيين والناشطين الحقوقيين الذين وجدوا فيها متنفسا في وجه سياسيا لتكميم الأفواه التي فرضتها الوسائط الإعلامية التابعة للسلطة،فقدره وسائل الاتصال في التأثير عميقة إذا هي وسط لتجمع مختلف الأفكار والتوجهات التي تعطي نفسا جديدا للمجال العام حيث تمارس وظيفة نقدية وتحولها إلى مجال عام تصب فيه الاختلافات والنقاشات لذلك كما قال كاستلز فالسيطرة على الاتصال والتلاعب بالمعلومات مثل دائم صف الدفاع الأول لأصحاب السلطة

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

كي ينجو بأفعالهم في المقابل مع بروز الثورة الرقمية تغيرت المعادلة وأحدث تأثيرا كبيرا وبالغا على الفضاء العمومي في العالم العربي حيث عرفت الساحات العربية في الآونة الأخيرة حركات إجتماعية جماهيرية رافضة للأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية القائمة في أوطانهم حيث اتخذت هذه الحركات أشكالا عديدة منها واقعية وافترضية عبر وسائط الإعلام الجديدة وبناء على ما تم طرحه فإن إشكالية دراستهم تتمثل في :

ما هي تمثيلات الحراك الجماهيري العربي الأخير في مشاركات المستخدمين عبر الفضاء العمومي الافتراضي؟
هل شكلت مشاركات وتفاعلات المستخدمين مع الحراك الجماهيري في الوسائط الجديدة تصورا جديدا للفضاء العمومي؟

وكانت أهداف هذه الدراسة كالآتي:

تسعى هذه الدراسة إذا تقدم رؤية علمية عن موضوع تمثيلات الحراك الجماهيري العربي في الوسائط الجديدة، محاولين من خلالها تحديد ملامح التغيرات التي جاءت بها الوسائط الجديدة التي ساهمت في ملامح الفضاء العمومي كفضاء للنقاش، نظرا لما أحدثته من مزايا ساهمت في فتح مساحة التعبير لم تكن متاحة في الواقع. إضافة لذلك هذه الدراسة لا تهدف إلى رصد الصفحة المدروسة، ولا تهدف إلى تحليل مضامينها المختلفة وأبعادها وتأثيراتها وإنما تهدف إلى رصد التعليقات وتفاعلات التي يضعها المستخدمين المشاركين على جدران هذه الصفحة، وكذا رصد ما آي من مظاهر اتصالية حديثة كانت غائبة إلى حد كبير في الفضاء العمومي الواقعي، وكذلك غائبة في وسائل الإعلام التقليدية كالفاعل في إبداء الرأي بطريقة مباشرة وفورية والنقاش العلني المفتوح على نطاق واسع يحمل أو يحتمل أرى وجهات نظر مختلفة ومتنوعة.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

من أهم المناهج العلمية التي اعتمدها هذه المذكرة اعتمدت على الدراسات الوصفية في جمع البيانات المنهج المسحي الذي ركزت عليه هذه الدراسة بشكل أساسي .

تمثلت عينة دراستهم في 102 تعليق مستخرجة من 6 مقالات تناولت الحراك الجماهيري العربي .

التقنية المستخدمة في هذه الدراسة تقنية تحليل محتوى كأداة رئيسية لجمع للمعطيات التي جاءت كرد فعل على القضية الحراك الجماهيري العربي الاخير ، المطروحة على الجدران الافتراضية الصفحة الرأي العام من أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :

تستفيد الدراسة الحالية من نظرية المجال العام في التعرف على دور الوسائط الجديدة كمجال عام للحوار حول الحركات الجماهيرية وذلك لإتاحة الفرصة والمجال للجمهور للتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة وتبادل المعلومات والأفكار والنقاش في هذه القضية، وفي مسائل الشأن العام بصفة عامة فإذا كان مفهوم الفضاء العام الكلاسيكي يقوم على إتاحة حيز ما للأفراد يمكنهم من مناقشة والحوار في قضايا الشأن العام لتحقيق المصلحة الشائعة المعنية بالصالح العام وخلق بيئة صحية فإنه في البيئة الافتراضية لا يزال كذلك مساهما في تكوين رأي عام حول قضايا الشأن العام. إذ يحظى ب مستخدمو صفحة الرأي اليوم ب فضاء حر لنقاش حيث يستغلون المساحة المخصصة لتعليق وتفاعل وتعقيب والنقاش وإبداء آرائهم ووجهات نظرهم حول ما عرض في الصفحة سواء كانوا يتوافقون في وجهات النظر أم يختلفون فيها.

فيما يخص أخلاقيات النقاش في الفضاء الافتراضي فإن هابرماس في نظريته الكلاسيكية يرى أن أهم بعد للتواصل هو البعد الأخلاقي والذي يتجلى في الاحترام المفروض بين كل أطراف ومنح الحرية والمساواة في المشاركة التواصلية فنظرية التواصل عند هابرماس تعود بالأساس إلى أخلاق تواصلية من شأنها أن تضبط المناقشات وتوجهها توجيهها

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

سليما. وهو ما لمسناه في الفضاء الافتراضي المسجد في صفحة الرأي اليوم إذ التزم متفاعلون على هذه الصفحة بآداب وأخلاقيات المناقشة بنسبة كبيرة قدرت ب99.01% كما أن مسؤولي الصفحة وضعوا شروط للتفاعل عبر فضائها مثلت هذه الشروط في عدم تناول الشخصيات والمقامات الدينية والدينيوية والكتاب بكلام جارح وناب ومشين وعدم المساس بالشعوب والأعراق والإثنيات والأوطان بالسوء.

الذي جعلنا نأخذ هذه الدراسة هو التشابه في الجزء النظري الذي يتحدث عن الفضاء العمومي الذي بدوره هو أهم عناصر دراستنا ألا و هو الفضاء العمومي.

الدراسة الرابعة : دراسة موسى عبد الرحيم حلس، ناصر علي مهدي (2010) الموسومة ب: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.

إن تطور وسائل الإعلام وإقبال الشباب عليها (خاصة الجامعي) جعلها تؤدي دورا كبيرا في الإلمام بالمعارف والمعلومات ومن ثمة تشكيل الوعي الاجتماعي من خلال أنماط التفكير والسلوك.

المنهج وأدوات الدراسة:

. استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي لأنه أكثر ملائمة لرصد الظروف الاجتماعية المحيطة ويوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة. وكانت الاستمارة الأداة الرئيسية لإجراء البحث.

مجتمع البحث والعينة:

- اعتمدت عينة طبقية عشوائية تقدر ب 10% من طلبة كلية الآداب جامعة الأزهر بغزة ، قوامها 219 مفردة بعد استبعاد 15 استمارة لعدم صلاحيتها وكان ذلك حسب وجودها في المجتمع الأصلي جنسا وتخصصا.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

وقد تمثلت نتائج الدراسة في الآتي:

- وسائل الإعلام لها دور في تبلور وتشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.

- أن وسائل الإعلام تساهم وتعرفهم الطلبة لمشاكلهم وقضاياهم.

- وسائل الاعلام تساهم في نقل التراث والثقافة.

بالنظر إلى هذه الدراسة يتبين أنها اهتمت بدور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني من خلال كم المعلومات والمعارف لإيجاد أنماط تفكير إيجابية. لذلك أفضت إلى نتائج مهمة أكدت تبلور الوعي الاجتماعي لدى الطلبة، وأنها دعمت فهم الطلبة لمشاكلهم، وساهمت في نقل التراث والثقافة. وهذا متضمن في فرضيات هذه الدراسة كمؤشرات في المتغيرات الفرعية المطروحة للتحقق منها. وإجراءها ساعدت هذه الدراسة من خلال أنها اعتمدت عينة طبقية عشوائية مقدرة بـ 10% طلبة كلية الآداب بجامعة الأزهر بغزة، حيث قدرت مفردات العينة بـ 219 مقابل 212 في هذه الدراسة، وذات نوع العينة وباعتبار التخصص والجنس أيضا.

تعقيب على الدراسة:

يتضح من خلال العرض السابق للدراسات السابقة أن هناك تنوع الدراسات التي اهتمت بتناول شبكات التواصل الاجتماعي و تأثيرها على بعض المتغيرات، و التي أثبتت غالبيتها فاعلية تلك الشبكات، مما يجعل الدراسة الحالية امتدادا لتلك الدراسات مع اختلافها في المتغير التابع المتمثل في الوعي الاجتماعي، إضافة إلى اختلافاتها في بيئة الدراسة و مجتمع الدراسة ، تشابهت هذه الدراسات مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل في شبكات التواصل الاجتماعي. كما تشارك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في مناخ الحرية الذي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت و أخذنا بعين الاعتبار من النتائج المتوصل إليها لفهم طبيعة هذا الفضاء في الجزائر و إسقاطه على القضايا الاجتماعية.

7/ الخلفية النظرية للدراسة :

يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة " بنظرية البنائية الوظيفية " التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينهم، التي تقوم بدورها في أحفاظه على استقرار النظام وان هذه الأنشطة تعتبر ضرورية لاستقرار المجتمع، و إن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته (عبدالحاميد، 2004، صفحة 31).

ويعتبر مدخل الاستخدامات والاشباع واحد من أهم مداخل المنظور الوظيفي يقوم أساسا على قصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر (مزاورة، 2014، صفحة 169).

ويعني المدخل أو النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية وتهتم نظرية الاستخدامات و الاشباع بدراسة الاتصال دراسة وظيفية منظمة (حجاب، 2010، صفحة 45).

جوهر النظرية:

نظريه الاستخدامات والاشباع تعني في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجاته الكاملة في داخله ومعنى ذلك ان الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرض عليه وسائل الإعلام بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته قارئاً أو مشاهداً أو مستعملاً في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقوم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض (مزاهرة، 2014، صفحة 173).

فروض النظرية :

بما أن نظرية الاستخدامات و الاشباعات قامت على افتراضات الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة ايجابية على الجمهور وفي هذا المعنى يلخص "كاتز" وزملائه الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظريه الاستخدامات والاشباعات فيما يلي:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشيط واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبه حاجاته.
- تنافس وسائل الاعلام مصادر اخرى لاشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية جديدة تجعل الفرد يتجه الى مصدرها لإشباع حاجته دون الأخرى.
- الجمهور وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه لوسائل الإعلام لانه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسيلة التي تشبع حاجاته.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

الأهداف التي تسعى النظرية الى تحقيقها :

تسعى نظريه الاستخدامات والاشباعات من خلال الفروض السابقة إلى تحقيق الأهداف التالية:

__ الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاعلام وذلك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبه حاجاته وتوقعاته.

__ الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة معينة، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

__ الكشف عن الاشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد الى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والاشباعات الناتجة المختلفة من وراء هذا الاستخدام.

__ الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وانماط التعرض لوسائل الاتصال والاشباعات الناتجة عن ذلك.

__ معرفة المتغيرات الوسيطة من خلال مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل وإشباعاتها.

__ و سبب اختيارنا لهذه النظرية هو محاولة فهم دوافع التي تحث المستخدم على استخدام الشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة و المحققة من هذا الاستخدام في سد حاجات الجمهور و الاهتمامات و انشغالاته.

ثانيا: الجانب المنهجي للدراسة

1/ مجتمع البحث و العينة:

مجتمع البحث :

يعرف مجتمع البحث على انه المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكلي أو المجتمع الأكبر الذي يهدف الباحث إليه في دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته (عبدالحמיד، 2004، صفحة 31).

عليه فان مجتمع البحث هو عبارة عن عناصر محددة أو غير محددة ومعروفة أو غير معروفة لان الباحث يصعب عليه الوصول الى جميع افراده مما يجعل دراسته أمر صعب.

ما يعرف أيضا على انه: « المجتمع الذي يشمل عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة» (عليان، غنيم، 2011، صفحة 155).

وعليه فان مجتمع بحثنا لهذه الدراسة يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي خاصة شبكة الفيسبوك وعليه يصعب مسح كل مجتمع البحث نظرا لاتساعه ولهذا يجب علينا اختيار جزء لهذا المجتمع الكلي الذي يلبي حاجات الدراسة ويحقق أهدافها وعليه اخترنا عينه البحث المتمثلة في طلبة جامعه 08 ماي 1945 قالمة .

عينة الدراسة :

تعرف عينة الدراسة على أنها : «طريقة جمع البيانات والمعلومات عن عناصر وحالات محددة يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر ومفردات الدراسة وبما يتناسب ويعمل على تحقيق هذه الدراسة» (عليان، 2011، صفحة 135).

وعليه فان عينه الدراسة هي الجزء الذي يمثل المجتمع، لان الباحث لا يستطيع ان يأخذ كافة الافراد لدراسته لان هذا يتطلب جهدا كبيرا، لهذا يختار الباحث عينة محددة لدراسته ، ولهذا اخترنا العينة القصيدة لمجتمع دراستنا، لان هذا النوع من العينات يختارها الباحث في حالات يعتقد انها تمثل المجتمع في الجانب الذي يتناوله البحث (حجاب م.، 2002، صفحة 124).

و في بعض الأحيان أيضا يسعى الباحث لتحقيق هدف او غرض معين من دراسته فيقوم باختيار أفراد العينة بما يخدم ويحقق هذا الغرض أو الهدف. و عليه تم اختيارنا للعينة القصدية .

- عينة القصدية ، و هي تندج ضمن العينات غير الاحتمالية و تؤخذ بناء على الحكم الشخصي للباحث على أنها هي العينة المستهدفة أو المهمة للدراسة، أو القدرة على إعطاء بيانات و المعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة أو اختبار فرضياتها (القحطاني وآخرون، 2013، صفحة 273) .

وعليه لقد تم اختيارنا للعينة القصدية لأن هذا النوع من العينات يتلاءم و طبيعة الدراسة ، و سنعتمد على عينة من 60 مفردة هذه العينة ستشمل طلبة جامعة سويداني بوجمة قالمة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك من اجل معرفة تشكيل الوعي الاجتماعي من خلاله.

2/ نوع الدراسة و منهجها :

نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث يعرفها "هوتي" بأنها الدراسات التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع (حجاب م.، 2002، صفحة 37).

أي أن الهدف الأول والوحيد من الأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة، كما هو في الواقع في الدراسات الوصفية تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطرق كمية ونوعية في فترة زمنية أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (عليان، 2011، صفحة 52).

و من خلال ما سبق نستنتج أن الدراسات الوصفية هي توضيح لخصائص أي ظاهرة فهي تقوم بتفسير الأوجه البارزة لأي ظاهرة لأنها تصف دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي.

فان اختيار منهج الدراسة لا يأتي بالصدفة أو العشوائية أو رغبة الباحث في دراسته، بل إن موضوع الدراسة و أهدافها هم اللذان يفرضان نوع المنهج المناسب للدراسة، دراستنا تحاول وضع تصور دقيق تسمح لنا بمعرفة حقيقة دور شبكات التواصل الاجتماعي عامة والفيسبوك خاصة في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، فإنها تعتمد على الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة من خلال إجراء المسح بالعينة على الطلبة الجامعيين، لذلك فقد تم اختيار المنهج المسح بالعينة، للحصول على بيانات ذات مصداقية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

وموضوعية، وكمنهج يتناسب مع أهداف دراستنا وهذا يعني أن المنهج المسحي يساعدنا في دراستنا من خلال إسهامه في تقديم معلومات حول ظاهرة الوعي الاجتماعي، وكذلك تقديم تفسير للدور الذي ستقوم به شبكات التواصل الاجتماعي عامة و الفيسبوك خاصة اتجاه هذا الوعي ومن ثم الوصول إلى النتائج.

المنهج المتبع فقد استخدمنا المنهج المسحي وعليه فان المنهج يعتبر ضروري أي بحث علمي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية ويعرف المنهج بأنه :«عبارة عن جملة الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها". ويعرفه محمد طلعت بأنه : «وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة» (عمر، 2005، صفحة 166).

3/ مجالات الدراسة :

تعتبر مجالات الدراسة خطوة مهمة وأساسية في البناء المنهجي لأي دراسة وتمثل مجالات ودراسنا في مجالين يتمثلان في:

اولا- المجال الجغرافي :

ويقصد به: " النطاق المكاني لإجراء الدراسة ويعين المنطقة التي تجري فيها الدراسة" (شفيق، 2010، صفحة 217).

و يتمثل هذا المجال في دراستنا في جامعة سويداني بوجمعة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قائمة والذي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة.

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

ثانيا - المجال البشري :

يتمثل في طلبة جامعة سويداني بوجمة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية بولاية قلمة الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عامة وشبكات الفيسبوك خاصة من كلا الجنسين وفئات عمرية متباينة ومستويات دراسية مختلفة.

ثالثا- المجال الزمني :

امتد المجال الزمني لانجاز المذكرة أو الدراسة ما بين 20 فيفري 2023 الى 15 ماي 2023 تم انجاز الجانب المنهجي اولا ثم الجانب النظري ثانيا ومن ثم الانتقال الى الجانب التطبيقي الميداني حيث قمنا بإعداد استمارة استبيان وتحليلها في بداية الشهر افريل وتوزيعها على المبحوثين وأخيرا معالجة البيانات وتحليلها واستخلاص نتائج الدراسة في شهر ماي.

4/ أدوات جمع البيانات:

إن الهدف الأساسي للبحث العلمي هو الإجابة عن مجموعة من التساؤلات المطروحة عن المشكلة، كما أن نجاح هذا البحث مرتبط بمدى فاعلية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فهذه الأدوات هي تلك التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين (مرسلي، 2006، صفحة 202).

قد استخدمنا الاستمارة كأداة للدراسة وذلك للتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي في تشكيل الوعي الاجتماعي بحيث يتم ذلك وفقا لأهداف الدراسة والأسئلة الفرعية للدراسة واعتمدنا في دراستنا

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي و المنهجي للدراسة

على الاستمارة كأداة رئيسية لجمع المعلومات من أفراد العينة على أساس أن هذه الأداة توفر قدرا جيدا من الموضوعية العلمية بعيدا عن التحيز كما تعد أداة مهمة من الأدوات المنهجية التي تستعمل في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة بعناية ودقة وتكون متسلسلة وواضحة الصياغة واشتملت على خمسة محاور: المحور الأول تعلق بالبيانات الشخصية من سن و المستوى التعليمي و التخصص. أما المحور الثاني كان بعنوان: عادات استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك -نموذج- و قد احتوى على 7 أسئلة، أما في ما يخص المحور الثالث فكان عنوانه كالاتي : دوافع استخدام الطلبة لشبكة الفايسبوك ، و قد احتوى على 4 أسئلة، و المحور الرابع فكان عنوانه: دور و مساهمة الفايسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي و قد احتوى على 13 سؤال ، أما فيما يخص المحور الخامس فكان بعنوان : تأثير موقع الفايسبوك على الفضاء العمومي حيث احتوى على 8 أسئلة.

خلاصة الفصل:

بالنظر إلى الفصل الأول كفصل أساسي في البحث يتبين أنه الموجه الرئيس لسير البحث من حيث أنه تضمن إشكالية الدراسة باعتبار المتغير التابع الذي يضم تشكيل القيم والوعي الإجتماعي للطالب الجامعي، والإشارة إلى كل التراث النظري الذي يشكل خلفية التقصي والتوصيف واستشراف مخرجاته، وما ينتفع به الطالب الجامعي كمتحمل للنتائج وكفاعل في المجتمع. وكذا المدخلات المعتمدة في هذا البحث والمتمثلة في كل مظهرات الإعلام الإلكتروني وزخمه وتدفعاته المتسارعة ذات الحمولة المعرفية، والتي تؤدي دورا فاعلا في إعداد الطالب من جوانب عدة.

هذا الدور الذي يحظى باهتمام كبير لأنه يبرز ارتباط المتغيرين، إضافة إلى ما تضمنه من تبريرات اختيار الموضوع وأهدافه العلمية والعملية، وأهمية البحث التي تصنفه وتحدد جدارة البحث فيه، وصولا إلى جهازه المفاهيمي الذي يعد عاملا مهما يعطي البحث هويته، ويكسر تخصصه وأبعاده إلى جانب التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية التي تفرز فرضيات يمكن التحقق منها طيلة فصول الدراسة، وخاصة في الجانب الامبريقي منها.

الفصل الثاني

مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد :

تطرقنا في هذا الفصل إلى الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي حيث بدأت ظاهرة المواقع الاجتماعية في الظهور حديثا لتتيح للمستخدمين الفرصة بوضع ومشاركة ملفات شخصية على الموقع وكذلك إمكانية تعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين فيما فتح موقع " MySpace أفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع وقد حققت نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003 وبعد ذلك توالى ظهور موقع التواصل الاجتماعي، الذي يمكن مستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم وإتاحة الفرصة إمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية و لقد أضحت مواقع التواصل عبر الانترنت تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد الذي يشهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار وتعد أيضا من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية.

اليوم برزت شبكات التواصل الاجتماعي كلاعب هام في ميدان الإعلام والاتصال من خلال تبادل الآراء والأفكار والأخبار والنتائج والتوصيات وغيرها حيث تناول هذا الفصل مجموعة من المحاور الخاصة بهذه الشبكات والمواقع وتعدد مفاهيمها وتطرق إلى أنواعها وخصائصها.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: نشأة و تطور شبكات التواصل الاجتماعي :

لقد بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور أواخر التسعينات الا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً و تم اغلاقها و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999_2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 ، مع بداية العام ظهرت "star. Friands" التي حققت نجاحاً دفع جوجل الى محاولة شرائها سنة 2003 ، لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة "skyrok" كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 و قد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب احصائيات جانفي 2008 الى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من جوجل و هو موقع "myspace" الأمريكي حتى قام فيس بوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المطورين و هذا ما أدى إلى زيادة مستخدميه إلى أكثر من 115 مليون مستخدماً عالمياً (موقع إلكتروني : <http://2009/downlods/elaegypt.com> تاريخاً التصفح

9 مارس 2023 على الساعة 20:48)

عند التحدث عن نشأة و تطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين ، الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب web0.1 و المرحلة الثانية للانترنت web0.2 غير أن أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية جماهيرية ظهرت خلال المرحلة الثانية .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

المرحلة الأولى : يمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية للمواقع الإجتماعية و هي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب web0.1 و من أبرز المواقع التي برزت في هذه المرحلة موقع the glole.com في أمريكا عام 1995 ، ثم تلاه موقع geocities و موقع zripod ، حيث كانت تركز على ربط لقاءات بين الأفراد للسماح بالتفاعل من خلال غرف الدردشة و تشارك المعلومات و الأفكار الشخصية و هو الأساس الذي قامت عليه المدونات ، كذلك موقع six degrees.com و هو الموقع الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم و إدراج أصدقائهم و بدأت فكرة قوائم الأصدقاء سنة 1998م ، ومن المواقع التأسيسية موقع classmates.com الذي ظهر بهدف ربط زملاء الدراسة من خلال البريد الإلكتروني (المزاهرة، 2014، صفحة 103) .

و شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى مثل موقع journal live و موقع cyword عام 1998 ، الذي أنشأ في كوريا ، موقع ruze الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات إجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية .

كان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الإجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة و الخاصة بالأصدقاء ، و على الرغم من أنها وفرت بعض خدمات التواصل الإجتماعي الحالية ، إلا أنها لم تستطع أن تدربحا على مؤسسيتها ، و لم يكتب لكثير منها البقاء (المزاهرة، 2014، صفحة 104) .

المرحلة الثانية : يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجهة الثانية للويب web 0.2 و المقصود هنا أنها إرتبطت بتطور خدمات المواقع ، حيث شهدت هذه المرحلة إقبالا متزايدا من قبل المستخدمين على مواقع التواصل الإجتماعي في مختلف أرجاء العالم بين عام 2002 و 2004 و هذا من خلال ظهور مواقع جديدة ساعدت

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

على ذلك كان أولها موقع My Space.com و الذي فتح أفقا واسعة لهذا النوع من المواقع ، و قد حقق نجاحا هائلا منذ إنشائه عام 2003 ، بعد ذلك توالى ظهور هذه المواقع ، لكن العامة الفارقة كانت في ظهور موقع – Facebook.com – الذي جاء ليمنحهم من تبادل المعلومات فيما بينهم و إتاحة الفرصة أمام الأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية حيث أصبح أهم مواقع التواصل الاجتماعي في فترة قصيرة على مستوى العالم و بي هاتين المرحلتين الأساسيتين ظهور الجيل الثالث G3 أو الجيل الرابع G4 ، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد حبيسة نظام web فقط بل تطورت إلى تطبيقات الهاتف المحمول الذكي و اللوحة الإلكترونية Tablet كما شهد تطور خدمات مواقع التواصل ظهور مواقع جديدة مثل : Google ، Instagram (المزاهرة، 2014، صفحة 106) .

ثانيا: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هو مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الأنترنت و التي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقا لإهتماماتهم و إنتمائهم (كاتب، 2011، صفحة 26).

وهي مجتمعات إلكترونية ضخمة تقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل و التفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات و الوسائل المقدمة مثل التعارف ، الصداقة و المراسلة و المحادثة الفورية ، إنشاء مجموعات إهتمام ، و صفحات للأفراد و المؤسسات و المشاركة في الأحداث و المناسبات و مشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور و الفيديو و البرمجيات (لضيف، 2009، الصفحات 77-78) .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

كما يعرفها راضي : " هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ، و من ثم ربطه بنظام إجتماعي مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات و الهوايات نفسها أو جمعها مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (العريشي، 2015، صفحة 22) .

و يعرفها محمد عواد بأنها : " تركيبة إجتماعية تم صناعتها من طرف أفراد أو جماعات و مؤسسات ، و تتم تسمية الجزء التكويني الأساسي مثل الفرد الواحد بإسم العقدة ، بحيث يتم إيصال هذه العقد بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الإلتناء إلى شركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم ، و قد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الإجتماعي أو المعتقدات التي ينتمي إليها الشخص (عواد، 2010) .

و من خلال النقاط السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي الآتي :

مواقع التواصل الإجتماعية هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع إفتراضي يعرفون فيه بأنفسهم و يتبادلون فيه الإهتمام ، يقوم الأفراد من خلال هذه المواقع بنشر عدد من المواضيع و الصور و الفيديوهات و غيرها من النشاطات التي يستقبلون تعليقات عليها من طرف المستخدمين الذين ينتمون لهذه الشبكات و يمتلكون روابط مشتركة و إنتشرت هذه المواقع الإجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية له و جعله يبدو كقرية صغيرة ، تطورت هذه المواقع شيئا فشيئا لتصبح الأشهر إستخداما بين مرتادي الأنترنت و مع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية و الإتصالات ذات صيت هذه المواقع بين المجتمعات و الشباب (فضل الله، 2012، صفحة 7).

ثانيا: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بعدد مكن الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات و المواقع في شبكة الأنترنت الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين حيث تتمتع الشبكات الاجتماعية بجملة من الخصائص نبرز أهمها فيما يلي :

1- التعريف بالذات : الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة معلومات

شخصية و هي الصفحة التي يضعها المستخدم و يطورها و يقوم من خلالها بالتعريف بنفسه من خلال النصوص، الصور، الموسيقى، الفيديوهات و غيرها من الوظائف (نورمان، 2011-2012).

2- الإنفتاح و العالمية : معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود

الفعل و المشاركة أو التعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت و التعليقات و تبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز ما الوصول و الإستفادة من المحتوى فهي تلغي الحواجز الجغرافية و المكانية و تتحطم فيها الحدود الدولية فإستطاعة فرد في الشرق التواصل مع فرد آخر في الجهة الغربية ببساطة و سهولة (محمد، 2011، صفحة 117) .

3- التوفير و الإقتصادية : إقتصادية في الجهد و الوقت و المال في ظل مجانية الإشتراك و التسجيل، فالفرد

البسيط يستطيع إمتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، و ليست حكرا على أصحاب الأموال أو على جماعة و غيرهم (أبوشنب، 2013، صفحة 85) .

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

4- المرونة : إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج

لتلك الشبكات بل أن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات

تسمى برامج التواصل الإجتماعية (شفيق، 2014).

5- طرق جديدة لتكوين المجتمع : تسمح المواقع الإجتماعية للأشخاص بخلق صداقات و تبادل الإهتمام و

المحتوى لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة و التواصل بشكل فعال و بالتالي فهي تساهم بشكل فعال في

تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الأنترنت غير أن هذه المواقع دعمت طرقا

جديدة للإتصال بين الأفراد، فهؤلاء الأفراد ترتب في العالم أجمع حول مصالح أو إهتمامات مشتركة مثل

حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية، أو للتعليم، أو برنامج تلفزيوني مفضل و يصبح العالم بالفعل

قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا (بوعمر، صفحة 70)

6- التفاعلية و المشاركة : يتسم التواصل عبر شبكات التواصل الإجتماعي بالتفاعلية، إذ يقوم كل عضو

بإثراء صفحته الشخصية، سواء ما يتعلق بشخصيته (رياضية، أزياء و موسيقى)، أو ما يتعلق بموطنه،

(أحداث سياسية، خرائط أو صور لمدينته، و بعض المعالم الأثرية) التي يقوم بتقديمها للآخرين (مرسي،

2012، صفحة 157).

و من بين خصائص الشبكات الإجتماعية أيضا :

- تشمل هذه الشبكات على مجموعة غير متوقعة من المشتركين.

- يتبادل الأعضاء عدد غير منظم من المعلومات.

- كل الأعضاء يعملون على تطوير الحاجة إلى معلومات.

رابعاً: أهم مواقع التواصل الاجتماعي

في الآونة الأخيرة عرفت مواقع التواصل الاجتماعي توافدا كبيرا من قبل المجتمع، فتعددت وتنوعت أشكال و أنواع مواقع التواصل الاجتماعي و هذا راجع إلى إتساع الثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم المعاصر، بالنظر إلى وجود عدد هائل من المواقع الاجتماعية سنذكر أهم الأشكال المنتشرة بكثرة ومنها مايلي:

أ) **المجموعات العامة General Communities** : هي إحدى أنواع الشبكات الاجتماعية،

التي صممت من أجل توفير الفرص للمستخدمين الافتراضيين، وفتح باب النقاش مع الجمهور العام في الموضوعات العامة، وهي تعمل كمحطة إلتقاء و إجتماع بين الأعضاء و الأصدقاء، بهدف المشاركة في المحتويات و الملفات و الصور و الفيديوهات.

و الإجماعات العامة تمثل النوع العام من الشبكات الاجتماعية، حيث أن المواقع المدرجة تحتها لا تختص بخدمة فئة أو جهة معينة، و لا تحدد محيط أو نوع الحوار المتاح للطرح، كما يمكن لأي فرد أن يتشارك في نفس الإهتمامات لمناقشة هذه الموضوعات. و يطلق على الشبكات الاجتماعية العامة أيضا الشبكات الاجتماعية ذات النطاق الواسع Broadrange social network. و الهدف منها :

❖ التواصل لتبادل المعارف و التفاعل في الموضوعات ذات الإهتمامات المشتركة.

❖ نشر الموضوعات و الحوارات الجماعية المختلفة.

❖ إعطاء الأعضاء الفرصة للتعبير عن آرائهم بحرية.

❖ جمع المعلومات و الخبرات من خلال الموضوعات و الحوارات.

❖ التواصل مع الأصدقاء و الأقارب و تكوين صداقات جديدة من مختلف أقطار العالم.

❖ الترفيه و التسلية(عبدالله،2011،ص54).

ب) موقع اليوتيوب Youtube :

اليوتيوب هو موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام و مجاني و هو يسمح بالتدرج في تحميل و عرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى افلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة من مشاهدتها.

و قد تأسس موقع اليوتيوب في فبراير 2005 بواسطة ثلاثة موظفين في شركة " باي بال"Pay Pal" المتخصصة في التجارة الإلكترونية هو الأمريكي "نشادهيرلي" و التايواني "ستيف تشين" و البنغالي "جاود كريم"، في مدينة كاليفورنيا، و يستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن المحتوى الموقع يتنوع من مقاطع أفلام، و التلفزيون، و مقاطع الموسيقى، و الفيديو المنتجة من قبل هواة و غيرها.

لقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعا رئيسيا للفنانين و السياسيين و الهواة على حد سواء، حيث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم أو أغانيهم أو منتوجاتهم للعامة و مجاننا بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات و الحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبره (نورمان، 2011-2012، صفحة 52).

و يعتبر اليوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بسبب مزاياه المتعددة نذكر منها:

❖ عام و مجاني: من خلاله تستطيع تحميل و تنزيل ما تشاء و تحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أو

ترويجية.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

❖ **داعم لتحميل الأفلام:** فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلال تحميل

الأفلام من جميع الأنواع (MP4، WMV، FLV، Av1) ... إلخ أو الأغاني (MP3) و تحويلها

إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم.

❖ **سهل الإستعمال من قبل العامة:** فالموقع سهل الإستعمال بالنسبة لتحميل و تنزيل الأفلام مقارنة

بغيره من المواقع و يوفر أدوات داعمة لذلك.

❖ **سهل البحث:** فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفيلم أو الحدث و

من ثم مشاهدته بالضغط فقط على وصلة الفيلم.

❖ **الرقابة و ميزة البث المباشر:** فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفيلم، و كذلك بمجرد الضغط على

وصلة الفيلم ستمكن من مشاهدته و من أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية

بث ذلك النوع من الأفلام، و هي ميزة مكنت العديد من محطات البث و القنوات الإخبارية من عرض

برامجها مباشرة مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام و تقنيات البث المباشر (نورمان، 2011-2012،

صفحة 53).

(ج) **موقع تويتر Twitter:** موقع التويتز هو موقع يقدم خدمة تدوين مصغر و التي تسمح لمستخدميه

بإرسال تحديثات TWEET عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، و ذلك مباشرة

عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو عن طريق موقع التويتز أو برامج المحادثة الفورية أو

تطبيقات التي يقدمها المطورون.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

و قد ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، و بعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، و بعد ذلك بدأ الموقع في الإنتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة و يعتبر موقع تويتر اليوم مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين، ممثلين، صحفيين أم وجهاء المجتمع الغربي و العربي على حد سواء (حسين، 2014_2015، صفحة 46).

و كذلك أصبح التويتر جزءا من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن للمستخدمين من إكتشاف ماذا يحدث الآن، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن What's happening now و يجعل الإجابة تنشر إلى الملايين على الفور. ولموقع التويتر عدة خصائص و مميزات أخرى نذكر منها:

❖ سهل و سريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني و تسجيل اسمك، و اسم الإستخدام و كلمة السر تصبح مشتركا بالموقع.

❖ أداة فعالة للتواصل مع العالم : فكون التدوين الخاص بالتويتر يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف النقال بسهولة و يسر، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء و المعارف أو التابعين لك على الموقع و في لحظات .

❖ أداة تسويق فعالة : فالיום أصبح تويتر يستخدم من قبل الشركات و المعلنين للترويج عن منتجاتهم و عروضهم الجديدة.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

❖ **شعار التتبع** : أي أن تتبع مدون على الموقع لكي تصل لك كل تدويناته أولاً بأول، و كذلك يمكن للغير

أن يتبعوك بمجرد الضغط على الزر التتبع، و مع الفترة يصبح لك شبكة معارف و متتبعون خاصون بك

لهم إهتماماتك نفسها و يجمع بينكم مصالح (بوعمر، صفحة 70) .

(د) **موقع فليكر Flickr** : و هو موقع لمشاركة الصور و حفظها و تنظيمها، كما هو موقع لهواة التصوير

على الأنترنت، و يتيح هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور، كما يتيح خدمة التعامل للزائرين

عن طريق تخصيص مساحة للتعليق.

تم تطوير هذا الموقع عام 2002م من قبل شركة "لودي كورب" في كندا و أطلق أول مرة في سنة 2004م.

و في عام 2005م تم بيع شركة "لودي كورب" و تم نقل جميع محتوياته إلى الو.م.أ حيث يتم حفظ الزائرين،

بحيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها، و يمكن لمن يقوم بتحميلها أن يجعلها خاصة لا يراها إلا صاحب

الحساب و من يسمح له بذلك، و يستطيع صاحب الحساب أن يضيف أي صور على الموقع من خلال البريد

الإلكتروني الخاص به أو من خلال الموقع مباشرة، أو عن طريق الهواتف النقالة، التي تحتوي كاميرا رقمية.

كما يتيح الموقع الفرصة للتعرف على المصورين و التواصل معهم و الاستفادة من خبراتهم، و قد تم إطلاق تحديث

جديد يسهل إظهار الصور الفردية بدقة أفضل، و يسهل عملية الإشتراك للمستخدمين الجدد، كما يسرع عملية

عرض الصور (شقرة، 2014، صفحة 81_82).

(هـ) **موقع لينكدن LinkedIn.com** : هي شبكة إجتماعية مختصة بالعمل و التجارة تضم العديد من

المحترفين و المحترفات في العديد من المجالات و يتشاركون مجموعة إهتمامات.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

و موقع لينكدن هو شبكة إجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الإجتماعية مثل الفايسبوك على العلاقات الشخصية و الإجتماعية، لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء و من ثم الحفاظ على علاقات في المجال العلمي و كذا تعزيز خدماتهم و مهاراتهم المهنية.

و رغم بداياته في 2002م إلا أنه أصبح من أهم الشبكات الإجتماعية المهنية، و يعرفه موقع تكنوبيديا على أنه موقع يضع فيه المستخدمين معلومات مهنية شخصية تتضمن تفاصيل مثل الخلفية التعليمية، التاريخ الوظيفي و العملي و كذا قائمة المشاريع المهنية الكبرى إلى جانب الشهادات المهنية و العضوية المهنية و كل هذه المعلومات توضع في الملف الشخصي الذي يمثل دليل المستخدم كما أن موقع لينكدن يمنح المستخدمين من وضع صورة و مشاهدة الملفات الشخصية و الصور الخاصة بالآخريت و التعرف عليهم (شقرة، 2014، صفحة 67).

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

خامسا: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي و ينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الإجتماعي، و من بين العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد و خصوصا الشباب للإشتراك في هذه المواقع ما يلي:

✓ **المشاكل الأسرية:** تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حين توفر له الأمن و الحماية و الإستقرار و المرجعية، و لكن في حالة إفتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج الحرمان الذي يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب الحياة أو التفكك الأسري (مسعود، 2015، صفحة 35).

✓ **الفراغ:** يعد الفراغ الذب ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن إستغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته، و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها شبكات التواصل الإجتماعي، حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية التي تنتجها شبكة الفايبروك مثلا لمستخدميها و مشاركة كل مجموعة أصدقاء أحد الوسائل لمأ الفراغ، و بالتالي يصبح كوسيلة للتسلية و تضييع الوقت عند البعض منهم (مرسي، 2012، صفحة 157).

✓ **البطالة:** تعبر من عملية الإنقطاع و عدم الإندماج المهني، الذي يؤدي لدعم الإندماج الإجتماعي والنفسي، و منه إلى الإقصاء الإجتماعي، و هيمن أهم المشاكل التي يعاني منها الفرد و التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى و إن كانت هذه الحلول إفتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة و إستمراريتها شخصا ناقصا على المجتمع الذي يعيش فيه، باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

التعبير عن قدراته، و إيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص إفتراضيين من أجل الإحتيال و النصب (مرسي، 2012، صفحة 157).

سادسا : إيجابيات و سلبيات الشبكات الإجتماعية:

يتميز إستخدام الشبكات الإجتماعية كغيرها من مواقع الأخرى على شبكة الأنترنت بالعديد من الإيجابيات و السلبيات، و يرجع هذا التباين في الإستخدام إلى طبيعة المستخدمين في حد ذاتهم.

1. إيجابيات مواقع التواصل الإجتماعية:

❖ التحفيز على التفكير الإبداعي و بأتماط و بطرق مختلفة بسبب التواصل مع الأشخاص المثقفين من بيئات مختلفة.

❖ تعميق مفهوم المشاركة و التواصل مع الآخرين و تعلم أساليب التواصل الفعال.

❖ المساعدة على قبول القضايا الأخلاقية.

❖ المساعدة على التعلم و ذلك عن طريق تبادل المعلومات مع الآخرين.

❖ توفير فرصة التعلم ب الرمزيات و المحسوسات أيضا.

❖ المساعدة في تنشيط المهارات لدى المستخدم.

❖ تحقيق قدرا لا بأس به من الترفيه و التسلية.

❖ المساعدة في الحصول على الوظيفة مناسبة.

2. سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي:

❖ الإدمان عليها يؤدي إلى تعطيل الكثير من الأعمال.

الفصل الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي

- ❖ نشرها الأفكار ضالة مثل الترويج للعنف و المشاركة فيه.
- ❖ التعرض للجرائم الإلكترونية, كما أخبر بذلك موقع كاسبرسيكي الذي رصد أكثر من 43 ألف ملف خبيث عام 2008 ثم نشرها عبر الشبكات الإجتماعية مثل الفايسبوك.
- ❖ التعرض للخداع.
- ❖ فتور الحس الأخلاقي كما ورد في دراسة أجرتها جامعة ساوثرن كاليفورنيا في و.م.أ وذلك نتيجة للكمية الهائلة من المعلومات المليئة بالدمار و العنف و التي من شأنها أن تعود الناس مشاهدة الألام و العذاب للبشر، مما يجعله أمراً مألوفاً.
- ❖ ظهور لغة جديدة بين الشباب حيث أثبت بذلك الدكتور علي صباح حمود من خلال دراسته أن حروف اللغة العربية تحولت إلى رموز و أرقام و باتت الحاء -7-، و الهمزة -2- و العين -3- (بن مسعود، 2015، صفحة 52).

خلاصة الفصل:

لقد اتضح لنا في هذا الفصل أن شبكات التواصل الاجتماعية وبمختلف أنواعها وبتعدد الخدمات التي تقدمها كانت بمثابة وسيلة إلكترونية جديدة وحديثة للتعارف والتواصل الاجتماعي والثقافي والعلمي والفكري إلى جانب ذلك يعتبر أن لها دور مهم في تبادل المعرفة والمعلومات و وجهات النظر في الشأنين العام والخاص، وهي شبكة تجمع الأفراد رغم تنوع أعمالهم وأفكارهم لغاية وحيدة هي الصداقة والتعارف حتى وصلت إلى علاقات بين المؤسسات وجمهورها والمؤسسات فيما بينها.

ومع الزيادة المطردة في شعبية هاته الشبكات ظهرت استخدامات جديدة خاصة بهذا النوع من الشبكات وفي مقدمة التوجهات المتبقية في مواقع الشبكات الاجتماعية فكرة الويب الآني ولعل شبكات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي أصبح لها دور مهم في تتبع المعلومة وتصيدها وإيصال الرسائل إلى العالم.

الفصل الثالث

موقع الفايسبوك و دوافع إستخدامه

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعا من التواصل الإجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني إفتراضي قرب المسافات بين الشعوب، و ألغى الحدود، و زواج بين الثقافات، و سمي هذا النوع من التواصل بين الناس بالفايسبوك، و في هذا الفصل سنتطرق إلى التعريف بهذا الموقع، و أهم مميزاته و أهداف إستخدامه و كذلك ذكر الإيجابيات و السلبيات.

أولاً: نشأة و تطور موقع الفاييسبوك

كانت البدايات الأولى لموقع الفاييسبوك، عندما جلس "مارك زوكربيرغ" أمام شاشة الكمبيوتر في حجرته بمساكن الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية العريقة وبدأ بصمم موقع جديد على شبكة الانترنت، كان لديه هدف واضح وهو تصميم موقع يجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم و آرائهم.

لم يكن هدف مارك الشهرة بين زملائه في الجامعة، مثال لم يسع لإنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، ولكن ببساطة فكر في تسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة على أساس أن مثل هذا التواصل إذا تم بنجاح سيكون له شعبية جارفة.

زوكربيرغ حقق نجاحا سريعا في وقت قصير، وأطلق موقعه فيسبوك عام 4002 وكان له ما أراد.

واستمر موقع الفاييسبوك قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر زوكربيرغ أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، فارتفع عدد المستخدمين من 14 مليون مستخدم شهر ديسمبر عام 2007 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في نفس السنة (حسين ع.، 2010، صفحة 205).

إلى أن مارك رفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة نيوز كوربوريشن، التي يمتلكها المليونير الاسترالي روبرت ميردوخ لشراء موقع ماي سبايس وهو موقع للعلاقات الاجتماعية بمبلغ 850 مليون دولار.

أما سبب رفض مارك لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثيرا من المبلغ المعروض، وحسب ما قال في مقابلة صحفية فاين ناشيال تايمز البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق"، و

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

أضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة و إذا استطعنا أن نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله (حسين ع.، 2010، صفحة 206).

و قد كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد وهي أقدم كليات جامعة هارفارد ، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة و بعد فترة و جيزة انظم كل من إدوارد سافرين المدير التنفيذي للشركة و داستين موسكو فيتر (مبرمج) و أندرو ماكولام (رسام جرافيك) و كريس هيوز إلى زوكروبيرغ لمس عدته في تطوير الموقع، و في شهر مارس عام 2004 فتح الفاييسبوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد و كولومبيا و ييل، و بعد ذلك اتسع الموقع أكثر و فتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن وجامعة ايفي ليج، و شيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وفي شهر يوليو عام 2004 ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق facebook.com .

عام 2005 نظير المبلغ 200000 دولار أمريكي، كما قام الفاييسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر عام 2005، حيث في هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام لهذا الموقع، بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات،

وفي سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميعا الأفراد البالغين من العمر 11 عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح . وفي أكتوبر 2008، أعلن القائمون عن إدارة الفيسبوك عن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقرا دولي له، في ديسمبر 2013، أضاف الفاييسبوك أيقونة تعتبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة أعجبنى، أيقونة عدم الإعجاب جاء ضمن مجموعة من الأيقونات الجديدة أصدرها الفاييسبوك للاستخدام عبر تطبيق

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

المحادثة الفورية المتوفرة لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاص من الموقع ذاته، ويعتبر موقع الفاييسبوك أكثر المواقع زيادة في العالم فقد تجاوز عدد المشتركين فيه 100 مليون مستخدم في مدة قصيرة.

وبدأ الفاييسبوك في مصر بداية متواضعة، ولم يكن عليه إقبال كبير، وكان في بادئ الأمر صفحة شخصية لكل دولة، فكان يجتمع فيها كل من يرغب بالاشتراك في هذه الصفحة والتي كان تتجمع رواد صفحة الشبكة من مصر، فكانت جمع ضخم للغاية يضم فيه الإعلان عن أي جروبات جديدة وعن مواضيعها أو اقتراحات لمواضيع و يلتقي الشباب مع بعضهم البعض ويتناقشون في حوار كبير على مستوى الدولة حتى تم إلغاء هذه الصفحة من قبل المشرفين على الموقع لأسباب لا يعرفها أي أحد وإن كانت سياسية في مضمونها.

وبهذا أصبح الفاييسبوك مكان للتعبير عن الرأي أيا كان مجاله وأيا كانت قساوته، وفي بعض الأحيان تصل النقاشات إلى الانفعال والتداول والخروج عن النص، فليس هناك رقيب سوى نفسك ومؤسس الجروب (حسين ع.، 2010، صفحة 212).

وأصبح أيضا في بعض الأحيان إدمان الكثيرين من رواده، فأصبح الكثيرون يقضون معظم ساعات اليوم أمامه و لا يستطيعون الاستغناء عنه ولو ليوم واحد، و أحيانا يستغلون عن ساعات النوم الضرورية بسببه. فقد أصبح الفاييسبوك عالم كبير مختلف، عالم جديد و مثير و متغير، نرى فيه الحقيقة والكذب، فقد أصبح كالعالم، ولكن عالم داخل موقع واحد تعرض فيه أفكارك عن أي شيء وفي أي وقت بأي لغة (حسين ع.، 2010، الصفحات 212-214).

وتشير الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي الفاييسبوك يزداد يوما بعد يوم وهذا يدل أن الفاييسبوك قد نجح نجاحا كاسحا فيجذب مستخدمي الانترنت إليه بشكل كبير، فقد قدم فكرة جديدة و لم يكتف بذلك بل سعى لتطويرها بشكل دائم وهذا سر تميزه (التغيير نحو الأفضل دائما)، فقد كان عدد مستخدمي الفاييسبوك 800 مليون مستخدم

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

حتى نهاية العام 2010 وقبل ذلك بسنة 2010 كان عددهم 400 مليون مستخدم، و تشير الإحصائيات كذلك أن 50 بمائة من عدد المسجلين في الفاييسبوك يدخلون إلى حسابهم في الفاييسبوك بشكل يومي، فقد أصبح فتح صفحة الفاييسبوك للكثير من الأشخاص من روتينهم اليومي، حيث يقومون بالدخول و لو لمرة واحدة لحساباتهم ليتفحصوا أخبار أصدقائهم أو أية رسائل جديدة وصلت إليهم أو أخبار العالم عبر صفحات الفاييسبوك المشتركين فيها، والكثير من المهام التي يمكن عملها في فضاء الفاييسبوك. (الشمالية، 2015، صفحة 206)

ثانيا: مفهوم موقع الفيسبوك

لغة: الفيسبوك هو كلمة أعجمية، مكونة من فيس face و بوك book، و هي تعني كتاب الوجوه، مثلما أراد بها مؤسس الموقع (قمحية، 2014، صفحة 24).

هو أحد مواقع التواصل الإجتماعي الذي يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين حيث يساعد على تبادل المعلومات أو نقاشات أو حوار بين الأفراد و قد يتجاوز التبادل ذلك إلى مقاطع الفيديو و الصور، كما يمنح المستخدمين إمكانية التعليق، و رغم أن هذا كله يتم في عالم إفتراضي، فهو إذا موقع يستخدمه الأفراد مجانا يمكن من خلاله إضافة أصدقاء و التعرف عليهم بعد الموافقة على طلب الصداقة و حينها يمكن الإرسال إليهم.

و على الرغم من أن موقع الفيسبوك بدأ بسيطا إلى أنه اليوم أصبح من أكثر المواقع الإلكترونية زيارة. ويعرف أيضا أنه موقع إلكتروني للتواصل الإجتماع، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين و الإعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه و أن يعزز مكانته عبر أدوات موقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى، و إنشاء روابط تواصل مع الآخرين (منتصر، 2013، صفحة 20).

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

و يعرف أيضا: بأنه وسائل اتصال الإجتماعي الحديثة التي ساعدت على ربط العديد من الناس مهما اختلفت مواقعهم و أماكنهم و أوقاتهم و أعمارهم، و هو موقع إلكتروني، تمتلكه شركة الفيسبوك المساهمة العامة، تتعدد الجهات التي تستخدم الفيسبوك في الوقت الحالي، تتعدد الأغراض أيضا فقد يستخدم الفيسبوك لأغراض تعليمية أو سياسية أو إجتماعية أو لقيادة حملات توعوية مجتمعية أو أغراض ترفيهية أو للعلاقات الإجتماعية، أو للتجارة و الدعاية و الإعلام، فقد إرتبط موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك في كافة نواحي و أمور الحياة و متطلباتها. لما وفره من سهولة في تكوين القاعدة الجماهيرية المطلوبة لأي عمل من الأعمال، و لما وفره أيضا من سهولة في نشر الآراء و الأفكار و الأنشطة التي تصل إلى مختلف الناس مهما كانت شرائحهم و في أسرع وقت ممكن (ضيف و آخرون، 2015، صفحة 33)

إصطلاحا: يعرف بأنه شبكة تواصل إجتماعي مجانية منتشرة على الأنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، و تحميل الصور و الفيديو، و إرسال الرسائل إلى العائلة و الزملاء بهدف التواصل.

ثالثا: خصائص الفيسبوك:

يتميز الفيسبوك كشبكة إجتماعية بعدة خصائص أهمها :

الملف الشخصي profil: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك

الشخصية، و صورك المفضلة لديك، و كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين.

إضافة صديق add friend: حيث يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو البحث على أي فرد موجود

على شبكة الفيسبوك عن طريق البريد الإلكتروني .

إنشاء مجموعة group: حيث يستطيع المستخدم إنشاء مجتمع إلكتروني يجمع حول معينة سياسية كانت أم

إجتماعية أو دينية... الخ، و يستطيع أيضا جعل الإشتراك في هذه المجموعة حصري للعائلة و الأصدقاء (شفيق،

2014، صفحة 457).

خاصية النكرة Pokes: تتيح إرسال نكرة إفتراضية لإثارة إنتباه بعضهم البعض و هي عبارة عن إشعار يخبر

المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

خاصية notes: هي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات و الصور التي يمكن تضمينها (الدبهي،

2015، صفحة 457).

الصور photos: تحميل الألبومات و الصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع و عرضها .

الحالة status: خاصية تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم و ما يقومون به (المقدادي،

2013، صفحة 35).

رابعاً: أهداف و دوافع إستخدام فيسبوك :

الفيسبوك هو شبكة رقمية عالمية تضم تحت مظلتها الكثير من الخدمات و الأجزاء التي تحقق أهداف متفرغة، فالهدف الأساسي من هذه الشبكة كما تعلم، هو التواصل بالأصدقاء و التفاعل مع المحتوى المنشور، أو نشر المحتوى الشخصي، و الحصول على بعض التفاعل المثمر و الإضافات القيمة.

و قد يكون التصور المتداول بين الناس أن مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك هي مواقع تسهل علينا التواصل مع الأصدقاء والأقارب ومن خلال هذا نستعرض عليكم دوافع استخدام الفيسبوك وهي كالآتي

- الانغماس في مجتمع آخر لمعرفة عاداته وتقاليده .
- التواصل مع الأصدقاء والعائلة... والأصدقاء القدامى... الخ.
- متابعة الشخصيات المشهورة.
- الدعاة أصبح لديهم صفحات خاصة بهم في الفيسبوك هذه صفحات يمكن الاشتراك فيها بالتعرف على زرع الإعجاب.
- متابعه جديد الأخبار وملخصات الأحداث، لان موقع الفيسبوك يتميز بسرعة التحدث واختصار المادة الإخبارية فعبّر هذه الصفحات تصلك الإخبار فور وقوعها على شكل رؤوس أقلام.
- إرسال هدايا افتراضية وذلك من خلال إرسال قالب قاطو أو شموع أو ورود تكون افتراضية على الموقع.
- الاحتفال بمناسبة معينه سواء كانت تهناني عيد ميلاد أو أشياء أخرى.
- تسويق الذات والمنتجات وذلك من خلال موقع الفيسبوك الذي يجمع الناس في مجتمع واحد حيث يسهل التواصل فيما بينهم وكذلك يسهل إيصال الفكرة والمنتج الأكبر عدد ممكن من الناس وبأقل تكلفة .

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

- التسلية مع الأصدقاء من خلال الدردشة وتبادل الصور والفيديوهات
- دعوة الأصدقاء إلى حفلات سهرات وذلك يقلل حجما التكلفة.

لهذا يعد من أهم أكثر المواقع استخداما لذلك يستخدم لأنه أفضل المواقع أكثر وانتشارا أو استعمالا لأنه غير مكلف ماليا وجهدا. (Http:www.tech.wd.com ، التاريخ: 2019/03/09، الساعة: 15:45).

لكن هناك من يستخدم الفيسبوك لأهداف اخرى غير الهدف الأساسي، بل أن بعض الأشخاص لا يحبون الفيسبوك و لا يحبون إستخدامه كأداة تواصل، و مع ذلك هم مضطرون لإستخدامه لهدف معين و قد سمحت قوة هذه الشبكة و ضخامت بنيتها بهذه التعددية في الأهداف، و فيما يلي سيتم ذكر بعض تلك الأهداف من إستخدام الفيسبوك.

❖ الوصول إلى الجمهور(الإعلانات):

أصبحت شبكة الفيسبوك الملاذ الأول و الأفضل للكثير من أرباب العمل و أصحاب الشركات، و حتى الأفراد العاديين ممن لديهم خدمات أو منتجات يحاولون تسويقها و من ثم الوصول إلى بعض العملاء الجدد، فعندما نقول الوصول إلى الجمهور، فالمقصود هنا، الوصول إلى مت يسكنون المنطقة الجغرافية التي يستهدفها أرباب العمل في عملية البيع.

و لأن الشبكة أصبحت اليوم تضم أكثر من مليار و نصف إنسان فهذا يعني أنها أفضل الخيارات لإطلاق الحملات الإعلانية و الدعائية، فنظام الإعلانات يوفر الكثير من الخيارات للوصول إلى الشريحة الأكثر ملائمة و بأقل التكاليف فأرباب العمل و أصحاب المشاريع يتوجهون دائما إلى قسم واحد داخل الشبكة هو قسم إدارة الإعلانات و ينشرون

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

فيه الحملات الجديدة ويتابعون القديم، صحيح أنه قسم يكلف بعض المال، لكنه يعطيهم المزيد من العملاء في المقابل (Http:www.tech.wd.com ، التاريخ: 2019/03/09، الساعة: 15:45).

❖ إقامة الدورات التعليمية:

مجموعات الفاييسبوك ليست فقط لتبادل أطراف الحديث حول مواضيع مشتركة، بل يمكن أن تستخدم أهداف أخرى منها ما يتعلق بالتعليم، وخاصة بعد التطوير والتحديثات التي طرأت عليه هذه الخاصية في السنوات السابقة، والتي أتاحت لمدراء المجموعات العديد من أدوات التحكم والإدارة.

في السنة الماضية أطلقت الشبكة خاصية [الدورات] داخل المجموعات، وهي الخاصية التي تمكن مدراء المجموعات من إنشاء موارد تعليمية متسلسلة ومقسمة في وحدات وأجزاء يسهل متابعتها، وقد أصبحت هذه الخاصية متاحة لكل المجموعات، يمكن تفعيلها من صفحة إعدادات المجموعة وهي الآن باسم Learning social

❖ البيع والشراء :

يحدث أن تجد أشخاص في مجموعات متخصصة يعرضون ما لديهم من بضاعة، ثم يتواصلون مع من يريد الاستفسار عن الثمن و معرفة مزيد من المعلومات عن البضاعة ثم يقومون بالتوصيل عبر المنازل واستلام المبلغ عند الباب . الأمر الجيد أن الشبكة أضافت بشكل رسمي سوى الكتروني أو (place market) يمكن الوصول إليه عبر القائمة الجانبية تحت اسم صاحب الحساب، حيث يجتمع في هذا المكان من يريد البيع ومن ينوي الشراء، والمميز أن النظام يكشف اهتماماتك في الشراء ويعرض عليك منتجات ثم نشرها مؤخرا في نفس المدينة أو النقر على something selle، إن كنت تنوي البيع، ومن الخصائص المفيدة الاحتفاظ بسجل التواصل بين البائعين أو المشترين وخيارات

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

متعددة لاستكشاف البضائع المعروضة كما يمكن استكشاف مجموعات البيع والشراء القريبة منك عبر صفحة sale (Http:www.tech.wd.com)groupe ، التاريخ: 2019/03/09، الساعة: 15:45).

❖ اللعب و التسلية :

الفايسبوك هو للعب أيضا كما هو للجد، هو لإنفاق الوقت كما هو للإنفاق المال، فالبعض قد يستخدم هذه الشبكة للإستماع بما فيها من ألعاب و تطبيقات للتسلية، طبعاً الميزة الأولى لذلك هي أنها ألعاب مجانية كما هو معروف، أمر آخر هو الإحتفاظ بسجل اللعب، فأنت لست مظطراً أن تسجل في كل موقع يوفر لعبة تحب أن تلعبها .

أما الفائدة الأكبر، هي مشاركة اللعب مع الأصدقاء أو المستخدمين الآخرين داخل الشبكة، و هذه هي أكثر ما يشد المغرمين بالألعاب إلى إستخدام الفاييسبوك لذلك، فأنت قادر على الدخول في منافسة مع الأصدقاء و بالتالي إضافة عنصري التشويق و الحماس.

في السنة الماضية أطلقت فاييسبوك ميزة الألعاب عبر تطبيق التواصل (ماسنجر فاييسبوك) كما أن هنالك الكثير و الكثير من الألعاب المتوفرة في قسم الألعاب في شبكة الفاييسبوك.

خامسا: سلبيات و إيجابيات الفاييسبوك

سلبيات الفاييسبوك :

يعد الفاييسبوك واحد من أكبر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية، وقد اكتسب هذا الموقع شعبية كبيرة في كافة أرجاء العالم وانضم إليها الأشخاص على اختلاف أعمارهم وأجناسهم وجنسياتهم نظرا لما وجدوا فيه من فوائد ومقدرة رائعة على التواصل بين البلدان المختلفة، لكن رغم الفوائد المختلفة التي يوفرها الفاييسبوك لمتصفحيه إلا أن الأضرار كبيرة على الفئات العمرية المختلفة نلخصها لكم فيما يلي :

• الأضرار الاجتماعية:

حيث يمكن الفاييسبوك الأشخاص من الوضع أي اسم مستعار يختارونه أو إضافة أسماء عائلات بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالآداب والأخلاق وغيرها من الأفعال المشينة الأخرى

• الأضرار النفسية :

حيث تنتج هذه الأضرار النفسية عن طريق قيام بعض الأشخاص باستفزاز الآخرين عن طريق نشر صور لهم أو سرقة حساباتهم ونشر بعض الافتراءات على ألسنتهم وغيرها من الأعمال المشينة والتي يمكن أن تؤدي الفرد . آثار سلبية على المراهقين : فيما يتعلق في شرب الخمر أو المخدرات أو الزنا أو المثلية الجنسية ومثيلاهما

- تضييع الوقت: بات الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على موقع التواصل هذا دون الاكتراث للوقت الذي يمضونه عليه ودون عمل أي توازن بين الضروريات و غيرها، فقد ينشغل الشباب ببعض التفاهة على ذلك الموقع والتي تشغل عقولهم وتأخذ من وقتهم .

الفصل الثالث : موقع الفاييسبوك و دوافع إستخدامه

_الإساءة للدين : ربما يمكن اعتباره هذه بأنها الطامة الكبرى فقد قام بعض المخربين بعمل ما يمكن تسميته بحرب الأديان على الفاييسبوك وذلك عن طريق الإساءة لدين معين أو تشويهه (كران، 2015، صفحة 173).

إيجابيات الفاييسبوك

-وهناك صفحات ترفيه و مسابقات وجوائز قيمة في بعض الصفحات وتبادل المعلومات والأفكار والآراء والصور والفيديوهات المفيدة والتواصل مع كل شخص بجميع أنحاء العالم وأيضا تستطيع التعارف على أصدقاء من الخارج بطريقة سهلة (كران، 2015، صفحة 174).

- يساعد المستخدم في إزالة الضغوطات النفسية والشعور بالوحدة والفراغ حيث يشعر المستخدم أنه على تواصل مع الآخرين وأنه معهم في كل مناسباتهم في أي بقعة كانوا من العالم .

- يساعد على الشعور بقرب المسافة وتقليل حدة الاشتياق للأهل أو الأقارب أو بعض الأصدقاء و الأشخاص المهمين (الرحباني، 2015، صفحة 165).

- تكوين أصدقاء جدد تقاسمهم نفس الاهتمامات.

- متابعة نشاطات الأصدقاء وأخبارهم .

- التسلية والترفيه.

- إرسال هدايا افتراضية وتهاني الميلاد.

- ترويج ونشر الأفكار (بركات، 2015_2016، صفحة 169).

خلاصة الفصل :

نستخلص أن موقع الفاييسبوك يعتبر سلاحا ذو حدين يمكن أن يكون مفيدا للشباب إذا أدرك كيفية استثماره بشكل أمثل وفي الوقت نفسه هو أداة للتخريب الأخلاق عن طريق المواقع التي لا تجيد نفعا لذلك من الضروري توجيه الشباب من أجل الاستثمار الأمثل والصحيح لهذا الموقع من خلال ما يوفره لهم من فوائد.

الفصل الرابع

الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

تمهيد:

تعد العملية الاتصالية محور الحياة تعمل على نقل كل ماله أهمية بالنسبة للآخر وعلى أساسها تتحقق حرية التعبير لكونها وسيط بين طرفين في سياق اتصالي مشترك، ومن خلال هذا المنطلق جاء الاهتمام الواسع من قبل العديد من الباحثين في مجال الاتصال والتواصل بهدف تفعيل وتعزيز العملية الاتصالية، باعتبارها المنطلق الأول لعملية التعبير وحرية الرأي العام من هنا تم العمل على محاولة فتح المجالات التي تسمح لكل فرد بالإدلاء برأيه مما استدعى تحرير مراكز الحرية من البلاطات الملكية للمراكز العامة.

كان الاهتمام بهذه المراكز أساسا لظهور مصطلح يعبر عنها يعرف بالفضاء العمومي لكونه يحاكي الحرية الفرد في التعبير عن رأيه في القضايا العامة وسط ساحات خصصت لذلك، حيث تجاوزت هذه الأماكن حكر أصحاب النفوذ بل وسعت دائرة جماهيرها لكي تتزاحم فيها النقاشات العامة من أجل تكون رأي عام حول هذه القضايا وعليه فان فعالية هذه المراكز ودورها زاد من أهميتها في عملية التعبير، لكن هذا لا يلغي بعض العيوب التي قد تقع عليها خاصة وأنها تضع بعض الضوابط التي يجب الالتزام بها من أجل إتاحة الفرصة لتعبير، مما استدعى البحث عن بدائل أفضل لممارسة حرية التعبير دون ضوابط وقواعد قد تعيق هذه العملية.

أولاً: مفهوم الفضاء العمومي

لا يزال مفهوم الفضاء العمومي من أصعب وأعقد المفاهيم التي تشغل اهتمام العديد من الباحثين في حقل العلوم الاجتماعية خاصة انه مرتبط بالمشروع الفلسفي لهاير ماس وتناوله لمسألة الحداثة ونقدها.

أعطى العديد من الباحثين تعريفات متعددة لمفهوم الفضاء العمومي، واختلفت حسب تخصصات الباحثين وتوجهاتهم الفكرية، لكن نجد أن هنالك اتفاق بينهم في فكرة أن الفضاء العمومي معطى رمزي مبريقي و في آن واحد، قد يكون ماديا مثل مؤسسة أو معنوي مثل قيمته لكونه يتضمن معايير اجتماعية وسياسية وثقافية... فالفضاء العمومي كحيز مادي أو مكان لا قيمة له لم إذ يسمح بتبادل الآراء والنقاشات بين الأفراد.

يعرف هاير ماس الفضاء العمومي " انه مساحة اجتماعية تتيح للأفراد والمجتمع النقاش الجماعي الحر غير المقيد وتكوين رأي عام فيها يتعلق بالمصالح والقضايا المشتركة بينهم بهدف الوصول إلى توافق بشأن المصلحة العامة وكيفية تحقيقها"

ويقدم نانسي فريزر تعريفا توصيفا للفضاء العمومي ويقول "هو مسرح في المجتمعات المعاصرة تحدث فيه المشاركة عبر الكلام" (الطرابلسي، 2009، صفحة 31).

"الفضاء العمومي هو فضاء المواطنة التي تمنح لكل فرد وضعاً قانونياً، أي تعتبره كائناً قانونياً يتمتع بحقوقه السياسية والإنسانية، مثل حرية التعبير عن الرأي وحرية الاتصال والاطلاع على ما يجري داخل وطنه وخارجه وتجعله يتساوى مع غيره أمام القانون" (لعياضي، 2011، صفحة 31).

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

ويعرفه الفيلسوف فيليب بروتون " ذلك الفضاء غير المادي الرمزي أين يتجادل فيه الأفراد المسائل السياسية التي تهم أفراد المدينة (غربية، 2009/2008، صفحة 48).

نجد أن الفضاء العمومي لقي عدت دلالات والتي يمكن إجمالها فيما يلي:

1. **سياسيا:** أي انه نمط إجماع الأفراد في المدينة وكيفية تنظيمهم لشؤونهم ولكيفية استعمالهم لمواهبهم الذهنية والجسدية .

2. **اجتماعيا:** يمثل الفضاء العمومي مساحة لكل البنيات الاجتماعية من جهة مكوناتها ووظائفها وكيفية تفاعل عناصرها .

3. **اقتصاديا:** لأن الفضاء العمومي هو أيضا مجال لتبادل السلع والبضائع وحل مشكلات التوزيع، ويشمل مختلف علاقات الإنتاج والاستعمال والتبادل، وبالتالي هو فضاء المجتمع المدني .

4. **ثقافيا:** يتعلق الأمر هنا بالإنتاجيات الرمزية اللغوية والأدبية والفكرية، حيث يتبع هابر ماس حركة الصالونات الأدبية ودور البورجوازية كأفراد خصوصيين لعبوا أدوار هامة في الصراع بين الطبقة الثالثة وبقايا الإقطاعية (الشرقاوي، 2015، صفحة 2).

الفضاء العمومي ما بعد الحداثة: تشير المفكرة الأمريكية أنا اروندا أن المجال العام هو " عبارة عن خشبة مسرح يظهر ويستعرض عيها. وفيها الفاعلون الاجتماعيون أنفسهم وقدراتهم ويؤدون عليها ومن خلالها أدواره حسب موقعه الاجتماعي ."

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

ترى الباحثة الأميركية أن الفضاء العمومي عبارة عن مسرح عام ومفتوح لا يقتصر على فئة معينة، يمكن من خلاله لكل فرد أن يستعرض مواهبه أو أن يتفرج على العروض المقدمة عليه .

أما ريت شارد سانت فإنه "يعتبر المجال العام أو الفضاء العمومي هو مكان للرؤية الاجتماعية والظهور للعامة، فهو مكان مفتوح للجميع ويمكن لهم مشاهدة ما يجري عليه من أحداث " .

يعرفه "عدي هواري أنه" يقع بين المجتمع المدني والدولة وله دلالة سياسية و قانونية، لأنه عبارة عن طريقة تنتظم من خلالها العلاقة بين سلطة الحاكم والمحكومين .

إذ يقول كذلك " المجال العام هو المكان الذي يدور فيه الصراع الاجتماعي، أجم من ل اكتساب وسائل البقاء من جهة (نوري، 2006/2007، صفحة 56)

هنا ومن خلال هذه المجموعة من التعاريف نرى أن الفضاء العمومي هو عبارة عن حيز أو مكان يجتمع فيه المواطنين من أجل تبادل الآراء والأفكار وخلق حوار ونقاش حول قضايا عامة تخص الصالح العام، كما يمكن أن يكون الفضاء العمومي عبارة عن ساحة عامة تتيح للأفراد حرية النقاشات العامة حول ما يخدم المصالح المشتركة لهم، وعليه يمكن القول انه فضاء عام خصص للحوار العام المولد لرأي العام.

ثانيا: مبررات ظهور الفضاء العمومي الافتراضي

يعقد الكثير من الباحثين الأمل على جيل الإنترنت في تجديد الأنظمة السياسية الديمقراطية التي تعاني اختلالات (طرشي، 2018_2019، صفحة 50) ومن بينهم فيدال الذي يرى أنه من خلال تبسيط صفق المعلومات وتسهيل التفاعل بين الأفراد تتيح الشبكات الإلكترونية للمواطنين المشاركة بنشاط في حياة العامة وبالتالي تعزيز

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

الديمقراطية كما يمكنها أن تساهم في إخراج المجتمع المدني من دائرة مأزق العلاقة المتوترة بينه وبين المجتمع السياسي جيل الإنترنت حمل معه بداية لما قرطه الحياة السياسية وظهور مجالات عديدة للتعبير الحر و للتفكير الناقد والالتزام بقضايا وطنية فضلا عن تبادل المعلومات والأخبار وجلب التضامن والتعاطف للقضايا فإن الانترنت ستعطي نفسا جديدا للديمقراطية تماما مثلما تليجراف في القرن التاسع عشر، بفعل التطبيقات الجديدة التي وفرت نشوة اتصالية غير مسبوقة تمكن الفرد من التخاطب مع أكثرية الناس دون عناء بكل جينية وسرعة المطلوبتين في التفاعل والتحاور.

كما يمكن أن تساهم الفضاء الافتراضي العمومي والمدونات الإلكترونية ومواقع التشبيك الاجتماعي أن تستعمل التواصل مع الناخبين، وإلى تبادل وجهات النظر، وإثارة نقاشات لتقاسم المعلومات، حول القضايا السياسية والمجتمعية، الكثير من المعلومات والأخبار قد لا تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، سواء عن قصد أو دون قصد، أو بفعل ضغط الحكومات والمؤسسات المالكة لها، وهو ما يجعل الإعلام البديل الوسيلة الفعالة لكشف هذه القضايا والمعلومات المستتر عنه، كما أنه يساهم في ربط المجالات الخاصة للأفراد في المجالات العامة المتعددة، ويلعب دورا مؤثرا وحيويا في تشكيل البلورة الرأي العام المتغلب على قيود المجال العمومي التقليدي، الذي لم يكن متفتحا بصورة كافية بمشاركة الجميع نتيجة القيود المتعلقة بالتمويل والرقابة على وسائل الإعلام.

إن ظهور الفضاء العمومي الافتراضي جاء كمنبر الأفراد الذين لاقوا تهميشا في الواقع التقليدي، كما نجد أن الميديا الجديدة وما أتاحتها من تطبيقات واستخدامات ساهمت في خلق هذا الفضاء وبالتالي كانت سبابة في خلقه لكونه فضائي حقق الحريات وبيح فرص متساوية للجميع دون اعتبار، وعليه فإن المبرر الرئيسي لوجود أرى أنها

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

البحث. عن حريات للتعبير بعيدة عن النظر السلطات والضوابط التي تقيد حرية الرأي في الواقع (طرشي، 2018_2019، صفحة 50).

ثالثا: أسس الفضاء العمومي الهابر ماسي

يشترط نجاح الفضاء العمومي وفقا لهابر ماس توفر العديد من الأسس وهي:

1- فضاء للنقاش و خلق الرأي العام: يعتبر هابر ماس الفضاء العمومي مصدرا تشكيل الرأي العام من

خلال عملية التبادل في النقاشات حول العديد من القضايا، التي تستدعي العديد من المؤشرات

الاجتماعية وثقافيا و كذا سياسيا، ولي تحقيق هذه الميزة يؤكد هابر ماس على مبادئ العالم والكونية من

خلال الفصل ما بين ما هو عام وخاص.

2- العنن: شخصه هابر ماس في التزام الدولة بالتبليغ والإعلان عن أفعالها وقراراتها ومشاريعها، واطلاع

مواطنيها عليها بمختلف السبل بشكل مباشر أو غير مباشر، حتى يستطيع المواطنون الخوض في الشأن

العام وانخرط في ما يثيره من مناقشات عامة.

3- الكونية والفصل بين ما هو عام وخاص: تتضمن الكونية عند هابر ماس تراضيا بين المعنيين يقوم

بواسطة حوار يتم دفاع أثنائه كل طرف على مقفه بكل حرية ومساواة، فوحدة النقاش التي يتم تداوله

بين موازين (الصدق، المصداقية والحقيقة..) يؤدي إلى الموافقة المشتركة على معيار لموضوع المناقشة وذلك

بدوافع معقولة وميزان كوني.

ويؤكد هابر ماس على أن تشكل الفضاء العمومي في ظل البرجوازية الصاعدة في أوروبا تم بفضل الفصل بين العام

والخاص، إذ أن السياسة لا تمارس الأطر خاصة بل في ساحة العامة وأمام الملاء، لأنها تتطلب الطوعية والالتزام

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

الفردية والمشاركة، بينما يظل الفضاء الخاص المكان الذي تتجلى فيه ضرورات الوجود وما تقتضيه من سرية بين رب الأسرة وأولاده، بين الأبناء والبنات، وما تفترضه التزامات اجتماعية، يرى نصر الدين العياضي أن هناك صعوبة في الفصل بين العام والخاص في الحياة المعاصرة التي تزداد تعقيدا خاصة بعد أن أثبتت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وقدرتها الكبيرة على هدم الحدود الفاصلة بين الحياة الخاصة والعام.

4- العقل وأخلاقيات النقاش: يؤكد هابر ماس عن العقلانية في الحوار لضمان تحديد الفضاء العمومي من

خلال:

➤ الاعتماد على العقل: يحيل العقل في نظر هابر ماس إلى الأنوار أي إنارة الشيء وتوضيحه والإعلام

عنه، إذ أن الفضاء العمومي ككيان رموزي للوساطة يدار على أسس الاستخدام العام للحجة والذي تفترض المساواة بين الأشخاص في النقاش العام والمشاركة فيه تصبح غير مرتبطة بتوفر الإرادة السياسية فقط، بل هي مرهونة أيضا بامتلاك الجميع جملة من الكفاءات الذاتية ذات الطبيعة السياسية، والتي تسمح لهم بخوض غمار النقاش العام الذي يكون مآله تشكيل الرأي العام.

➤ أخلاقيات النقاش: لا يذهب هابر ماس إلى حد القول بتشكيل العقل نهائيا أو بالإفلاس الكامل

للحدثاء، بل يفتح أمام العقل الحديث أفاق أخرى أوسع، تتمثل في إمكانية الحوار والتواصل الكامنة في اللغة المتداولة بين الناس بلورة الحقيقة أو الحقائق عبر عمليات التواصل والتفاهم. وتبادل الأدلة والحجج. تستند عقلانية التواصل على أخلاقيات المناقشة والبرهنة، مؤكدة على الالتزام قبل أي نقاش وموافقة مسبقة على معايير منطق الخطاب وصفاته(، الصدق ،الصحة الصلاحية، الدقة المسؤولية، المعقولة) وكلها شروط التواصل العقلاني وعليه فإن أخلاقيات التواصل التي ينادي بها هابر ماس تقوم على المحاجة والإقناع، ويدعو إلى حوار عقلائي يمتلك فيه الإنسان المعاصر الرؤية والشجاعة اللازمتين لامتحان آرائه

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

مع الناس، وليس من حق الفرد أن يدعي أن آراؤه وحقائقه أهم وأبلغ من الآخرين. والقواعد التي اقترحها

هابر ماس أخلاقيات النقاش هي كالتالي:

- لكل من هو قادر على الكلام والفعل نصيب كامل.

- لكل الحق في إثارة أي إشكال أو اعتراض على أي تأكيد كيفما كان.

- لا يحق منع أي كان من المتحاورين من النقاش، ولا استعمال أسلوب الإكراه عليه.

- المشاركة السياسية للمواطنين في قضايا الشأن العام وتجسيد الديمقراطية في الشاورية.

يؤكد هابر ماس على حق المواطنة والتمتع كل فرد بالمساواة في المشاركة السياسية في مختلف قضايا الشأن العام

بهدف تجسيد الديمقراطية التشاورية، ثم ممارسة مواطنة تعبر عن القدرة على العمل وإبراز إرادة تحقيق فعل مواطن،

للتجلي بذلك ضرورة وجود فضاءات بمشاركة مفتوحة في وجه الجميع، تمكن من ممارسة هذه الحق بشكل علني

وعمومي عن طريق التعبير والمشاركة داخل جماعة، وعليه تتصل ممارسة المواطنة بالنشاط العمومي بما أنها تقوم

بشكل شامل على المشاركة في الحياة المجتمعية وبشكل خاص المشاركة السياسية ما دامت السياسة تعني تدبير

الشأن العمومي، ومنه تعتبر المشاركة السياسية عملية اختيار، حيث البعض يشارك والبعض لا يشارك، وقد تكون

بطريقة معينة و في أمور محددة، مثل الإدلاء بالأصوات في الانتخابات والانضمام إلى تنظيم حزبي.

وينطلق هابرماس في صياغته لنموذج الديمقراطية التشاورية من ثلاث مفاهيم أساسية:

➤ العقلانية: وهي شرعية بسيطة تعمل على تكوين السلطة.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

➤ **السلطة**: توجد بداخل الإرادة وتعتبر عن طبيعتها ارتباطها بالتكوين الديمقراطي للرأي وعملها لا يتوقف عن المراقبة.

-الرأي العام بفضل إجراءات العمومية يتحول الرأي العام إلى سلطة تواصلية قادرة على توجيه استعمال السلطة العمومية، فهي تعني مشاركة في توجيه وليس الهيمنة (كشايري، 2022).

رابعا: خصائص الفضاء العمومي الافتراضي

إن التطور الذي جاءت به الإنترنت أحدث تحولات عميقة في الخصائص الفضاء العمومي التقليدي، الذي قدم هابر ماس، أي وعليه يمكن ذكر الخصائص التي يحملها الفضاء العمومي الافتراضي:

❖ إعادة تشكيل الحدود بين العام والخاص: سمح هذا الفضاء بدخول أشخاص مغمورين اي لنقاش عبر

أنواع تفاعلية، جديدة مستحدثة من الكتاب تدوين وبواسطة الصورة واللغة، وأصبحت لذلك شبكات التواصل الاجتماعي تمثل فضاءات لبناء الهوية الفردية والاستعراض الذاتي في المجال العمومي، لقد كانت وسائط الإعلام تأتي بالعالم إلى الفضاء الذاتي للأفراد والآن يحدث العكس في الميديا الجديدة سمحت بأن تكون نافذة يطل عبرها الناس على عوالم الآخرين الذاتية من خلال عدة آليات الصورة الذاتية المنشورة عام الصفحات الشخصية أو من خلال سرد وقائع حياتهم اليومية. إن هذا التداخل بين العام والخاص يؤدي إلى إعادة تشكيل المعايير الثقافية التي تحدد الخصوصية والذاتية في المجتمعات العربية، أي المعايير التي تضبط ثقافيا ما يمكن إشهاره في المجال العام وما يجب إخفاؤه، ويشير الباحث مع ذلك إلى أن الميديا الجديدة ليست المسؤولة الوحيدة مع إعادة تشكيل هذه المعايير إذ تميز السياق الثقافي للمجتمعات العربية بتحولات مستوى الأسر.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

❖ أشكال جديدة من الفعل الجماعي: التدوين والتفاعل عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلقا مجتمعات افتراضية تكونت حول مشاغل مشتركة سياسية واجتماعية وفنية ورياضية ومهنية، وفي المجال السياسي خاصة ظهرت نقاشات ذات طابع عام أو تهتم بالشأن العام ليس بالضرورة وفق النموذج الهرمسي العقلائي، لأنها ليست دائما فضاءات للتنوع الفكري والسياسي للمشاركة والنقاش برصانة بقدر ما هي فضاءات يحكمها الانسجام الفكري يعبر فيها المشاركون عن أفكارهم وآرائهم وامتلكت هذه الجماعات الافتراضية قدرة على الفعل داخل هذا الفضاء من خلال إنتاج المضامين السياسية والثقافية (الحمامي، 2011، صفحة 20).

❖ جماليات جديدة: بخصوصية الفضاء إذ تظهر العوالم الذاتية والآراء والأفكار ذات العلاقة بالشأن العام وتتشكل هذه الجماليات الهجينة من أنماط تعبيرية متعددة تمزج في الخليط بريد الصور والنصوص والفيديوهات.

❖ امتداد المواطنة الإلكترونية: السيريسبيس يحافظ على الفضاء العمومي السياسي، وهو يجسد مساحة النقاش ويعزز تفعيل تجمعات العامة، فنجد تداول النقاش العام على الويب وكذا الصور المعروضة صور قد تكون مختلفة أو مركبة فنيا، المهم أنها تحمل معنى والتعليقات المتعمقة بالحراك، مثل أي محيل اجتماعي، وجود الفضاء العمومي الافتراضي هو شبكة تسمح بإبقاء تواجد الفضاءات العمومية وحمائته. إذن السيريسبيس يساهم في تنشيط الفضاء العام وقد حملت الفيلسوف جولز أكس دور الإنترنت في الترويج على ضوء التحليلات جو هنداوي، وصفت الدور الهام للإنترنت في انتشار وسائل بفضلها يمكن للجمهور السليبي أن يصبح نشطا، وبالتالي المواطنة الافتراضية لم تحل محل المواطنة التقليدية وإنما عملت على تزايدها بقوة.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

❖ **المستخدم مبتكر:** تحول الجمهور في الفضاء العمومي الافتراضي إلى جمهور منتج للمحتوى فهو ليس مجالا تمثيلا تتحدث فيه النخبة باسم الجماهير كما في الفضاء العمومي النخبوي، المستخدم في الفضاء العمومي الافتراضي يبتكر وينتج مضامين قد تتعلق بالعوامل الذاتية بالمستخدم أو ذات علاقة بالحياة العامة (حمزة، 2014/2013، صفحة 232).

❖ **نخب جديدة:** يمثل رمزها الأكثر دلالة فقد تشكلت في الفضاءات الإلكترونية نخب هجينة كما يصفها صادق حمادي تتكون من مشرفي الصفحات المدونين، فعلى سبيل المثال تحول شباب مغمور إلى نجوم تحفي بهم المؤسسات التقليدية مثل باسم يوسف، كما أن الفيسبوك اكتسح طرف النخب التقليدية على غرار السياسيين بهدف كسب المزيد من الشعبية (حمزة، 2014/2013، صفحة 235).

خامسا: أدوات تشكل الفضاء العمومي الافتراضي للتجمعات الافتراضية

عرف هارولد بأنها تجمعات اجتماعية تنشأ من شبكة الإنترنت حين يستمر أناس بعدد كاف في مناقشاتهم بشكل علني لوقت كافي من الزمن بمشاعر إنسانية كافية لتشكيل شبكات من العلاقات الشخصية في الفضاء السيبراني، أما عن التعريف الشامل والجامع لكل التوجهات وهو تعريف آخر لهارولد الذي يركز على المقومين الاجتماعيين والتكنولوجي لهذه المجموعات، ذلك أن هذه التجمعات تنشأ أصلا بفعل الدافع الاجتماعي لتجمعات اجتماعية في بيئة تكنولوجية شبكة المعلومات أي في ظروف تكتو اجتماعية، بعدد كافي من المشاركين والأعضاء ويستمررون في تفاعلهم الاجتماعي رقميا لوقت كافي من الزمن يكفل لهم بناء شبكات من العلاقات الشخصية والجمعية المتبادلة في الفضاء الافتراضي الكوني.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

1- آلية التصويت الإلكتروني والانتخابات: وهو مباشرة الحق السياسي في الانتخاب باستخدام تقنية

المعلومات بدلا من الطرق التقليدية لتحقيق أي الشفافية والدقة والأمن في نزاهة أي الشفافية والدقة

والأمن في نزاهة العملية الانتخابية بطريقة إلكترونية. لا كما عرف أيضا على أنه استخدام التقنيات

الإلكترونية في عملية التصويت ضمن بيئة خاضعة للإشراف والفرز على الإلكتروني وجدولة النتائج جزئيا

أو كليا بوسائل إلكترونية (قويدر، خانفيق، 2018، صفحة 57).

2- البريد الإلكتروني: وهو أنه عبارة عن نظام للتواصل الإلكتروني الذي تم بموجب إرسال واستقبال الرسائل

الإلكترونية حيث يشترط لاستخدامه وجود برامج البريد الإلكتروني والعنوان البريدي المرسل إليه (دبابش، ميمون،

2020، صفحة 373).

3- المواقع الإلكترونية: هو عبارة عن مجموعة صفحات الويب مرتبطة عن مع بعضها البعض ومخزنة على نفس

الخادم ويمكن زيارته عبر الإنترنت ويمكن اعتباره كذلك مجموعة من الوثائق المثبتة المخزنة في خدمات الويب، وتقوم

هذه المواقع على الأسس الرئيسية التالية: التصميم، المحتويات، الروابط، أدوات الإبحار في الويب، كما تحتوي بعض

من مواقع الويب مزايا إضافية مثل الخدمات التفاعلية من المستخدم كخدمة البريد الإلكتروني، خدمة الحوار،

برمجيات الجافة (بوزيت، عميري، 2014_2015، صفحة 48).

4- رسائل: هي خدمة إرسال واستقبال رسالة مكتوبة، يتم إرسالها وتداولها عبر شبكات الهاتف المحمول، ولا

يتجاوز إجمالي الحروف في الرسالة الواحدة 160 حرفا (الله ، 2016، صفحة 86).

5- مدونات إلكترونية: المدونة كلمة تم تعريبها من مصطلح بالإنجليزي هو blog والمختصرة من كلمة blog

أي سجل الشبكة، ويطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم تدوينه

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

لقد أصبحت مواقع المدونات مجتمعات مفتوحة لتبادل الآراء ووجهات النظر حتى لو كانت تمثل رأي الأقليات دون رقيب على ما ينشر فيها من تعليقات أو آراء من المشاركين في طرح الموضوعات والقضايا، وتكوين مجتمعات افتراضية يتسع بينها الحوار والنقاش بما يعكس حجم المشاركة أو المساهمة في هذه المواقع، التي اعتبرت كما سبق القول بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية في المجتمعات التي باتت لا تشكل مصدر في قليل جمهوري يمكنهم الاعتماد عليها أو التفاعل معها دون

التعرض لأي مخاطر جراء التعبير الحر أو كسر حاجز الصمت المقيد بأصواته آرائهم فيها يجعل حولهم ومعهم مجتمعاتهم ودولهم.

6- الاستفتاء على الإيميل: ويتضمن إرسال استمارة الاستفتاء عبر الإيميل ويقوم المبحوث بإعادة إرسالها عقب الإجابة عليها وهذا النوع يحتوي على أسئلة مفتوحة وتصلح هذه الطريقة بالنسبة للاستفتاء الصغير على عينة كبيرة وتكون الاستجابة عالية في حال استخدام عدد محدود من الأسئلة.

7- الاستفتاء عبر مواقع الإنترنت: هذا النوع من أبحاث السوق يتطلب إنشاء مواقع خاصة في الأبحاث التسويقية تعتبر وسيلة سهلة للوصول إليها وتتسم بالتفاعلية والانتشار.

8- استطلاعات الرأي الإلكترونية: استفادت لاستطلاعات الرأي بصورة كبيرة من شبكة الإنترنت، من خلال إسقاط أي حواجز تقيد الانتشار المسموح واستطلاعات، أن تضع الحكومات شروط على إجراء استطلاع رأي، أو أن تتحكم جهات الحكومية محددة في إجراء مثل تلك الاستطلاعات ونشر نتائجها، الجهاز المركزي للمحاسبات في مصر، وأصبح بمقدور الهيئات غير الحكومية والأشخاص ومواقع الأخبار وغيرها القيام باستطلاعات آياها بتكلفة شبه منعدمة، وبسهولة شديدة.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

9- التعبير عن الرأي عبر نظام التصويت التلفزيوني: حيث يتم الاتصال تلفزيوني للمشاركة بالرأي والتعبير وأيضا عبر الهاتف للمشاركة في أحد البرامج أو التعبير عن مشكلة ما أو موقف معين ولا التي تعد جزء من عملية قياس الرأي العام.

10- التعليقات الإلكترونية: وهي عبارة عن قيام مستخدم بكتابة تعليق على خبر أو حدث معين للتعبير عن رأي أو موقف في قضية ما.

11- شبكات التواصل الاجتماعي: تعرف على أنها مجموعة من التطبيقات تساهم في زيادة التفاعلات الاجتماعية وتوفير مساحات مشتركة من التعاون وإتاحة الاتصالات الاجتماعية وتبادل المعلومات بشكل هائل في بيئة الإنترنت.

سادسا: شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي افتراضي

استطاعت وسائل الإعلام منذ ظهورها انطلاقا من الصحف والإذاعة والتلفزيون أن توجه الفضاءات العمومية التي عنت بمختلف الفضاءات المفتوحة للنقاش في مختلف القضايا العامة والتي قادتها النخبة في مختلف المجالات خاصة السياسية منها. كون أن هذه الوسائل قد ساهمت في نشر الوعي لدى الجماهير ودفعها إلى طرح وجهات نظر وتبنيها الدفاع عنها انطلاقا من النوادي والبرلمانات، وبذلك تبلور الرأي الخاص ثم الرأي العام. إذا كان الفضاء العمومي كما تحدث عنه هابر ماس يعرّف ذلك المجال الذي يتم فيه التحاور والمنافسة وتبادل الآراء، حول قضايا الشأن العام، ومسائل المواطنين السياسية والاجتماعية، و الفضاء الذي يتيح للمواطن والسياسي إمكانية التواصل والتفاعل لمناقشة قضايا مجتمعهم المختلفة فإن فضاءات الانترنت الاتصالية تعد تجسيدا فعليا لما تحدث عنه هابر ماس، وبالخصوص فضاء التدوين الذي ينتعش بالحوارات والنقاشات العديدة بين عدة أطراف وشرائح

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

من المجتمع ،بدءا من المواطن العادي، والصحفي وصولا إلى السياسي باعتبار المدونة شكل جديد من أشكال الإعلام وظاهرة حديثة و أحد تجليات تحولات الانترنت، التي سمحت للفرد بالتعبير عن أفكاره وآراءه ومشاعره وعواطفه. كما وفرت شبكات التواصل الاجتماعي في العالم الافتراضي مجالا واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه، ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين. وتسعى عموما الشبكات الاجتماعية إلى خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة. وهذا ما أكدته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بأن "الفضاءات الافتراضية والمدونات الإلكترونية ومواقع التشبيك الاجتماعي ، يمكن أن تستعمل للتواصل مع الناخبين ، ولتبادل وجهات النظر ،ولإثارة النقاشات ولتقاسم المعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية. والى جانب ذلك أفرزت مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة جديدة وهي نخبة جديدة، بعضها معلوم الهوية و بعضها مجهول . نخبة بفعل قدرتها على التواصل أسست فضاء بديل بإنشاء صفحات تتعاطى مع الأخبار بطريقة بسيطة وسهلة، وإنتاج خطابات استطاعت من خلالها اكتساب شعبية كبيرة لتعبيرها عن الإرادة الشعبية، لتسيطر على الرأي العام الافتراضي وتدير هذا التمثيل للأفراد العادية والنخبة والمؤسسات السياسية في مواقع التواصل الاجتماعي، والمتسم بحرية الرأي بين مختلف الأفكار والآراء دفع الكثير إلى الاحتفاء بها لتجسيده للفضاء العمومي والنقاش العام بالمعنى الهابر ماسي.

لهذا تتضح علاقة شبكات التواصل الاجتماعي بالفضاء العمومي الافتراضي من خلال :

— مشاركة عدد كبير من المواطنين في نقاش عقلائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أن الفجوة الرقمية بمستوياتها في الوصول أو مهارات الاستخدام قد تمثل عائقا في تنامي الدور السياسي الفاعل للانترنت وتطبيقاتها ووسائطها المختلفة.

الفصل الرابع : الفضاء العمومي و مبررات ظهوره

__ قدرة القائمين على إدارة الحوار والمناقشات التي تدور في المجال الافتراضي على طرح القضايا والشؤون العامة الواقعية للمجتمع، وليس فقط براعة القادة في المجال العام على حصر القضايا وقيادة المناقشات حولها ولكنها قد تمثل الأولويات نفسها في أجندة الجماهير العامة في المجال الافتراضي .

__ إتاحة الفرص المتساوية للمشاركات في النقاشات العامة في إطار من الاحترام المتبادل و أن يكون الرأي الجمعي حول القضية مبني على الإقناع وليس على الأوضاع الاجتماعية أو الاقتصادية أو الوظيفية للمشاركة وهو ما يطلق عليه بجودة الخطاب (عباس، 2018، صفحة 124_125).

خلاصة الفصل :

إن موضوع الفضاء العمومي أحد أهم المواضيع التي شغلت فكر الباحثين في مختلف التخصصات فأولى الاستعمالات لهذا المصطلح كان من خلال الفيلسوف وعالم الاجتماع الألماني يورغن هابرماس الذي استخدمه من أجل توضيح الحياة العامة في المجتمع البرجوازي ولتحقيق التواصل بين الأفراد كون هذا الفضاء يتسم بالتباين في النشاطات وطبيعة دور الفضاء العمومي في تشكيل التواصل الاجتماعي العلاقات الاجتماعية القائمة بين الأفراد. كما تعد نظرية هابرماس للفعل التواصلي أهم نظرية في مشروعها، فهي تجمع مرجعيات فلسفية وسوسولوجية وبناء على ما سبق، تبين لنا أن هابرماس لم يشكل مفهوم الفعل التواصلي من فراغ بل من أبحاث فلسفية وسوسولوجية، فنظرية هابرماس التواصلية تركز على البعد التواصلي؛ لأن العلاقات الاجتماعية لا يمكنها أن تقوم من العدم، بل على علاقات البشر المبنية على التفاهم والتفاعل، كما أن البشر لا يمكنهم أن يستمروا إلا من خلال تسهيل سبل عملية الاتصال فيما بينهم، ولكن الواقع الاجتماعي يحتاج إلى روابط اجتماعية تواصلية لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال الحوار والنقاش والتواصل في فضاءات عمومية مختلفة.

الفصل الخامس

الوعي الإجتماعي و أشكاله

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

تمهيد :

الوعي الاجتماعي من المواضيع التي لم تلق الاتفاق العلمي و المنهجي في تعريفه ولا حتى في كيفية تكوينه و أنواعه . لذلك اختلف الفلاسفة و العلماء و المفكرين على في تناوله خصوصا و أنه عابر للواقع و العقل و مسار الجدل بينهما . و هو موضوع عصي على الفصل فيه سواء في تموضه بين العلوم كقيمة ليست ثابتة ولا مستقرة، أو في مدلولاته و معانيه حسب الاتجاهات النظرية التي كثيرا ما تكون سندا علميا أو يفترض ذلك في جميع البحوث التي تؤسس لاقتراب معرفي و نظري يسعى لتثبيت المعنى قبل الأصل. فلاقتراب من الوعي الاجتماعي لإدراكه و إدراك مفاهيمه و الاختلافات التي تحيط به أصبح ضرورة ملحة .

أولاً: تعريف الوعي الاجتماعي

أ/ لدى الفلاسفة

الوعي الاجتماعي عند هيجل :

الوعي هو معرفه الإنسان لذاته (هلال، 2001، صفحة 213)، حيث يرى إن أي تفكير ينطلق من الذات باتجاه الطبيعة التي أوجدت لإقرار معرفة وفهم الذات وتحقيقها. فالإنسان أكيد سيتعرف على ذاته من خلال العوامل الموضوعية للتذكر والتي توجد خارجا على نحو جليا ومباشر. فالخارج أو الطبيعة هو مقياس لمعرفة الذات وفهمها والرقمي بتا، فالصورة تنطلق من الذات نحو الموضوع ثم تعود إليها للتعديل بما يحقق الذات. فالإنسان يستطيع إدراك الذات من خلال ذلك التجلي الذي يبرز في تقابل الذات والموضوع ومجموع التمثلات المتاحة تبعا في مقابل الأشياء الخارجية (إمام، 1984، صفحة 33)

ومنه فالوعي بالذات يسبق الوعي بالموضوع ، هذا الموضوع هو وسيط لإثبات أو تعديل الوعي الذاتي، فالفكر مصدره العقل ومنه فالوعي عقلي وينطلق منه. طبعا وهذا توجه عقلي في مفهوم الوعي فالأفكار هي التي تقوم بناء الوعي الذي هو الإلمام بالمحيط ومتطلبات الذات لأجل رقي فكري يحول الواقع ويسمو على إي تناقض موجود. لكن هيجل يقر في الأخير أن مصدر الوعي هو جوهر مطلق، وان الأساس الجوهرى للعالم هو وحدة الوجود والتفكير، وان لا تمايز بين الذاتي والموضوعي إلا فكريا

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

ب / الوعي الاجتماعي عند علماء النفس :

الوعي عند علماء النفس ذا منطلق ذاتي له وسائل حسية وأخرى عقلية تجعل من الأفراد يشعرون بالمحيط الخارجي ويدركونه، من ثم فالوعي بهذا المعنى هو جدل الذات مع الموضوع في تطابق متناغم مما يجعل الوعي درجات أو قد يقع في مغالطات فيكون زائفا أو جزئيا في أحيان عدة ما لم يكن مطابقا للواقع الموضوعي أو يختلف عنه

فحسبه رواد التحليل النفسي الوعي تكوين نفسي منطقي ، وتوافق مع نمط معين من البيئة ترتبط به الطاقة العقلية من خلال الرموز اللفظية، وبالتالي يتشكل بها (J,driver، 1953، صفحة 24) بمعنى إن الوعي زعما نشأ نفسي يأخذ صورته من البيئة أو الواقع ويتشكل على منوالها. واللاوعي يقصد به العمليات التي تحدث دون شعور الإنسان بها (J,driver، 1953، صفحة 24). وهو تكوين النفس غير منطقي منعزل عن الوعي، ولا يتوافق مع البيئة الخارجية، ولا يخضع للرموز اللفظية. وبالتالي لا يتشكل بها (J,driver، 1953، صفحة 25). ومعنى ذلك حصر الوعي الاجتماعي فيما يظهر علنا باعتبار الواقع والمعقولة.

ويعرفه احمد اللقائي : " بأنه شحنة عاطفية وجدانية قوية تتحكم في كثير من مظاهر السلوك لدى الفرد ويتم تكوين وعي من خلال مراحل العمل التربوي في مختلف مراحل التعليم كلما كان الوعي أكثر نضوجا وثباتا كان ذلك أكثر قابلية لدعم وتوجيه السلوك الرشيد في الاتجاه المرغوب به" (اللقائي، 1999، صفحة 2019). أي أن الوعي الاجتماعي بناء نفسي يظهر على مراحل حسب درجة نضج الأفراد وطبيعة سلوكهم المتقبل اجتماعيا.

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

ج / الوعي عند علماء الاجتماع :

الوعي الاجتماعي عند علماء الاجتماع قد يتخذ منحى جدليا في أسبقية الموضوع عن الذات العارفة باعتبار ذلك التباين في الطرح الذي يعود إلى تناقض النسق الفكري ومن ثم فهو قدره الأفراد في الخوض في المواقف التي تصادفهم بما يحقق المنفعة الفردية والجماعية وبشكل ثابت نسبيا، دون إخلال بمنظومة القيم ومعايير السلوك المعمول بها في المجتمع، ذلك إن الوعي الاجتماعي قد يواجه ظروف خارجية وعوامل تؤثر فيه، ويظهر قصورا أو ضبابية في عقلانية الأفراد. إلى أنهم في الجمل لا يجيد عن انه تقرير يأخذ مبرراته من الواقع ومنطق الإدراك مهما كانت منطلقاته ومنه:

فالوعي الاجتماعي : "حالة عقلية من اليقظة يدرك فيها الإنسان نفسه علاقاته بما حوله من الزمان ومكان وأشخاص كما يستجيب للمؤثرات البيئية استجابة صحيحة" (مسعود، 2011، صفحة 103). أي أن الوعي هو الاستجابة الصحيحة للمؤثرات الخارجية وإدراك الذات والموضوع إدراكا عقليا عن شعور.

ثانيا: وظائف الوعي الاجتماعي

الوعي آلية إدراك عالية المستوى، وهو نشاط متكامل وموحد، لذلك فالقول بوظائف الوعي خاصة الاجتماعي لا يعني تجزئته أو حصره في مجال دون آخر، بل ذلك من منظور تصنيفي منهجي يمكن معرفة أهم وظائفه. وهو بذلك ليس مجرد معطى أو بناء فكري و فقط، بل هو موجود مركب ومعقد يشير إلى نشاط يمتد إلى جوانب مختلفة من حياة الأفراد في المجتمع. فهو يؤدي وظائف متعددة في صقل شخصية الأفراد، ومساعدتهم في تحقيق مصالحهم وفق أحسن الطرق والأساليب، كما أنه الوعي الاجتماعي هو سبيل للتواصل الجيد بين الأفراد وفق الضوابط المعمول بها. ومن وظائفه ما يلي (العريفي، 1416هـ، صفحة 37):

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

(أ) **الوظيفة المعرفية:** الوعي الاجتماعي هو فعل تفكير ناتج عن ذات عارفة في مقابل الطبيعة الاجتماعية كموضوع معرفة، ذلك أن الأفراد في سعيهم للمعرفة وإدراك العلاقات يبذلون جهدا كبيرا في التأمل والتقصي والاختيار لذلك فالوعي الاجتماعي له وظيفة الاطلاع على أساليب الحياة عامة سواء المعرفة المتعلقة بالمصلحة الشخصية أو بالمصلحة الاجتماعية وكذا مادة التوافق والانسجام مع العادات والتقاليد منظومة القيم في كل ما يصل بالسعي إلى تحقيق أي منفعة ومدى مشروعية ذلك. ومن ثم فالوعي الاجتماعي هو قول بالتفكير وسلوك الأفراد في مواقف معينة.

(ب) **الوظيفة التربوية:** للوعي الاجتماعي وظيفة تربوية تتجسد بتواصل أفراد المجتمع حسب الأعمار والأجيال لنقل التجارب والخبرات، وما يتصل بحسن و الأداءات الاجتماعية بعبارة أخرى فهي تنقل كل الإرث الثقافي والاجتماعي. أي أن الوظيفة التربوية لا تقتصر على المعطى المعنوي، بل أيضا المعطى المادي أيا كان. وعليه فالوعي الاجتماعي له دور تربوي يسعى إلى إيجاد تجانس بين أفراد المجتمع وحفظ الانتماء والهوية الحضارية.

(ج) **الوظيفة الإعلامية:** يطلع الوعي الاجتماعي أيضا بوظيفة الإعلام الذي يعني فيما .يعني إيراد الخبر بكل مضامينه الإخبارية منها وتثقيفية، وذلك باعتبار وسائل الإعلام التي تبادت - أكثر من أي وقت مضى - في صنع التفاعل الاجتماعي بصفة أن كل شيء يخضع للتحقق الاجتماعي. وكل شيء قد يعاد فيه النظر أو يثبت أو يعدل أو يرفض من خلال صياغة الطرح في نقاش مفتوح قد يؤدي إلى إعادة إنتاج واعي اجتماعي بديل.

(د) **الوظيفة الإيديولوجية:** وهي أن الوعي الاجتماعي كعملية ممتدة لها مناحي قوة و مناحي قصور، لذلك فكل وعي اجتماعي يسعى إلى إيجاد نسق فكري يخدم التوجهات والمثل العليا التي يسعى لتحقيقها كل

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

مجتمع ،وكل نظام اجتماعي قائم. والوظيفة الأيديولوجية هذه لا تعني إجماعاً قيمياً سائداً بقدر ما تعني تخطيط تفكيري لتكريس التوجه قائم يضبط النشاط والعلاقات الاجتماعية تحت إطار سياسي يهيمن على المجالات الأخرى.

هـ) الوظيفة العلمية و النفسية: هي وظيفة تنطلق من الذات إقبال على صياغة نموذج معرفي خاص لا يتعارض مع النموذج الاجتماعي السائد باعتبار مجموع المعارف والعلوم هي مقياس لكل إنجاز اجتماعي. هذا الإنجاز الذي يلقي القبول اجتماعياً ، و يحظى بقناعة شخصية في مواقف مختلفة.

ثالثاً: مستويات الوعي الاجتماعي

الوعي الاجتماعي هو ظاهرة معقدة ومركبة من ظواهر الحياة الاجتماعية، وليس بوسع المرء دراستها على مستوى واحد، وتحت صورة واحدة من أجل كشف بنيتها الفعلية (أ.ك. أوليدروف، 1982، صفحة 21)، إن الوعي الاجتماعي يعني إدراك الفرد لوضعه في بيئة اجتماعية قياساً لرغباته النفسية ومتطلباته الموضوعية وما يرجى تحقيقه من أهداف ومجمل المواقف التي تصادفه في حياته اليومية والعلمية والاجتماعية، وما يشوب ذلك من وضوح وتعقيد، وباعتبار مجموع القيم الاجتماعية، ومعايير السلوك المعتمدة (العرفي، 1416هـ، صفحة 26).

و لأن الأفراد يتباينون في مستوى الفهم و الإدراك، و يختلفون في تعاملهم مع المواقف، و يختلفون في تفاعلهم مع الآخرين، فإن الوعي الاجتماعي مستويات كما يشير إلى ذلك عبد الباسط عبد المعطي و هي (المعطي، 1983، صفحة 25_26):

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

(1) تقسيم عبد الباسط عبد المعطي:

المستوى الأول: الوعي اليومي المباشر

مجمّل الخبرات الأفراد المكتسبة في بيئة اجتماعية، أي أنه مرتبط بممارساتهم المعيشية لضمان استمرارهم بتحقيقهم لحاجاتهم، و تلبية رغباتهم و يتسم بالعفوية و التلقائية، و يجمع بين ما هو نفسي و ما هو اجتماعي.

-المستوى الثاني: الوعي النظري الإيديولوجي

و هو وعي يسعى لفهم الواقع الاجتماعي و سيرورته، و هو تنظير للوعي الاجتماعي بإعتبار تصورين لطبقتين إجتماعيتين بينهما علاقة سيطرة، و تناقض في الأهداف و الاهتمامات.

- المستوى الثالث: الوعي العلمي

و هو كل وعي موضوعي إتجاه الظواهر و الوسائل و التقنيات المساعدة على الأداء و الإنتاج.

(2) تقسيم آخر لمستويات الوعي الاجتماعي كالتالي: (النبي، 1985، صفحة 157)

-المستوى الأول: المستوى المعرفي : حيث يكون التمييز بين وعي يومي معيشي ووعي علمي للواقع.

-المستوى الثاني: الوعي السوسولوجي: حيث يكون التمييز بين وعي فردي و آخر جماعي.

رابعا - أنواع وأشكال الوعي الاجتماعي:

أ / أنواع الوعي الاجتماعي :

1-الوعي الفردي: إن اتجاهات الفرد ومواقفه إزاء التجليات الاجتماعية والأحداث هو ما يشكل نمط التعاطي

مع أنواع النشاط المادي والمعنوي الفكري للفرد وما يسعى إليه كطموح،، بمعنى أن وعي الفرد يرتبط بالوجود

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

المحدد للفرد في جماعة وطبقة ومجتمع معين، وبكل أساليب وفرص إشباع حاجاته الروحية والمادية (مسعود أ.، 2011، صفحة 104). وعليه فالوعي الفردي تتحكم فيه الظروف الخاصة للأفراد وطبيعة الجماعة أو الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، والتي تشكل البيئة المحددة له، وإذا تم الانتقال إلى حلقة أضيق لصيرورة الوعي كعملية ذاتية فهو " العملية التي يقوم بها العقل باستخدام المعرفة المختزن لديه لتحديد دلالات المدركات الحسية ومعانيها، فالفرد لا يفسر الرسائل التي يستقبلها في معان مطابقة لها تماما، ولكن يكون التفسير في إطار التفاعل بين الرموز التي يتم استقبالها وبين المعرفة السابقة ذات العلاقة التي يستعين بها الفرد المتلقي" (مسعود أ.، 2011، صفحة 105) .

2- الوعي التطبيقي: هو وعي يومي يحدد ما يرجى تحقيقه من الحاجات، و ما يشبع من رغبات، و لا يتطلب تفكيرا أو تركيزا على الفعل ، فهو عفوي تلقائي لا يتعدى الحدود السطحية للظواهر و المواقف.

3- وعي النظري : هو وعي يتطلب تفكيرا بمعزل عن أداء عمليات أخرى في ذلك الوقت و الهدف منه إدراك الجواهر و العلاقات و مواجهة مواقف مستجدة، (مسعود أ.، 2011، صفحة 105) و هو وعي يعوض في عمق الظواهر و المواقف لتفسير مسبباتها و تحليل أجزائها، و من ثمة إدراكها إدراكا كاملا .

4- الوعي الجماعي: من الضروري استبعاد النظرة الضيقة للوعي الجماعي لأنه مختلف حسب البيئات وفي المراحل لاجتماعي تاريخية المتعاقبة، ذلك أن الوعي لجماعي هو ناتج عن التفاعل الحاصل بين الأفراد سكينات فردية أو جماعية، وكذلك الاحتكاك بين وعي الطبقات والثقافات الخاصة في المجتمع الواحد.

وعليه فالوعي الاجتماعي هو كل التجليات التي يفرزها المجتمع، ومن ثم فهو منظومة عامة من الأفكار والنظريات للطبقات حول مجمل العلاقات الاجتماعية القائمة، ويمثل فهما كليا لها وهذا الفهم الكلي يعد الشكل الأرقى

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

والأعلى للوعي الاجتماعي (مسعود أ.، 2011، صفحة 103)، رغم أن عديد المهتمين بالوعي يجعلون الوعي الجمعي في منزلة أعلى و أرقى.

ب / أشكال الوعي الاجتماعي :

إن تعدد التظاهرات الاجتماعية وتعدد أوجه الحياة، والممارسات الفردية والجماعية جعلت الوعي الاجتماعي يتخذ أشكالا مختلفة حسب الموضوعات، وباعتبار طبيعة الظواهر الاجتماعية وأشكال التنظيم المعتمدة. ويوجد تداخل معرفي وفرز منهجي بين بنية الوعي وأشكاله ذلك أن دراسة بنية الوعي الاجتماعي على الصعيد المعرفي فحسب تؤدي حتما إلى لزعم بأن أشكال الوعي الاجتماعي هي ليست طرق مختلفة لمعرفة الواقع، تتميز عن بعضها حسب موضوع وطريقة الانعكاس (أ.ك. أوليدروف، 1982، صفحة 57)، ويرتبط أساسا بطبيعة العلاقات الاجتماعية ونظرة الأفراد لمصالحهم وتحديدات مسار حياتهم في مختلف المجالات. ويمكن جدا التطرق إلى أشكال الوعي الاجتماعي حسب مجالات ممارساته، وكذا التخصص الاجتماعي السائد. وبنيت العلاقات الاجتماعية. ومن ثم فأشكال الوعي الاجتماعي تتمثل عادة في:

الوعي الديني Religious consciounes :

بما أن الدين ملازم للوجود الإنساني أكثر من الإلحاد رغم اختلاف صور هي ومصادره فهو العامل الأكثر أهمية، في الضبط الاجتماعي من خلال تنظيم المعاملات بين الناس في إطار اجتماعي يثبت الذات ولا يقصي الآخر، ذلك أن الاعتقاد درجات، والإيمان لا يعني المغالاة أو فرض سلطة المعرفية لأن الإيمان حيادا أولا. ولأن الوعي الديني هو إدراك القيمة العلاقة بين المخلوق والخالق، والتي تقوم على إذعان قبل أن تكون قناعة لها صفة الديمومة في الغالب، فهو متجددا دوما لأنه يراعي كل الظروف والمستحدثات التي تتصل بالفرد في ممارساته الاجتماعية

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

والعلمية والسياسية والاقتصادية وحتى العاطفية، وهو بذلك الوعي الديني مجموعة أحكام قيمة تضبط علاقة الفرد والأفراد اجتماعيا، وكذا علاقتهم بالخالق أو المعتقد به سواء كان إلها أو ربا.

وبالمعنى التطبيقي هو وعي الفرد للأحكام الدينية، ومجموعة التعاليم، وكذا تصوره لطبيعة علاقاته مع المحيط الاجتماعي والنسق الفكري السائد. وعليه فالدين هو سلوك اجتماعي سواء على المستوى الفرد أو الجماعة، له مرجعيته المقدسة والهالة التي ترسم الحدود بين ما هو مقبول وما هو غير ذلك. وفي هذا السياق يرى دوركايم أن أصل الدين في المجتمعات على اختلافها يعود إلى ذلك الحد الفارق بين ما هو مقدس وما هو علماني باعتبار أن الدين نسقا من المعتقدات والممارسات التي تتصل بشيء مقدس، وهذه المعتقدات والممارسات في المجتمع أخلاقي واحد، ويضم كل الذين يرتبطون به (الخشاب، 1993، صفحة 53). وعليه فالوعي الديني يدعم النظام الاجتماعي القائم والإجماع لقيمي بما يضمن استمرار المجتمع.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى الوعي الديني له وظيفة حفظ القيم في تعامل الناس نفعيا فيما بينهم بعيدا عن الغش وفارق الفائدة، وكل ما يشوب التعاملات من نقائص وليس بعيدا عن ضبط التعاملات مع الآخرين فإن الوعي الديني يضبط الخلل النفسي إلى أبعد الحدود، حيث يؤكد رادكليف براون أن ممارسة طقوس العبادة باعتقاد راسخ، يحد من القلق وكل أنواع الإثارة المضرة بالذات (الخشاب، 1993، صفحة 58) وعليه فالوعي الديني هو تنظيم مجمل علاقات من منطلق عقائدي قيمي، وهو بذلك في حد ذاته قيم اجتماعية يبلور إيديولوجية فكرية تنطلق من الذات كما الضمير،. تتكاتف مع المجتمع كرقيب أعلى يشكل الضمير الجمعي. وأكثر خصوصية الوعي الديني هو أن يكون الفرد مطلعاً ومثقفاً في دينه سواء كان هذا الدين سماويا أو وضعيا أو حتى أيديولوجيا

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

متابعة، وأن التفسيرات والمعاني الدين والتدين هي عوامل تدفع أكثر للجرأة والتدبر حتى لا يكون الدين أن الوعي القاصر به حاجزا معرفيا أمام أي تساؤل بناء.

الوعي الحقوقي القانوني Law consciouness:

وهو كل وعي يبنى على القيم الاجتماعية والأحكام المعمول بها عرفا في البداية، انطلاقا من المعايير التي سبق تثبيتها والاتفاق عليها، والتي تحفظ الحقوق والأملاك والمصالح، وتحدد مسار التعامل بين الأفراد بما يضمن شرعية التصرف دون إجحاف أو انحياز الأفراد والجماعات باعتبار القوة والحق والواجب ودرء المظالم.

والوعي الحقوقي هو جملة المبادئ المتفق عليها التي تؤكد مشروعية الفعل ورد الفعل. وكما يقول أولدروف الوعي القانوني هو جملة الآراء التي تعكس علاقة البشر بالحق القائم وتصورات التي يملكها البشر حول حقوقهم وواجباتهم، وحول شرعية أو عدم شرعية هذا السلوك أو ذاك (أوليدروف، 1982، صفحة 80) ومن جهة أخرى يعني. الوعي القانوني الموقف السديد من كل صراع أو خلاف في الواقع المعيش بما يضمن التنظيم المعمول به والنموذج القانوني المأمول. وهذا الوعي يرتبط بطبيعة التنظيم السائد وطبيعة القوة الحاكمة المسيطرة، لأن الحق بالمعنى الملموس هو إرادة الطبقة المسيطرة المرفوعة إلى القانون (أ.ك. أوليدروف، 1982، صفحة 80)، وهو بذلك يمثل صياغة لجمعية الواقع، كما يمثل إكراه لميول وإرادة أفراد المجتمع الآخرين.

وعليه فالوعي القانوني هو إدراك الفرد والجماعة والمؤسسة العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وبين رب العمل والأجير، وبين الظالم والمظلوم أي كان كحكم لا يخضع لأهواء أو المصلحة، بل للشرعية وما هو مشروع كممارسة أو كهدف طبقا للضوابط الشرعية أي كان سندها في القانون ظاهرة اجتماعية، وينظر إلى القانون كشكل من أشكال الوعي على أنه غير منفصل عن الأخلاق وغير منفصل عن الدين (عمارة، 1993، صفحة 42)، ومنه

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

فالوعي القانوني هو قيمة أخلاقية واجتماعية ودينية تستجيب لمعايير السلوك المعمول بها وهو كل حكم يراعي مسار الاعتقادات الاجتماعية وإن تعدد منشأها.

الوعي الاقتصادي **economical consciouness** :

الوعي الاقتصادي هو إدراك الأفراد لطبيعة عناصر القوة والمقدرات ،المادية المتاحة وطبيعة العمل اللازم لتحقيق الأثر المادي النافع دون المساس السيئ بالمحيط ومستقبل الأجيال اللاحقة، وهو يعكس الوعي الاقتصادي فعالية البشر وربطهم في عملية، الإنتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك، حيث لا تستقيم الحياة الاجتماعية دون وعي الإنسان بما يحتاج إليه في نتجه مستخدما عناصر الطبيعة والعمل ورأس المال وفن التنظيم والإدارة ليصل إلى المستوى الذي يحقق له الكفاءة والوفرة ليستخدمها في تبادل المنافع مع الآخرين داخليا وخارجيا (العريفي، 1416هـ، صفحة 33).

وهو بهذا وعي لا ينفصل عن الوعي الاجتماعي، ويعني ضرورة فهم الأفراد للتنظيم الاقتصادي والعلاقات المرتبة عنه بداية من عمليات الإنتاج وتخفيض تكاليفها إلى الاستهلاك وترشيده، وكل العلاقات بينهما كما التوزيع والتبادل وتحديد قيم التسويق.

الوعي السياسي **political consciouness** :

عادة، الوعي السياسي هو إدراك العلاقة بين الحاكم والمحكوم وإدراك الأفراد لحقوقهم وواجباتهم السياسية، ومعرفة واقعهم بما فيه من أحداث ووقائع (معوض، 1983، صفحة 70)، أي أنه إطلاع على مختلف القضايا المتعلقة بطبيعة النظام والسلطة القائمة إزاء الواقع المعاش لمختلف فئات الشعب. وهو أيضا كل خبرة فردية أو جماعية

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

تتعلق بكيفية التحكم في العلاقات بين أفراد المجتمع والشعب، أو إدراك العلاقة بين الحاكم والمحكوم فيها يخص الشأن العام داخليا، ومعرفة حدود تأثير دوائر السلطة. كما يعني معرفة التشريعات التي تنظم السلطات دون احتكار لها من طرف الزمر أو نخب تفرض الهيمنة استنادا للشرعية موضوعة ممكن لا تعبر عن عقد اجتماعيا أو تفويضا مهما كان طابعه، ومعرفة مسار العلاقات بين الدول والأمم في مناحي الحياة المختلفة. بمعنى أن الوعي السياسي هو كل قيمة تتعلق بتنظيم الشأن الداخلي والخارجي وتحقيق المصالح والمحافظة على المكتسبات، وبلورة نظام قادر على ذلك، وابن خلدون يؤكد على ذلك بقوله فلا بد من نظم سياسية ينتظم بها أمر العمران البشري (خلدون، 1965، صفحة 711_712). والوعي السياسي قد يكون طبقيا أو فئويا حسب مجموعة القضايا الاهتمام المشترك، بين الناس في أوضاع اجتماعية واقتصادية معينة، حيث تنتج تصورات أفكار تصب في مصلحة هذه المجموعات. و في هذا الشأن يعرف شيوبتلين الوعي السياسي على أنه مجموعة من التصورات والأفكار تجسد نظريا السياسة التي تنتجها مجموعة أو طبقة بعينها (تلين، 1981، صفحة 287)، لكنه من الضروري جدا أن يتأسس الوعي السياسي لدى كل طبقات الشعب في الدولة الواحدة والسعي إلى تجانس بفعل عملية التنمية، ويجد من مخاطر الاختلاف والخلاف. ومن ثم فهو نمط من الأفكار والقيم والاتجاهات التي تتحدد من خلالها الأوضاع القائمة، ويتجلى معها الشعور بالوجود الاجتماعي لطبقة أو حركة اجتماعية متميزة، ومدى مواكبة موقفها السياسي من مقتضيات التغيير وتلبية أهدافها في السيطرة على المجتمع (غانم، 2007، صفحة 17). أي أن الوعي السياسي يتحدد بطبيعة متطلبات الأفراد والطبقات التي تصوغ المواقف المختلفة بما يخدمها في وجودها الاجتماعي. وتبرز أهمية الوعي في أنه أكثر ما يؤسس لخطاب اجتماعي وسياسي، ويؤسس لعقيدة سياسية فاعلة، كما يتيح ممارسة الديمقراطية وتجسيد الفعل السياسي بحماية قانونية ومن ثم تعزيز الديمقراطية وإيجاد مناخ سياسي

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

ملائم للعمل السياسي والمشاركة في اتخاذ القرار ونقده. وكل ذلك يؤدي إلى الاستقرار السياسي المتمثل في ثبات المؤسسات والقوانين.

الوعي العلمي science consciousness:

هو كل تمكن من المعارف المستقاة من التجربة والتجريب وكل المنطق، كما أنه الاطلاع على التقنيات والمعارف المبرهن عليها. والوعي العلمي لا يمكن حصره في المعارف التطبيقية فقط ذلك أن المعرفة، لها مستويات متدرجة فمنها الحسية التجريبية، ومنها العقلية ومنها العقلية. وحتى ذلك التي تتأني لبعض البشر في أوقات غير معينة كما الإلهام، وحتى وإن كانت نادرة الحدوث فهي تفيد الإنسان في تعامله مع يحيط به من أشياء وما يمارسه من علاقات.

وهو الوعي العلمي بذلك كل ما يتحول إلى قدرة الإنتاج للأثر المادي النافع للأفراد والجماعات. ويعبر عنه أوليدروف بأنه منظومة من المعارف البشرية الموضوعية والواقعية المحرمة علميا حول الطبيعة والمجتمع والفكر، وتعبير عن نفسها عن صورة مفاهيم وتعريف وصيغة بصورة أساسية في قوانين (أ.ك. أوليدروف، 1982، صفحة 167) بمعنى أن وعي العلمي هو كل إدراك للواقع الذي يصاغ في شكل قوانين وأحكام وحتى أساطير في حال الديناميكية المتسارع للظواهر.

الوعي الأخلاقي **moral consciuence**:

هو صورة السلوك الفردي والجماعي في مواقف مختلفة، و إبداء الآراء والأحكام فيها بما يتوافق مع الطرح النظري والقيم للمجتمع. و الوعي الأخلاقي ينظر إليه كقيمة اجتماعية من جهة وتقاليد وأعراف تم الفصل في أمرها من جهة أخرى.

ولذلك فالوعي الأخلاقي يختلف من مجتمع لآخر، فهو يرتبط بالعلاقات الاجتماعية مهما اختلفت طبيعتها سواء تعلق الأمر بالأحكام التي يصدرها الأفراد على تنظيمات العمل، أو على علاقات الإنتاج، أو على طبيعة التعامل بين الأفراد أو المشاعر السائدة في مواقف مختلفة. فهو كل ما يتعلق بالفرد في علاقاته المختلفة مع الآخرين، باعتبار القيم والمعايير والمشاعر. وبما أن الأخلاق هي كل حكم اجتماعي على مظاهر السلوك إيجابا أم سلبا، ولأن الأخلاق قيم اجتماعية تختلف عبر المجتمعات، فإن الوعي بهذه القيم والأحكام هو كل عرف يهتم بقيم الخير والشر وبما هو إيجابي أو سلبي، وقل تصور ينظم هذه الأحكام يسمى وعيا أخلاقيا. ومنه فالوعي الأخلاقي هو نتاج تفاعل اجتماعي اعتمادا على قيم ومعايير سلوك تشكلت بتواصل الأجيال، وتراكم الخبرة والمعارف إزاء الموضوعات المختلفة.

والوعي الأخلاقي يمكن اعتباره بناء اجتماعيا لنمط سلوك يتقبله المجتمع والقانون، ويرجى دوما أن يكون نفعيا مت لازما مع الشرعية أو المصادقية، أي أنه الوعي الأخلاقي يوجه لإنسان نحو الأفضل نماذج السلوك . فهو جذية ومقياس للحكم. والطالب الجامعي في الجزائر كما في باقي أنحاء العالم دوما يسعى لبناء نمط سلوكي يمكن من إرساء منظومة قيم أخلاقية توظف أي تقدم اجتماعي، وقل ما يحقق الصالح العام، ومنه فالطالب الجامعي يسعى

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

لتشييد عاق الأخلاقي مواز للتراكم المعرفي الذي هو هدف التعليم في الجزائر في توأمة اجتماعية منشودة (الحارثي، 1435هـ، صفحة 43).

الوعي الصحي :

هو الاطلاع على طبيعة الأمراض والأوبئة والجائحات التي تصيب عادة صحة أفراد الوطن، ومدى الأضرار الآنية و البعدية التي تسببها، وكذا السياسية الصحية المتبعة وأهم الإمكانيات المتاحة والممكنة. أو التي يتم رصدها لمواجهة الأخطار الصحية. ما تحديد طبيعة التواصل مع أفراد الشعب في هذه المواضيع وطبيعة النصائح والإرشادات الواجب تقديمها أو بالطريقة المثلى والمقنعة بعيدا عن أي تهويل أو تقزيم للمشكل الصحي، إلى جانب أنواع أخرى من الوعي تعتبر قطاعية لكنها مهمة في حياة الأفراد، ومن الضروري الوعي بها لرسم حدود الممارسة والحق والواجب. والطالب الجامعي حري به إدراكها في الآن وعبر سلوكه العلمي والاجتماعي كما: (الحارثي، 1435هـ، صفحة 30)

الوعي الطبقي : هو فهم الترتيب الاجتماعي حسب الوضع الاقتصادي والثقافي والخطاب الاجتماعي السائد. مع مراعاة الفروق والاهتمامات دون السلبية إزاء أي حراك طبقي مشروع. حيث على الطالب الجامعي استقراء وضعه الاجتماعي الطبقي وإدراك أنه بالإمكان تجاوز حدود بالعلم والعمل وبناء المكانة الاجتماعية.

الوعي النقابي: هو إدراك علاقات العمل بين الأجير ورب العمل، وكذا الشروط العمل التي تضمن الاستقرار وتراعي القانون المنظم للإجراءات بعيدا عن الاستغلال أو توجيه المنصب لخدمة أغراض معينة كاتفاق بين رب العمل والقائمين للدفاع عن الحقوق العمال في المؤسسة. ومن ثم ت فالطالب الجامعي معني مستقبلا في حياته العملية بإدراك التشريعات المنظومة للعمل وإدراك الحقوق والواجبات دون غلو ودون تفريط.

خامسا: عوامل تشكيل الوعي الاجتماعي

المقصود بالعوامل كل ما يهيأ لتشكيل الوعي الاجتماعي ويؤسس له واقعا وإدراكيا. وهذه العوامل مختلفة ومتعددة حسب طبيعة المجتمع، وتباين فهم الأفراد وأعمارهم، وطبيعة أيديولوجيا السائدة، وما يرجى تحقيقه في الواقع والمستقبل، كما أن هناك تفاوتاً في تلك العوامل ما بين القوة والشدة (الحارثي، 1435هـ، صفحة 54). وعلى العموم فإن هذه العوامل الأكثر مساهمة في ذلك ترتبط بالقيم الاجتماعية والعادات والتقاليد والضوابط الشرعية و الاجتماعية كما:

1- الدين و تشكيل الوعي الاجتماعي: يعتبر الدين أحسن وسيلة للضبط الاجتماعي هو مصدر للقيم والمعايير، التي ترتب لأولويات والسلوك بما يتضمنه في تعاليم وحدود وأوامر ونواهي. وسواء كان هذا الدين سماويا أو وضعيا فإن ضوابط الشرعية في الغالب تلقى التلقي دبقاً من طرف الأفراد من خلال الإيمان بها -أو على الأقل- مراعاتها. وبذلك فإن مضامين الدين تحدد اتجاهات الأفراد في تعاملهم مع الوضعيات والمواقف التي يصادفها لذلك فحسب الديانة المتبعة يكون توقع استجابات الأفراد.

والأكيد أن عامل الدين لا يمكن عزله عن باقي العوامل الأخرى التي تدخل في تشكيل الوعي الاجتماعي (بدر، 1997، صفحة 174). ومنه فالدين الإسلامي كأحد الأديان الأكثر انتشاراً والأكثر تأثيراً في الأفراد يؤدي دوراً كبيراً في تشكيل وعي الأفراد من خلال حثه على الإيمان والعمل الصالح والنهي عن المنكرات، وإيراد قصص قرآني يصور وضعيات سلوك، ومحاكاة لتقويم السلوك.

والدين الإسلامي الذي يفصل في العقائد والمعاملات له وسائل عدة في إنجاز هذه المهام منها مؤسسة المسجد التي لها دوراً تربوياً يساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي من خلال:

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

- نشر المعارف الدينية والثقافية الإسلامية.
- ربط الفرد بمجتمعه وتوعيته بمشكلاته.
- التأكيد على القيم المركزية المستمدة من الدين الحنيف.
- التقريب بين الأفراد وتقوية الصلة بينهم.
- مساعدة الأفراد على مواجهة الأزمات والمشكلات.

2- التعلم الاجتماعي وتشكيل الوعي الاجتماعي:

إن التعلم كعملية تلقائية وعفوية غير مقصودة تساهم في تشكيل الوعي الاجتماعي من خلال التعرف على أنماط السلوك وتكوين نماذج كأمثلة و كمشكاة للتعامل مع الآخرين ومع الأشياء والمواقف التي و صادفها الأفراد. والتعلم الاجتماعي له بيئات اجتماعية متعددة مختلفة من حيث التأثير، ومن حيث القوة و التساهل. فالبيئة الأسرية وأساليب التربية المطبقة فيها تساعد على تكوين المثال من خلال اكتساب الأفراد فيها لمبادئ التعامل، والقيم الواجب مراعاتها، وكذا الاتجاهات المتوافقة مع ما يعتمده المجتمع من عادات وتقاليده وأعراف هذا باعتبار الأسرة السوية والمتجانسة أما إذا كانت هذه الأسرة غير سوية، فالأکید أن أعضاءها سيكونون جانحين ومنحرفين بوعي ما يحقق مصالحهم دون اعتبار للشرعية ودون اعتبار لأي توافق مع النظام الاجتماعي القائم. بعض أجزاءها وجماعة الرفاق هي من الجماعات المرجعية التي يعتبرها الفرد مرجعا واضحا لسلوكه فهو يتحلى بطباع وقيم وأفكار أعضائها ويقلد سلوكهم ويتأثر بهم (الحسن، 2001، صفحة 258) سواء كان ذلك بمنحني إيجابي يتمثل للمعايير المعمول بها أن بمنحني سلبي بالعزوف عن القيم والمعايير الاجتماعي المعمول به إيجابا وسلبا ما دام الوعي هو انعكاس للواقع العيني المعاش دون إغفال واقع الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها الأفراد، والتي تفرض وعيا

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

اجتماعيا ذا طبيعة خاصة لذلك فالتعلم الاجتماعي ك تنشئة اجتماعية متعددة البيئات تتضمن إكساب الأفراد القيم الاجتماعية ومعايير السلوك ووعي ذلك، باعتبار الوعي أعلى قيمة في سلم القيم (البياتي ب.، 2001، صفحة 113).

3- وسائل الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي:

إن تعدد أشكال ومضامين وسائل الإعلام الحديثة المقروءة والمسموعة والمرئية والتي تجمع بينهما جعلها من المدخلات المؤثرة في الأفراد سواء تعلق الأمر الجانب الشخصي أو الاجتماعي أو العلمي، وهذا نظرا لكم المعلومات والمعارف التي تتدفق على الأفراد والتي تتحين تبعا، وخاصة ما يعرف الآن بالإعلام الإلكتروني الذي يعتمد الواقع والافتراض، ويتيح للأفراد خاصية التفاعل وإبداء الرأي مما يجعلهم غير متلقين بل متفائلين ومصادر في ذات الآن. وهذا يتيح للأفراد تشكيل نماذج معرفية للخوض في مجالات الحياة المختلفة، واكتساب المعارف وطرق وأساليب التعامل في المواقف المختلفة، وسبل التكيف مع المستجدات ومن ثم اكتساب وعي اجتماعي غير متاح سابقا، لأن الوسائل تؤثر في طريقة إدراك الأفراد، وترسم الصورة الذهنية إزاء المواقف والقضايا المختلفة، باعتبار أن أي آلية إدراك أو منظومة قيم لا بد تتأثر بالكم الهائل من تدفق المعلومات سياقات إيرادها.

ومنه فوسائل الإعلام وطبيعة السياسة الإعلامية المنتهجة تؤدي دورا بارز ومهما في تشكيل الوعي الاجتماعي للأفراد والطلبة خصوصا، لأنهم أكثر ارتيادا وتفاعلا معها، وهي تعمل دوما على تحديث القيم حسب الواقع والافتراض، وتلغي وتدعم اتجاهات معينة حسب المنبوذ والمستحب. والطالب الجامعي سيكون مستهدفا في جميع الحالات سواء كمشروع للبناء أو كعامل تغلغل في البنيات المستهدفة من أطراف داخلية أو أطراف خارجية، دون

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

استبعاد عوامل الغفلة والعفوية والنية الحسنة التي قد تعصف بمنظومة الشباب التي أساسها الطالب الجامعي (العائد، 1997، صفحة 238/239).

سادسا: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي

تعددت استخدامات هذه الشبكة، فهي تستخدم في قضايا كثيرة منها التربية والتعليم وقراءة الصحف والمجلات، والدوريات العلمية، والعمل والتجارة والتسويق والشراء أو التسلية والترفيه أو المحادثة أو الاتصال أو لزيارة المواقع المختلفة وذلك للبحث عن معلومة مفيدة ومتنوعة. كما أن الشبكة تتعدى الرسائل التقليدية في متابعة الأحداث الدولية وتنقلها لحظة بلحظة وترسم صورا واضحة عن معاناة الناس وابتلاءاتهم (عمار، 2010، صفحة 71).

كذلك دفعت هذه الشبكات الشباب إلى المشاركة الفعالة والتعبير عن نفسه بكل حرية مناقشة قضايا المجتمع بعيدا عن قيود التبعية التسلطية التي رسمتها معظم النظم الحاكمة فأتاحت هذه التبعية الجديدة فرصا لم تكن موجودة للشباب مهمشين والشباب الذي ينتمي إلى أقليات سياسية وعرقية على نحو يحول معه الفضاء الإلكتروني إلى مجتمع مصغر يناقش تنظيم مواقعهم (الغامدي، 2018، صفحة 82).

إن التواصل عن طريق إحدى شبكات التواصل الاجتماعي مع الآخرين يبعث الرضا لدى الفرد فقد أكد الباحثون الاجتماعيون النفسانيون أن الشعور الآتي بالرضا هو حالة وجدانية من المتعة والراحة يحصل عليها الفرد بسبب تعرضه لوسيلة الاتصال الاجتماعي ما يحاول المحافظة عليها لأطول وقت ممكن حتى بعد انتهاء الموقف الذي ولدها، ولأن الرضا عن الذات حالة تبعث على الارتياح وكلما كانت العلاقات الاجتماعية بين أفراد الأسرة موجبة يميل الفرد دائما إلى تنشيطها بأي طريقة، ولذلك فإن أي معلومة أو معرفة يحصل عليها الفرد من وسائل

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

الاتصال ويتم إدراكها على أنها تفيد في تقديم ذاته للآخرين بأنه شخص له اعتبار (النوي، 2012، صفحة 53).

ومن إيجابيات وسائل الاتصال سهولة استخدامها من الأمور التي ساعدت بشكل كبير انتشار تلك الشبكات هو بساطتها، بعد أم فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الإنترنت يمكنه خلق وتسيير موقع شبكة اجتماعية، وأيضاً من تلك الإيجابيات أن تلك الشبكات مجانية استخدام مفتوحة أمام الجميع وأغلبيتها تسمح للأفراد التسجيل فيها في الوقت الذي تم فيه تسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة إلى أعضاء سابقين في الموقع (القوس، 2018، صفحة 120).

وتساعد تلك الوسائل على تعلم لغات أجنبية حيث توفر فرص ذهبية لتبادل الحديث مع أفراد من مختلف أنحاء العالم مما يساعد على دعم اللغة وذلك عند إجراء محادثات بلغات أجنبية مختلفة، وكذلك المساهمة في التوعية الثقافية والاجتماعية، فمن الملاحظ على وسائل التواصل الاجتماعي أنها لا تخلو من عرض مقالة أو تقديم رابط يجيل المستخدم لتلك المواقع إلى مواقع أخرى على الإنترنت، وهناك الكثير من الصفات التي تتناول القضايا الثقافية أو الاجتماعية ما يساعد على الاتجاه نحو الوعي الثقافي والاجتماعي لدى الأفراد في المجتمع (البياتي، 2015، صفحة 160).

فل شبكات التواصل الاجتماعي آثار إيجابية على الفرد نوجزها على النحو الآتي:

- تحفز على التفكير الاجتماعي وبأنماط وطرق مختلفة قد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين
- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين
- تساعد على قبول القضايا الخلافية.

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

- تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.

- يفتح مواقع التواصل الاجتماعي أبوابا تمكن من الإطلاق للإبداعات والمشاريع والأهداف.

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أداء لتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات فيما بينها (طنش، 2016، صفحة 476)

ومما سبق تعد وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل المؤثرة في تكوين ثقافة المجتمع ومؤسساته المختلفة، وفي تسريع انتشار المفاهيم السياسية والاجتماعية والثقافية الحديثة مثل حقوق الإنسان والتحديث وتحرير المرأة والعملة والديمقراطية. وتبلور الرأي العام وانعكاساته على حركة التغيير الاجتماعي، حيث أدى تطور وسائل الاتصال بالشكل الذي نراه اليوم إلى ظهور ظاهرة التواصل الاجتماعي، وأصبحت هذه الظاهرة محط أنظار نخبة من العلماء الأمر الذي يعكس اهتمامهم بهذه الوسائل وخدماتها الاجتماعية، حيث يتميز الاتصال الاجتماعي بقدرته على إيصال الرسائل إلى عدد كبير من الأفراد، في نفس اللحظة وبسرعة مذهلة، مع قدرة عالية على تكوين الرأي العام وتطوير اتجاهات وأنماط سلوك غير موجودة في المقام الأول والقدرة على نقل المعرفة والمعلومات مما يؤدي إلى تغيير تصور الناس للحياة والعالم من حولهم، من خلال تغيير مواقفهم تجاه الناس والقضايا التي تهمهم وبالتالي تغيير حكمهم عليهم وموقفهم تجاههم.

الفصل الخامس : الوعي الإجتماعي و أشكاله

خلاصة الفصل :

و الأكد أن الوعي الاجتماعي يتباين ويختلف حسب تبين المستوى المعرفي وحسب اختلاف الموضوعات والإحداث ، وهو بذلك ليس قارا بل يتطور حسب درجة تقدم المجتمعات اجتماعيا وعلميا وتقنيا. وهو كأحد المواضيع التي تحظى بتغطية بحثية من قبل عديد التخصصات يستدعي تكاثف الجهود لحصر منطلقاته وتحديد معالمه ومن ثم التأسيس لمفهوم لا يلقى مزيد من الاختلاف والتشتت.

وبعيدا عن الاختلاف يمكن إيراد مفهوم للوعي الاجتماعي على انه استقاء للواقع الموضوعي، الاجتماعي وفهمه ذاتيا في كل القوى الحسية. التجريبية والعقلية وما فوق العقلية (الوحي والإلهام) لأجل تحقيق المنفعة المادية و الروحية وضمان الاستمرار في مناخ من كل القيود، أيا كانت طبيعتها.

الفصل السادس

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: تفرغ البيانات

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة %	التكرار	الجنس
33.33%	20	ذكر
66.66%	40	أنثى
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الأول الذي يمثل توزيعاً فراد العينة حسب الجنس حيث وجدنا أن أعلى نسبة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية هم إناث وذلك بنسبه 66.66% و هذا راجع لأن في الجامعة عدد الإناث أكثر من عدد الذكور و كذلك هو الحال في مجتمع الجزائري.

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

النسبة %	التكرار	السن
17%	10	من 18 - 21
53.3%	32	من 22 - 25
30%	18	25 او أكثر
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن أكبر نسبة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية تتراوح أعمارهم بين 22 إلى 25 بنسبة 53% بينما جاءت الفئة التي تتراوح أعمارهم

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

من 25 فأكثر بنسبة 30% وأقل فئة جاءت بنسبة 17% هيا لتي أعمارهم تتراوح بين 18 إلى 21 سنة بالنظر إلى جدول رقم 3 نسبة الماجستير هي أكبر نسبة و السن المناسب لطلبة الماجستير غالبا ما يكون من 22 إلى 25 سنة .

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
41.6%	25	ليسانس
56.6%	34	ماجستير
2%	1	دكتوراه
100%	60	المجموع

_ نلاحظ من خلال الجدول الثالث والذي يمثل توزيع أفراد العينة أن أغلبية أفراد العينة يدرسون ماجستير وذلك بنسبة 56.6% يعود هذا الارتفاع إلى تفاعل زملائنا معنا و تضامنوا الإجابة و معرفتهم لأهمية هذه الاستمارة، اما الاختيار ليسانس و التي كانت نسبته 41.6% و هي أيضا تعتبر نسبة عالية و هذا يرجع إلى وجود ثلاث مستويات و عدد أكبر من تواجد الطلبة في الجامعة ، و أخيرا حظيت الدكتوراه بأقل نسبة و هي 2 و هذا لأن معظم الطلبة ينقطعون عن الدراسة فور أخذهم لشهادة الماجستير .

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

النسبة %	التكرار	التخصص
16.6%	10	إعلام و اتصالات
65%	39	علاقات عامة
5%	3	علوم اقتصادية

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

6.6%	4	اتصال جماهيري
%6.6	4	إدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات
% 100	60	المجموع

من خلال الجدول الرابع : الذي يمثل توزيع أفرادا لعينة حسب التخصص أن أغلبية الإجابات كانت علاقات عامة بنسبة 65% وتليه إعلام واتصال بنسبة 16.6% ثم يليه تخصص اتصال جماهيري وإدارة المؤسسات الوثائقية والمكتبات بنسبة متقاربة 6.6% وكانت أقل نسبة لدينا هي علوم اقتصادية 3%. خيار تخصص علاقات جاء بنسبة كبيرة يرجع هذا إلى احتكاكنا أكثر مع زملائنا من نفس التخصص

المحور الثاني: عادات استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك كنموذج.

الجدول رقم 05: يمثل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	الخيارات
70%	42	دائما
%22	13	غالبا
%8	5	أحيانا
%0	0	نادرا
%100	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أن أكبر نسبة هي دائما نسبة 70% الذي يمثل أغلبية العينة أما إجابة غالبا نسبتها 22% ثم أحيانا 9% والإجابة نادرا بنسبة

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

0% فلا يوجد أحد لا يستخدم الشبكات من العينة. إن احتلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أكبر نسبة يرجع إلى أنها الأكثر شيوعا في العالم، وهذا لما تتميز به من أنها اقتصادية في الوقت والجهد والمال هذا لتعدد وتنوع استخدامها فيستعملها الطالب لتعلم والعالم للبحث عليه والكاتب للتواصل مع القراء، وبالتالي فشبكات التواصل الاجتماعي جعلت من العالم قرية صغيرة يتفاعل الكل مع بعضهم البعض دون قيود وهذا ما أظهرته نسبة عينة دراستنا بأن معظمهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لموقع الفيسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة
دائما	35	58%
غالبا	18	30%
أحيانا	6	10%
نادرا	1	2%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول السادس الذي يمثل توزيع أفراد العينة للإستخدامهم لموقع الفيسبوك، أكبر نسبة كانت الإجابة دائما بـ 58% ثم تليها إجابة غالبا بنسبة 30% ثم أحيانا بنسبة 10% ونادرا كأقل نسبة 2% وهذا راجع إلى استخدامهم الكثيف والواسع من قبل الطلبة الجامعيين لتطبيقات فيسبوك وهذا يعود لسهولة استخدامه واحتوائه على أغلب متطلبات المستخدمين له.

كذلك لاعتباره ساحة للتعبير وإبداء الآراء بكل حرية دون أي قيود أو أي رقابة والتواصل مع الأصدقاء و معرفة تفاصيل حياتهم وهذا ما يجعل الفيسبوك يحصل على نسبة عالية من درجات الاستخدام .

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 07: يمثل توزيع أفراد العينة حسب وقت التصفح لشبكة الفاسبوك.

النسبة %	التكرار	وقت التصفح
10%	6	أقل من ساعة
42%	25	من ساعة إلى 3 ساعات
48%	29	أكثر من 3 ساعات
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابع الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب وقت التصفح الفاسبوك أن أكبر نسبة من العينة أكثر من 3 ساعات بنسبة 48% ثم جاءت الفئة التي تستخدم شبكة الفاسبوك من ساعة إلى 3 ساعات بنسبة 42% وأقل نسبة تأتي فئة أقل من ساعة بنسبة 10% وقد نفسر ذلك الاستخدام الكثيف له وكذلك الفوائد الكثيرة والمواضيع المختلفة المتوفرة على هذه الشبكة مما يجعل الفرد يتصفح مختلف المجموعات دون الانتباه للوقت، لأن المتصفح هنا يستمتع خاصة عند قيامه ببعض التطبيقات كالردشة مع الأصدقاء وكتابة التعليقات، كذلك البحث عن مستجدات و مختلف المواضيع خاصة الاجتماعية منها، في حين نجد أقل نسبة كانت الافراد الذين يقضون أقل من ساعة و يمكن يكون ذلك ظرف الطالب قد يكون مشغول بأمور أخرى أو تذبذب في شبكة الانترنت.

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة لمدة استخدام موقع الفاسبوك.

النسبة %	التكرار	الخيار
3%	2	أقل من سنة
7%	4	من سنة إلى ثلاث سنوات
90%	54	أكثر من 3 سنوات

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	60	%100
---------	----	------

نلاحظ من خلال الجدول الثامن الذي يمثل توزيع أفراد العينة لمدة استخدام موقع الفايسبوك أن الأغلبية استخدموا الشبكات الاجتماعية أكثر من 3 سنوات بنسبة 90% وهو ما يؤكد الأهمية الكبرى لهذا الموقع و انتشاره الواسع في أواسط الطلبة كما نجد أن معظم المبحوثين ليسوا بحديثي الاستخدام والمشاركة لشبكات الفايسبوك ثم يليه الأفراد من سنة إلى 3 سنوات بنسبة 7% وقد يعود ذلك إلى تنامي وبتطو انتشار الشبكة في الجزائر لتكون نسبتها 3% للأشخاص الذين يستخدمون الموقع لأقل من سنة وهم أشخاص حديثي المشاركة في هذا الموقع و مستخدمون جدد له، جذبتهم الخدمات المتنوعة والأدوار المختلفة التي يقوم بها هذا الموقع.

الجدول رقم 09: يمثل الفترات المناسبة لتصفح موقع الفايسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة %
صباحا	3	5%
الظهيرة	0	0%
ليلا	23	38%
لا يوجد وقت	34	57%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول التاسع الذي يمثل الفترات المناسبة لتصفح موقع الفايسبوك حيث يتضح أنه لا يوجد وقت محدد لهؤلاء لتصفح هذا الموقع وذلك بنسبة بلغت 57% و يمكن تفسير ذلك بأن المستخدمين لا يتقيدون بوقت معين وإنما كلما اتاحت لهم الفرصة زاروه و أبحروا في عالمهم الافتراضي أما ما نسبته 38% يفضلون الفترة الليلية وهو الوقت الذي يكون فيه اغلب الأفراد متفرغين للاتصال ببعضهم البعض و معرفة مختلف

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الأحداث الجارية و الاطلاع على آخر الأخبار عبر العالم في حين كانت النسبة 5% فيالفترة الصباحية و هي النسبة الضئيلة و هذا ما يؤكد أنهم لا يملكون وقت لذلك في تلك الفترة كما أن أصدقائهم و زملائهم أيضا منشغلين و قد تطابقت هذه النتائج مع دراسات عديدة بأن الطلبة يستخدمون الفايسبوك خلال كل فترات اليوم وذلك وفقا لظروفهم.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يتم استخدامها لتصفحهم لشبكات الفاسبوك.

الوسيلة	التكرار	النسبة%
هاتف نقال	53	88.33%
حاسوب	5	8.33%
لوحة إلكترونية	2	3.33%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول العاشر الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي يتم استخدامها لتصفح شبكة الفايسبوك بأن الأغلبية أجابت من خلال الهاتف النقابنسبة 88% ذلك لأنه يعتبر من التكنولوجيات الحديثة و سهل الاستعمال وانتشار الهواتف الذكية التي تنتج لمستخدميها تصفح الانترنت بكل سهولة وتكلفة منخفضة نوعا ما مما جعله الوسيلة الأكثراستخداما كونه جهاز شخصي يتميز بالحرية والخصوصية كذلك بسهولة نقله مقارنة بأجهزةأخرى أما الذين يتصفحون الفايسبوك من خلال اللوحة الإلكترونية قد بلغت نسبتهم 3% لأنها تعد من مظاهر التكنولوجيا الحديثة والأقل توفر لدى أفرادالعينة.

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول الرقم 11: يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التفاعل على شبكة الفاييسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة %
التعليق على بعض الأنشطة	35	58%
نشر الصور	6	10%
الإعجاب	15	25%
المشاركة	4	7%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة التفاعل على شبكة الفاييسبوك حيث أن اختيار التعليق على بعض الأنشطة احتل الصدارة بنسبة بلغت 58% وتكرر 35 أما بالنسبة لنشر الصور والمشاركة جاءت بنسبة متقاربة حيث أن نشر الصور كان عدد تكرارها 6 أما المشاركة كان 4 والنسبة للإعجاب فكان عدد تكراره 15 ونسبة 25% ومن هذه النتائج يمكننا القول إن الطلبة يفضلون التعليق على الأنشطة، سواء كان هذا تعليق ساخرًا بناءً أو ناقداً، المهم أن يخرج الطالب المكبوتات التي بداخله ويعبر ويناقش.

المحور الثالث: دوافع استخدام الطلبة لشبكة الفاييسبوك :

الجدول رقم 12: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الهدف من الاستخدام إلى شبكة الفاييسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة %
التسلية والترفيه	13	22%
التزويد بخبرات ومعارف جديدة	12	20%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

التعرف على أصدقاء جدد	6	10%
متابعة الأخبار ومواكبة الأحداث	28	46%
المجموع	60	100%

بناء على هذا الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب مبتغى اللجوء إلى الشبكة الفايبريوك تبين لنا دافع متابعة الأخبار و مواكبة الأحداث قد جاء في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 46% و يرجع ذلك أن الطلبة يجدون في هذا الموقع مصدرا مهما للاطلاع على آخر الأحداث والأخبار والمستجدات الراهنة و خاصة المحلية التي جرت في البلاد من ظاهرة الاختطاف، الحرق، الطلاق وغيرها من الأخبار كما حظي الهدفين التسلية والترفيه والتزود بخبرات ومعارف جديدة بنسب متقاربة قدرت ب 22% و 20% ويفسر ذلك أن الطلبة يستخدمون شبكة الفايبريوك بغرض الترفيه عن أنفسهم والخروج من الروتين اليومي من دراسة وغيرها إلى جانب التزود بمعارف جديدة ثم اكتسابها من هذا الموقع تساعدهم على التخلص من الملل والضغط، ليأتي فيما بعد دافع التعرف على أصدقاء جدد بنسبة 10% ذلك أن الطلبة يسعون من خلال هذا الموقع إلى ربط علاقات جديدة مع أصدقاء داخل وخارج الوطن.

الجدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب تفضيلهم الفايبريوك دون غيره من شبكات التواصل الأخرى.

الخيار	التكرار	النسبة
سهولة استخدامه	30	50%
خصوصية وسرية استخدامه	8	13%
سرعة انتشاره	10	17%
لشهرته	12	20%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

المجموع	60	100%
---------	----	------

تبين لنا من خلال هذا الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب تفضيلهم استخدام الفيس بوك دون غيره من شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى حيث أنهم يفضلون هذا الموقع بسبب سهولة استخدامه بنسبة 50% وذلك أنه يحظى بمميزات غير متاحة في الشبكات الأخرى الأمر الذي جعل تصفح الموقع في متناول الجميع. كما أنه سهل عملية التواصل الاجتماعي للأفراد أما عن إجابة سرعة انتشاره قدرت نسبتها بـ 17% بالرغم من أن أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك من أجل تقصير المسافات وقضاء حاجاتهم بغض النظر عن المكان والوقت اللذان يعدان عائق أمام الأفراد ومنه نستنتج أن انشغالهم الأخرى كانت بنسب عالية عكس هذه النسبة الأخيرة لأن استخدام عينة الدراسة للفيسبوك على غرار باقي الأسباب او احتمالات فتح حساب الموقع بعينه هو سبب سهولة استخدامه.

الجدول رقم 14: يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تجذبهم للانتباه من خلال شبكة الفيسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة
مواضيع عامة	28	47%
ثقافية	9	15%
سياسية	17	28%
اجتماعية	4	7%
دينية	2	3%
المجموع	60	100%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل طبيعة المواضيع التي تجذب أفراد العينة من خلال شبكة الفيسبوك أنه تبين لنا أن المواضيع العامة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 47% ذلك أن الطلبة دائما يسعون الى اكتساب معلومات ومعارف بعيدا عن التخصصات الدراسية أي فيما يخص الأمور الحياتية وكيفية التعامل مع مختلف مستجداتها تليها كل من المواضيع السياسية و الثقافية و الاجتماعية و هذا يعود بطبيعة الحال إلى أن أغلب المشاكل و القضايا اليومية هي إما مشاكل سياسية أو اجتماعية و الطالب معرض لها بشكل يومي لهذا أصبحت كل من الحياة الاجتماعية و السياسية جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للطلاب أما المواضيع الدينية حظيت بأقل نسبة 3% وهذا راجع إلأن هذا النوع من هذه المواضيع لم يوجه له اهتمام او انتباه من طرف متصفح الفيسبوك من الطلبة .

الجدول رقم 15: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمكانية وجود كل ما يبحث عنه أفراد العينة من معلومات اجتماعية في شبكة الفيس بوك.

الخيار	التكرار	النسبة
دائما	32	53%
غالبا	9	15%
أحيانا	16	27%
نادرا	3	5%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يمثل إمكانية وجود كل ما يبحث عنه أفراد العينة من معلومات اجتماعية في شبكة الفيس بوك وجدنا بأن معظم الإجابات كانت دائما بنسبة 53% من العينة يرون بأن موقع الفيسبوك يحقق لهم إشباعا كافية من معلومات اجتماعية لأنه سهل الاستخدام و يتصفح الجميع ويرون صعوبة في الحصول على الأخبار من مصادر أخرى في حين يرى ما نسبته 27% أحيانا ما يقدم كل ما يبحث عنه من معلومات اجتماعية يمكن لاعتمادهم على مصادر أخرى كالجوجل واليوتيوب

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

وبنسبة % 15 للإجابة غالباً ثم أخيراً للإجابة نادراً بنسبة قليلة جداً 3% و هذا ما يدل على أن الفيس بوك يمثل المصدر الأول لتقديم المعلومات الاجتماعية.

المحور الرابع: دور ومساهمة لفاسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي.

جدول رقم 16 :يمثل توزيع العينة حسب كيفية التعامل مع القضايا التي تطرح عبر موقع الفيس بوك.

الخيار	التكرار	النسبة %
تعليق	25	42%
النشر عبر صفحتك	10	17%
ضغط الإعجاب	20	33%
مشاركة مع الأصدقاء	5	8%
المجموع	60	100%

من خلال هذا الجدول الذي يمثل كيفية تعامل الطلبة مع القضايا التي تطرح عبر موقع الفيس بوك فقد وجدنا أن أكبر عدد من التكرارات كان للتعليق أي 25 بنسبة 42% وهذا راجع إلى أن الطلبة يفضلون ابداء آراءهم حول القضايا المطروحة عبر موقع الفيس بوك بواسطة التعليق وهذا ما يدل على أن الطلبة لديهم حب التطلع على أهم قضايا البلاد والمشاركة فيها مما يعني أن الطلبة يأخذون بعين الاعتبار جل ما يطرحه الفيس بوك من قضايا. بالإضافة إلى ضغط الإعجاب والنشر جاء بصفة متباينة بحيث أن ضغط الإعجاب بنسبة 33% وهذا لسهولة التفاعل بحيث يكتفي البعض بقراءة و ضغط الإعجاب ثم جاء اختيار النشر عبر صفحتك بنسبة 17% وهذا لحب البعض المشاركة عبر صفحته الخاصة لمناقشة هذه القضايا ويدل ذلك أن هذه القضية قد لفتت انتباههم فنستنتج إن الطلبة يتفاعلون مع كل ما يطرح و يتأثرون بكل ما يتلقوه عبر الفيسبوك.

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 17: يمثل توزيع العينة حسب نشر مواضيع اجتماعية عبر الفيس بوك.

الخيار	التكرار	النسبة %
نعم	35	58%
لا	25	42%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول الأعلى الذي يمثل نشر العينة لمواضيع اجتماعية عبر الفيسبوك فقد وجدنا أن الإجابة نعم هي أكبر نسبة بحيث قدرت ب 58% وهذا يدل على شعورهم بالانتماء للوطن وكذا ممارسة حقوقهم وواجباتهم كما يرون أن في هذه المساهمة تواصل وتفاعل و تعبير عن أوضاعهم وهو ما يؤكد الاستخدام الواسع لهؤلاء الأفراد لشبكة الفيسبوك والتفاعل مع مختلف المواضيع المتداولة والجارية و أن الطالب مشارك و متفاعل و ليس مجرد متلقي سلبي، أما المبحوثين الذين كانت إجابتهم لا نسبتهم قدرت ب 42% وقد يعود ذلك إلى أسباب شخصية تخص المبحوثين إذ أنهم يرون بأن نشر المواضيع الاجتماعية ليس من اختصاصهم ولا حتى من أولوياتهم.

الجدول رقم 18: يبين ما إذا كان للمبحوثين أصدقاء عبر الفيسبوك لهم اهتمامات اجتماعية.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	34	57%
لا	26	43%
المجموع	60	100%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

من خلال هذا الجدول الذي يوضح ما إذا كان للمبحوثين أصدقاء عبر الفيسبوك لهم اهتمامات اجتماعية كانت نتيجة هذا السؤال أن أغلبيتهم أجابوا بنعم بنسبة 57% و هذا راجع إلى الدور الكبير الذي يقوم به الفاييسبوك من خلال الربط بين عدد كبير من الأصدقاء والجماعات وذلك بتعريفهم ببعض البعض وإتاحة الفرصة لهم بمشاركة اهتمامات ونشاطات متشابهة من بينها الاهتمامات الاجتماعية في حين أن نسبة 43% من أفراد العينة ليس لديهم أصدقاء عبر شبكة الفيسبوك لهم اهتمامات اجتماعية وقد يعود ذلك إلى عدم اختيار الأفراد لمثل هذه الجماعات من الأصدقاء أو أنهملا يرغبون في التواصل و التفاعل مع الأفراد لهم مثل هذه الاهتمامات الاجتماعية.

الجدول رقم 19: يمثل إذا كان المبحوثين قد شاركوا في نشاط اجتماعي دعوا إليه عبر الفاسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة
لا	35	58%
نعم	25	42%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إذا كان المبحوثين قد شاركوا في نشاط اجتماعي دعوا إليه عبر الفيسبوك اتضح لنا أن نسبة 58 أجابوا بأنهم لم يشاركوا في نشاط قد دعوا إليه عبر هذا الموقع لأن الفيسبوك ليس مقنع و لأن الجدول الذي سبقه 43 ليس لديهم أصدقاء لهم اهتمامات اجتماعية.

الجدول رقم 20: يمثل توزيع العينة حسب إذا كانت الإجابة نعم تبيان عن طبيعة هذا النشاط.

الخيار	التكرار	النسبة
التبرع بالدم	6	24%
قفة رمضان	8	32%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

20%	5	مساعدة الفقراء
16%	4	حملات تحسيسية
8%	2	أخرى تذكر
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق الذي يبين طبيعة النشاط الاجتماعي الذي أتاحه الفيس بوك وجعل الباحثين يهتمون به، نجد أن قفة رمضان قد حظيت بالمرتبة الأولى بنسبة 32% وهذا راجع إلى تزامن الوقت الذي قمنا بالتوزيع فيه للاستمرارية خلال شهر رمضان المبارك وهذا يدل على أن هناك تأثير على الطلبة من خلال ما يطرح على الفيس بوك. أما خيار التبرع بالدم والحملات التحسيسية ومساعدة الفقراء كانوا بصفة متقاربة 24% 16% 20% وهذا راجع إلى أن الطلبة يجذبون المساعدة والمشاركة في هذه النشاطات وهذا يدل على قوة تأثير هذا الموقع على المستخدم.

الجدول رقم 21: يمثل توزيع افراد العينة حسب رأيهم عبر الفيس بوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن الاجتماعي.

النسبة	التكرار	الخيار
25%	15	تعبر عن الواقع بصدق
12%	7	التستر على بعض الأخبار
50%	30	ليس كل ما تنشره صحيح
8%	5	نشر أخبار كاذبة
5%	3	ليست من أولويات الفرد الجزائري
100%	60	المجموع

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين رأي المبحوثين فيما ينشر عبر الفيس بوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن بأغلبية المبحوثين 50% يرون أنه ليس كل ما ينشر صحيح أي أنها مصداقية كبيرة للفيسبوك في هذا الشأن وأهم يبحثون عن صدق المعلومات المنشورة في هذا الموقع عبر مصادر أخرى كما تؤكد نسبة 25% من المبحوثين أنه ما ينشر عبر صفحات الفيس بوك يعبر عن الواقع بصدق ذلك أنهم يرون فيها مجالا واسعا لحرية التعبير وعدم تدخل أي شخص في رأي الآخر و حظيت التستر على بعض الأخبار بنسبة 12% في حين تأتي نشر الأخبار الكاذبة والمزيفة وليست من أولويات الفرد الجزائري في آخر الترتيب بنسب متباينة قدرت ب 8% و 5% إذ أن الأخبار المنشورة عبر الفيسبوك لا تخضع للرقابة لأنها غالبا ما تنشر من قبل هواة غير معروفة.

الجدول رقم 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهم القضايا الأكثر تداولاً عبر الفيس بوك.

الخيار	التكرار	النسبة
الطلاق	12	20%
الآفات الاجتماعية	35	58%
ظاهرة الاختطاف	13	22%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب أهم القضايا الأكثر تداولاً عبر الفيس بوك أن الآفات الاجتماعية حظيت بأغلبية 58% وهذا راجع إلى ما يعكسه الواقع المعاش من انتشار لهذه الآفات من مخدرات، كحول إلى آخر ذلك من جميع شرائح المجتمع صغير، كبير، ذكر ام انثى وهذا ما جعله الموضوع الأكثر تداولاً في المجتمع الجزائري أما عن الطلاق و ظاهرة الاختطاف فجاء بصفة متباينة بنسب 22% و 20% وهذا يدل على أن المجتمع الجزائري لديه العديد من المشاكل الاجتماعية كظاهرة اختطاف الأطفال و ظاهرة الطلاق التي بدورها هذه الأخيرة تكون في قائمة أكبر نسبة وهذا يعود إلى عدة أسباب من

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

بينها الزواج المبكر، عدم تحمل المسؤولية وغيرها فجل هذه القضايا تطرح عبر الفيس بوك للتناقش و
وأخذ آراء المستخدمين وربما إيجاد حلول لهذه المشاكل الاجتماعية.

الجدول رقم 23: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير الفيس بوك على تكوين أفكار وآراء حول القضايا الاجتماعية.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	45	75%
لا	10	17%
نوعا ما	5	8%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تأثير الفيس بوك على تكوين اتجاهات، أفكار وآراء حول القضايا الاجتماعية أن معظم الطلبة أجابوا بنعم بنسبة 75% وهذا راجع إلى قوة تأثير الفيس بوك على المستخدم وهذا ما جعله يأخذ من الفيس بوك أفكار وآراء وذلك من خلال المناقشات التي تتكون عبر صفحات الفيس بوك من قضايا اجتماعية أما نسبة 17% أجاب بلا وهذا لأنهم غير مهتمون بكل ما يطرح عبر الفيس بوك ويكمن أنهم يستخدمونه لأغراض أخرى كالتسلية فقط أو لأنهم لا يؤثر فيهم الفيس بوك في صنع أفكارهم وآرائهم أما الإجابة نوعا ما فحظيت بنسبة 8% وهؤلاء أحيانا ما يؤثر فيهم و أحيانا لا يؤثر وهذا يرجع إلى قوة تمسك المستخدم بقراره ورأيه.

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 24: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إذا كان الفيس بوك يساعد على المبادرة والتعاون في المجتمع.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	35	58%
لا	15	25%
نوعا ما	10	17%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق الذي يمثل إذا كان الفيسبوك يساعد المبحوثين على المبادرة والتعاون في المجتمع فقد حظيت بالمرتبة الأولى الإجابة نعم بنسبة 58% وهذا يعود إلى أن المسائل والقضايا الاجتماعية كمساعدة الفقراء، قفة رمضان يتأثر بها المبحوثين عندما تطرح عبر الفيسبوك وهذا لوجود التفاعل عبر هذه المنصة مما يبيث في المستخدم الرغبة في المساعدة والمبادرة في القضية المطروحة عبر الفيسبوك أما الإجابة لا فكانت بنسبة 25% وهذا ما يدل أن هؤلاء الذين اجابوا بلا لا يؤثر فيهم الفيس بوك وكل ما يطرح للتعاون والمبادرة في المجتمع أما الإجابة نوعا ما فكانت بنسبة 17% فأحيانا ما يؤثر وأحيانا ما لا يؤثر حسب الموضوع وحسب إمكانية الفرد.

الجدول رقم 25: يمثل تعويض شبكة الفيسبوك للإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة الاجتماعية.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	36	60%
لا	13	22%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

نوعا ما	11	18%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تعويض الفيسبوك للإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه من حيث المعرفة الاجتماعية أن أغلبية الطلبة أجابوا بنعم بنسبة 60% في حين نالت الإجابة لا ونوعا ما بنسب متباينة 18% ويرى أغلبية الطلبة أن الفيسبوك قادر على تعويض الإعلام التقليدي وهذا لما يتميز به من مواصفات كسهولة الوصول إلى المعلومات الاجتماعية، تميزه بالعمق في تناول الأحداث بالإضافة إلى كثرة المعلومات عكس الإعلام التقليدي الذي يتميز بالبطء والسطحية.

المحور الخامس: تأثير موقع الفيس بوك على الفضاء العمومي.

الجدول رقم 26: يمثل توزيع العينة حسب مستوى النقاش حول القضايا الاجتماعية المطروحة عبر صفحات الفيسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة%
متحضر	5	8%
متدني	55	92%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تأثير موقع الفيسبوك على الفضاء العمومي أن معظم الإجابات كانت تشير إلى أن مستوى النقاش متدني و ذلك بنسبة 92% أي أنه غير متحضر وهذا راجع إلى أن هذا الموقع يضم جميع شرائح المجتمع بجميع مستوياته التعليمية من صغار السن إلى كبارهم من أميالي متعلم مما جعل من المستوى التعليمي درجاته تنحط فنجد الجميع يناقش هذه القضايا المطروحة دون معرفة علمية أو حتى دون

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

دراية أو دون ثقافة حول الموضوع ما يكون لنا نقاشات غير متحضرة أما النسبة 8% أجابوا بأن مستوى النقاش متحضر وهذا لوجود أساتذة، دكاترة أو حتى اطارات يقدمون نقاشات خصبة على منصات الفايسبوك.

الجدول رقم 27: يمثل توزيع العينة حسب مساهمة النقاش عبر صفحات الفايسبوك في حل قضية شخصية.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	14	23%
لا	46	77%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول السابق والذي يمثل مساهمة النقاش عبر صفحات الفايسبوك في حل قضية شخصية أن طلبة جامعة قالمة 8 ماي 1945 قد أجابوا أن الفايسبوك لا يقدم حلول لمشاكلهم الشخصية و كانت نسبة هذه الإجابة 77% وهذا يمكن أن يكون لسبب أن العينة ترى بأن الفايسبوك عالم افتراضي ولا يمكن له أن يقدم حلاً نموذجياً لمشاكلهم بل يفضلون حلولاً أكثر واقعية و لا يأخذوا الأمور التي تطرح عن المشاكل الشخصية بطريقة جدية أما النسبة 23% فقد أجابوا بنعم وهذا لأنهم يعتمدون على الفايسبوك في حل مشاكلهم وأخذ قراراتهم ويجدوه موقع فعال لأنه يشمل على مستخدمين مثقفين وواعين حول هذه المشاكل أو أشخاص لديهم نفس التجارب الشخصية فيرون أنه فعلا قادر على حل مشاكلهم الشخصية.

الجدول رقم 28: يمثل توزيع العينة حسب إذا كان النقاش والحوار على هذا الفضاء الافتراضي يتصف العقلانية.

الخيار	التكرار	النسبة
دائما	5	8%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

غالبا	10	17%
أحيانا	30	50%
نادرا	15	25%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال هذا الجدول الذي يمثل إذا كان النقاش والحوار على الفضاء الافتراضي يرتقي الى العقلانية أن نصف العينة 50% أجابتب أحيانا فالطلبة يرون بأنه يمكن للفضاء الافتراضي أن يقدم نقاش عقلائي لأنه احيانا ما يقدمون مستخدمون واعيين نقاشات وحوارات إيجابية حول مواضيع معينة فالفيسبوك لا يشمل فقط المراهقين وصغار السن بل يوجد أيضاً فئة هدفها نشر الوعي والارتقاء بالنقاشات الى العقلانية. أما الخيارات الأخرى دائما كانت بنسبة 5% وأما عن غالبا ونادرا جاءا بصفة متباينة 17% 25% وهذا يرجع إلى الشخصيات التي تنشر وتناقش وذلك يعود إلى المستوى إلى المستوى التعليمي الثقافي.

الجدول رقم 29: يمثل توزيع العينة حسب تأثير الحوار عبر صفحات الفيس بوك على الفرد.

الخيار	التكرار	النسبة
اكتساب ثقافة الحوار	10	17%
زيادة الرصيد المعرفي	15	25%
التشجيع على حرية الرأي والتعبير	30	50%
التزويد بخبرات جديدة	5	8%
المجموع	60	100%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل تأثير الحوار عبر صفحات الفاييسبوك على الطلبة فوجدنا أن الخيار الأول هو التشجيع على حرية الرأي والتعبير كان بنسبة 50% وذلك راجع إلى أن الطلبة يستخدمون الفاييسبوك للتعبير عن مكبوتات التي بداخلهم عكس الواقع الذي يمكن أن يشعر به الأفراد بالإحراج فيقدم لهم الفاييسبوك الحرية في التعبير لأنه عالم افتراضي فيتكلم بكل شجاعة وكل ثقة أما عن اكتساب ثقافة الحوار و زيادة الرصيد المعرفي جاء بصفة متباينة و 25% و 17% فالفايسبوك يقدم عدة إيجابيات منها أن الفرد يتعلم من خلال المناقشات التي تطرح عبر الفيس بوك من قضايا اجتماعية ، حسن التحاور مع المستخدمين الآخرين بالإضافة إلى أن هذه المناقشات وهذه الحوارات خصبة لأنها تقدم رصيد معرفي للطرف الآخر أما الخيار التزويد بخبرات جديدة فجاء بنسبة 8% وهذا ما يقدم عبر الفيسبوك من خبرات كتبادل المعارف والمكتسبات في المجموعات.

الجدول رقم 30: يمثل توزيع العينة حسب إذا كان الفيس بوك ساهم في تلاحم المجتمع وتماسكه حول القضايا الاجتماعية.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	40	66%
لا	10	17%
نوعا ما	10	17%
المجموع	60	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إذا كان الفاييسبوك ساهم في تلاحم المجتمع وتماسكه حول القضايا الاجتماعية أن الإجابة الأعلى نسبة كانت نعم بنسبة 66% و هذا لأن الفاييسبوك جعل الأفراد أكثر ترابطا من خلال التواصل مع بعضهم البعض فأصبح جل ما ينشر عبر الفيسبوك من قضايا اجتماعية تأخذ بعين الاعتبار محاولين فك و حل هذه القضية ومساعدة بعضهم البعض فهذا الترابط والتعاون يخلق صفة التلاحم في المجتمع أما الإجابتين لا و ربما فجاء بنسب متساوية 17% فيرى الطلبة أن الفيسبوك

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

أحيانا ما يجعل المجتمع متلاحم وأحيانا آخر لا وهذا راجع إلى المستخدم إن كان يتأثر حقيقة بالقضايا التي تطرح عبر هذا الموقع او لا.

الجدول رقم 31: يمثل توزيع العينة حسب إذا كانت الهويات المستعارة عبر صفحات الفيس بوك تساهم في خلق حوار ونقاش يؤدي إلى تكوين وعي اجتماعي.

الخيار	التكرار	النسبة
نعم	11	18%
لا	36	60%
ربما	13	22%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إذا كانت الهويات المستعارة عبر صفحات الفيس بوك تساهم في خلق حوار ونقاش أن معظم الإجابات كانت بلا بنسبة 60% وهذا لأن العينة لا تثق ولا تأخذ الحسابات المستعارة بعين الاعتبار ولا تستطيع أن تناقش هويات مجهولة خوفا من المشاكل فمثلا أن يكونوا أشخاص لديهم سوابق عدلية أو يمكن أن يكون من المنظمات الإرهابية. و لأنه يساهم في غياب الجانب الأخلاقي و قد يكون بدون رقابة ذاتية هذا قد يؤثر على رقي النقاش و الحوار. أما الإجابتين نعم وربما فجاءا بنسب متباينة 22% و 18% فيرى الطلبة أنه نعم بإمكان لهاته الهوية المستعارة خلق نقاش فهم يهتمون لما يطرح وليس لشخصية المستخدم أو هويته .

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 32: يمثل توزيع العينة حسب إذا كان هناك حس المسؤولية حاضر لدى رواد صفحات الفيسبوك.

الخيار	التكرار	النسبة
دائما	8	13%
غالبا	38	63%
أحيانا	10	17%
نادرا	4	7%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إذا كان هناك حس المسؤولية حاضر لدى رواد صفحات الفيس بوك أن الإجابات كانت كالآتي غالبا 63% أحيانا 17% دائما 10% و نادرا 7% من خلال النسب نرى أن الطلبة يعتقدون أنه غالبا ما يكون هناك حس بالمسؤولية لدى رواد صفحات الفيسبوك إذ نجد أن الرواد دائما ما يثنون على حسن النشر والتعليق وأنهم لا يقومون بنشر أشياء تمس أخلاقيات المجتمع فمثلا خلال شهر رمضان هناك صفحات تمنع من نشر صور طاولات الافطار وذلك لعدم المساس بشعور الفقراء.

الجدول رقم 33: يمثل توزيع الطلبة حسب إذا كان هناك تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا الاجتماعية.

الخيار	التكرار	النسبة
دائما	31	52%
غالبا	15	25%
أحيانا	8	13%

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

نادرا	6	10%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل إذا كان هناك تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا الاجتماعية أن معظم الطلبة أجابوا ب دائما بنسبة 52% تليها غالبا بنسبة 25% ثم احيانا بنسبة 13% ونادرا جاءت بنسبة 10% وهذا راجع للوعي الاجتماعي لدى الطلبة فمنهم من يعتبرون أن القضايا الاجتماعية من أولوياتهم الشخصية وأنها من مسؤولياتهم و هذا إن دل على شيء فهو يدل أن طلبة جامعة قلمة 8 ماي 1945 لديهم الوعي الاجتماعي وحس الانتماء الى المجتمع الجزائري ومشاكله.

أولاً: تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

نتائج متعلقة بالتساؤل الأول : عادات إستخدامات الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي

الفيسبوك نموذجاً:

توصلت الدراسة إلى النتائج العامة التالية :

- أكثر من نصف العينة %70 يستخدمون المواقع الاجتماعية بصفة دائمة و شكل منتظم .
- كشفت الدراسة أن من 58 % أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بشكل دائم، و هذا راجع الاستخدام الكثيف و الواسع لهذا الموقع خاصة من طرف الطلبة الجامعيين.
- كشفت الدراسة أن 48% أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات ، و هذا ما يفسر الاستخدام الكثيف له، و كذلك الاستفادة من مواضيعه المختلفة و المتوفرة للموقع .
- أظهرت الدراسة أن 90 % أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك الأكثر من ثلاث سنوات، و هذا راجع الانتشار الواسع لهذا الموقع وسط الطلبة الجامعيين، و توفر إمكانيات التسجيل و التعامل به، بالإضافة إلى خدماته و تطبيقاته المتعددة .
- كشفت الدراسة أن 57% الفترة المفضلة للمبحوثين لتصفحهم الفيسبوك كانت لا يوجد وقت محدد و حسب الظروف، و هذا يعني أنهم لا يتقيدون بوقت معين، و كلما أتاحت لهم الفرصة تصفحوا الموقع .
- فيما يتعلق بالوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح فيسبوك كانت نسبة 88 % الهاتف النقال، لاعتباره سهل الاستخدام و الاستعمال بالإضافة إلى سهولة نقله و حمله .

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

- بينت الدراسة أن 58% طبيعة التفاعل أفراد العينة على شبكة الفيسبوك بالأغلبية بالتعليق على الأنشطة و ذلك من خلال التعبير عن رأيهم ثم تليها نشر الصور و الإعجاب.

نتائج متعلقة بالتساؤل الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفاييسبوك:

- دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الفيسبوك كان لمتابعة الأخبار ومواكبة الأحداث الجارية بنسبة 46 % والآنية وكذلك لأجل التسلية والترفيه وتزويد بخبرات ومعارف جديدة كأولى الأسباب لاستخدام الموقع.

- يعود سبب تفضيل الطلبة الجامعيين لاستخدام الفيسبوك دون غيره من الشبكات أو المواقع التواصل الاجتماعي الأخرى كان في سهولة استخدامه بنسبة 50 % ثم تليها شهرته وخصوصية والسرية الموقع.

- كانت المواضيع العامة بنسبة 47% أكثر المواضيع التي تجذب انتباه أفراد العينة من الطلبة عبر الفيسبوك في حين أوضحت أن النتائج كذلك أن الطلبة يتابعون المواضيع الاجتماعية بصفة دائمة وغالبة.

- بينت الدراسة أن أفراد العينة دائما ما يجدون كل ما يبحثون عنه من معلومات اجتماعية عبر الفيسبوك بنسبة 53 % وهذا يؤكد ان الفيسبوك قد حقق له اشباعا اجتماعية متنوعة .

نتائج متعلقة بالتساؤل الثالث: دور مساهمة الفيس بوك في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين

- كشفت الدراسة أن 42% من المبحوثين يتعاملون مع القضايا الاجتماعية التي تطرح عبر الفيسبوك و ذلك بالقيام بالتعليق عليها الانها تفتح المجال امام الطالب بالتعبير عن رأيه و اتجاهاته.

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

- بينت الدراسة أن 58% من أفراد العينة من الطلبة يساهمون في نشر مواضيع اجتماعية عبر صفحات الفيسبوك و هذا يدل على اهتمام الطلبة بهذا النوع من المواضيع الاجتماعية .
- 57 % من المبحوثين من الطلبة لديهم اصدقاء لهم اهتمامات اجتماعية عبر صفحات الفيسبوك، حيث يتشاركون هذه الاهتمامات من خلال مناقشة الأحداث الراهنة .
- بينت الدراسة أن 58 % الطلبة لم يقوموا بنشاط اجتماعي قد دعيو إليه عبر الفيسبوك هذا راجع إلى الفيسبوك لا يقنعهم في هذه النشاطات .
- بينت الدراسة أن الطلبة الذين أجابوا كانت نسبتهم 32% بأنهم قد دعيو إلى نشاط اجتماعي أنه تمثل النشاط في توزيع قفة رمضان هذا للصدى والنشر المستمر للموضوع عبر صفحات الفيسبوك خلال شهر رمضان .
- كشفت الدراسة أن أكثر من 50% المبحوثين يرون أن ما ينشره الفيسبوك بخصوص القضايا الجزائرية ذات الشأن الاجتماعي ليس كله صحيح، و ثم تليه تعبير عن الواقع بنسبة أقل.
- أظهرت الدراسة أن 58% أهم القضايا التي تطرح عبر موقع فيسبوك هي الآفات الاجتماعي و هذا راجع الانتشار الهائل لهذه الظاهرة من جميع شرائح المجتمع و هذا ما جعله الموضوع الأول و الأكثر تناولا عبر الفيسبوك.
- بينت الدراسة 57% أن فيسبوك يؤثر على تكوين اتجاهات و أفكار حول القضايا الاجتماعية و ذلك لقوة تأثير الفيسبوك و أهميته في حياة اليومية للمستخدم.
- بينت هذه الدراسة 58% أن فيسبوك في ساعد الطلبة في أن يكونوا مساعدين و مبادرين في المجتمع و ذلك الاستجابتهم على أهم القضايا التي تطرح عبره من مساعدة فقراء... و يساعد في التعرف على الحالات التي تحتاج المساعدة

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

- أظهرت هذه الدراسة 60% أن فيسبوك عوض الإعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة الاجتماعية ذلك لما يتمتع به من سرعة و أنية، و متوفر في كل زمان و مكان .
- نتائج متعلقة بالتساؤل الرابع: تأثير موقع فيسبوك على الفضاء العمومي
- كشفت الدراسة أن 92% إجابات الطلبة كانت أن مستوى النقاش حول القضايا الاجتماعية المطروحة عبر صفحات الفيسبوك متدني و هذا يرجع أن الفيسبوك يضم جميع شرائح المجتمع بجميع مستويات العلمية و الثقافية .
- بينت الدراسة أن 77 % الطلبة قد أجابوا بأن فيسبوك لا يساهم في حل مشاكل شخصية لهم و هذا يعود أن الطلبة يعتبرون أن هذا الموقع افتراضي غير حقيقي و لا يقدم حلول واقعية بل يفضلونه للترفيه و التواصل لا غير .
- أظهرت الدراسة أن 50% إجابات الطلبة كانت بأن النقاش و الحوار عبر الفيسبوك يمكن أحيانا أن يرتقي إلى العقلانية بفضل الحوار بمستوى مثقف و متعلم و متحضر فيتكون لنا هنا نقاش خصب.
- بينت الدراسة 50% أن تأثير الحوار عبر صفحات الفيسبوك يكسب الفرد الحرية في ابداء الرأي و التعبير و هذا لأنه يكسر خوف المواجهة في الواقع و يقدم لع الثقة في النفس و يفتح له المجال في المناقشة بكل ارياحية عن رأيه الخاص.
- أن هذه الدراسة بينت 66% أن فيسبوك قد ساهم في تلاحم المجتمع و تماسكه حول القضايا الاجتماعية و هذا من خلال التواصل و نقاش هذه القضايا لإيجاد حلول جذرية و القضاء على أهم مشكلات المجتمع.

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

● بينت الدراسة أن 60% الطلبة قد أجابوا بأن الهويات المستعارة عبر صفحات الفيسبوك لا تخلق حوار و نقاش يؤدي إلى تكوين الوعي الاجتماعي و هذا لعدم الوثوق في الشخصيات المجهولة و عدم الخوض في نقاش معهم .

● توصلنا من خلال دراستنا أن 52% غالبا رواد صفحات الفيسبوك لديهم حس المسؤولية الاجتماعية لأنهم كثيرا ما يطرحوا أهم القضايا لتناقش لإيجاد حلول و منع أي طرح يثير غضب متابعه.

● بينت الدراسة أن هناك دائما تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا الاجتماعية و هذا ما يبين وعي الطلبة للقضايا وطنه و حسه بالانتماء و أنه جزء لا يتجزأ من الوطن و من قضاياها.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن الفيسبوك كفضاء عمومي له دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين جامعة قلمة، و وهذا ما يتفق مع الدراسات السابقة . وللإجابة على الهدف الرئيسي للدراسة معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين الفيسبوك نموذجا و من خلال النتائج المتوصل إليها إستنتجنا أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الطلبة الجامعيين.

ثانيا: التوصيات

من خلال هذه الدراسة، تمكنا بالخروج بجملة من التوصيات يمكن أن تعتبر منبرا ومنطلقا لدراسات أخرى، نلخصها فيما يلي:

الفصل السادس: الإطار التطبيقي للدراسة

- يعتبر الفيسبوك فضاءا عموميا إعلانيا بامتياز، تسعى مختلف الجهات إلى الاعتماد على ما يحظى به من مزايا وخصائص، وهذا من خلال التقارير المعلومات وعرض الصور والفيديوهات التي تخص الشأن الاجتماعي بصفة عامة من مزايا وخصائص.
- على اعتبار أن الطلبة الجامعيين هم الفئة المثقفة والمتعلمة في البلاد و الأكثر استخداما لشبكة الفيسبوك، الأمر الذي يحتم الاستفادة منهم في البحوث والدراسات لما لهم من دور في ترسيخ ونشر وتشكيل الوعي الاجتماعي داخل الأوساط الجامعية.
- التعمق أكثر في مناقشة وطرح القضايا الاجتماعية من قبل الأحزاب والمجموعات السياسية الناشطة . عبر الفيسبوك من خلال الاستفادة من خبرات وكفاءات المتخصصين في المجالين الاجتماعي والتكنولوجي، وهذا لأجل تفعيل منظومة الوعي الاجتماعي وتوجيهها ..
- التوسع أكثر في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى كتويتر وانستغرام و يوتوب.... بمختلف أشكالها على غرار الفيسبوك لما لها من أهمية في طرح ومعالجة المواضيع خصوصا الاجتماعية منها.
- على كل مستخدم الإرتقاء في النقاش و الحوار و أن يكون له رقابة ذاتية على كل ما ينشره عبر صفحته في فيسبوك.

الختامة

خاتمة:

إلى هنا نكونوا قد وصلنا إلى المرحلة الأخيرة من مراحل البحث، و الذي كان ثمرة عمل كلفنا الكثير من الجهد، و لا نزعم أننا أحطنا بكل مقتضيات البحث العلمي كما ينبغي الآن ذلك الأمر بعيد المنال خاصة في العلوم الإنسانية، و لكننا إستوفينا أهم الشروط و القواعد المطلوبة في أي بحث، و أن الكمال المنشود في العلم كما لا يتحقق بتراكم العمل العلمي، أما الثغرات فهي متروكة لمن يأتي بعدنا من الباحثين الاستكمال النقص، فالعلم في تطور مستمر و وسائله كذلك. و قد حاولنا في هذا البحث أن نناقش موضوع شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي و دورها في تشكيل الوعي الاجتماعي " دراسة ميدانية حول الفيسبوك و دوره في تشكيل الوعي الاجتماعي "

شكلت شبكات التواصل الاجتماعي قفزة نوعية بالغة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، و يأتي في مقدمتها الفيسبوك، وهذا الأخير الذي يعتبر أبرز هذه الشبكات الاجتماعية، لما يسخر من مزايا، و سمات ، لعل أهمها و الدافع لإنشائه من قبل الطال الأمريكي مارك زوكربيرخ، و هو تحقيق التواصل و الإتصال بين الطلبة الجامعيين، لكن هذا الموقع كفضاء عمومي افتراضي لم يقتصر فقط على الإتصالات الاجتماعية، بل تعداها إلى تشكيل الوعي الاجتماعي.

و عليه جاءت دراستنا هذه تحت عنوان " شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي و دورها في تشكيل الوعي الاجتماعي"، حيث تعرفنا على دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي، بناء على أنماط إستخدام ، و كذا الدوافع وراء إستخدام فيسبوك إلى جانب دور و مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي .

المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

1- الكتب

- 1) أ.ك. أوليدروف. (1982). الوعي الإجتماعي . لبنان: دار إبن خلدون.
- 2) أبوشنب, ح. إ. (2013). تقنيات التواصل الإجتماعي الإستخدامات و المميزات .
- 3) البياتي, ي. خ. (2015). دور وسائل التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الإجتماعي في مواجهة الشغب و الجريمة الرياضية من وجهة نظر الشباب الجامعة. مصر.
- 4) الحسن, إ. م. (2001). علم الإجرام، دراسة تحليلية في التفسير الإجتماعي للحرية. بغداد، العراق: مطبعة الحضارة.
- 5) الخشاب, س. م. (1993). دراسات في علم الإجتماع الديني. القاهرة، مصر: دار المعارف.
- 6) الدبهي, م. ا. (2015). شبكات التواصل الإعلامي على جمهور المتلقين . القاهرة: دار الوفاء القانونية.
- 7) الرحباني, ع. ش. (2015). الإستعمار الإلكتروني و الإعلام. عمان: دار أسامة.
- 8) الشمايلة, م. ع. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع.
- 9) الطرابلسي, ف. (2009). المجالات العامة و الفضاء الحضري ، مقارنة نقدية .
- 10) العاقد, أ. (1997). من نسق الأنغلاق إلى نسق الإنفتاح على التواصل الثقافي . مصر: مكتبة أنجلو- المصرية
- 11) الغامدي, س. س. ا. (2018). دور وسائل التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الإجتماعي .
- 12) القوس, س. ب. (2018). دور وسائل التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الإجتماعي .
- 13) الله, و. م. (2012). أثر الفايسبوك على المجتمع. الخرطوم، السودان: المكتبة الوطنية للنشر و التوزيع.
- 14) المزاهرة, م. ه. (2014). تكنولوجيا الإتصال و المعلومات. عمان ، الأردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
- 15) المعطي, ع. ا. (1983). الوعي التنموي العربي ، ممارسة بحثية . القاهرة، مصر : دار الموقف العربي للصحافة و النشر و التوزيع.
- 16) المقدادي, خ. غ. (2013). ثورة الشبكات الإجتماعية (ماهية التواصل الإجتماعي و أبعادها التقنية الإجتماعية الإقتصادية الدينية السياسية على الوطن العربي). الأردن: دار النفائس للنشر و التوزيع.
- 17) النبي, م. إ. (1985). الوعي الإجتماعي لدى مختلف الفئات الإجتماعية بالريف المصري، رسالة دوكتوراه، كلية الآداب، جامعة القاهرة. مصر.

قائمة المصادر و المراجع

- (18) النوبي, م. (2012). إدمان الأنترنت و دوافع إستخدامه و علاقتهما بالتفاعل الإجتماعي لدى طلاب الجامعيين الموهوبين المصريين و السعوديين .
- (19) أوليدرروف, أ. (1982). الوعي الإجتماعي . بيروت، لبنان.
- (20) بدر, أ. (1997). الرأي العام طبيعته و تكزينه و قياسه و دوره في السياسة العامة. القاهرة: مكتبة غريب.
- (21) تلين, ش. (1981). الفلسفة الماركسية-الينينية، ترجمة يونس أميلكادوس. القاهرة، مصر: دار الثقافة الجديدة.
- (22) حجاب, م. م. (2010). نظريات الإتصال . القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- (23) حسين, ع. ف. (2010). وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبيوك. القاهرة: العربي للنشر و التوزيع. حجاب, م. (2002). أساسيات البحوث الإسلامية و الإجتماعية . القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- (24) خلدون, ع. ا. (1965). المقدمة، تحقيق علي عبد الواحد الوافي، لجنة البيان العربي. القاهرة.
- (25) شفيق, م. (2010). مناهج البحث العلمي . مصر: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- (26) شفيق, ح. (2014). نظريات الإعلام و تطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد و مواقع التواصل الإجتماعي. دار فكر و فن للنشر و التوزيع.
- (27) شفيق, ع. خ. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي). الأردن : دار أسامة للنشر و التوزيع.
- (28) شقرة, ع. خ. (2014). الإعلام الجديد وشبكات التواصل الإجتماعي. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر و التوزيع.
- (29) عبدالحميد, م. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة.
- (30) عليان, ر. م. (2011). أساليب البحث العلمي، النظرية و التطبيق. الأردن: دار الصفاء للنشر و التوزيع.
- (31) عمر, ا. أ. (2005). البحث العلمي إجراءاته و مناهجه. القاهرة: دار الفلاح للطباعة و النشر.
- (32) قمحية, د. أ. (2014). الفيس بوك. مصر: دار النخبة للنشر و التوزيع.
- (33) كاتب, س. ص. (2011). الإعلام الجديد و قضايا المجتمع التحديات و الفرص . جدة.

قائمة المصادر و المراجع

- (34) كران, س. ب. (2015). الإتصال الجماهيري و الخدمة الإجتماعية ووسائل التواصل الإجتماعي. عمان: دار الراية للنشر و التوزيع.
- (35) لضياف, س. (2009). المدونات الإلكترونية في الجزائر، دراسة في الإستخدامات و الإشباعات .
- (36) لعياضي, ن. ا. (2011). فضاء عمومي أم خيال إعلامي؟ مقارنة نظوية لتمثيل التلفزيون في المنطقة، حوليات الآداب و العلوم الإجتماعية. الكويت: دار المنظومة.
- (37) محمد, م. س. (2011). الإتصال الدولي . القاهرة: دار الفكر العربي.
- (38) مرسلي, أ. ب. (2006). منامح البحث في علوم الإعلام و الإتصال . الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- (39) مزاهرة, م. ه. (2014). نظريات الإتصال . عمان: دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة.
- (40) مسعود, أ. ط. (2011). المدخل إلى علم الإجتماع . عمان، الأردن: دار جليس الزمان للنشر و التوزيع.
- (41) معوض, ج. ع. (1983). أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي في: الديمقراطية و حقوق الإنسان في الوطن العربي . بيروت، لبنان.

2- الرسائل و الأطروحات :

- (1) الحارثي محمد سليم مسعد ، الوعي الاجتماعي وعلاقاته بالمسؤولية الاجتماعية لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة الرياض، رساله ماجستير، جامعه نايف العربية للعلوم الامنيه ، كليه الدراسات العليا، قسم العلوم الاجتماعية والنفسية الرياض.
- (2) العريشي جبريل بن حسن، شبكه الاجتماعيه والقيم، عمان الاردن، 2015، ص22.
- (3) العريفي محمد بن مسعود العلاقه بين الوعي الاجتماعي والحد من انتشار العقاقير المخدره رساله ماجستير جامعه نايف للعلوم العربية مكتبه رياض 1416 هـ.
- (4) بركات, ن. (2015_2016). إنعكاسات مواقع التواصل الإجتماعي على نمط العلاقات الإجتماعية ، رساله دوكتوراه ، في علم الإجتماع و الإنتقال و علم العلاقات العامه . بسكرة.
- (5) بوزيت, ه. ع. (2014_2015). مساهمة المواقع الإلكترونية للجامعات الجزائرية في تعزيز إتصالها الخارجي، مذكرة لنيل شهادة الماستر. فالمة.

قائمة المصادر و المراجع

- 6) بوعمر, س. الإتجاهات النفسية إجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الإجتماعي -فيسبوك-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الإجتماعي، قسم العلوم الإجتماعية، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية. بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- 7) بوعمر, س. الإتجاهات النفسية الإجتماعية، للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الإجتماعي -فيسبوك-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الإجتماعي . بسكرة.
- 8) حسين, ل. (2014_2015). إتجاهات الطلبة نحو إستخدامات شبكات التواصل الإجتماعي(فيسبوك،تويتر)مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع، تخصص تربية ، قسم العلوم الإجتماعية، . بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- 9) حمزة, ه. (2014/2013). مواقع التواصل الإجتماعي و الفضاء العمومي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص سينما و تلفزيون ووسائل الإتصال الجديدة، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام و الإتصال. الجزائر.
- 10) ضيف, ح. ا. (2015). إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي و أثره على القيم لدى الطالب الجامعي، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ، جامعة قاصدي مرباح . مرباح.
- 11) طرشي, ف. (2018_2019). دور الفضاء العمومي الافتراضي في التوعية حول قضايا البيئة، دراسة مسحية على عينة من متبعي صفحة الفيسبوك ، أخبار بسكرة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال . بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- 12) طنش, ع. ا. (2016). دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الإجتماعي لدى طلاب الإعلام التربوي . مصر.
- 13) عمار, ص. (2010). أنماط و دوافع إستخدام الشباب المصري الفيس بوك. مصر.
- 14) عمارة, ن. إ. (1993). دور التلفزيون في تنمية الوعي الإجتماعي للمرأة الريفية، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام. القاهرة.
- 15) عواد, م. (2010). شبكات التواصل الإجتماعياإللكتروني .
- 16) غانم, ع. ا. (2007). محددات الوعي السياسي لدى طلاب المرحلة الثانوية في مصر، رسالة ماجستير ، جامعة عين شمس. القاهرة .
- 17) غربية, ف. ب. (2009/2008). سيرورة المنظومة الإتصالية و الفضاء العمومي، دراسة مقارنة لآلية التشكل في المجتمعين الغربي و العربي الإسلامي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال . الجزائر.
- 18) مسعود, م. ب. (2015). شبكات التواصل الإجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، معهد الصحافة و علوم الأخبار و حدة البحث في الإتصال ، الجمعية العربية لباحثي الإعلام. تونس.
- 19) منتصر, م. (2013). واقع إستخدام المنظمات الأهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الإجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور -شهادة ماجستير- الجامعة الإسلامية. غزة، فلسطين.

قائمة المصادر و المراجع

- (20) نورمان, م. ن. (2011-2012). إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية و تأثيره في لبعلاقات الإجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي الفايسبوك في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص الإعلام و الإتصال . باتنة.
- (21) نوري, د. (2007/2006). إستعمال المجال العام في مدينة الجزائر، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، علم الإجتماع الحضري، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية. الجزائر.

3- المجالات:

- (1) البياتي، باسل خيضر، فضاءات الثقافة الرائدة و سلطة الصورة ، بيروت، مجلة المستقبل العربي، 2001.
- (2) الحمامي الصادق، المجال العام و الميديا الجديدة مجلة الاذاعات العربية، 2011.
- (3) عبد الله، بكر محمد سعيد، فاعلية التعلم المحمول بإستخدام الرسائل النصية القصيرة ووسائط المعتمدة في تنمية الحاجة الى معرفة و قوة السيطرة المعرفية لدى طلاب الدراسات العليا . السعودية: مجلة العلوم التربوي، 2016.
- (4) دبابش, م. م. (2020). الطلاق كتابة عبر البريد الإلكتروني. بسكرة ، الجزائر : مجلة الإجتهد الفضائي.
- (5) قويدر, م. خ. (2018). التصويت الإلكتروني كنموذج مقترح لتفعيل الإداري الإلكتروني في الجزائر . الجزائر، بليدة: مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات.
- (6) مرسي, م. (2012). شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف . مجلة المستقبل العربي.

4- المحاضرات :

- (1) كشايري, د. (2022, جانفي 10). محاضرات مقياس تكنولوجيا الإتصال و الفضاء العمومي. كلية علوم الإعلام و الإتصال، قسم الإتصال ، جامعة الجزائر 3.

5- المنتديات :

- (1) الشرقاوي، ش ، المجال العام في مصر و تحديات المستقبل، التحديات السياسية و الإقتصادية في مصر: رؤى مستقبلية ، المؤتمر السنوي لكلية الإقتصاد، العلوم السياسية ، منتدى البدائل العربي للدراسات.

6- المواقع الإلكترونية :

<http://elaegy.com/downloads2009.20:48/2023.03.09>

<http://www.tech.com> .15:45 / 2019.03.0

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث حول:

شبكات التواصل الاجتماعي كفضاء عمومي ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي

(الفايسبوك كنموذج)

دراسة ميدانية على طلبة جامعة 08 ماي 1945 قالمة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

الأستاذة المشرفة:

زبيبة جهيدة

إعداد:

- سلطانية دنيا
- ضيف مريم
- بوقطوش اسكندر

ملاحظة الإجابة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

2022-2023

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

ذكر أنثى

2. السن:

من 18 إلى 21

من 22 إلى 25

25 فأكثر

3. المستوى التعليمي:

ليسانس

ماجستير

دكتوراه

4. التخصص:

المحور الثاني: عادات استخدام الطلبة الجامعيين لشبكات التواصل الاجتماعي الفايسبوك نموذج:

5. هل تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

دائما غالبا أحيانا لا

6. هل تستخدم شبكات الفايسبوك؟

دائما غالبا أحيانا نادرا

7. ما هي عدد الساعات التي تقضيها يوميا في استخدامك لشبكة الفايسبوك؟

- اقل من ساعة

- من ساعة الى 3 ساعات

- أكثر من 3 ساعات

8. منذ متى وانت تستخدم الفايسبوك؟

- اقل من سنة

- من سنة الى 3 سنوات

- أكثر من 3 سنوات

9. ما هي انسب الفترات لديك لتصفح موقع الفايسبوك؟

صباحا الظهيرة ليلا

10. ما هي الوسيلة التي تستخدمها لتصفحك لشبكة الانترنت؟

الهاتف النقال الحاسوب اللوحة الالكترونية

11. ما هي طبيعة تفاعلك على شبكة الفايسبوك؟

تعليق على بعض الأنشطة نشر الصور الاعجاب مشاركة

المحور الثالث : دوافع استخدام الطلبة لشبكة الفايسبوك

12. ما هو مبتغاك من اللجوء الى شبكة الفايسبوك؟

تسلية و ترفيه تزويد بمعارف جديدة التعرف على أصدقاء جدد

أخرى تذكر

13. لماذا تفضل استخدام الفايسبوك دون غيره من الشبكات الاجتماعية؟

سهولة استخدامه خصوصية و سرية الموقع سرعة انتشاره شهرته

14. ما هي طبيعة المواضيع التي تجذب انتباهك من خلال موقع الفايسبوك؟

سياسية اجتماعية ثقافية دينية مواضيع عامة

15. هل تجد كل ما تبحث عنه من معلومات في الفايسبوك؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً

المحور الرابع : دور و مساهمة الفايسبوك في تشكيل الوعي الاجتماعي :

16. كيف تتعامل مع القضايا الاجتماعية التي تطرح عبر موقع الفايسبوك؟

تعليق نشر عبر صفحتك ضغط الاعجاب مشاركة مع الاصدقاء

17. هل تقوم بنشر مواضيع اجتماعية عبر صفحتك؟

نعم لا

18. اذا كانت اجابتك بنعم فهل مساهمتك كانت في :

نشر صور و فيديووات إضافة تعليق معين مشاركة الآراء مع الآخرين

الاشتراك في مجموعات اجتماعية

أخرى تذكر

19. هل لديك أصدقاء عبر الفايسبوك لهم اهتمامات اجتماعية؟

نعم لا

20. إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي النشاطات الاجتماعية التي تشاركها معهم؟

.....

.....

21. هل شاركت في نشاط اجتماعي دعيت اليه عبر الفايسبوك؟

نعم لا

22. إذا كانت اجابتك بنعم ما هو هذا النشاط؟

التبرع بالدم قفة رمضان مساعدة الفقراء حملات تحسيسية

أخرى تذكر.....

23. ما رأيك فيما ينشر عبر الفايسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن الاجتماعي؟

تعبر عن الواقع بصدق التستر على بعض الاخبار ليس كل ما تنتشره نشر اخبار مزيفة وكاذبة

24. ما هي القضايا الاجتماعية الأكثر تداولاً عبر الفايسبوك؟

الطلاق الآفات الاجتماعية ظاهرة الاختطاف

أخرى تذكر.....

25. هل يؤثر فايسبوك على تكوين اتجاهات وأفكار آراء حول القضايا الاجتماعية؟

نعم لا نوعاً ما

26. هل موقع الفايسبوك ساعدك لتكون متعاون ومبادر في المجتمع؟

نعم لا نوعاً ما

27. هل قمت بتقديم حلول واقتراحات لقضايا اجتماعية معينة عبر الفايسبوك؟

نعم لا

28. هل عوض الفايسبوك الاعلام التقليدي من حيث الاعتماد عليه في زيادة المعرفة الاجتماعية؟

نعم لا نوعاً ما

29. ما هو مستوى النقاش حول القضايا الاجتماعية المطروحة عبر صفحات الفايسبوك؟

متحضر متدني

30. هل ساهم النقاش عبر صفحات الفايسبوك في حل قضية شخصية لك؟

نعم لا

31. هل تعتقد ان النقاش والحوار على هذا الفضاء الافتراضي يرتقي الى العقلانية

دائماً غالباً أحياناً نادراً

32. ما هو تأثير الحوار عبر صفحات الفايسبوك على الفرد

اكتساب ثقافة الحوار زيادة الرصيد المعرفي التشجيع على حرية الرأي والتعبير

تزويد بخبرات جديدة

33. هل تعتقد ان الفايسبوك ساهم في تلاحم المجتمع وتماسكه حول القضايا الاجتماعية

نعم لا

34. هل تساهم الهويات المستعارة عبر صفحات الفايسبوك في خلق حوار ونقاش يؤدي الى تكوين وعي

اجتماعي؟

نعم لا نوعاً ما

35. هل تعتقد ان حس المسؤولية الاجتماعية حاضر لدى رواد صفحات الفايسبوك؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً

36. هل تعتقد ان هناك تفاعل الطلبة الجامعيين مع القضايا الاجتماعية؟

دائماً غالباً أحياناً نادراً

37. هل تعتقد ان الطلبة لديهم الوعي الاجتماعي الكافي الذي يمكنهم من المشاركة بإيجابية في المجتمع؟

نعم لا