

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي

(دراسة استطلاعية لآراء عينة من طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك)

م.م. عيدو عبدال عبدو، الكلية التقنية الادارية، جامعة دهوك التقنية، إقليم كردستان العراق

مخلص

تسعى هذه الورقة البحثية إلى معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الحكومية في مدينة دهوك بأقليم كردستان العراق. ومن اجل التواصل إلى نتائج موضوعية ومقبولة قام الباحث بصياغة مشكلة بحثية ووضع مجموعة من التساؤلات التي يتطلب الاجابة عليها في سياق البحث. اما الفرضية التي بني عليها البحث فتتلخص في أن مواقع التواصل الاجتماعي دور في تكوين الوعي السياسي لدى الفئة المبحوثة. واعتمد الباحث في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالاطار النظري على الدراسات والادبيات المتعلقة بالبحث. كما لجأ الباحث إلى استخدام المهيمن الوصفي والتحليلي في البحث، واعتمد على استبانة بحثية تم تصميمها لجمع معلومات وآراء عينة البحث المتكونة من (258) طالب وطالبة في جامعتي دهوك ودهوك التقنية باعتبارها جامعات حكومية. وبعد الانتهاء من كتابة وشرح المفاهيم النظرية وتحليل الجانب الميداني للدراسة، توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتعميمات، ومن اهمها ان الطلبة المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة عالية ويعتمدون عليها في معرفة المعلومات والأخبار السياسية باعتبارها وسيلة سريعة وغير خاضعة لرقابة فعالة. كما انها تساهم في تفعيل المشاركة السياسية وترسيخ الوعي السياسي لديهم.

الكلمات المفتاحية: الوعي السياسي، شبكات التواصل الاجتماعي، طلبة الجامعات الحكومية.

1. مقدمة

وتتميزاً عن الاعلام الكلاسيكي المتمثل في (الصحافة الورقية، الإذاعة والتلفزيون) برز مؤخراً، ما يسمى بشبكات أو "مواقع التواصل الاجتماعي" في اطار ما يطلق عليه (بالاعلام الرقمي أو الاعلام الجديد)، الذي أخذ ينتشر بشكل ملفت للنظر في المجتمعات الحديثة، وأصبح من احد متطلبات العصر، وأخذت هذه الخدمة تشكل مؤشراً للرقى والتطور شأنها شأن خدمات التعليم والصحة. وأحدثت هذه المواقع قفزة نوعية، ليس فقط في مجال التواصل بين الناس فقط، بل احتلت مكانة هامة، وفق الكثير من المختصين بين أدوات الإعلام التفاعلي، وأصبحت أحد عوامل التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي، وذلك بفعل إمكاناتها المميزة في التواصل والسرعة في إيصال المعلومات المرسلّة والتفاعل معها، وفي المجال السياسي اخذت هذه المواقع تلعب دورها كمنابر للنقاش السياسي، ومتابعة الاخبار وخطابات قادة الدول والاحزاب السياسية وتجارب الحكم المختلفة، وكذلك تبادل الآراء والرؤى ومتابعة الاحداث والقضايا المحلية والدولية، وباتت وسيلة ميسرة يمكن للمواطنين أن يطالبوا من خلالها الحكومات بمنحهم حقوقهم المختلفة، وتوفير الخدمات لهم.

ويمثل الشباب الفئة الأكثر تعرضاً للمواقع المذكورة، وذلك لان الشباب هم الطبقة الأكثر حيوية والتي تميل عادة للاستطلاع ومعرفة المستجدات، وبذلك يبرز دور هذه المواقع في تعزيز الوعي السياسي لديهم وذلك نتيجة تفاعلهم مع محتوى المواقع

يعتبر الوعي السياسي الذي يتشكل نتيجة لعدد من العوامل، احد الموضوعات التي لاقت اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين وصناع القرار على حدٍ سواء، لانه ببساطة يمثل إدراك الفرد للواقع، ومقدار فهمه لطبيعة الظروف الذي يمر بها سياسياً واجتماعياً، وكذلك معرفة القوى الفاعلة والمؤثرة في صناعة القرار وطنياً وعالمياً، ويشير أيضاً لمعرفة الفرد لحقوقه وواجباته في ظل الدولة والنظام السياسي، فهو المفتاح الرئيسي الذي يحدد مشاركة الافراد في السياسة. كما يمكن ان يساهم غياب هذا النوع من الوعي أو تدنيه بشكل سلبي في الواقع السياسي للدول، نتيجة الفهم الخاطئ لمفاهيم الحكم والسياسة التي قد ينتج عنها إما ضعف المشاركة والالتزام أو الاضطراب، وعدم الاستقرار.

ويتكون الوعي السياسي عبر عملية تراكمية معقدة يساهم التفاعل الفكري والمعرفي، دوراً كبيراً فيها، إضافة إلى ما يكتسبها الناس من معلومات، ولاسيما الواقعية منها عن الحكم والسياسة، والتي يتداولونها عبر مصادر ومنابر المعلومات المتنوعة. وما يهمننا في هذا المضمار، الثورة المعلوماتية التي شهدتها العصر الحالي والمتمثلة باحدث صورها في شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) التي اصبحت فضاءً مفتوحاً لنقل المعلومات وتبادلها بحرية، وبدون الامتثال لرقابة الحكومات التي باتت قليلة الفاعلية في حجب الرسائل المتلقاة.

- موضوعاتها المتعلقة بالسياسة ومفرداتها، وكذلك الاطلاع على المستجدات والاحداث المحلية والعالمية. وتنطبق مذهبنا اليه على فئة الشباب في كردستان العراق حيث يبدو أن هذه العلاقة موجودة بين مستخدمي هذه الخدمة من الشباب والوعي السياسي لديهم.
- ما هو مستوى الوعي السياسي الذي يتمتع به الطلبة الجامعيين في هذه المدينة؟
- ما هو الدور الذي تؤديه هذه المواقع في تشكيل الوعي السياسي لدى شريحة الطلبة؟
- ومن اجل تغطية جوانب الموضوع بشكل أكثر شمولاً ارتأى الباحث في سياق التساؤلات الرئيسية الى طرح حزمة من التساؤلات الفرعية، وعلى النحو التالي:
- ما هو معدل تعرض طلبة الجامعات في مدينة دهوك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي اسباب ودوافع استخدامهم لهذه المواقع.
- ما هي درجة اعتمادهم على تلك المواقع للحصول على المعلومات المتعلقة بالسياسة؟
- ما هو مستوى المعلومات التي يمتلكها طلبة الجامعات عن السياسة ومجرباتها؟
- ما مدى رغبة وثقة المستجوبين، للمشاركة في الشأن السياسي، وما هي درجة شعورهم بالانتماء.

1.1 مشكلة الدراسة

برز في الآونة الاخيرة دور الاعلام الرقمي المتمثل في شبكات التواصل الاجتماعي بشكل ملحوظ كوسيلة أو قناة لنقل ومشاركة المعلومات السياسية بين مستخدميها، وبالتالي التأثير على وعيهم السياسي، ومن هذا المنطلق ارتأينا إلى صياغة المشكلة البحثية لهذه الدراسة على شكل تساؤل بحثي رئيسي وعلى النحو التالي:

"ماهو الدور الذي تلعبه وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك وذلك من خلال سعي الباحث إلى رصد ومعرفة درجة اعتماد هذه المواقع في تكوين الوعي لدى هذه الفئة؟".

2.1 فرضيات الدراسة

تتلخص الفرضية الاساسية لهذه الدراسة في "أن مواقع التواصل الاجتماعي دور في تشكيل الوعي السياسي" وينبثق عنها الفروض الفرعية التالية:

- التعرض لمواقع التواصل يعزز من رغبة الشباب للمشاركة في الحياة السياسية.
- تساهم المواقع المشار اليها في تنمية المعرفة السياسية.
- تمنح هذه المواقع مجالاً اوسع واقل تقييداً لمستخدميها، في التفاعل ومناقشة القضايا السياسية.

3.1 التساؤلات البحثية

تسعى هذه الدراسة، وبالاستناد على الادبيات المتعلقة بالموضوع والبحث الميداني للإجابة على التساؤلات الرئيسية التالية:

- ما هي عادات وطبيعة استخدام تطبيقات ومواقع التواصل الافتراضي من قبل طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك؟

4.1 أهمية الدراسة

ترجع أهمية هذه الدراسة إلى:

- معرفة طبيعة الاثر التي تتركه مواقع الاعلام الاجتماعي (Social Media) في ترسيخ وتنمية وعي الافراد من الناحية السياسية، من خلال التأثير على اتجاهاتهم وسلوكهم السياسي.
- تحديد العلاقة بين تعرض الطلبة للمواقع المذكورة والوعي السياسي لديهم.
- ندرة الدراسات المسحية التي اجريت لغرض تفسير العلاقة بين استخدام الانترنت وتكوين الوعي لدى الطلبة الجامعيين في مدينة دهوك.
- معرفة مستوى الوعي السياسي الذي ارتقى اليه المجتمع، وذلك لإرتباطه الوثيق بالمشاركة أو النفور السياسي للأفراد ودرجة شعورهم بالانتماء للدولة والخضوع لسياساتها.

شمل مجمع الدراسة جميع طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك والبالغ عددهم ب (24) الف طالب وطالبة وفق احصيات مديريات التسجيل لهذه الجامعات في السنة الدراسية (2019-2020).

- كما إن فهم دور خدمات الانترنت التواصلية في تشكيل "الوعي السياسي" لدى الطلبة يساهم إلى حد ما في التكهن بمستقبل سلوكهم وقيهم السياسية مما يساعد صناع القرار الاستفادة من نتائج هذه الدراسة.

5.1 أهداف الدراسة

تهدف هذا الدراسة إلى تحقيق الاهداف التالية:

- بيان مستوى الوعي السياسي للطلبة في مدينة دهوك، عبر تقييم المعرفة السياسية التي يمتلكونها ومدى رغبتهم للمشاركة في السياسة والشأن العام ودرجة الانتماء الوطني لديهم.
- التعرف على مدى مساهمة تطبيقات ومواقع التواصل الافتراضي في تكوين وتعزيز الوعي السياسي لدى الطلبة الباحثين.
- معرفة وتحديد المواقع والتطبيقات الأكثر شعبية بين الطلبة.
- التعرف على اسباب استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي ودرجة اهتمامهم بالمواضيع السياسية التي تنشر عليها.
- بيان درجة اعتماد الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات ومستوى ثقتهم بالمحتوى الذي ينشر من خلالها.

6.1 مناهج الدراسة

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، حيث تم استخدام المنهج الأول لتفسير الظاهرة، موضوع الدراسة، اما المنهج الثاني فقد اتبع لتنظيم البيانات وتحليلها، بهدف الوصول الى تعميمات بشأن الدراسة كما لجأ الباحث إلى استخدام الاستبانة كأداة لاستطلاع آراء عينة البحث، المكونة من طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك والبالغ عددهم (258) طالب وطالبة. إضافة إلى استخدام تطبيق الحزمة الإحصائية (SPSS).

7.1 أداة الدراسة

نظراً لطبيعة موضوع الدراسة اعتمد الباحث في جمع المعلومات والبيانات الخاصة بالبحث على الدراسات والادبيات وكذلك المصادر التي تناولت المفاهيم والمصطلحات النظرية، اما بالنسبة للجزء الميداني، فقد صمم الباحث استبانة استبيان لغرض جمع البيانات وأخذ آراء الباحثين.

8.1 مجمع الدراسة

9.1 عينة الدراسة

اختار الباحث عينة عشوائية تتألف من طلاب وطالبات الجامعات الحكومية في مدينة دهوك والتي تضمنت جامعتي (دهوك ودهوك التقنية)، ولصعوبة توزيعها يدوياً في ظل جائحة (كورونا) قام الباحث بإعداد استبانة غوغل التي ارسلت إلكترونياً إلى العينة المستهدفة، حيث استجاب على الاستبان (258) طالبا وطالبة يمثلون عينة الدراسة.

10.1 حدود الدراسة

تتمثل الحدود المكانية للدراسة، الجامعات الحكومية في مدينة دهوك والتي تضم عدداً كبيراً من الدارسين في مستوى الدراسات الجامعية الأولية. أما الحدود الزمانية فتبدأ من تاريخ دخول هؤلاء للـ (Social Media) ولغاية منتصف عام 2020.

11.1 هيكلية الدراسة

تنقسم هذه الدراسة الى مقدمة واطار نظري وثلاثة مباحث موزعة بالشكل التالي: المبحث الأول يتناول ماهية مواقع التواصل الافتراضي ونشأتها، أما المبحث الثاني، فيتطرق إلى الوعي السياسي والمفاهيم المرتبطة به، فيما اختص المبحث الثالث والاخير لعرض وتحليل الجزء الميداني للدراسة التي تنتهي بخاتمة ومجموعة استنتاجات.

2. المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

1.2 المطلب الأول : مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

1.1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف مواقع التواصل الافتراضي بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها"⁽¹⁾. ويمكن تعريف هذه المواقع ايضاً على انها "مجموعة هويات اجتماعية ينشئها افراد ومنظمات لديهم روابط نتيجة التفاعل الاجتماعي، ويمثلها هيكل أو شكل ديناميكي لجماعة اجتماعية، وتنشأ من اجل توسيع وتنشيط العلاقات المهنية أو علاقات الصداقة"⁽²⁾.

المستخدمين، وتوفر لهم فرصة الاتصال الدائم مع الأصدقاء وزملاء العمل وأفراد العائلة واي مستخدم اخر حول العالم، فقبل اختراع هذه المواقع كان الإنترنت مجرد كوكب شاسع يجوب ويتنقل فيه الناس بمفردهم⁽⁶⁾.

3.2.2 سهولة الاستخدام

شهدت مواقع وتطبيقات الإنترنت الخاصة بالتواصل بين الناس، تطوراً كبيراً في مجال تبسيط اجراءات الاستخدام والتسجيل فيها، وبات من السهل جداً استخدامها، فهي لا تحتاج إلى معرفة الكثير والالمام بتقنيات الحاسوب من أجل تسجيل حساب افتراضي على هذه المواقع والقيام بالتواصل والنشر على نطاق واسع، فكل ما كل ما يلزم هو مجرد تدريب بسيط على الاتصالات وتقنيات المعلومات حتى يتمكن المستخدم من التحليق في هذا الفضاء الشاسع⁽⁷⁾.

4.2.2 توفير مساحة ويب مجانية

لا يحتاج الأعضاء المسجلون في المواقع الإلكترونية الخاصة بالاعلام الاجتماعي، إلى امتلاك وحيازة خوادم الويب، بل يمكنهم مشاركة المحتوى الخاص بهم ونشره على المساحة الحرة التي توفرها هذه المواقع، مثلما توفير لهم عنواناً مجانياً، يكون بمثابة هوية الفرد الذي يحدد المحتوى الذي يريده ويرغبه وربطه ومشاركته مع الآخرين⁽⁸⁾.

5.2.2 النشر في فضاء مفتوح

من ابرز خصائص هذه المواقع أيضاً هو عدم وجود حدود لها بالمفهوم التقليدي لوسائل الاتصال والاعلام، وهذا ربما يعد تحد علمي لمن يسعى إلى توفير حدود نظرية لظاهرة الإعلام الجديد. ومن بين الحدود التي تجاوزتها مواقع التواصل الاجتماعي والتزم بها الاعلام التقليدي، العلاقة بين ما هو خاص وما هو عام في حياة المجتمعات المعاصرة. ورغم ذلك فإن هذه المواقع تمنح فرصة كبيرة للمواطنين للمشاركة في السياسة والحياة العامة وتعزيز الديمقراطية، حيث توفر هذه المواقع منبراً لهؤلاء يمكنهم من إيصال صوتهم لمن يشاؤون في هذا العالم⁽⁹⁾.

6.2.2 المرونة والحركة

يصعب مقارنة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث السهولة والمرونة والحركة مع محمة وآلية النشر عبر الجيل السابق لوسائل الاعلام، ففي الاعلام الاجتماعي يتطلب النشر، حزام الهاتف النقال المرتبط بشبكة الإنترنت والتي تسمح لمستخدمها ان ينشر ما يريد من نص او صور او مقاطع مصورة أو مباشرة حول حادثة أو خبر معين خلال دقائق معدودة دون الرجوع إلى احد، بخلاف حركة "الإعلام التقليدي" الذي يتطلب النشر او البث من خلاله مجموعة من

أما إجرائياً فيمكن تعريفها بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمستخدم فيها إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين من مختلف أرجاء العالم، وتوفر له فرصة للتعبير عن آراءه وأفكاره"⁽³⁾.

2.1.2 النشأة

يعود تاريخ نشأت مواقع التواصل الاجتماعي في العقد الأخير من القرن الماضي، إذ تم تطوير أول هذه المواقع في عام 1997 و هو موقع (Six Degrees) الذي اختفى بعد فترة قصيرة لم تتجاوز ثلاث سنوات وكان عدد مستخدميه محدود جداً. ثم ظهر بعد ذلك مواقع تلي حاجات مجموعات نشرت في خصائص مهنية معينة كوقع (Asian Avenue) واخرى خاصة بمجموعات الاصدقاء مثل (Friendster) و (MySpace) وغيرها. لكن الطفرة الكبرى لمواقع التواصل الاجتماعي برزت بالتزامن مع ظهور نسخة الويب 2.0 في منتصف العقد الأول من القرن الحالي، والتي تدعم المنصات التفاعلية والتشاركية التي ركزت على دور المستخدم، كوقعي (Facebook) عام 2004 و (YouTube) عام 2005 والتي شكلت عناصر محممة في العديد من الحملات ذات الطابع الاجتماعي أو السياسي⁽⁴⁾.

2.2 المطلب الثاني: الخصائص العامة

تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من الخصائص التي جعلتها وسيلة ذات اهمية في التفاعل والتواصل الاجتماعي - الافتراضي بين الناس في جميع انحاء العالم بشكل ملفت للانتباه. ومن هذه الخصائص:

1.2.2 التفاعلية والمشاركة

تقدم مواقع التواصل الإلكتروني خدمة للمستخدمين تمكنهم من التجمع والتواصل بصورة فعالة وفي وقت قصير، ويربط هؤلاء المتجمعين، أغلب الاحيان إما اهتمامات مهنية أو فكرية مشتركة وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي تتيح التواصل والمحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الإعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ العرض والارسال باتجاه واحد لكل المتلقين⁽⁵⁾.

2.2.2 سهولة الاتصال

تعتبر هذه المواقع وسيلة اتصال وترابط بين مستخدمي الإنترنت مع بعضهم البعض، ويعد كذلك طريقة جديدة ومبتكرة لإنشاء اتصال مرخ وسريع بين

يعد هذا الموقع بالدرجة الاساس بوابة لهواة التصوير، وهو ايضاً تطبيق في الهواتف الذكية يطلق عليه اسم الحيل الجديد لمواقع التواصل الاجتماعية، والتي كانت تخلو في البداية من ميزة تدوين النصوص، وقد اشترته شركة فيسبوك بمبلغ مالي قدره مليار دولار امريكي. واصبحت شعبيته في تزايد وانتشار يوماً بعد الاخر، وقد اتاح هذا التطبيق من امكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة، فهنا الموقع مستند في الاساس على هذين العنصرين وقد اطلق هذا الموقع في اكتوبر عام 2010. وكان عبارة عن موقع يتيح لمستخدميه التقاط الصور فقط وفي عام 2013 تم تطوير هذا التطبيق وتجاوز عدد مستخدميه في نفس العام 300 مليون مستخدم⁽¹⁴⁾.

4.3.2 اليوتيوب

تأسس اليوتيوب كوقع مستقل في عام 2005⁽¹⁵⁾. وهو من بين أشهر تطبيقات تنزيل ومشاركة الفيديوهات في مجال الإعلام الاجتماعي. وله أكثر من مليار مستخدم حول العالم، وهذا يشكل ما يقارب 33٪ من مستخدمي الإنترنت وفق احصائيات الموقع نفسه. يسمح هذا التطبيق بعرض المحتويات وتضمينها ومناقشتها. ويؤدي ميزتين رئيسيتين للمستخدم وهما: إنشاء المحتوى والبحث عنه، فالميزة الاولى، أوجدت نافذة للمواهب الجديدة لعرض اعمالهم في ميدان التعليم والفنون والتسلية والح، فيما وفرت الخاصية الثانية فرصة للمستخدمين بالتصفح والبحث عن المقاطع التي تلي تفضيلاتهم⁽¹⁶⁾.

5.3.2 سناب شات

اطلق هذا التطبيق في عام 2011، وهو تطبيق لا يحتفظ بالارشيف علي غرار الفيسبوك أو تويتر، بل يقوم بعرض ومشاركة محتوى سريع الزوال بين المشتركين كالأصدقاء ويكون على شكل تيار مستمر للبيانات المدخلة حيث لا يمكنك مشاهدة الارشيف القديم لأصدقائك، والتي تزول خلال الاربعة وعشرون ساعة⁽¹⁷⁾.

يسمح الاسناب شات للمستخدمين بمشاركة "الصور ومقاطع الفيديو والنص" لفترة محددة كما ذكرنا ولكنها تتميز بانها تسهل التواصل الفعال بين الاصدقاء المقربين نسبياً وذلك لاعتمادها علي ميزة التسجيل من خلال اعتماد رقم الهاتف النقال للمشارك. ووجد هذا التطبيق شعبية واسعة بشكل خاص لدى فئة الشباب التي تتراوح اعمارها ما بين (18-23) سنة استخدام هذا التطبيق مخصص للأصدقاء المقربين فقط⁽¹⁸⁾.

المعدات والادوات التي تؤخر وتبطئ العملية برمتها، بالإضافة الى ذلك قد يستدعي الامر الى موافقة المؤسسة المعنية قبل القيام بأي نشاط إعلامي⁽¹⁰⁾.

3.2 المطلب الثالث: انواع المواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي

وفق دراسة نشرها موقع (Dream Grow) حول المواقع الأكثر شعبية من ناحية المستخدمين الفاعلين في العالم، لعام 2020 احتلت المواقع المدرجة ادناه، مرتبةً متقدمة من بين تلك المواقع⁽¹¹⁾. وهي المواقع التي تحظى بشعبية واسعة لدى مجتمع الدراسة تقريباً، ومنها:

1.3.2 الفيسبوك

تم إطلاق هذا الموقع في 4 فبراير 2004 من قبل مؤسسه مارك زوكربيرج مع مجموعة من زملائه في جامعة هارفارد، وحدد عضوية الموقع في البداية لطلاب جامعة هارفارد فقط، لكنهم وسعوه لاحقاً ليشمل جامعات ومؤسسات تعليمية اخرى في امريكا ثم اصبح فيما بعد موقفاً عالمياً ذات شعبية واسعة. ولكي تكون عضواً مشتركاً في شبكة الفيسبوك لايتطلب الامر سوى التسجيل من أجل الحصول على حساب شخصي ومجاني، ويمكن للمستخدمين إنشاء ملف تعريف خاص بهم، وإضافة مستخدمين آخرين كـ "صديق" ، وتبادل الرسائل، ونشر تحديثات الحالة والصور، ومشاركة مقاطع الفيديو وتلقي الإخطارات عندما يقوم الآخرون بتحديث ملفاتهم الشخصية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمستخدمين الانضمام إلى مجموعات المستخدمين ذات الاهتمامات المشتركة. في فبراير 2012 بدأ هذا الموقع ببيع الأسهم للجمهور، وبلغت قيمة الاسم المباعه خلال ثلاثة اشهر حوالي 104 مليار دولار، وفي فبراير 2015، وصلت القيمة السوقية لاسهمه إلى 212 مليار دولار⁽¹²⁾.

2.3.2 تويتر

تأسس في الولايات المتحدة عام 2006، وهو موقع أو تطبيق يدعم الكتابة القصيرة، التي لا تتجاوز أكثر من (280) حرفاً كحد أعلى لكل رسالة أو تغريدة، ويتيح لمشاركه أيضاً مشاركة مقاطع الفيديو والصور. كما يسمح لهم بتكوين مجموعات تتألف من الاصدقاء، والأقارب وزملاء العمل. وهو بذلك يتحول إلى مجال أو وسيلة لإخبار الأشخاص عن ماتفعله الآن، بالإضافة على ذلك فإنه يقيك على اطلاع دائم عما هم يفعلونه. ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص والشركات والمجموعات لتبادل الأفكار والأخبار المختلفة. وموقع تويتر يمثل إحدى منصات التواصل، ذات التأثير على المجتمع من عدة جوانب⁽¹³⁾.

3.3.2 الاستغرام

في حين يرى (السيد سالمه الحميسي) الوعي السياسي بأنه "مستوى إدراك الإنسان للواقع السياسي والتاريخي لمجتمعه، ودوره في العملية السياسية ومشاركته في التصويت في الانتخابات، واتمائه للأحزاب القائمة وكيفية الاعتماد على كل هذه المتغيرات في تقويم الواقع السياسي لمجتمعه، والتعرف على ما ينبغي دعمه أو تغييره في هذا الواقع"⁽²³⁾.

أما (كمال المنوفي) فيرى أن الوعي السياسي هو "معرفة المواطن لحقوقه وواجباته السياسية، وما يجري حوله من أحداث ووقائع وكذلك قدرة المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، وقدرته على تجاوز خبرات الجماعة الصغيرة التي ينتمي إليها إلى خبرات ومشاكل المجتمع السياسي ككل. فهي مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته، يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تغييرها وتطويرها"⁽²⁴⁾.

ووفق لبعض الباحثين فإن الوعي السياسي له مستويات ومراحل مختلفة، حيث يوجد هنالك مستويين أحدهما نظري يتعلق بالأفكار والقيم والعواطف، ويمر هذا المستوى بثلاثة مراحل تتمثل في مرحلة المعرفة والإدراك ومرحلة الاهتمام ومن ثم مرحلة الانضمام السياسي التي يكون فيها الفرد منتمياً إلى مجموعة معينة أو تكوين سياسي. أما المستوى الآخر فهو مستوى الممارسة والتي ينبثق عنها مشاركة الفرد في العملية السياسية والحياة العامة⁽²⁵⁾.

وينقسم الوعي السياسي إلى عدة أنواع ومنها:

- الوعي السياسي الذاتي والوعي السياسي الجماعي
- الوعي السياسي المجرد والوعي السياسي العملي: الوعي المجرد أو النظري يكتفي بوصف الأحداث والوعي العملي أو التطبيقي الذي اثبت نجاحه في الميدان
- الوعي الزائف والوعي الحقيقي
- الوعي المشارك والوعي التابع: الأول هو الذي يساعد في تشكيل الاتجاهات تجاه الموضوع أو المسألة السياسية وبالتالي فالوعي حين يكون مساهماً ومشاركاً يعتبر إيجابياً. أما النوع الثاني وهو ان يكون تابعا لرأي فرد أو جماعة بشكل متعصب ومستسلم دون الرجوع إلى طرح تساؤل أو مساهمة فإن هذا الوعي سلبي ويدفع إلى اتجاهات سلبية.

وبالإضافة إلى هذه التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي التي تطرقنا إليها، هنالك عدد من التطبيقات والمواقع الأخرى التي استحدثت وابتكرت مؤخراً، واخذت تزداد شعبيتها بين فئة الشباب على وجه الخصوص ومنها (Reddit, WhatsApp, Viber, Tumblr, Tiktok, Googleplus, Goodreads وغيرها)⁽¹⁹⁾.

3. المبحث الثاني : ماهية الوعي السياسي

1.3 المطلب الأول: الوعي السياسي والمفاهيم ذات العلاقة

1.1.3 الوعي السياسي

تعددت التعاريف وتنوعت الرؤى التي تناولت الوعي، وذلك تبعاً للمدلولات المعرفية والسياقات التي جاء فيها، لكننا في هذا البحث سنكتفي بعرض تعريفين فقط وذلك بما يخدم ويساهم في تفسير مفهوم الوعي السياسي على نحو مبسط.

وقد عرف (محمد عبد الحميد) الوعي بأنه " العملية التي يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات ومعاني المدركات الحسية، وهذا يعني أن الفرد يقوم بتفسير الرسائل في معاني مطابقة لها تماماً، ولكن التفسير يكون في إطار التفاعل بين الرموز التي تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة بها والتي يستعين بها الفرد المتلقي"⁽²⁰⁾.

كما عرفت (سوزان بلاكفور) الوعي بأنه "تجربة ذاتية أو تجربة ظاهرية، بمعنى كيف تبدو الأشياء لي، في مقابل ما تبدو عليه على نحو موضوعي"⁽²¹⁾. مما يعني بان الوعي باختصار هو ادراك الانسان أو شعوره بالأشياء والظواهر على نحو معين.

أما الوعي السياسي فقد نال اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين ولذا كثرت التعاريف التي تناولته وبحث فيه، حيث عرف (شيبنتولن) الوعي السياسي بأنه "مجموعة من الآراء التي تجسد نظرياً السياسة التي تنتهجها طبقة أو جماعة معينة" وعرفه (كيغنغو) بأنه "مقدار وعي الشعب بالسياسة وقدرة هذا الشعب على تنمية الفضيلة السياسية ويكون ذلك عن طريق المشاركة السياسية في سياسة الوطن مما يساعد على تنمية الوطن"

كما عرفه علماء السياسة بأنه "مجموع الأفكار والمعلومات التي يمتلكها الفرد، والتي تتعلق بمجتمعه أو بالمجتمع الخارجي، وتدور حول الموضوعات السياسية المختلفة وأن هذه المعلومات والمعارف تكنسب من خلال الثقافة السياسية التي تتشكل عبر

عملية التنشئة السياسية من خلال المؤسسات الاجتماعية المختلفة"⁽²²⁾.

تؤثر أيضاً على تفضيلات الشباب السياسية، فتشجعهم أو تثبطهم على القيام بفعل أو تصرف سياسي⁽³⁰⁾.

ب. **الثقافة السياسية:** يقصد بها "منظومة العادات والتقاليد والمعتقدات والقيم السائدة في مجتمع ما أزاء الحكم والنظام السياسي، والتي تتحدد بناءً عليها أشكال النقاش السياسي، وهي جزء من الثقافة العامة للمجتمع" ومن سمات هذه الثقافة في أي مجتمع هي أنها تراكمية متغيرة غير ثابتة، بيد أن تغييرها يكون طفيفاً غير ملحوظ على المدى القصير، إذ من الصعب أن تلاحظ أن "الثقافة السياسية" لمجتمع ما قد تغيرت بعد مرور خمسة أعوام مثلاً، غير أنه من الممكن أن تشعر بتباين واضح حدث لهذه الثقافة بعد مرور أربعين أو خمسين عاماً⁽³¹⁾.

ويمكن تحديد ثقافة الفرد السياسية بواسطة توجهاته نحو السلطة السياسية، أي كيف ينظر الفرد إلى مؤسسات الحكم، والتوجهات نحو الآخرين في النظام السياسي، أي نظرتهم في الاختلاف السياسي في الرأي، وفي الصراع أو التنافس وفي الأحزاب والنشاط السياسي الذي يقوم به الفرد ذاته، وينطوي ذلك على نظرتهم في السياسة ذاتها وفي إسهامه فيها. وهناك ثقافة سياسية شاملة وأخرى فرعية في نفس المجتمع، وقد يحدث تعارض بين الثقافة السياسية السائدة المسيطرة والثقافة السياسية الفرعية يصل إلى حد التصادم وتهدد باستقرار المجتمع، وأحياناً يتم التوفيق بينهما من خلال المشاركة السياسية وإرساء الديمقراطية⁽³²⁾.

ونستدل مما سبق بأن "الثقافة السياسية والتنشئة السياسية" مفهومان متقاربان إلا أن ما يميزهما هو أن التنشئة السياسية هي عملية نقل القيم التي تتشكل منها الثقافة السياسية باعتبارها رصيماً يتحدد به الوعي السياسي.

ج. **المشاركة السياسية:** يقصد بالمشاركة السياسية بأنها "مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها أفراد المجتمع بهدف التأثير في العملية السياسية، ومن هذه الأنشطة: التصويت في الانتخابات، حضور المؤتمرات والندوات، مطالعة الصحف وبيانات الأحزاب وبرامجها، والاتصال بالجهات الرسمية، والانخراط في المؤسسات الوسيطة مثل الأحزاب والنقابات، والترشح للمناصب العامة، وتقلد المنصب السياسية"⁽³³⁾.

كما يمكن تعريفها أيضاً بأنها "فعل أو نشاط يمارسه المواطنون العاديون بهدف التأثير على بعض مخرجات السياسة، على أن يؤخذ بنظر الاعتبار

• الوعي المحدود، لا يشكل أي تغيير أو مشاركة وهو محدود بنطاق الفرد وشخصيته فقط⁽²⁶⁾.

ارتباطاً بما تقدم يمكن القول بأن "الوعي السياسي" هو مقدار معرفة وإدراك الفرد للواقع السياسي المحيط به، بل هو قدرة الفرد على تفسير وفهم الظواهر والأحداث السياسية الداخلية والخارجية بشكل منطقي. كما أن هذا الوعي ليس على مستوى واحد بل هنالك مستويات مختلفة ومراحل متباينة، إضافة إلى أنه ينقسم لعدة أنواع.

2.1.3 مفاهيم متقاربة مع مفهوم الوعي السياسي

يرتبط بالوعي السياسي حزمة من المصطلحات والمفاهيم ارتباطاً وثيقاً كما يوجد أيضاً، مفاهيم قريبة منها من حيث الدلالة والمضمون بدرجة يصعب في بعض الأحيان التفرقة بينها وبين الوعي السياسي ومنها:

أ. **التنشئة السياسية:** التنشئة السياسية على غرار التنشئة الاجتماعية، ليست عملية "ترويض اجتماعي- سياسي" فهي لا تتكون بمجرد تلقي الأفراد لمدخلات الثقافة السياسية والقانونية، بل تتشكل نتيجة جهود حثيثة للتعليم الاجتماعي المستدام عبر مراحل الحياة المختلفة، مما يؤدي بشكل ملحوظ إلى سلوك سياسي مدني، لا يقتصر وظيفته على تخزين المعرفة والمعلومات السياسية، وتكوين المهارات لتقييم الحقائق وتوجيه الذات في المجال السياسي، بل هي ممارسة السلوكيات السياسية التشاركية، التي تمكن الفرد من اتخاذ مواقف القبول أو عدم القبول للقرارات السياسية⁽²⁷⁾.

وقد عبر عنها (لانغتون) بأنها "الطريقة التي ينقل بها المجتمع ثقافته السياسية من جيل إلى جيل، وهذه العملية تخدم المجتمع، حيث أنها تساعد على حفظ التقاليد والتعاليم والمؤسسات السياسية لذلك المجتمع" أما (رينشارد داوسن) فقد عرّفها بأنها "العمليات التي من خلالها يكتسب الفرد توجهاته السياسية الخاصة، ومعارفه، ومشاعره، وكذلك وتقييماته للبيئة والمحيط السياسي"⁽²⁸⁾.

وتتم عملية تنشئة الفرد سياسياً، عبر تضافر ومساهمة عدد من العوامل أو المؤسسات التي يمكن إجمالها في: الأسرة، المدرسة، المؤسسة الدينية⁽²⁹⁾، الأقران، وسائل الإعلام (التقليدية والاجتماعية) والأحداث السياسية، حيث لا تساهم هذه العوامل في تعليم الأطفال فحسب، بل

للوعي السياسي أهمية كبيرة بالنسبة للفرد كواطن يتطلع إلى ضمان حقوقه، وللدولة كؤسسة سياسية تهدف إلى التنمية والاستقرار على حدٍ سواء، وفي هذا السياق يمكن أن نلخص أهمية الوعي السياسي في ما يلي:

- يلعب الوعي السياسي دوراً مهماً في العملية الديمقراطية، ويمنح المواطنين القدرة على فهم البيئة والواقع السياسي واستيعاب ما يجري على الصعيدين المحلي والدولي بشكل منطقي وبعيد عن العاطفة والافق الضيقة، التي تسبب في عدم استقرار المجتمع.

- المجتمعات التي تتمتع بمستوى عالٍ من الوعي السياسي تكثرت بما يجري حولها وتدرک أهمية قضايا الوطن والدولة وتعزز الانتماء لديها. ويساعد وعيها السياسي في رصد مواطن القوة والضعف والعوامل المؤثرة فيه لانه يساهم في التكهن بتداعيات الظروف السياسية التي تحيط بالمجتمع.⁽³⁸⁾

- يجسد الوعي السياسي إلى حدٍ كبير درجة رقي الدول والشعوب، ويؤشر لمستوى وحجم مناعتها وتصديها لأي غزو ثقافي وفكري وسياسي، وذلك في اطار التواصل الحضاري مع الامم والشعوب بالشكل الذي يخدم مسيرة الدولة نحو التقدم والازدهار وليس من خلال اعتماد سياسة التعتم على الداخل والانغلاق على العالم لان التواصل مع الآخرين يعد من مرتكزات تنمية وعي الشعوب وتعزيزها⁽³⁹⁾.

- يساهم الوعي السياسي في تقدم المجتمع، فمن خلال الوعي يستطيع الافراد فهم المصلحة على حقيقتها وكذلك الاحتكام إلى العقل والمنطق واحترام الحريات والحقوق الممنوحة لهم وممارستها بما يحقق المصلحة العامة للمجتمع، وعلى خلاف ذلك نجد انه كلما انخفض مستوى الوعي السياسي والثقافي للفرد كلما استغل هذه الحريات والحقوق ضد الصالح العام. كما ان الشعوب الضعيفة الوعي والثقافة، تفهم الخلافات السياسية بين الفئات المختلفة على انها صراع وتناحر يجب ان تنتهي بهزيمة احد الطرفين وانتصار الآخر⁽⁴⁰⁾.

- يساعد هذا النوع من الوعي في القضاء على الاستبداد السياسي الذي يعد من أهم العقبات التي تقف بوجه البلدان المتخلفة ذات الحكومات الاستبدادية، وأن انطب طريقة للخلاص من الاستبداد هي معرفة المواطن لحقوقه وواجباته. لأن الوعي السياسي اصبح من ضرورات التطور والتنمية السياسية⁽⁴¹⁾.

أن تكون المشاركة السياسية طوعية وليس اجبارية وأن تمارس من قبل المواطنين العاديين وليس النخب السياسية وموظفي الدولة المدنيين وكذلك ينبغي ان يكون الهدف هو التأثير على الفاعلين السياسيين الذين بيدهم القرارات التي تتعلق بالمجتمع" وبذلك يكون تعريف المشاركة في الشأن السياسي وفق هذا المنظور بأنها "الانشطة والاعمال التي تصدر من المواطنين بهدف التأثير على القرارات التي تخص الشأن العام في الدولة والتي تتخذ عادة من قبل ممثلي الشعب ومسؤولي الدولة العاميين"⁽³⁴⁾.

ويرى آخرون ان المشاركة السياسية هي "عبارة عن حرص الفرد أن يكون له دور ايجابي في العملية السياسية من خلال المزاولة الإدارية لحق التصويت أو الترشح للهيئات والمنظمات المنتخبة أو مناقشة القضايا السياسية مع الآخرين أو الانضمام الى المنظمات الوسيطة"⁽³⁵⁾.

د. **الانتماء:** يعرف الانتماء على أنه تجربة المشاركة الشخصية (في نظام أو بيئة) إلى الحد الذي يشعر فيه الفرد بأنه جزء لا يتجزأ من هذا النظام أو البيئة. ويعرف أيضاً على أنه الحاجة إلى أن يكون هناك إدراك للفرد للانخراط مع الآخرين على مستويات مختلفة بما يساهم في إحساس المرء بالتراط في كونه جزءاً من الآخرين، يحظى بالقبول والاهتمام والتقدير المتبادل معهم⁽³⁶⁾.
والانتماء بصور عامة هو الارتباط الوثيق للفرد بالشيء موضوع الانتماء سواء كان هذا الارتباط بجاعة مباشرة أو مرجعية معينة بهدف تقبل الآخرين وتقبلهم له.

اما الانتماء الوطني "فهو السلوك المعبر عن امتثال الفرد للقيم الوطنية السائدة في مجتمعه، كالاعتزاز بالرموز الوطنية، والالتزام بالقوانين والانظمة السائدة والمحافظة على ثروات الوطن وممتلكاته، وتشجيع المنتجات الوطنية والتمسك بالعادات والتقاليد والمشاركة في الاعمال الطوعية والمناسبات الوطنية والاستعداد للتضحية دفاعاً عن الوطن"

وتوصف الانتماء على انها قناعة وطنية سياسية اساسية. والمواطن المنتمي هو مواطن أكثر اخلاصاً في القيام بأعماله وفي أداء واجباته ومسؤولياته، وهو أكثر صدقاً في اقواله وآرائه وأكثر تمسكاً بالارض، وهو متحرر من الانانية والمحسوبية والتعصب بجميع اشكاله⁽³⁷⁾.

2.3 المطلب الثاني: أهمية الوعي السياسي

3.3 المطلب الثالث: مصادر تشكيل الوعي السياسي

السياسية وتكوين الاحساس السياسي للمواطنين، وتقوم بتزويد اعضائها بالمعارف السياسية واعداد الكوادر، وتسعى الاحزاب الى التأثير على الافراد من غير اعضائها بهدف الارتقاء ببرامجها وانضمام افراد جدد لها، لأنها بحاجة إلى جاهري تويدها⁽⁴⁵⁾. أما جماعات الضغط فهي "مجموعة من الاشخاص تربطهم روابط وعلاقات خاصة ذات صفة دائمة، بحيث تفرض على اعضائها نمطا معيناً من السلوك الجماعي" وتقوم بوظيفة التأثير على الحكومات وبالتالي الى فرض نوع من السلوك والوعي السياسي على الافراد وبطبيعة الحال يختلف دور وتأثير جماعات الضغط على تكوين الوعي السياسي باختلاف المجتمعات وان دور هذه الجماعات من حيث تأثيرها على الوعي السياسي يرتبط بالدور الي يلعبه من خلال تأثيرها على العمليات الانتخابية وصنع القرار السياسي⁽⁴⁶⁾.

د. وسائل الاعلام: تلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في مستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع، ويتضح تأثيرها في رصد قضايا الافراد ومشاكلهم⁽⁴⁷⁾. اما وسائل الاعلام الاجتماعي الـ (Social Media) فهي ليست مصدراً لزيادة وتوسيع القدرات المعرفية لحسب بل بسبب امكانية التفاعل مع المحتويات المنشورة فيه يمكن ان يكون فضاءً مفتوحاً للنقاش وطرح الرؤى المتباينة التي تساهم بالنهاية في احداث التأثير على وعي المتفاعلين. وفي مجال السياسة اثبتت هذه الوسائل في العقود الاخيرة فاعليتها في توليد افكار وراء خاصة بشأن التفاعل والمشاركة السياسية والمحلات الانتخابية وخصوصاً بعد امكانية اجراء استطلاعات الرأي عبر هذه النوافذ الالكترونية⁽⁴⁸⁾.

هـ. المعتقدات الدينية: على الرغم من ان حضور الخطاب الديني في الشأن السياسي يشكل ارهاصاً لأهمزة الحكم والدولة وفق الباحثين الاوائل في مجال السياسة والفلسفة، إلا ان هذا الحضور لايزال قائماً ويمارس دوراً حيويًا في عملية التنشئة والوعي السياسيين وخاصة في دول العالم الثالث⁽⁴⁹⁾. وترتبط التوجهات الدينية بالآراء والسلوك السياسي الذي يعبر عن المكونات الإدراكية والدافعية والاتجاهية التي تأخذ في الاعتبار سلوك الفرد السياسي واحتياجاته وتوقعاته وفق معتقداته وقيمه وأهدافه⁽⁵⁰⁾. فمثلاً تبينت إحدى الدراسات ان السكان اليهود هم أكثر تحزراً أو ليبراليةً في أمريكا من المذاهب المسيحية الاخرى التي تتبنى فكراً سياسياً أكثر تحفظاً، فيما تنتهج

تلعب مجموعة من المؤسسات أو المصادر دورها في تشكيل وتعزيز الوعي السياسي لدى الافراد، ومن بينها:

أ. الأسرة: البيئة الاجتماعية الأولى والرئيسية للإنسان هي الاسرة، وبالتالي فهي ليست فقط مكاناً للعيش بل هي أيضاً كيان ذات اطار أسري للاختلاط السياسي التي تبدأ فيه عملية تسييس الفرد مبكراً. ويرى باحثون أنه بعد الحاجات المادية والجسدية في الاسرة تأتي الحاجات الاجتماعية، وربما يكون هذا سبباً أساسياً لجعل الفرد يفكر ويتصرف مثل عائلته أكثر من أن يفكر ويتصرف مثل أولئك الذين هم أقل صلة به بشكل منظم في عملية تلبية احتياجاته، والفرد على اقل تقدير يمكن ان يحدد (من هو)، فهو باختصار يمكن ان يثبت هويته⁽⁴²⁾. وتعتبر الأسرة أهم آليات نقل القيم للطفل، وخصوصاً في مرحلة التطبيع التي تبدأ من قبوله لمختلف أشكال السلوك التلقائي، فالأسرة تشرع في تربية الطفل بما يتفق مع قيمها ومبادئها ومعاييرها، ويعمل الطفل على تعديل سلوكه تماشياً مع النسق القيمي الذي يعتنقه الكبار في الاسرة، فالطفل يكتشف في هذه المرحلة، نوع السلطة التي تنتهج في البيت، وتؤثر طريقة ممارستها على قيمه واتجاهاته. كما يتجلى دور الأسرة في عملية تنمية الوعي السياسي من خلال العلاقات السائدة بين أفرادها، بالإضافة إلى ما تمنحه الأسرة من حرية لأبنائها، وحدود هذه الحرية ومفهومها⁽⁴³⁾.

ب. المؤسسات التعليمية: تلعب هذه المؤسسات دوراً محورياً في بناء الوعي السياسي للمواطنين، وتشكل المدارس بكافة مراحلها عاملاً من عوامل التنشئة السياسية، التي تشترك في نشر الوعي، ففي المدارس يتم صياغة الافكار ورسم الاتجاهات لدى التلاميذ والطلبة وذلك عبر البرامج الدراسية التي يتم اعتمادها وكذلك من خلال الكادر العلمي الذي يقوم بدور مهم في اكتساب الوعي لهؤلاء التلاميذ والطلبة.

ا. أما الجامعات فهي اهم مؤسسات إنتاج الكوادر وتوليد الافكار وتطويرها وتلعب دوراً بارزاً في صناعة القرار السياسي للمجتمع، كما تلعب دوراً إيجابياً في الربط بين المعرفة والانتاج من خلال وضع الخطط والبرامج التنموية ومراكز الابحاث التي تحرص على نشر الوعي وتعزيزه بين الدارسين⁽⁴⁴⁾.

ج. الاحزاب وجماعات الضغط: تعمل الاحزاب السياسية وبشكل ملحوظ وفعال على بلورة الوعي لدى الافراد، حيث تعمل على تبسيط العملية

(بارك اوباما) في انتخابات 2008 والتي ركزت على شعار "التغيير" كعلامة تجارية تميزه عن منافسه⁽⁵⁶⁾.

وتؤثر وسائل الاعلام في عملية التنشئة والتوجهات السياسية، عبر ثلاثة انماط من التأثير، ومنها تأثير معرفي يمثل رفع مستوى الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة والمحيط السياسي نتيجة التعرض للاعلام كمصدر للحصول على المعلومات المتعلقة بالسياسة. وتأثير عاطفي يمارسه الاعلام في تشكيل مواقف الافراد واتجاهاتهم وتأثير سلوكي يتجسد في معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام، والمساهمة الحقيقية في نشاطات البئية السياسية⁽⁵⁷⁾.

4. المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية

1.4 المطلب الأول: الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة

تلبية لمتطلبات البحث قام الباحث بتوزيع إستارة الاستبيان على الأفراد المبحوثين، عن طريق اعتماد استارة جوجل الالكترونية وتوزيعها على الافراد ذوي العلاقة بالموضوع. واستلم الباحث (258) استارة تم الإجابة عليها، وتمثلت عينة الدراسة بـ "طلبة الجامعات الحكومية في مدينة دهوك" والجدول (1) يقدم وصف تفصيلي لعينة البحث:

الجدول رقم (1)
وصف أفراد عينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	توزيع الأفراد المبحوثين حسب
58.9	152	ذكر
41.1	106	انثى
44.6	115	من 18 إلى 21 سنة
39.9	103	من 22 إلى 25 سنة
15.5	40	من 26 سنة فأكثر
54.3	140	إنساني
45.7	118	علمي
33.3	86	المرحلة الأولى
22.9	59	المرحلة الثانية
21.3	55	المرحلة الثالثة
19.4	50	المرحلة الرابعة
3.1	8	المرحلة الخامسة

تشير نتائج الجدول رقم (1) إلى الآتي:

- الجنس: يظهر في الجدول اعلاه بأن الأفراد المبحوثين من فئة الذكور بلغت نسبتهم (58.9%)، أما فئة الإناث فبلغت نسبتهم (41.1%) من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهذا يعكس إلى حد ما واقع التركيبة النوعية لطلبة الجامعات في مدينة دهوك.
- العمر: يتبين بأن أكثر فئة عمرية ظهوراً هي الفئة (18-21 سنة) حيث بلغت نسبة هذه الفئة (44.6%) من الأفراد المبحوثين، يليها الفئة (22-

الإسلام أيضاً سياسة تميل إلى ان تلعب المرأة دوراً تقليدياً في المجتمع وعدم المشاركة في السياسة والشأن العام⁽⁵¹⁾.

4.3 المطلب الرابع: علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالسياسة

على الرغم من ان العلاقة بين الاعلام والسياسة تعود إلى زمن بعيد، إلا ان الهيكل التقليدي للاتصال الجماهيري قد تغير كثيراً في السياق السياسي وذلك بسبب التطور السريع لتقنيات الانترنت ووسائل الاتصال المرتبطة به، حيث يمكن لمستخدمي "وسائل التواصل الافتراضي" من إنشاء محتوى اعلامي خاص بهم، ونتيجة لذلك، لم يعد الصحفيون المحترفون يتصرفون "كحارس بوابة" يقومون بقياس وانتقاء المعلومات لنشرها في الصحف أو التلفزيون. كما وفرت هذه الوسائل للمواطنين والسياسيين على حد سواء، المشاركة في المناقشات السياسية علناً⁽⁵²⁾.

وتزايدت أهمية مجتمعات الإنترنت القائمة على "التفاعل الافتراضي" في الاتصال السياسي بشكل مطرد في السنوات الأخيرة. حيث يقضي الناخبون الشباب وقتاً طويلاً على (الفيسبوك) مقارنة بمشاهدة التلفزيون أو قراءة الصحف وبما أن أدوات الشبكة العالمية هي أدوات حديثة للمشاركة والتفاعل، فقد استفادت الحكومات الديمقراطية من هذا التطور أيضاً⁽⁵³⁾.

وجعلت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم فكرة "القرية العالمية" التي طرحها منظر الاتصالات مارشال ماكلوهان في ستينيات القرن الماضي، حقيقة. ويذكر الكاتب والصحفي الأمريكي توماس فريدمان، في كتابه (العالم المسطح) عام 2005 إن أجهزة الكمبيوتر الشخصية وسرعة الكابل الضوئي في نقل البيانات قد ميزت الثورة الحديثة وكادت ان تزيل قيود الزمان والمكان⁽⁵⁴⁾.

يحرص السياسيون على المشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك لقناعتهن باهمية الاعلام السياسي في توجيه الجماهير نحو سلوك معين باتجاه تيار سياسي معين وكسب التأييد عن طريق المنابر الالكترونية، ولاسيما بعد تعظيم دور رأي الشارع الذي لا يمكن لصناع القرار التغاضي عنه⁽⁵⁵⁾.

كما توصلت الكثير من الدراسات الحديثة الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على تيسير جميع أنواع المشاركة السياسية، فهي وسيلة هامة للتواصل بين المرشحين والناخبين، ولها تأثير إيجابي على كفاءة التعلم والمعرفة السياسية، ويتيح الفرصة للأفراد لجمع البيانات التي تدعم نشاطهم السياسي. فمثلاً الاستخدام الفعال لمواقع مثل الفيسبوك ويوتيوب نتج عنه دعم هائل للحملة الانتخابية التي فاز بها

(3.8%) والمواقع والتطبيقات الأخرى مثل (Reddit, WhatsApp, Viver,) وتبين قبل تحول الردود إلى النسب المؤية أن غالبية الطلبة مسجلون في أكثر من تطبيق للتواصل على الانترنت.

الجدول رقم (2)

اسم الموقع	النسب المئوية
انستغرام (Instagram)	36.1 %
الفيسبوك (Facebook)	27.9 %
يوتيوب (Youtube)	20.2 %
تويتر (Twitter)	8.4 %
سناپ شات (Snapchat)	3.8 %
Reddit, WhatsApp, Viver, Tumblr, Tiktok, Googleplus, Goodreads	3.6 %
المجموع	100 %

2.2.4 ماهي دوافع تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

تشير بيانات الجدول رقم (3) الى أن نسبة (37.1 %) من أفراد العينة يعززون سبب استخدامهم لهذه المواقع لاكتساب المعلومات والمعارف، فيما وصلت نسبة الذين يتابعون الاخبار والأحداث الجارية عبر هذه المواقع (27.4 %) وتأتي في المرتبة الثانية من بين اسباب التعرض للمواقع الافتراضية، كما بلغت نسبة استخدامهم لهذه الوسيلة للتسلية وقضاء وقت الفراغ (16.1 %) اما نسبة استخدام هذه المواقع لغايات التواصل والتعارف مع الآخرين فقد بلغت (12.1 %) وأخيراً يشكل الذين يلجأون إلى استخدام هذه المواقع بهدف حب الاستطلاع اقل نسبة وهي (9.3 %) من عينة الدراسة. وتبين من خلال الردود أن افراد العينة الباحثين يستخدمون "شبكات التواصل الاجتماعي" لأكثر من غاية وسبب، ولكنها متفون بنسبة عالية في أن سبب استخدامهم لهذه المواقع هو لاكتساب المعلومات ومتابعة الاحداث الجارية.

الجدول رقم (3)

اسباب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	النسب المئوية
اكتساب المعلومات والمعارف	37.1 %
متابعة الاخبار والاحداث الجارية	27.4 %
التسلية وقضاء وقت الفراغ	16.1 %
التواصل والتعارف مع الآخرين	12.1 %
حب الاستطلاع	9.3 %
المجموع	100 %

(25) والتي بلغت (39.9 %). والفئة الأقل ظهوراً هي الفئة (من 26 سنة فأكثر) والتي بلغت نسبتها (15.5 %). وهذا يعني ان الفئة الشبابية الاصغر عمراً هي أكثر اهتماماً ولولعاً باستخدام الانترنت.

● التخصص العلمي: يتبين بأن أفراد عينة الدراسة ممن ينتمي تخصصهم في مجال العلوم الانسانية يبلغ نسبتهم (54.3 %) فيما بلغت نسبة الاختصاصات العلمية (45.7 %). وهذا قد يعزو إلى ان طلبة العلوم الانسانية أكثر ميلاً لاستخدام شبكات تواصل الاجتماعي بسبب البعد التفاعلي والاجتماعي للمحتوى والموضوعات التي يتم تداولها عبر هذه المنصات، أو قد يتطلب الدراسة في الاختصاصات العلمية الصرفة والطبية وعلوم الاحياء والهندسة وقتاً أكثر للبقاء في الجامعة بسبب الدروس التطبيقية والعملية، مما يعني عدم توفر المزيد من وقت الفراغ لديهم ليقتضوها على الانترنت.

● المراحل الدراسية: يتبين من النسب الواردة في الجدول أن طلبة المرحلة الأولى شكلوا نسبة (33.3 %) من حجم العينة، يليهم طلبة المرحلة الثانية (22.9 %) ثم طلبة المرحلة الثالثة (21.3 %) ثم طلبة المرحلة الرابعة (19.4 %)، وأخيراً طلبة الخامسة بنسبة (3.1 %) وهي مرحلة دراسية موجودة فقط في كليات الطب والهندسة والقانون ضمن مجتمع الدراسة. وربما يعزى ذلك إلى إن الطلبة في المراحل الدراسية المتقدمة يشعرون بالمسؤولية أكثر إزاء دراستهم الجامعية، كما ان تلك المراحل تتطلب المزيد من الجهد والوقت بسب ما تتضمنه من مواد ومناهج علمية مكثفة يصعب تجاوزها دون مزيد من الدراسة والمذاكرة.

2.4 المطلب الثاني: عرض نتائج تساؤلات الدراسة ومناقشتها

جاءت نتائج تساؤلات الدراسة التي طرحها الباحث على النحو التالي:

السؤال الأول: ماهي عادات وطبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات؟ ويتفرع من هذا السؤال، الاسئلة التالية:

1.2.4 ماهي المواقع والتطبيقات المستخدمة من قبل الباحثين؟

يتبين من بيانات الدراسة وكما موضح في الجدول رقم (2) أن موقع (انستغرام) جاء في مقدمة التطبيقات، التي يتعرض لها أفراد العينة وذلك بنسبة (36.1%) من حجم العينة، يليه موقع (فيسبوك) بنسبة (27.9%)، وفي المرتبة الثالثة موقع (يوتيوب) بنسبة (20.2%)، ثم موقع تويتر (8.4%) ثم مواقع (سناپ شات)

3.2.4 تاريخ استخدام المبحوثين لمواقع التواصل؟

تظهر بيانات الجدول رقم (4) المستخلصة من الدراسة أن (45.0) من أفراد العينة يمتلكون حسابات في هذه المواقع منذ (أكثر من 6 سنوات) وهذا يعني أن هؤلاء الطلبة لديهم اشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي قبل دخولهم الجامعة، يليها الفئات المشتركة في مواقع التواصل الاجتماعي على النحو التالي، منذ (5 سنوات) (20.2%)، منذ (4 سنوات) (12.4%)، منذ (3 سنوات) (9.3%)، منذ سنتين (7.4%) وأخيراً الفئة المشتركة حديثاً أي منذ أقل من سنة والتي بلغت نسبة (5.8%) وهي نسبة منخفضة جداً بالمقارنة مع الفئة التي تستخدم هذه المواقع لأكثر من 6 سنوات والتي تدل على أن الطلبة في هذه الفئة وهي الغالبة يستخدمون المواقع الإلكترونية للتواصل قبل الالتحاق بالجامعات.

الجدول رقم (4)

النسب المئوية	استخدم مواقع التواصل الاجتماعي منذ
45.0 %	أكثر من ست سنوات
20.2 %	خمس سنوات
12.4 %	اربع سنوات
9.3 %	ثلاث سنوات
7.4 %	سنتين
5.8 %	أقل من سنة
100 %	المجموع

4.2.4 ما هو معدل استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي في الاسبوع

وعدد الساعات التي يقضونها على هذه المواقع في اليوم؟

أظهرت النتائج وكما مبين في الجدول رقم (5) أن نسبة (82.9%) عينة الدراسة يستخدمون المواقع المذكورة (يوميًا) فيما يستخدم ما نسبته (10.5%) من هذه العينة (لأكثر من يومين في الاسبوع)، بينما بلغ نسبة الذين يستخدمون هذه المواقع بمعدل (يومين في الاسبوع) (6.6%).

وتشير البيانات أيضاً إلى أن أعلى نسبة وهي (46.5%) من العينة يقضون وقتهم على المواقع التواصل لفترة زمنية (من ساعة إلى ثلاث ساعات) في اليوم فيما يليها نسبة (24.8%) لأفراد العينة الذين يتعرضون لهذه المواقع لفترة زمنية (من ثلاث إلى ست ساعات) بينما بلغت نسبة الذين يستخدمونها ل (أقل من ساعة) (14.3%) وهي نفس النسبة التي حصدها الفئة التي تستخدم هذه المواقع (لأكثر من ست ساعات) (14.3%).

الجدول رقم (5)

النسب المئوية	معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
82.9 %	يوميًا
6.6 %	يومين
10.5 %	أكثر من يومين
100 %	المجموع
14.3 %	أقل من ساعة
46.5 %	من ساعة إلى ثلاث ساعات
24.8 %	من ثلاث إلى ست ساعات
14.3 %	أكثر من ست ساعات
100 %	المجموع

السؤال الثاني: ما هو مستوى الوعي السياسي لدى الطلبة المبحوثين؟ ويتفرع

عن هذا السؤال، سؤالين فرعيين وهما:

- ما هو مستوى المعرفة السياسية التي يمتلكها الطلبة المبحوثين؟
- ما هي درجة الانتماء والرغبة في المشاركة في السياسية لدى أفراد العينة؟ وللإجابة عن السؤال الرئيسي والأسئلة المتفرعة عنه تم استخراج "التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية" لمستوى الوعي السياسي، وكما مبين في الجداول أدناه:

الجدول رقم (6)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور المعرفة السياسية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا اتفق بشدة		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق بشدة		المتغيرات
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
1.158	3.52	7.8	20	11.6	30	20.5	53	40.7	105	19.4	50	1X
1.174	3.54	6.2	16	15.9	41	17.4	45	38.8	100	21.7	56	2X
1.113	3.49	6.2	16	13.6	35	22.5	58	40.7	105	17.1	44	3X
1.120	3.62	5.0	13	12.4	32	20.9	54	38.4	99	23.3	60	4X
1.138	3.80	4.3	11	10.9	28	18.2	47	33.7	87	32.9	85	5X
1.178	3.73	4.7	12	12.8	33	19.8	51	30.2	78	32.6	84	6X
1.152	3.86	4.7	12	10.1	26	15.9	41	33.3	86	36.0	93	7X
1.135	3.78	4.7	12	11.6	30	15.1	39	38.8	100	29.8	77	8X
1.142	3.86	4.7	12	9.3	24	17.1	44	33.3	86	35.7	92	9X
1.131	3.93	5.4	14	7	18	14	36	36.4	94	37.2	96	10X
1.14	3.71	5.37		9.93		18.14		36.43		28.57		المعدل
		15.3						65				المؤشر الكلي

المصدر: بالاعتماد على تطبيق الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (6) والذي يمثل "التوزيع التكراري والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري" للمتغيرات (X1-X10) التي تمثل العبارات الخاصة بـ (الوعي السياسي) محور (المعرفة السياسية)، إلى أن (65%) من الأفراد المبحوثين متفقون مع هذا المتغير، وبلغ معدل المحايدين (18.14%)، فيما بلغ معدل غير المتفقين (15.3%)، ووسط حسابي (3.71)، وانحراف معياري قدره (1.14)، مما يعني إتفاق أفراد العينة مع هذا المتغير، إذ زاد الوسط

لعمل في مجال السياسة) بوسط حسابي قدره (3.29) وياخرف معياري (1.23). ومن تفحص قيم الانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين يتبين إنها هناك تجانس في إجاباتهم. ونستنتج من ذلك بان درجة الانتماء والرغبة في المشاركة السياسية لدى الباحثين مرتفعة ايضاً مما يعني بان الوعي السياسي لدى افراد العينة ذات مستوى جيد وذلك على اعتبار ان امتلاك المعرفة السياسية والشعور بالانتماء والرغبة في المشاركة السياسية مؤشرات على الوعي السياسي.

السؤال الثالث: ما هو دور "مواقع التواصل الافتراضي في تشكيل الوعي السياسي" لدى الطلبة؟

تم استخراج "التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية" حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، وكما موضح في الجدول رقم (8) والذي تشير نتائجه التوزيع التكراري والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغيرات (Y1-Y15) التي تمثل العبارات الخاصة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الوعي السياسي"، إلى إن (63.44 %) من أفراد عينة البحث متفقون مع هذا المتغير، وبلغ معدل المحايدین (21.98 %) ، فيما بلغ معدل غير المتفقين (14.44 %)، وبوسط حسابي (3.66) ، وانحراف معياري قدره (1.04) مما يعني اتفاق أفراد العينة مع هذا المتغير، إذ زاد الوسط الحسابي العام عن الوسط الفرضي (3) على مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في البحث، وقد أسهم في إيجابية هذا المتغير الفقرة (Y2)، والتي تشير الى (اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كفضل واسرع الوسائل للحصول على المعلومات ونشرها)، وبوسط حسابي قدره (4.26) وانحراف معياري قدره (0.936)، أما أقل قيمة للمتوسط الحسابي فقد حققتها الفقرة (Y4) والتي تشير الى (ثقة الطلبة الباحثين بالأخبار التي تنشر على المواقع الالكترونية، أكثر من التي تبث وتعرض على وسائل الإعلام الأخرى) بوسط حسابي قدره (3.09) وياخرف معياري (1.252). ومن تفحص قيم الانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين يتبين بأن هناك تجانس في إجاباتهم.

الحسابي العام عن الوسط الفرضي (3) على مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في البحث، وقد أسهم في إيجابية هذا المتغير الفقرة (X10) بوسط حسابي قدره (3.93) وياخرف معياري (1.13)، والذي يشير إلى (ادرك الطلبة الباحثين للواجبات والالتزامات المترتبة على كواطن ازاء الدولة)، أما أقل قيمة للمتوسط الحسابي حققتها الفقرة (X3) التي تشير إلى (امتلاك الطلبة للمعلومات عن الاحداث السياسية الإقليمية والدولية) بوسط حسابي قدره (3.49) وياخرف معياري (1.11). ومن تفحص قيم الانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين يتبين إنها هناك تجانس في إجاباتهم. كما يفهم من نتائج الجدول بأن الباحثين يمتلكون مستوى مرتفع من المعلومات والمعرفة بالامور السياسية.

الجدول رقم (7)

التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات محور المعرفة السياسية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	لا تتفق بشدة		لا تتفق		متفق		تتفق بشدة		المتغيرات		
		1	2	3	4	5						
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%			
1.312	3.70	8.1	21	13.2	34	17.1	44	24	62	37.6	97	11X
1.145	4.06	5	13	6.6	17	12.4	32	29.1	75	46.9	121	12X
1.120	3.76	4.3	11	11.2	29	17.8	46	37.2	96	29.5	76	13X
1.256	3.76	6.2	16	12.8	33	18.2	47	24.8	64	38.0	98	14X
1.285	3.47	10.5	27	14.0	36	18.6	48	32.6	84	24.4	63	15X
1.197	3.77	7	18	7.8	20	20.5	53	31	80	33.7	87	16X
1.213	3.55	5.8	15	16.3	42	22.5	58	28.3	73	27.1	70	17X
1.379	3.29	15.1	39	15.1	39	19.8	51	26.0	67	24.0	62	18X
1.238	3.67	7.75		12.125		18.36		29.12		32.65		المعدل
		19.87				61.77				المؤشر الكلي		

المصدر: بالاعتماد على تطبيق الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

تظهر نتائج الجدول رقم (7) الذي يمثل "التوزيع التكراري والنسبة المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري" للمتغيرات (X1-X8) التي تمثل العبارات الخاصة بـ (الوعي السياسي) محور (الانتماء والمشاركة السياسية)، إلى إن (61.77%) من أفراد عينة البحث متفقون مع هذا المتغير، وبلغ معدل المحايدین (18.36%) ، فيما بلغ معدل غير المتفقين (19.87%) ، وبوسط حسابي (3.67) ، وانحراف معياري قدره (1.23)، مما يعني اتفاق أفراد العينة مع هذا المتغير، إذ زاد الوسط الحسابي العام عن الوسط الفرضي (3) على مقياس ليكرت الخماسي المعتمد في البحث، وقد أسهم في إيجابية هذا المتغير الفقرة (X2) بوسط حسابي قدره (4.6) وياخرف معياري (1.14)، والذي يشير إلى (رؤية الباحثين حول ضرورة أن يكون الأتباء السياسي والحزبي في خدمة الانتماء الوطني والقومي) إما أقل قيمة للمتوسط الحسابي حققتها الفقرة (X8) والتي تشير إلى (رغبة الباحثين بالترشح

الجدول رقم (8)

التوزيع التكراري والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات مواقع التواصل الاجتماعي وتكوين الوعي السياسي

المتغيرات	5 اتفق بشدة		4 اتفق		3 محايد		2 لا اتفق		1 لا اتفق بشدة		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%		
1Y	109	42.2	109	42.2	23	8.9	12	4.7	5	1.9	4.18	.918
2Y	128	49.6	88	34.1	28	10.9	8	3.1	6	2.3	4.26	.936
3Y	85	32.9	108	41.9	41	15.9	13	5	11	4.3	3.94	1.037
4Y	41	15.9	60	23.3	69	26.7	57	22.1	31	12	3.09	1.252
5Y	52	20.2	120	46.5	56	21.7	23	8.9	7	2.7	3.72	.973
6Y	53	20.5	97	37.6	61	23.6	30	11.6	17	6.6	3.54	1.137
7Y	48	18.6	117	45.3	59	22.9	20	7.8	14	5.4	3.64	1.043
8Y	53	20.5	121	46.9	52	20.2	21	8.1	11	4.3	3.71	1.019
9Y	41	15.9	103	39.9	68	26.4	28	10.9	18	7	3.47	1.099
10Y	40	15.5	132	51.2	55	21.3	22	8.5	9	3.5	3.67	.957
11Y	54	20.9	119	46.1	53	20.5	21	8.1	11	4.3	3.71	1.023
12Y	46	17.8	109	42.2	58	22.5	14	36	9	3.5	3.57	1.046
13Y	44	17.1	112	43.4	72	27.9	20	7.8	10	3.9	3.62	.984
14Y	40	15.5	92	35.7	76	29.5	28	10.9	22	8.5	3.39	1.132
15Y	46	17.8	89	34.5	76	29.5	29	11.2	18	7	3.45	1.119
المعدل		22.72		42.72		21.98		9.51		5.14	3.38	0.982
المؤشر الكلي		63.44						14.44				

المصدر: بالاعتماد على تطبيق الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)

5. الخاتمة والاستنتاجات

بعد اتمام اجزاء الدراسة النظرية، وعرض البيانات الميدانية الخاصة بها، بهدف رصد العلاقة بين التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل طلبة الجامعات وتشكيل الوعي لديهم، توصل الباحث إلى مجموعة من التعميمات والاستنتاجات التي من شأنها تفسير علاقة الاعلام الجديد بالوعي السياسي، وعلى النحو التالي:

- إن الوعي السياسي له أثر كبيرة في تنمية التجارب السياسية وتطويرها من خلال تفعيل دور الشباب في السياسة والحياة العامة وترسيخ الالتزام لديهم، إلا ان الوعي السياسي لا يتشكل بسهولة وفي وقت قصير بل هي عملية طويلة ومعقدة يساهم فيها المؤسسات التعليمية، والاسرة، والتنظمات السياسية والمدنية، والاحداث السياسية والخلفيات الفكرية والدينية ووسائل الاعلام.

- تلعب مواقع "الاعلام الاجتماعي" دوراً مزدوجاً وذو اتجاهين في التفاعل السياسي بين صناع القرار والجمهور من اجل احداث التغيير والتأثير، فهذه المواقع تستخدم كأداة من قبل الساسة واصحاب القرار من اجل التأثير على توجهات الجمهور وتحشيدها لصالحه وتقرير سلطته، كما يلجأ اليها المواطنون كمصدر للمعلومات ووسيلة يراقبون بها أداء الحكومة، ويستخدمونه أيضاً في التثقيف السياسي.

6. قائمة المصادر والمراجع

1.6 المراجع العربية

1. إبراهيم ساعلي وسارة قطاف، "تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة"، رسالة ماجستير منشورة (بالنسخة الرقمية) كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، 2018.
2. احمد قاسمي، وسليم جداي، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الامن المجتمعي للدول الخليجية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ط1، برلين، 2019.
3. أكرم عبد المجيد الصرايرة، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، السلوك السياسي وأثره في مستوى الصراع التنظيمي دراسة تحليلية لمجلس الأمة الأردني الرابع عشر، المجلد 35، العدد1، 2008.

21. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلبة الجامعات: توتر نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الامنية والتدريب، المجلد 31، العدد (61)، 2014، الرياض.
 22. قحطان حسين اللاوندي، دور الوعي السياسي في بناء التوازنات الاجتماعية، ورقة بحثية منشورة، على موقع مركز المستقبل للدراسات الاستراتيجية بتاريخ 2020/2/8، متاح بتاريخ 2020/5/6 على الرابط التالي: <http://mcsr.net/news543>
 23. محمد عادل عثمان، تأصيل مفهوم المشاركة السياسية، المركز الديمقراطي العربي، 2016/8/21، متاح بتاريخ 2020/5/6 على الرابط التالي: <https://democraticac.de/?p=36026>
 24. مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي (2014-2017)، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد (12)، 2018.
 25. منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
 26. منير ممدوح الشامي، صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام السياسي، مؤسسة طبعة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011.
 27. موسى عبدالرحيم حلس وناصر علي محمدي، دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، العدد (2)، 2010.
 28. مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، جامعة السابع من ابريل، ط1، الزاوية، ليبيا، 2007.
 29. ناصر زين العابدين احمد وليلى عيسى ابو القاسم، مفهوم واهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد (9)، 2017.
 30. ناظم عبدالوحد الجاسور، موسوعة علم السياسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2004.
 31. وجدان فهد جاسم، الخطاب الديني والوعي السياسي في مملكة البحرين: تجاذب أم تنافر؟ سلسلة دراسات 2017، معهد البحرين للدراسات السياسية.
- ### 2.6 المراجع الانكليزية
1. Anja Neundorf and Kaat Smets, Political Socialization and the Making of Citizens, Feb 2017, retrieved 25/04/2020, from: <https://www.researchgate.net/publication/314086676>
 2. Ari Matti Auvinen (Des 2012) Social Media: The New Power of Political Influence, Suomen Toivo -Think Tank, Retrieved 7/6/2020, from :<https://rb.gy/qysmw2>
 3. Daniel B. German and others, Political socialization defined: Setting the context, 2014, Retrieved 22/5/2020, from: <https://www.peterlang.com/view/9783653998269/xhtml/copyright.xhtml>
 4. Diana Owen, The Past Decade and Future of Political Media: The Ascendance of Social Media (Aug 10, 2019) retrieved Jun 18, 2020 from: <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-past-decade-and-future-of-political-media-the-ascendance-of-social-media/>
 5. Dirk Michel, Lifelong Political Socialization, Consciousness and Political Agency in Israel Today, Policy Futures in Education, Volume 5, Number 3, 2007, p 361-362
 4. بن عيسى خيرة، متابعة البرامج السياسية في القنوات الخاصة ودورها في تنمية الوعي السياسي عند الطالب الجامعي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبدالحميد بن باديس، الجزائر، 2018.
 5. جابر سعيد عوض، النظم السياسية المقارنة: النظرية والتطبيق، مطبعة العشري، القاهرة، 2008.
 6. جمال زرن، الاعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكته، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات اعلامية، مارس 2017.
 7. حسن قطيم المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاعلام بجامعة الشرق الاوسط الاردنية، 2013، ص19-20، منشورة بتاريخ 2020/5/13 على الرابط التالي: https://meu.edu.jo/libraryTheses/58622fae2772b_1.pdf
 8. خالد الحروب، جدل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مقال منشور على موقع جريدة الشرق بتاريخ 2014/4/19 على الرابط التالي: www.shorturl.at/hzCFP
 9. سامية حسين الساعاتي، الثقافة والشخصية: حوار لايتهمي، مكتبة الاسرة، القاهرة، 2009.
 10. سوزان بلاكمور، الوعي، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة، الطبعة الأولى، القاهرة، 2016.
 11. السيد سالمة الحيسي، التخطيط للتربية السياسية لشباب الجامعات في ضوء الأبعاد السياسية والاجتماعية للمجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الاسكندرية، 1984.
 12. شرايرة طارق، دور مواقع التواصل الاجتماعي لدى المستخدم الجزائري: الفيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي، 2017.
 13. شينا كايسر، وسائل التواصل الاجتماعي: دليل عملي للهيئات المعنية بالادارة الانتخابية، المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات، ستوكهولم، 2014/ ص 11.
 14. صايل السرحان، عاهد مشاقبة وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت 2015-2016، مجلة المنارة، العدد (4ب)، 2016.
 15. صبرى بديع عبد المطلب الحسيني، الوعي السياسي في الريف المصري، المركز الديمقراطي العربي، ط1، 2017، برلين.
 16. عبد احمد يوسف حاييل، دور إذاعة (إم إف إم) في تعزيز الانتماء لدى الطلبة الجامعيين: جامعة الشرق الاوسط نموذجاً، رسالة ماجستير، مقدمة الى كلية الاعلام بجامعة الشرق الاوسط الاردنية، 2011، منشورة على الرابط التالي: https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e6b9588bfc_1.pdf
 17. عبد العزيز على حسن، العلاقة بين الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب: دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 1، 2016.
 18. عبدالسلام فهد العوامرة ويكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة العلوم التربوية، العدد 45، 2018.
 19. عبدالسلام فهد العوامرة ويكر عبد العزيز إبراهيم الدباية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة العلوم التربوية، العدد 45، 2018.
 20. علي التين هلال، ونيفين مسعد، النظم السياسية العربية: قضايا الاستقرار والتغيير، مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، بيروت، 2005.

7. هوامش

- 1 - شرارية طارق، دور موقع التواصل الاجتماعي لدى المستخدم الجزائري: الفيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي، 2017، ص 25.
- 2 - عبدالسلام فهد العوامرة و بكر عبد العزيز ابراهيم البداية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة العلوم التربوية، العدد 45، 2018، ص 269.
- 3 - صالى السرحان، عاهد مشاقبة وآخرون، دور موقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي: دراسة تطبيقية على طلبة جامعة آل البيت 2015-2016، مجلة الملاء، العدد (مب)، 2016، ص 202.
- 4 - Diana Owen, The Past Decade, and Future of Political Media: The Ascendance of Social Media (Aug 10, 2019) retrieved Jun 18, 2020 from: <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-past-decade-and-future-of-political-media-the-ascendance-of-social-media/>
- 5 - مشتاق طلب فاضل، دور موقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي (2014-2017)، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد (12)، 2018، ص 206-208.
- 6 - Hamil Oza, Features of A Successful Social Media Apps(6/1/2017) Retrieved 30/5/2020 from: <https://www.youngupstarts.com/2017/06/01/7-features-of-a-successful-social-media-app/>
- 7 - مشتاق طلب فاضل، مصدر سابق، ص 207-208.
- 8 - Sunil Saxena, What is Social Media and what are its main features, December 24, 2017, Retrieved 30.5.2020 from: <https://www.easymedia.in/social-media-main-features>
- 9 - جمال زرن، الاعلام التقليدي والحديث في سياق تمدد الاعلام الاجتماعي وشبكته، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات اعلامية، مارس 2017، ص 17-18.
- 10 - خالد الحروب، جدل الاعلام التقليدي والاعلام الجديد، موقع جريدة الشرق ، تاريخ الزيارة 2020/5/30 تاريخ النشر 2014/4/19 على الرابط التالي: www.shorturl.at/hzCFP
- 11 - Prit Kallas, Top 15 most popular social networking sites and apps in 2020, (9/3/2020) Retrieved 3/6/2020 from: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>
- 12 - E. Okonkwo, A. Eyisi, and N. Ololo, "Social Media Platforms and Their Contributions to Tourism Development and Promotion in Nigeria," Nsukka J. Humanit., vol. 23, no. July, pp. 103–117, 2015.
- 13 - E. Okonkwo, A. Eyisi, and N. Ololo, "Social Media Platforms and Their Contributions to Tourism Development and Promotion in Nigeria," IOSR Journal of Mobile Computing & Application, Volume 5, Issue 4 (Jul. - Aug. 2018).
- 14 - Prit Kallas, Top 15 most popular social networking sites and apps in 2020, (9/3/2020) Retrieved 3/6/2020 from: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>
- 15 - Sergiu Gherghina, Joakim Ekman, Olena Podolian. (2019) Democratic Innovations in Central and Eastern Europe: expanding the research agenda. Contemporary Politics, No 25.
- 16 - Stieglitz, Stefan & Brockmann, Tobias & Dang-Xuan, Linh. (2012). Usage of Social Media for Political Communication. Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2012.
- 17 - Sunil Saxena, What is Social Media and what are its main features, December 24, 2017, Retrieved 30.5.2020 from: <https://www.easymedia.in/social-media-main-features>
- 18 - Vaterlaus, Barnett, and others. Snapchat is more personal: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. Computers in Human Behavior. 2015, p 594-601.
- 19 - شينا كاسير، وسائل التواصل الاجتماعي: دليل عملي للهيئات المعنية بالادارة الانتخابية، المؤسسة الولية للديمقراطية والانتخابات، ستوكهولم، 2014/ص 11.
- 20 - صبرى بديع عبد المطلب الحسيني . الوعي السياسي في الريف المصري، المركز الديمقراطي العربي، ط1، 2017، برلين، ص 7-8.
- 21 - سوزان بلاكور، الوعي، مؤسسة هندواي للتعليم والثقافة الطبعة الأولى، القاهرة، 2016، ص 12.
- 22 - صبرى بديع عبد المطلب الحسيني . الوعي السياسي في الريف المصري، المركز الديمقراطي العربي، ط1، 2017، برلين، ص 8-10.
- 23 - السيد سالمة المحمدي، التخطيط للتربية السياسية لشباب الجامعات في ضوء الأبعاد السياسية والاجتماعية للمجتمع المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة الاسكندرية ، 1984 ، ص 34.
- 24 - صايل السرحان، عاهد مشاقبة وآخرون، مصدر سابق، ص 219-220.
- 25 - عبدالسلام فهد العوامرة و بكر عبد العزيز ابراهيم البداية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي السياسي من وجهة نظر طلبة الجامعة الأردنية، مجلة العلوم التربوية، العدد 45، 2018، ص 630-631.
- 26 - ناصر زين العابدين احمد وليلى عيسى ابو القاسم، مفهوم واهمية الوعي السياسي تجاه الدولة والمجتمع، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد (9)، 2017، ص 154-155.
- 27 - Martian Iovan. The Political Culture: Political Socialization and Acculturation, Journal of legal studies, Volume 16, Issue 29, 2015, p42-43.
6. Harnil Oza, Features of A Successful Social Media Apps(6/1/2017) Retrieved 30/5/2020 from: <https://www.youngupstarts.com/2017/06/01/7-features-of-a-successful-social-media-app>
7. J. Balakrishnan and M. D. Griffiths, "Social media addiction: What is the role of content in YouTube?," J. Behav. Addict., vol. 6, no. 3, pp. 364–377, 2017, doi: 10.1556/2006.6.2017.058
8. Levett-Jones, Tracy & Lathlean, Judith & Maguire, Jane & Mcmillan, Margaret. (2007). Belongingness: A critique of the concept and implications for nursing education. Nurse education today. 27. 210-8. 10.1016/j.nedt.2006.05.001.
9. Martian Iovan. The Political Culture: Political Socialization and Acculturation, Journal of legal studies, Volume 16, Issue 29, 2015.
10. E. Okonkwo, A. Eyisi, and N. Ololo, "Social Media Platforms and Their Contributions to Tourism Development and Promotion in Nigeria," Nsukka J. Humanit., vol. 23, no. July, pp. 103–117, 2015.
11. Okonkwo, Emeka & Eyisi, Afamefuna & Ololo, Nneoma. (2015). Social Media Platforms and Their Contributions to Tourism Development and Promotion in Nigeria. Nsukka Journal of the Humanities. 23.
12. Olowo Emmanuel Opeyemi, Role of Social Networking and Media in Political Awareness in Public, IOSR Journal of Mobile Computing & Application, Volume 5, Issue 4 (Jul. - Aug. 2018).
13. Prit Kallas, Top 15 most popular social networking sites and apps in 2020, (9/3/2020) Retrieved 3/6/2020 from: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>
14. Sergiu Gherghina, Joakim Ekman, Olena Podolian. (2019) Democratic Innovations in Central and Eastern Europe: expanding the research agenda. Contemporary Politics, No 25.
15. Stieglitz, Stefan & Brockmann, Tobias & Dang-Xuan, Linh. (2012). Usage of Social Media for Political Communication. Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2012.
16. Sunil Saxena, What is Social Media and what are its main features, December 24, 2017, Retrieved 30.5.2020 from: <https://www.easymedia.in/social-media-main-features>
17. Vaterlaus, Barnett, and others. Snapchat is more personal: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. Computers in Human Behavior. 2015.
18. Walker Rettberg, Jill. (2018). Snapchat: Phatic Communication and Ephemeral Social Media. Appified: Culture in the Age of Apps journal.

- 55 - حسن قطيم المطيري، الاستخدامات السياسية لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) من قبل الشباب الكويتي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاعلام بجامعة الشرق الاوسط الاردنية، 2013، ص 19-20، تاريخ الزيارة https://meu.edu.jo/libraryTheses/58622fae2772b_1.pdf على الرابط التالي: 2020/5/13
- 56 - عبد العزيز علي حسن، العلاقة بين الاتصال عبر الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية للشباب: دراسة تطبيقية على انتخابات رئاسة الجمهورية في مصر، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، العدد 1، 2016، ص 133-134.
- 57 - منذر صالح جاسم الزبيدي، دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي، دار حامد للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2013، ص 170-171.
- 28 - مولود زايد الطيب، علم الاجتماع السياسي، جامعة السليمان من ابريل، ط 1، ل 2007، الزاوية- ليبيا، ص 57-59.
- 29 - سامية حسين الساعدي، الثقافة والشخصية: حوار لابتيني، مكتبة الاسرة، القاهرة، 2009، ص 235.
- 30 - Anja Neundorff and Kaat Smets, Political Socialization and the Making of Citizens, Feb 2017, Retrieved 25/04/2020, from: <https://www.researchgate.net/publication/314086676>
- 31 - جابر سعيد عوض، النظم السياسية المقارنة: النظرية والتطبيق، مطبعة العشري، القاهرة، 2008، ص 66-67.
- 32 - ناظم عبدالوحد الجاسور، موسوعة علم السياسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2004، ص 144.
- 33 - علي الدين هلال، نيفين مسعد، النظم السياسية العربية: قضايا الاستقرار والتغيير، مركز دراسات الوحدة العربية، ط 3، بيروت، 2005، ص 127.
- 34 - Sergiu Gherghina, Joakim Ekman, Olena Podolian. (2019) Democratic Innovations in Central and Eastern Europe: expanding the research agenda. Contemporary Politics, No 25, p1-10.
- 35 - محمد عادل عثمان، تأصيل مفهوم المشاركة السياسية، المركز الديمقراطي العربي، 2016/8/21، متاح بتاريخ <https://democraticac.de/?p=36026> على الرابط التالي: 2020/5/6
- 36 - Levett-Jones, Tracy & Lathlean, Judith & Maguire, Jane & Mcmillan, Margaret. (2007). Belongingness: A critique of the concept and implications for nursing education. Nurse education today. 27. 210-8. 10.1016/j.nedt.2006.05.001.
- 37 - عبد احمد يوسف حرايل، دور إذاعة (م إف إم) في تعزيز الانتماء لدى الطلبة الجامعيين: جامعة الشرق الاوسط نموذجاً، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الاعلام بجامعة الشرق الاوسط الاردنية، 2011، ص 31-36، تاريخ الزيارة للموقع 2020/5/12 على الرابط التالي: https://meu.edu.jo/libraryTheses/585e6b9588bfc_1.pdf
- 38 - شرايرة طارق، مصدر سابق، ص 57-58.
- 39 - ناصر زين العابدين احمد وليل عيسى ابو القاسم، مصدر سابق، ص 162-163.
- 40 - المصدر نفسه، ص 156.
- 41 - قطان حسين اللاوندي، دور الوعي السياسي في بناء التوازنات الاجتماعية، ورقة بحثية منشورة، على موقع مركز المستقبل للدراسات الاستراتيجية بتاريخ 2020/2/8، متاح بتاريخ 2020/5/6 على الرابط التالي: <http://mcsr.net/news543>
- 42 - Dirk Michel, Lifelong Political Socialization, Consciousness and Political Agency in Israel Today, Policy Futures in Education, Volume 5, Number 3, 2007, p 361-362
- 43 - إبراهيم ساعدي وسارة قطاف، تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، رسالة ماجستير منشورة (بالنسخة الرقمية) كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، 2018.
- 44 - بن عيسى خيرة، متابعة البرامج السياسية في القنوات الخاصة ودورها في تنمية الوعي السياسي عند الطالب الجامعي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبدالمجيد بن باديس، الجزائر، 2018، ص 68-69.
- 45 - شرايرة طارق، مصدر سابق، ص 64.
- 46 - منير ممدوح الشامي، صلاح محمد عبد الحميد، الاعلام السياسي، مؤسسة طبيعة للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2011، ص 30-31.
- 47 - موسى عبدالرحيم حلس وناصر علي محدي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، العدد (2)، 2010، ص 71.
- 48 - Olowo Emmanuel Opeyemi, Role of Social Networking and Media in Political Awareness in Public, IOSR Journal of Mobile Computing & Application, Volume 5, Issue 4 (Jul. - Aug. 2018), P6. Onlie version <https://pdfs.semanticscholar.org/cc6c/02ed5e3f2c3dcd3331344184326d52dc32.pdf>
- 49 - وجدان فهد جاسم، الخطاب الديني والوعي السياسي في مملكة البحرين: تجاذب أم تنافر؟ سلسلة دراسات 2017، معهد البحرين للدراسات السياسية، ص 28.
- 50 - أكثم عبد الحميد الصراية، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، السلوك السياسي وأثره في مستوى الصراع التنظيمي دراسة تحليلية لمجلس الأمة الأردني الرابع عشر، المجلد 35، العدد 1، 2008، ص 66.
- 51 - Daniel B. German and others, Political socialization defined: Setting the context, 2014, Retrieved 22/5/2020, from: <https://www.peterlang.com/view/9783653998269/xhtml/copyright.xhtml>
- 52 - نفس المصدر السابق.
- 53 - Stieglitz, Stefan & Brockmann, Tobias & Dang-Xuan, Linh. (2012). Usage of Social Media for Political Communication. Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2012. Paper 341.
- 54 - Ari Matti Auvinen (Des 2012) Social Media: The New Power of Political Influence, Suomen Toivo -Think Tank, Retrieved 7/6/ 2020, from: <https://rb.gy/yqsmw2>