

الوعي السياسي في ظل الإعلام الجديد الفايسبوك نموذجا-

Political awareness under the new media Facebook as a model

عقبة سعيدة

جامعة باجي مختار عنابة (الجزائر) ، sousokba@yahoo.fr

تاريخ الإستلام: 2022 / 01 / 12 تاريخ القبول: 2022 / 03 / 19 تاريخ النشر: 2022 / 04 / 05

ملخص:

يشهد عصرنا الحالي تسارعا ملحوظا في جميع المستويات ، بفضل التطور المعلوماتي الهائل، فاصبح يعرف بعصر الاعلام والمعلومات، لقدرتة على تشكيل الرأي العام وتغيير توجهاته و أفكاره. الى غير ذلك، وخاصة في المجال السياسي ، الذي تكاثف حجم نشاطه بالمشاركة وابداء الرأي والحرية في التعبير حول مختلف القضايا السياسية، بمعنى ازدهار ونشاط أكبر من قبل، بفضل وسائل الاعلام الجديدة أو ما يعرف بالإعلام الجديد ، بما يشمله من تطبيقات وفي مقدمتها الفاييسبوك، نظرا لما يتميز به من خصائص أهمها الآنية، المشاركة، التفاعلية.

والتي ساهمت في التغيير، فهي تمارس دورا فعالا في التأثير على الأفراد والمجتمع، لهذه الأهمية أردنا تسليط الضوء على الموضوع من خلال دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع الفاييسبوك لمعرفة مدى اسهام الاعلام الجديد ممثلا في موقع الفاييسبوك في الوعي السياسي للأفراد.
الكلمات المفتاحية: الوعي السياسي ، الاعلام الجديد ، الفاييسبوك .

Abstract:

Our current era live an increasing witness in all domains thanks to the massive development, that's why he is known as the media and information era, and that's informative public opinion and the impact in her views and ideas, and other because of her capacity to form things especially in the political field, Who intensified the volume of his activity by participating and expressing opinion and freedom of expression on various political issues, which means more flourish and more activity than before including he has as applications and on the top of, facebook, Because of its characteristics, the most important of which are instantaneous, participation and interactive.. which contributed to change, it plays an effective role in influencing individuals and society, for this importance that we wanted to highlight on the topic through an exploratory study of a sample of Facebook users to see the extent of their contributions the new media on Facebook was the political awareness of individuals.

Keywords: *political awareness , The New media , Facebook.*

1. مقدمة

يشهد العالم اليوم نقلة نوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لم يسبق لها مثيل، ويعيش انفتاح ثقافي، اجتماعي، سياسي... إلخ خال من القيود والحواجز والرقابة وجاء ما يعرف بالإعلام الجديد، الذي يعتبر "ظاهرة تقنية حديثة تشمل الشبكات الافتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال" (Davis, 1988, p. 9) إعلام يرتكز على شبكة الأنترنت وتطبيقاتها المختلفة وهي مواقع التواصل الاجتماعي التي تمثل أهم مظاهر التطور، وأحدثت بوجودها العديد من التغييرات في جميع المستويات، وأثر على جميع الأصعدة، فهي أضخم إنجازات العصر "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها" (راضي، 2003، صفحة 23).

لذلك فهي من أكثر المواقع انتشارا وذلك لما تتميز به من سمات جعلها محل جذب واهتمام الكثير وفي صدارة هذه المواقع الإلكترونية الفيسبوك، الذي يعتبر من أقوى وأنشط الشبكات الاجتماعية بل أكثرها حيوية من حيث المحتوى والسرعة في توصيل المعلومة والكم الهائل الذي يستقطبه هذا الفضاء الافتراضي، فلم يبق دوره يقتصر على التواصل وربط العلاقات الاجتماعية، بل تعداه إلى النشاط السياسي لما يتيح من حرية ومشاركة ونقاش في طرح مختلف القضايا المتعلقة بالشؤون السياسية، كانت محلية اقليمية أو دولية، والاهتمام بمختلف المعارف والمعلومات حول الحياة السياسية وظروفها بين الجماهير العريضة والواسعة، في مختلف أنحاء العالم. فخاصية التفاعلية جعل من الفيسبوك متنفس للتعبير عن ما يشغل فكر الأفراد ويجول في اذهانهم من وجهات نظر وأراء اتجاه القضايا السياسية الراهنة.

ولما للموضوع من أهمية، قمنا بتناوله بهدف معرفة مدى اسهام الإعلام الجديد ممثلا في الفيسبوك في الوعي السياسي للأفراد، انطلاقا من التساؤل الرئيس التالي:

إلى أين مدى يساهم الفيسبوك في الوعي السياسي للأفراد؟

والذي تندرج تحته التساؤلات الفرعية الآتية:

_ ماهي عادات استخدام الفيسبوك؟

_ ماهي الأسباب والعوامل التي تدفع الأفراد لاستخدام شبكة الفيسبوك؟

_ ماهي الإشاعات السياسية التي يحققها الفيسبوك؟

أهمية وأهداف الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من كونها تتناول موضوع الوعي السياسي كضرورة حتمية تمكن الفرد من التعايش والتفاعل مع الآخرين، فكلما كان الفرد لديه المعلومات ومدرك لما يحيط به من مشاكل وقضايا سياسية محلية كانت أم دولية،

فبإمكانه اتخاذ القرار والتعرف على حقوقه السياسية وواجباته ورفع درجة المعرفة السياسية وبالتالي اتجاهه، فالوعي السياسي يرتبط بالمعارف التي يمتلكها الأفراد التي يمتلكها الأفراد والتي في تطور مستمر بلغ أوجه اليوم مع مجيء الإعلام الجديد الذي يحوي تطبيقات بلغت ذروة التقدم التكنولوجي في المجال المعرفي والمعلوماتي، أهمها شبكة الفيسبوك الذي بات محل جذب واستقطاب المجتمع بجميع شرائحه دون تمييز، فأصبح بهذا أداة هامة بإمكانها الإسهام في الوعي السياسي للأفراد من خلال النقاش والمشاركة بكل ديمقراطية لمختلف الأحداث السياسية عبر هذا الفضاء الرقمي.

أولا: تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة

1. تحديد مفهوم الوعي السياسي:

1.1. الوعي: لغة: هو الفهم وسلامة الإدراك، وهو من وعي والوعي : حفظ القلب لشيء : وعي الشيء : والحديث يعيه وعيا : حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم (حجاب، 2003، صفحة 2696).

اصطلاحا: يعرفه طلعت منصور بأنه: "إدراك للحقائق المتعلقة بظاهرة أو مشكلة وما فيها من علاقات تكشف عن طبيعة الظاهرة أو المشكلة ومن ثم تمكننا من حسن فهمها وتدبر أنسب الأساليب للمساهمة أو الحل" (عبد الرزاق، الصفحات 9-10).

2.1. السياسة: لغويا: التدبير، وسائس الدواب ، من يقوم على أمرها، وهذا بين الأمر سياسة ، قام به ويقال رجل ساس من قوم ساسة وسوسه القوم، جعلوه يوسوسهم.

وقد ورد في الحديث "كان بنوا إسرائيل أنبياءهم" أي يتولون أمورهم ، كما يفعل الأمراء والولاة بالرعية (سعد، 2003، صفحة 20).

اصطلاحا: علم فن الحكم، أو هي العلم الذي يهتم بشكل وتنظيم إدارة دولة ما فضلا عن اهتمامه بترتيب علاقات الدولة بالدول الأخرى ومن ثم فهناك سياسة خاصة بكل دولة من الدول تقريبا (منير، 2004، صفحة 261).

3.1. الوعي السياسي: "هو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها" (عبد الرحيم والمهدي ، 2010، صفحة 152).

ويعرفه فتحي شهاب الدين بأنه: "الرؤية الشاملة بما تتضمنه من معارف سياسية وقيم واتجاهات سياسية ، والتي تتيح للإنسان أن يدرك أوضاع مجتمعه ومشكلاته ويحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ، مما يدفعه للتحرك من أجل تغييرها وتطويرها (شهاب الدين، 2011، صفحة 22)".

وهو الحالة التي يتمثل فيها الفرد أو أفراد المجتمع قضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفا معرفيا ووجدانيا في آن واحد (عبد الحميد، 2007 ، صفحة 65).

وهو "الإدراك الصحيح لمجريات الواقع السياسي ولما يحصل فيه من أحداث وتطورات وبعبارة أخرى هو المعرفة الدقيقة لغايات القوى المؤثرة في العالم المحيط بنا ومعرفة الأهداف المستترة وراء مواقفها ومشاريعها (حمادة، 2005، صفحة 29).

4.1. إجرائيا: الوعي السياسي هي حالة من اليقظة الفكرية، واكتساب للمعارف يبلغها الفرد من خلال قراءته ومتابعته للمشاكل والأوضاع السياسية المحيطة به، والتي تعيشها الأوضاع السياسية، والتي تجعل له المقدرة على المشاركة والنقاش حول مجريات الأمور السياسية وبالتالي اتخاذ القرار الصائب.

2. تحديد مفهوم الإعلام الجديد:

1.2. لغة: الإعلام الجديد بأنه "اندماج الكمبيوتر والوسائط High-tech dictionary يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة المتعددة." (Definition for new media, High tech dectionnary).

الإعلام الجديد هو "ظاهرة تقنية حديثة تشمل الشبكات الافتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال الرقمية" (Davis, 1988, p. 9).

الإعلام الجديد يشير إلى "جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والأنترنت.

وكذلك يشير إلى "جملة الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس من الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل المنافع وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (صادق، 2008، الصفحات 31-32).

2.2. إجرائيا: الإعلام قائم على شبكة الأنترنت كوسيلة لتناول المعلومات ونشرها بطرق جديدة وأشكال عديدة وأهم ما يميزه عن الإعلام التقليدي هو خاصية التفاعلية، فشبكات التواصل الاجتماعي كأهم تطبيقات الإعلام الجديد لها القدرة على التفاعل مع المستخدم.

3. تحديد مفهوم الفايسبوك :

1.3. لغويا :يعرف قاموس الإعلام والاتصال " الفايسبوك" على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي، أسس عام 2004، ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية، لخدمة طلاب الجامعة، وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص (Devisi, 2009, p. 118).

اصطلاحا: يعتبر الفايسبوك أحد أهم المجتمعات الافتراضية التي نشأت على الإنترنت، والذي يجمع الملايين من المشتركين من مختلف بلاد العالم، ويعتبر عالم تخليبي فهو يحتوي على الدردشة، إضافة للعديد من التطبيقات التي تتيح للفرد أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين، كما يتيح الاشتراك في العديد من المجموعات والتي يجتمع أفرادها على فكرة أو هدف ما (حلاوة، 2011، صفحة 113).

يعرف كذلك على أنه موقع ويب للتواصل الاجتماعي ، يمكن الدخول اليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة أو وجهة العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم .

2.3. إجرائيا: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يجمع العديد من الأفراد من مختلف بلدان العالم، بهدف تكوين علاقات اجتماعية، ويسمح بتبادل الأفكار والنقاش بين مستخدميه، في كافة المجالات وفي دراستنا هذه المجال السياسي.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة :

1. منهج الدراسة :

أي دراسة تخضع لمجموعة من المعايير وأول ركيزة أساسية للدراسة هي اختيار المنهج الذي يعتمد عليه الباحث في المعالجة الميدانية للظاهرة محل الدراسة ، فهو يمثل الطريقة المتبعة في دراسة موضوع البحث، فهو: " عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه" (عبد المجيد البلداوي، 2005، صفحة 65).

وبما أن دراستنا تهدف الى التعرف على درجة الوعي السياسي للأفراد في ظل وجود اعلام جديد ،بتطبيقاته وتحديدا شبكة الفايسبوك ، لهذا فالمنهج الملائم هو المنهج الوصفي الذي يمثل "جمع أوصاف ومعلومات دقيقة عن الظاهرة المدروسة كما توجد فعلا في الواقع ويعبر عنها كيفيا وكميا ويوضح خصائصها وارتباطها مع ظواهر أخرى "وهو الذي يساعدنا في جمع المعطيات والمعلومات المتعلقة بموضوع بحثنا.

2. مجتمع البحث :

يتألف مجتمع دراستنا من مختلف فئات المجتمع من مستخدمي شبكة الفايسبوك .

3. عينة البحث :

العينة هي جزء من المجتمع ، حيث يجب ان تتوفر في هذا الجزء نفس خصائص المجتمع فهي جزء من المجتمع التي تجرى عليه الدراسة ، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على العينة المتاحة وتسمى كذلك العينة الملائمة ، وفي

هذا النوع من العينات يعطى لعناصر مجتمع الدراسة حرية الاختيار في المشاركة ، بحيث لا يكون هناك تحديد مسبق لمن ستشملهم العينة ، بل يختار أفراد العينة من بين أول مجموعة يقابلهم الباحث ، بحيث يوافق هؤلاء على المشاركة وهي الأنسب لأنها تعتمد على مبدأ ما هو متاح ، وفي دراستنا تم الاعتماد على الاستبيان الالكتروني لعينة من مستخدمي الشبكة ، حيث قدر عدد مفرداتها ب 70 مفردة ، لكن تم استرجاع 50 مفردة فقط ، لذلك قدر عدد مفردات عينة بحثنا 50 مفردة ، وهي عينة ممثلة .

1.1. الطرق والأدوات.

1. أداة جمع البيانات :

1.1. استمارة الاستبيان :

إن الاستبيان من أكثر وسائل التقصي وجمع البيانات فهو أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها، ويعتمد الاستبيان على استنطاق الناس المستهدفين بالبحث من أجل الحصول على إجاباتهم عن طريق الموضوع.

وفي دراستنا تم استخدام الاستبيان الالكتروني ، لجمع المعلومات حول مدى اسهام الفايبريوك في درجة الوعي السياسي للأفراد ، وقد تم تصميم الاستبيان الالكتروني، الذي شمل 11 سؤالاً تنوعت بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة ، والتي تحتمل إجابة واحدة أو أكثر، هذا بهدف ضمان الدقة في الإجابات بالنسبة لعينة بحثنا، وانقسمت أسئلة الاستبيان الى أربع محاور هي:

- المحور الأول : بيانات شخصية حول المبحوثين
- المحور الثاني: عادات استخدام شبكة الفايبريوك .
- المحور الثالث : العوامل التي تدفع الى استخدام شبكة الفايبريوك من قبل المبحوثين .
- المحور الرابع : حول الاشباعات السياسية التي يحققها الفايبريوك.

2. التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة :

الجدول رقم (01): توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
70	35	ذكر
30	15	أنثى
100%	50	المجموع

المصدر: من اعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (01) والمتمثل في عينة بحثنا، وهم مستخدمي شبكة الفايبريوك ، أن

النسبة %	التكرار	السن
14	7	18-25
34	11	25-31
52	26	31 فما فوق
100%	50	المجموع

نسبة الذكور والتي قدرت ب 70% من المبحوثين ، أكبر من نسبة الاناث التي قدرت ب 30% ، ما يمكن تفسيره بالاهتمامات الشخصية للذكور بالمواضيع المتعلقة بالشؤون السياسية .

الجدول رقم (02): توزيع المبحوثين حسب متغير السن:

المصدر: من إعداد الباحثة

من خلال الجدول رقم (02) والمتعلق ب سن عينة بحثنا، يتضح أن النسبة الأكبر والمقدرة ب 52% للفئة العمرية التي تتجاوز سن 31 سنة ، وثانياً بنسبة 34% للفئة العمرية المحصورة بين 25 و 31 سنة ، وثالثاً

وبنسبة 14% للفئة العمرية المحصورة بين سن 18 عشر سنة و25 سنة، ما يؤكد أن عينة المبحوثين المستخدمين لشبكة الفايبروك شباب.

الجدول رقم (03): المستوى التعليمي لعينة البحث:

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
12	6	متوسط
34	17	ثانوي
54	27	جامعي
%100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

من خلال الجدول رقم (03) والمتعلق بالمستوى التعليمي لعينة بحثنا أن أغلبية المبحوثين ذوي مستوى جامعي بنسبة 54% وهي نسبة معتبرة، ثم نجد نسبة 34% ذوي مستوى ثانوي، وأخيراً 12% ذوي مستوى متوسط ما يؤكد أن مستخدمي شبكة الفايبروك هم من النخبة.

الجدول رقم (04): مدى متابعة الفايبروك من قبل عينة بحثنا :

النسبة %	التكرار	مدى المتابعة
100	50	نعم
00	00	لا
%100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

يبين الجدول رقم (04) مدى متابعة الفايبروك من قبل عينة بحثنا، حيث وجدنا كل المبحوثين يتابعون ويتصفحون شبكة الفايبروك .

الجدول رقم (05): نوع المواضيع التي تتابعها عينة البحث على شبكة الفايبروك:

النسبة %	التكرار	نوع المواضيع
22	11	مواضيع اجتماعية
12	6	مواضيع ثقافية
38	19	مواضيع سياسية
28	14	المواضيع الرياضية
%100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

يمثل الجدول رقم (05) نوع المواضيع التي تتابعها عينة بحثنا على شبكة الفايبروك، حيث وجدنا أن نسبة 38% من المبحوثين يتابعون المواضيع السياسية، ونسبة 28% تفضل المواضيع الرياضية ، ثم المواضيع الاجتماعية وذلك بنسبة 22% وأخيراً المواضيع الثقافية بنسبة 12% ، ما يفسر اهتمام المبحوثين بالحياة السياسية وما تعيشه من مستجدات وأحداث .

الجدول رقم (06): الوقت المخصص من قبل عينة البحث لتصفح شبكة الفايبروك:

النسبة %	التكرار	الوقت
18	9	أقل من ساعة
30	15	من 1 إلى 2 سا
52	26	أكثر من 2 ساعة
%100	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

يوضح الجدول رقم (06) الوقت المخصص من قبل المبحوثين لتصفح شبكة الفايبروك، حيث اتضح أن أغلبهم يقضون وقت أكبر من ساعتين، وذلك بنسبة 52% ما يفسر الاستخدام الواسع لهذه الشبكة وأهميتها بالنسبة للمستخدم، وبنسبة 30% تقضي وقت من ساعة إلى ساعتين لتصفح الفايبروك، وأخيراً وبنسبة

18٪ تستغرق وقت أقل من ساعة في استخدام الفايبيوك، ما يؤكد ولوج عينة بحثنا إلى تصفح شبكة الفايبيوك لاستفادتها من هذا الموقع، ومعرفة كل ما هو جديد.

الجدول رقم (07): دوافع استخدام الفايبيوك من قبل عينة البحث:

النسبة %	التكرار	الدوافع
22	11	اكتساب والتزود بمعلومات جديدة
34	17	المساعدة على فهم العديد من الشؤون السياسية
28	14	الحرية في ابداء الرأي والنقاش والنشر دون حوافز
16	8	الردشة مع الأصدقاء
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

يتضح من خلال الجدول رقم (07) أن دوافع استخدام الفايبيوك من قبل عينة بحثنا هي أولاً، بدافع المساعدة على فهم العديد من الشؤون السياسية وذلك بنسبة 34٪، ثم 28٪ من المبحوثين بدافع حرية الرأي والنقاش والنشر دون حوافز، ثم بدافع اكتساب معلومات جديدة بنسبة 22٪ وأخيراً بنسبة 14٪ للردشة مع الأصدقاء، وكل هذه الدوافع تؤكد أن الفايبيوك وجد فيه المبحوثين مصدر للتزود بالمعلومات والمعارف السياسية وهذا ما جعله من أكثر الدوافع لاستخدام هذا الموقع.

الجدول رقم (08): الاشباعات السياسية التي يحققها الفايبيوك لعينة بحثنا:

النسبة %	التكرار	الاشباعات السياسية
32	16	زيادة المعلومات حول القضايا السياسية
22	11	زيادة الثقة في النفس عند النقاش السياسي
26	13	إزالة غموض وليس حول قضية سياسية
20	10	كسب ثقافة سياسية
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) والذي يبين الاشباعات السياسية التي يحققها موقع الفايبيوك لعينة بحثنا، هي أن زيادة المعلومات حول القضايا السياسية قدرت نسبتها بـ 32٪ ذلك ما يفسر أن مستخدمي الفايبيوك يتصفحونه بهدف إضافة المعارف والمعلومات والاطلاع كذلك على الشؤون السياسية، كذلك إزالة الغموض واللبس حول القضايا السياسية بنسبة 26٪ مما يفسر حب الاطلاع وفهم كل ما يتعلق بالشأن السياسي، ثم نجد زيادة الثقة في النفس عند النقاش السياسي بنسبة 22٪ ما يؤكد الحرية في النقاش وطرح الأفكار فشبكة الفايبيوك بخاصية التفاعل والمشاركة جذبت إلى حد كبير مستخدميها وأخيراً كسب ثقافة سياسية بنسبة 20٪، وهذا يؤكد ما تحدثنا عنه سابقاً وهو تزويد المعارف والرصيد لمعالجة وفهم المشاكل والشؤون السياسية، لذلك فالفايبيوك أصبح مصدر جذب واستقطاب لمستخدميه.

الجدول رقم (09): مدى تحقيق الفايبيوك للتوعية السياسية:

النسبة %	التكرار	النوعية السياسية
74	37	نعم
26	13	لا
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

من خلال الجدول رقم (09) يتضح أن أغلبية المبحوثين يصرحون بمساهمة موقع الفايبيوك في التوعية السياسية للأفراد، وذلك بنسبة 74٪، في حين 26٪ منهم يرون عكس ذلك.

هذا ما يؤكد ما تحدثنا عنه سابقًا أن موقع الفايسبوك يحقق اشباعا سياسية أهمها زيادة المعارف وبالشؤون السياسية، وكسب ثقافة سياسية، هذا ما يؤدي إلى فهم المتصفح لموقع الفايسبوك لقضايا الحياة السياسية بأبعادها المختلفة ويتخذون من هذه القضايا موقفاً معرفياً ووجدانياً في آن واحد.

الجدول رقم (10): كيفية مساهمة الفايسبوك في توعية الأفراد سياسيا حسب وجهة نظر عينة بحثنا:

النسبة %	التكرار	كيفية المساهمة
28	56	مناقشة الأحداث السياسية الجارية
20	40	مشاركة الآخرين الرؤى السياسية
27	54	نشر صور وفيديوهات حول قضايا سياسية معينة
25	50	التعليق حول قضية سياسية معينة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة

يتبين من خلال الجدول رقم (10) أن الفايسبوك يساهم في توعية الأفراد سياسيا بمناقشة الأفراد للأحداث السياسية بنسبة 28٪، وكذلك نشر صور وفيديوهات حول القضايا السياسية بنسبة 27٪ وكذلك عند تعليق حول قضية سياسية بنسبة 25٪ وأخيرا بمشاركة الآخرين الرؤى السياسية بنسبة 20٪.

III. نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مستخدمي الفايسبوك هم من فئة النخبة ، التي تتجاوز أعمارهم سن الواحد الثلاثون سنة (31) ذوي المستوى الجامعي والتي تعتبر الفايسبوك فضاء للنقاش وابداء الرأي وزيادة المعارف حول الأحداث والشؤون المحلية والدولية .
- يساهم الفايسبوك في فهم العديد من الشؤون السياسية وابداء الرأي بكل حرية إضافة الى التزود بالمعلومات الجديدة وهو ما يساعد على نشر الوعي السياسي .
- بالنسبة للأسباب والعوامل التي تدفع لاستخدام شبكة الفايسبوك هي :
أولا : فهم الشؤون المتعلقة بالحياة السياسية
ثانيا : الحرية في ابداء الرأي والنقاش والنشردون حوافز
وثالثا : اكتساب والتزود بمعلومات جديدة ، أي رفع مستواهم المعرفي حول ما يدور من مجريات في الحياة السياسية سوى محليا أو دوليا وبالتالي رفع درجة مستوى الوعي السياسي .
- المناقشة حول ما يدور من أحداث سياسية ونشر فيديوهات حول أهم القضايا السياسية الجارية والتعليق عليها ، هي اشباعا سياسية يحققها موقع الفايسبوك، بفاعليته في المشاركة السياسية ، فهو مصدر معلومات ومعارف سياسية محلية كانت او عالمية لهذا يلقي متابعة من قبل مستخدميه واستقطاب مستمر لإسهامه في الوعي السياسي للأفراد .

IV. خاتمة:

من خلال ما تم عرضه ، نخلص الى أن الاعلام الجديد بمختلف تطبيقاته ، والتي بفضل ما تتميز به من سرعة ، أنية ، مشاركة وسهولة تخطي مختلف الحواجز الزمانية والمكانية ، إضافة الى التفاعلية وغيرها... هي ذروة التطور التي بلغتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال اليوم والتي لم يسبق لها مثيل ، حيث لم تعد تقنيات الاعلام والاتصال تقتصر على العلاقات والتواصل بين الافراد فقط ، بل تجاوزت مهمتها مجالات أخرى أهمها المجال السياسي ، الذي

كان حكرًا على الجمعيات الناشطة في هذا المجال و الطبقة النخبوية . حيث ساهم موقع الفايبريوك في فهم الشؤون المتعلقة بالحياة السياسية ، فأصبح ابداء الرأي متاح لجميع أفراد المجتمع بمختلف أطيافه حول القضايا السياسية الراهنة و المصيرية للبلاد و على الصعيد الإقليمي و العالمي ما يتيح اكتساب معارف و معلومات سياسية بكل حرية و دون عناء و بالتالي المساهمة في تنمية الوعي السياسي .

وهكذا نخلص إلى ان الاعلام الجديد بتطبيقاته و على رأسها موقع الفايبريوك يعتبر أداة هامة في نشر و تنمية الوعي السياسي للأفراد .

الإحالات و المراجع:

1. إسماعيل علي سعد. (2003). قضايا علم السياسة. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
2. السامرائي نعمان عبد الرزاق. (بلا تاريخ). النظام السياسي في الإسلام (المجلد 2). الرياض: فهرس مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
3. حلس موسى عبد الرحيم، و ناصر علي المهدي . (2010). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. مجلة الأزهر بغزة، 2.
4. زاهر راضي. (2003). "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي". مجلة التربية.
5. عباس مصطفى صادق. (2008). الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات (المجلد 1). دار الشروق للنشر و التوزيع.
6. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي. (2005). أساليب البحث العلمي و التحليل الإحصائي. الأردن: دار الشروق.
7. عزي محمد عبد الحميد. (2007). الإتصال و الإعلام على شبكة الأنترنت، (المجلد 1). عالم الكتب.
8. عمارة حمادة. (2005). الوعي و التحليل السياسي. بيروت: دار الهدى للطباعة و النشر.
9. فتحي شهاب الدين. (2011). أوراق في التربية السياسية . القاهرة: مؤسسة اقرأ للنشر و التوزيع و الترجمة.
10. محمد السيد حلاوة. (2011). العلاقات الاجتماعية للشباب بين درشة و الفيس بوك (المجلد 1). الإسكندرية، مصر.
11. محمد منير . (2004). المعجم الإعلامي (المجلد 1). القاهرة : دار الفجر للنشر و التوزيع.
12. محمد منير حجاب. (2003). الموسوعة الإعلامية (الإصدار 3، المجلد 2). دار الفجر.

المراجع الأجنبية:

13. Davis, R. (1988). *New media and American politics*,. oxford: oxford university press.
14. *Definition for new media, High tech dictionnary*. (s.d.). Récupéré sur <http://computer user .com dictionnary> accessed 18/9/2019 q22/37h.
15. Devisi, M. (2009). *Dictionnary of media and communication*. New York: ME sharpe.