الجمهوريـــة الجزائريـــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة

وزارة التعليم العالـــــي والبحـــث العلمـــي

جـــامعـــة يحيى فـــارس – المديـــــة–

كليـــة العلـــوم الإنسانيـــة والاجتماعيـــة

قســـم: علوم الإعلام والاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر "فيس بوك" أنموذجا

"دراسة ميدانية تحليلية على عينة من طلبة جامعة يحي فارس المدية"

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

– إعداد الطالبين:

يخلف عبد الصمد محمد.

رابحي رياض.

– إشراف الدكتور:

حراث سمير.

السنـــــــة الجامعيـــــة: 2021/2020

شكر وعرفان

إن الفضل لله من قبل ومن بعد، وله المنه في السالف وفي الغد له الحمد حمدا كثيرا، وله الشكر أولا و أخيرا، فخير الجزاء لمن حمد الله وشكر ثم للناس إقتدر قال الله تعالى": نّعمة من عندنا كذلك نجزي من شكر" سورة القمر الآية 35 .

إنطلاقا من قول رسولنا الكريم عليه أفضل الصلاة والتسليم" لا يشكر الله من لا يشكر الناس" .

نتقدم بالشكر والعرفان والمحبة والإمتنان للأستاذ الدكتور المشرف " حراث سمير" الذي كان لنا الشرف أن تعلمنا على يده فكان نعمة المثال الذي يقتدى به فلم يبخل علينا بنصائحه السديدة وملاحظاته وتوجيهاتها الدقيقة مما أغنى من دارستنا هذه فإذا كان فيها من مكامن قوة فمن بصامته، أما ما إعتارها من مواطن ضعف فهو من تقصيرنا، فمهما قلنا لن نوفيه حقه.

كما نتقدم بأسمى عبارات الشكر والمحبة والتقدير إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة ومهدوا لنا طريق العلم والمعرفة وأناروا دربنا بتوجهاتهم القيمة إلى جميع أساتذتنا الأفاضل على مدى سنتين قضيناها في رحاب الجامعة.

والشكر موصول إلى كل من مد ي لنا يد العون والمساعدة وساهم من قرب أو من بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع ، ونخص بالذكر الأساتذة الموقرين الدكاترة: " **أحمد شريف بسام**"، " **كيموش مختار**"،" **بوسيالة زهير**"،"**زاوي دليلة**"،" **إلهام صفرة**"،"**فندوشي ربيعة**".

إهـــــداء

الحمد لله الذي أنار لي طريقي وكان لي خير سند وعون إلى أغلى ما أملك في هذه الدنيا، إلى من كان سبب وجودي على هذه الأرض، الغالي والدي حفظه الله، إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها، إلى التي أنحني لها بكل إجلال وتقدير، إلى التي أرجو قد أكون نلت رضاها وبرها أمي الغالية "**حورية**" أدعوا الله أن يطيل في عمرها.

إلى من ساندني وكان شمعة تحترق لتضيء طريقي، إلى من أدين له بحياتي وأكن له مشاعر التقدير والاحترام والمحبة والعرفان أبي الغالي "**رابح**" أطال الله في عمره.

إلى كل أفراد عائلتي وأخص بالذكر زوجتي قرة عيني الغالية "**منال**" وأبنائي "**حورية**" و"**نور الإسلام**" **قرتا عيني، إخواتي:** "**عزالدين**" وزوجته و أبنائه، "**مصطفى**" وزوجته وأبنائه، "**عبد الرزاق**" وزوجته وأبنائه، "**أحمد**" وزوجته وأبنائه، أخي الغالي "**لطفي**" وزوجته والكتكوت المشاكس "**رسيم**" بديار الغربة،**أخواتي:** "**فايزة**" وزوجها وأبنائها، "**حكيمة**" وزوجها وأبنائها، "**بهية**" **(لويزة)** وزوجها وأبنائها وأخص بالذكر المساكش "**حبيبو**". **إلى عائلة معيزي بفوكة ولاية تيبازة.**

إلى عائلة يخلف عبد الصمد أهدي ثمرة جهدي هذا.

إلى زميلي في العمل و رفيق الدرب "**رياض رابحي**"، "**عبد المجيد حواتية**"، "**محفوظ اسليماني**"، الطباخ "**طوبال محمد**" بمطعم الجامعة.

إلى كل الأساتذة الذين قدموا لنا يد المساعدة، إلى كل هؤلاء أهدي عملي هذا المتواضعة وأسأل الله عز وجل أن يوفقنا لما فيه الخير للبلاد والعباد إنه نعم المولى ونعم النصير.

الطالب/ يخلف عبد الصمد محمد

إهـــــداء

إلاهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة، إلى المعلم الأول صاحب العلم الحق سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام.

إلى من بك أخطو وتتسارع خطواتي إلى من علمني العطاء دون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار والدي العزيز " **عبد القادر**".

إلى من بها أكبر، وعليها أعتمد إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جارحي والدتي العزيزة "**حورية**".

إلى من أرى التفاؤل بأعينهم والسعادة في ضحكتهم إلى من عرفت كيف أجدهم و علموني ألا أضيعهم زوجتي الغالية " **حبيبة شهرزاد**" وكل عائلة "**بن فتاشة**" بخميس مليانة وأبنائي قرة عيني "**محمد**"،"**مريم**"، **أسماء**"، **أبرار**".

إلى أخي العزيز "**محفوظ**" وزوجته وأبنائه، أخواتي: "**جميلة**" وزوجها وأبنائها، "**فاطمة**" التي تنتظر أول مولود بعد **13** سنة وزوجها، "**صارة**" زوجها وأبنائها، إلى روح إبن أختي " **رسيم**" الطاهرة رحمة الله عليه.

إلى زميلي في العمل ورفيق الدراسة "**يخلف عبد الصمد محمد**"، "**عبد المجيد حواتية**"، "**محفوظ اسليماني**"، "**طوبال محمد**" الطباخ بمطعم الجامعة.

سلام على الدنيا إذا لم يكن بها صديق صدوق صادق الوعد منصفا إلى جميع أصدقائي وصديقاتي، دون استثناء إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي هذا، فمن كان من خلل فهو من نفسي وما كان من توفيق فمن الله والحمد لله أولا وأخيرا.

الطالب/ رابحي رياض

ملخص الدراسة:

لقد برز استخدام مواقع التوصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة بشكل وضح في القضايا السياسية وذلك من خلال مناقشة مختلف المواضيع ذات الشأن السياسي التي تهم الفرد داخل كيانه الاجتماعي وجاء ليشكل عالما افتراضيا يفتح المجال لمختلف الأفراد خاصة فئة الشباب للتعبير عن آرائهم وتبادل مختلف الأفكار والرؤى بكل حرية.

ولهذا جاءت هذه الدراسة لإظهار دور مواقع التواصل الغجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر من خلال طرح تساؤل رئيسي وتمثل فيما يلي:

ماهو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر ؟.

ووقع الإختيار على دراسة موقع الفايسبوك كأنموذجا من نماذج شبكات التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة الجامعة، وللإجابة عن هذا التساؤل تم استخدام المنهج الوصفي والاعتماد على ثلاثة دراسات سابقة ثم الاستفادة منها في العديد من عناصر الدراسة.

كما تم الاعتماد على أداة الإستمارة لجمع المعلومات حيث تم تقسيم الاستمارة إلى أربع محاور، المحورالأول يضم البيانات الشخصية للمبحوثين والمحور الثاني دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة ،المحور الثالث مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سياسي والمحور الرابع مدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي تضمنت الاستمارة **22** سؤالا تم توزيعها على العينة محل البحث والمتمثلة من طلبة جامعة المدية بكل المستويات .

وقد كانت عينة الدراسة مكونة من **50** مفردة من الطلبة الجامعين من مستخدمي موقع الفيسبوك وتحديدا طلبة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية بجامعة المدية وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية.

لنصل من خلال هذه الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وفيسبوك بصفة خاصة له أثر كبير على تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر حيث مكنهم من إثراء وتوجيه رأيهم وطرح آرائهم السياسية كما خلق لديهم الشعور بالمسؤولية اتجاه القضايا السياسية وساهم في زيادة قدرتهم على التحليل السياسي وإنماء الوعي لديهم خاصة حول الإنتخابات التشريعية الماضية بتاريخ: **12** جوان **2021** بالجزائر فقد كان لموقع التواصل الإجتماعي "**الفيسبوك**" دور كبير في تشكيل الرأي العام وزيادة في الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين بجامعة دكتور يحي فارس بالمدية خاصة فيما تعلق بإدارة الحملة الإنتخابية للتشريعيات على الفايسبوك والتتبع لكل الأخبار أولا بأول وهذا ما أكدته النسب المتحصل عليها.

Résumé de l'étude :

L'utilisation des sites de réseaux sociaux en général et de Facebook en particulier s'est clairement imposée dans les enjeux politiques à travers la discussion de divers sujets d'intérêt politique qui concernent l'individu au sein de son entité sociale et sont venus former un monde virtuel qui ouvre la voie à différents individus, en particulier le groupe de jeunes, pour exprimer leurs opinions et échanger diverses idées et visions en toute liberté.

C'est pourquoi cette étude est venue montrer le rôle des sites de réseaux sociaux dans la formation de l'opinion publique sur les enjeux politiques en Algérie en posant une question principale représentée comme suit :

Quel est le rôle des sites de réseaux sociaux dans la formation de l'opinion publique sur les questions politiques en Algérie ?

Le choix s'est porté sur l'étude de Facebook en tant que modèle de réseautage social et de son rôle dans la formation de l'opinion publique politique des étudiants universitaires.Pour répondre à cette question, l'approche descriptive a été utilisée, en s'appuyant sur trois études antérieures, puis en s'en servant dans plusieurs éléments de l'étude.

Le questionnaire a également été utilisé pour collecter des informations, car le formulaire était divisé en quatre axes : le premier axe comprend les données personnelles des répondants, le deuxième axe est les motifs d'utilisation des sites de réseaux sociaux par les étudiants universitaires, le troisième axe est le manifestations de la transformation des sites de réseaux sociaux de moyen de social dating à un outil à caractère

politique Quatrièmement, le degré d'exposition des étudiants universitaires aux sites de réseautage social.Le formulaire comprenait 22 questions qui ont été distribuées à l'échantillon en question, qui est représentés par des étudiants de l'Université Medea à tous les niveaux.

L'échantillon de l'étude était composé de 50 étudiants universitaires qui utilisent Facebook, en particulier des étudiants de la Faculté des sciences sociales et humaines de l'Université de Medea, et ils ont été choisis au hasard.

A travers cette étude, nous concluons que les sites de réseaux sociaux en général et Facebook en particulier ont un impact significatif sur la formation de l'opinion publique sur les questions politiques en Algérie, car il leur a permis d'enrichir et d'orienter leur opinion et de faire valoir leurs opinions politiques. a également créé un sens des responsabilités vis-à-vis des questions politiques et a contribué à accroître leur capacité d'analyse de la conscience politique et à les sensibiliser, en particulier sur les dernières élections législatives du : 12 juin 2021 en Algérie.Le site de réseautage social « Facebook » a eu un rôle majeur dans la formation de l'opinion publique et la sensibilisation politique des étudiants universitaires de l'Université Dr. Yahya Fares à Médéa, notamment en ce qui concerne la gestion de la campagne des élections législatives sur Facebook. Et le suivi de toute l'actualité de première main, et cela a été confirmé par les pourcentages obtenus.

الفهرس

العنوان	الصفحة
مقدمة	أ
الإطار المنهجي	
الفصل الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	
- إشكالية الدراسة.	**3**
- تساؤلات الدراسة.	**4**
- أهداف الدراسة.	**5**
- أسباب إختيار الموضوع.	**5**
- منهج الدراسة.	**6**
– أهمية الدراسة	**6**
- أداة الدراسة.	**7**
- مجتمع وعينة الدراسة.	**9**
- مصطلحات الدراسة.	**10**
- الدراسات السابقة.	**14**
- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.	**18**
المقاربة المعرفية للدراسة (نظرية الإستخدامات والإشباعات	**20**
الإطار النظري	
الفصل الثاني: مدخل إلى مواقع التواصل الإجتماعي .	
المبحث الاول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.	
تمهيد	**26**
المطلب الاول: نشأة وتطور مواقع التواصل الإجتماعي.	**27**
المطلب الثاني: مكونات مواقع التواصل الإجتماعي.	**29**
المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الإجتماعي.	**30**

المطلب الرابع: أهم مواقع التواصل الإجتماعي.	**32**
المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي.	**41**
خلاصة	**41**
المبحث الثاني: ماهية موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك.	**43**
تمهيد	**43**
المطلب الاول: نشأة وتطور موقع الفايسبوك.	**43**
المطلب الثاني: تعرف موقع الفايسبوك.	**44**
المطلب الثالث: خصائص موقع الفايسبوك.	**45**
المطلب الرابع: أهم مكونات تطبيقة الفايسبوك.	**41**
المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات موقع الفايسبوك.	**48**
خلاصة	
الفصل الثالث: الرأي العام ومواقع التواصل الإجتماعي	
المبحث الأول: ماهية الرأي العام.	
تمهيد	**52**
المطلب الاول: نشأة وتطور الرأي العام.	**54**
المطلب الثاني: تعريف الرأي العام.	**56**
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الرأي العام.	**58**
المطلب الرابع: الرأي العام تطبيقات وأنواع.	**61**
المطلب الخامس: الرأي العام ،تكوينه ،خصائص وأهداف	**66**
خلاصة	66
المبحث الثاني: الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي.	**67**
تمهيد	**68**
المطلب الاول: تعزيز المشاركة السياسية.	**69**
المطلب الثاني: تعبئة الرأي العام.	**70**
المطلب الثالث:التسويق السياسي	**73**

المطلب الرابع: إدارة الحملات الإنتخابية في الجزائر.	**78**
المطلب الخامس: نماذج عن الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي.	**84**
خلاصة	**84**
الإطار التطبيقي	
الفصل الرابع: الإجراءات الميدانية للدراسة	
1- التحليل الكمي والكيفي لدوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة.	**103**
2- التحليل الكمي والكيفي لمظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سياسي .	**112**
3- التحليل الكمي والكيفي لمدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي .	**124**
- نتائج الدراسة.	**148**
- توصيات وإقتراحات	**152**
- الخاتمة	**156**
- قائمة المراجع	**159**
- الملحق	**163**

مقدمة

مقدمة:

سايرت تكنولوجيا تطور المجتمعات منذ الأزل ولازمت تطور الإنسان، وكانت أساليب التطور مرتبطة أشد إرتباط بأساليب التواصل الإنساني بشتى أنواعه، وتعددت وسائل الإتصال وتطورت بتطور التكنولوجيا، وكانت النقلة النوعية التي شهدها العالم إبان القرن الماضي وتحديدا بعد ظهور شبكة الأنترنت وانتشارها في أنحاء المعمورة ميلادا لنهج جديد من التواصل ميزته السرعة في نقل المعلومة لحظة ميلادها وأتاحت سبلا جديدة بين المجتمعات، وأحدثت تقاربا مميزا في التعارف وتبادل الخبرات على جميع الأصعدة جاعلة بذلك العالم كقرية صغيرة، وقد ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الأنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام تعددت تسمياته لدى المهتمين والمختصين والإعلاميين الذين أطلقوا عليه الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، الذي يشمل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية والمجموعات البريدية وغيرها من الأشكال والأنواع المتعددة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أحدث منتجات تقنية الإتصال وأكثرها شعبية، وهي تمتلك مجموعة من الخصائص جعلتها الأكثر انتشارا على شبكة الأنترنت، حيث يمارس من خلالها المستخدمون كل الأنشطة التفاعلية بكل حرية، فلم تعد تقتصر على كونها أدوات إتصال بين الأفراد فقط ذلك حسب العديد من الباحثين والمختصين لتكون أحد أهم أدوات الإعلام التفاعلي، إذ يتواصل من خلالها الملايين الذين تجمعهم إهتمامات مشتركة تتيح لهم التعليق الحر ومشاركة الملفات اوالصور ومقاطع الفيديوهات وإرسال الرسائل، بالإضافة إلى إجراء المحادثات الفورية وغيرها من الخدمات المتعددة، هذا ما شجع العديد من المتصفحين على الإقبال المتزايد عليها.

وفي ظل الاتجاه العالمي المتسارع نحو استخدام الإنترنت كوسيلة رئيسة للاتصالات

والتدفق المعلوماتي، صار لهذه الوسيلة التي يزيد تعداد مستخدميها في الوقت الحاضر عن770 مليون مستخدم، وطبقاً للتقديرات والإحصاءات ينضم إليهم نحو 3 ملايين مستخدم جديد كل شهر على نطاق المعمورة تأثير بالغ في مجريات الأحداث الدولية والإقليمية والوطنية، وانعكست هذه التأثيرات، سلباً أو إيجاباً، على كافة المجالات اقتصادية، سياسية، واجتماعية، وثقافية.

الأمر الذي جعل الساسة وصناع القرار يضعون لهذه الوسيلة ألف حساب، خاصة وأن جل الدراسات والأبحاث المعنية بقياس تأثيراتها، أكدت على أهميتها في الاتجاه بسهولة إلى قطاع كبير من الرأي العام العالمي، ومن ثم التأثير فيه وذلك باستخدام تقنيات صارت في متناول الجميع خاصة فئة الشباب التي يمثل لها الواقع الافتراضي أولى خطوات المشاركة السياسية التي تربى على الابتعاد عنها، حيث يفتح أمامهم فرصاً عدة لأخذ تصور واضح عن القضايا السياسية تمهيدا للانخراط في العمل.

وبما أن الاتجاه العام يسير نحو استخدام متزايد لمواقع التواصل الإجتماعي في المجال السياسي، فإنه لم يعد بالإمكان إيقاف هذا التوجه، خاصة إذا ما استخدم بمصداقية، ولأغراض محددة، وتعد فئة الشباب وعلى رأسها الطلبة الجامعيون، أهم مستخدم لهذه الوسائِل، وعلى هذا الأساس فإنه لا ينبغي التساؤل عما إذا كانت لهذه الوسائِل انعكاسات على تشكيل الراي العام حول القضايا السياسية في الجزائر للطلبة الجامعيين، بل يجب البحث في انعكاسات وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطلبة الجامعيين.

هذه الفئة التي تربت سابقا على الابتعاد عن المشاركة السياسية وهي ثقافة مجتمعية سادت خلال السنوات الماضية، لسبب أو آخر لكن بفضل وسائط الإعلام الجديدة اختلف الوضع حيث جعل طلبة الجامعة من هذه الأخيرة بوابة لمتابعة الوضع السياسي العام في البلاد يحددون مواقفهم ويطورون معارفهم بناء على ما تقدمه هذه المواقع، وانطلاقا من تفاعلهم معها.

وفي الجزائر حيث مرت التجربة السياسية بمراحل مختلفة بدأت بحركة الأمير خالد،

مرورا بنضال جبهة التحرير الوطني، ومرحلة الحزب الواحد التي تلتها التعددية السياسية

وما تبعها من فوضى كادت تعصف بالبلاد، وانتهاء بحالة الاستقرار النسبي حاليا، لم تكن فئة الطلبة الجامعيين بمعزل عن الساحة السياسية، حيث عرف عنهم مشاركتهم الفعالة في جميع هذه المراحل، كل مرحلة حسب ما تقتضيه، فمن الطالب المناضل إلى الطالب المجاهد، فالمناضل مرة أخرى في مرحلة البناء والتشييد، ثم المطالبة بإقرار التعددية السياسية، تلا ذلك ابتعاد شبه كلي عن الحياة السياسة في ظل حالة عدم الاستقرار التي شهدتها البلاد، هذه المشاركة كانت عن وعي وقناعة سياسيين أملتها ظروف كل مرحلة وعززتها وسائل تكوين الوعي السياسي، ومنها الكتب والجرائد والمنشورات والمطويات والمجلات والاجتماعات والمظاهرات، وكذلك الراديو والتلفزيون وأخيرا شبكة الإنترنت، فالطلبة الجامعيون الجزائريون على غرار الطلبة الجامعيين في العالم تعد الفئة الأكثر استعمالا لهذه الأداة الاتصالية الحديثة، والأكثر تأثر بما تقدمه من مضامين مختلفة على رأسها السياسية.

ويعتبر موقع الفيسبوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي، فقد نال إقبالا كبيرا وجماهيرية واسعة من قبل المجتمع الجزائري، و قد برز استخدام هذا الموقع بشكل واضح في الحياة الاجتماعية خصوصا في القضايا التي تمس المجتمع، حيث يعتبر مصدرا جديدا للآراء والتعليقات والتحليلات وغالبا ما يكون نابع من التوجهات السائدة لدى الرأي العام والقضايا التي تشغل وتهم مستخدميه، وهذا ما رأيناه مؤخرا خلال الإنتخابات التشريعية الماضية التي أجريت في **12** جوان **2021** بالجزائر فقد توجهت الجماهير من وسائل الإعلام التقليدية إلى الإعلام التفاعلي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي كانت تنقل كل الأحداث والوقائع عبر مختلف المراحل التي مرت بها

الإنتخابات، الشيء الذي أدى إلى التوجه نحو مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما موقع الفيسبوك الذي كان بمثابة منبر حررللتفاعل وإبداء الرأي بتبادل وجهات النظر من خلال النشر والتعليق والمتابعة وبالتالي ساهم في خلق فضاء إتصالي جديد بالرغم من اتسامه بالافتراضية.

ويجدر بنا الذكر أنه في ظل التطور التكنولوجي الذي نعيشه لم تعد وسائل الإعلام التقليدية هي المصدر الوحيد لمعرفة الأخبار والمعلومات والحقائق حول مختلف الأحداث وخاصة السياسية منها،بل شاركتها مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها موقع الفيسبوك، إذ أصبح الفرد يستطيع أن يستقي مختلف الأفكار والمعلومات السياستية ويصنع المحتوى الإعلامي ويناقش القضايا ويعبر عن أفكاره وآرائه ويطالب بكل حرية وديمقراطية.

لذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، لدى طلبة الجامعة وقد ارتأينا تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية وهي كالآتي:

1-الإطار المنهجي: تطرقنا من خلاله إلى كل ما يخص منهجية البحث وكانت على النحو التالي:

- تحديد الإشكالية.
- تساؤلات الدراسة.
- أسباب إختيار الموضوع.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.
- منهج وأدوات الدراسة .
- مجتمع البحث وعينة الدراسة .
- الدراسات السابقة.

- تحديد المفاهيم والمصطلحات.
- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة.

2- **الإطار النظري:** تناولنا من خلاله فصلين، الفصل الأول تطرقنا إلى مدخل إلى مواقع التواصل الاجتماعي وقد احتوى على مبحثين لكل منهما خمسة مطالب، المبحث الأول تناولنا فيه ماهية مواقع التواصل الإجتماعي،نشاة وتطور،تعريف،خصائص،أهم المواقع ،إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي ،والمبحث الثاني تناولنا فيه ماهية موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك،نشأة وتطور ،تعريف،خصائص،أهم مكونات تطبيقة الفايسبوك، إيجابياته وسلبياته، الفصل الثاني تطرقنا من خلاله إلى الرأي العام ومواقع التواصل الإجتماعي وضم مبحثين لكل منهما خمسة مطالب، المبحث الأول تحدثنا فيه عن ماهية الرأي العام، نشأة وتطور، تعرف الرأي العام ،أنواع وتطبيقات، خصائص وأهداف المبحث الثاني تكلمنا فيه عن الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي،تعزيز المشاركة السياسية، تعبئة الرأي العام، التسويق السياسي، إدارة الحملات الإنتخابية في الجزائر،ونماذج عن الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي.

3- **الإطار التطبيقي،** تناولنا من خلاله ثلاث محاور أساسية:

أ- التحليل الكمي والكيفي لمحور دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة .

ب-التحليل الكمي والكيفي لمحور مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى اداة ذات طابع سياسي.

ت-التحليل الكمي والكيفي لمحور مدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي ،وأخيرا عرض النتائج العامة للدراسة وتقديم الإقتراحات والتوصيات.

الإطار المنهجي

الفصل الأول
الإجراءات المنهجية للدراسة

1- إشكالية الدراسة.

2- تساؤلات الدراسة.

3- أهداف الدراسة .

4- أسباب إختيار الموضوع.

5- منهج الدراسة.

6- اداة الدراسة.

7- مجتمع وعينة الدراسة.

8- مصطلحات الدراسة.

9- الدراسات السابقة.

10- أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة.

11- المقاربة المعرفية للدراسة (نظرية الإستخدامات والإشباعات)

1- الإشكالية:

في ظل التطورات التقنية الراهنة والإنتشار الواسع للشبكة العنكبوتية وتزايد المستخدمين المقبلين على مواقع التواصل الإجتماعي والذي تحول إستغلالهم لهذه التقنيات التكنولوجية، من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أدوات سياسية ،وساهمت مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير في إيقاظ الوعي السياسي لدى الأفراد، مما سمح لهم بتنظيم تحركاتهم ونشاطاتهم بسرعة ومهارة ومرونة فاقت الأنظمة الإعلامية التقليدية، من خلال نشر معلومات وصور أنية حصرية وإستقطاب أكبر عدد من المؤيدين والمتعاطفين في شكل جماعات سياسية منظمة.

في حين أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي قوة ضاربة ومتصاعدة بين فئات الشباب عامة وطلبة الجامعات بصفة خاصة، أين أدركوا يقينا أن وسائل الإعلام التقليدية لم تعد كافية لتلبية وإشباع رغباتهم وحاجاتهم في الحصول على الخبر والمعلومة.

فالمتتبع لمواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر يكتشف أنها تشكل متنفسا وبابا واسعا يستغله الأفراد والناشطون في المجال السياسي من خلال ممارسة كافة أشكال الدعاية السياسية القصد منه خلق وعي سياسي لدى الشباب الجزائري، على وجه الخصوص الطالب الجامعي في الوقت الذي تشير غالبية المؤشرات إلى وجود علاقة إيجابية بين إرتفاع معدلات ونسب هذا الإستخدام وإرتفاع الوعي والمشاركة السياسية.

حيث يعتبر موقع الفيسبوك من بين أهم وسائل الإتصال في عالمنا اليوم باعتباره فتح بابا للحوار والنقاش ونقل الأفكار وتبادل المعلومات والآراء، فكان لهذا التواصل نتائج مؤثرة في المجال الإنساني والاجتماعي والثقافي والسياسي إلى درجة أنه أصبح أحد أهم عوامل التغيير الاجتماعي محليا وعالميا وذلك لما يتيحه من إمكانيات التواصل والسرعة في إيصال المعلومة.

إن أول ما قد يتبادر إلى الذهن عند الحديث عن تأثيرات موقع الفيسبوك هو تأثيراته السياسية والدور الذي قام به في تحريك ثورات الربيع العربي خاصة الثورة التونسية إذ تعتبر خير دليل على قوة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات وإعطاء قيمة مضافة للحياة السياسية، فكان له دورا رياديا في هذا الحراك الإجتماعي، حيث أتاح لمختلف فئات المجتمع خاصة الشباب باعتبارهم يتميزون بالدافعية والرغبة والقدرة على التغيير فرصا للتعبير عن آرائهم وتبادل وجهات النظر وكذا المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية ،وفي هذا السياق أشار بعض الباحثين على أن هذا التفاعل والحوار والنقاش السياسي قد أفرز حالة من الوعي، كما ساهم في تشكيل إتجاهات الرأي العام اتجاه مختلف القضايا وتحديدا التوعية والتثقيف السياسي من خلال نشر المفاهيم السياسية بأساليب مبتكرة وتزويدهم بالمعلومات الكافية.

هذا وأشار العديد من الباحثين ،على أن هذا التفاعل والعلاقة تساهم في تشكيل الرأي العام وإتجاهاته تجاه مختلف القضايا السياسية،من خلال نشر مفاهيم سياسية بأساليب مبتكرة وتزويدهم بمعلومات كافية ونقل وقائع سياسية بصفة أنية وحصرية.

من خلال ماسبق ذكره جاءت هذه الدراسة الأكاديمية للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ماهو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر ؟.

2- تساؤلات الدراسة:

وللإحاطة بجوانب الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

أ- ماهي دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة؟

ب- ماهي مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سياسي؟

ت- ما مدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي؟.

3- أهداف الدراسة:

- تحديد العلاقة بين إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي وإرتفاع الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي الجزائري.
- مدى إنتشار إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي " فايسبوك" بين طلبة الجامعة.
- مدى إقبال الشباب الجزائري على تطبيق الفايسبوك.
- معرفة الدور المحوري الذي يلعبه الفايسبوك في تشكيل الرأي العام.
- مدى مساهمة تطبيقة الفايسبوك في نشر الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري.

4- أسباب إختيار الموضوع:

1.4 - أسباب موضوعية:

- الدور الذي أصبحت تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي في الحياة اليومية للشباب الجزائري.
- تزايد عدد مستخدمي هذه التطبيقة " الفايسبوك" بشكل كبير.
- الفايسبوك أصبح منبرا إعلاميا بديلا للحوار الديمقراطي الحر.
- الوضع السياسي الراهن في البلاد والتعامل معه عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي خاصة " الفايسبوك" .

2.4- أسباب ذاتية:

- الرغبة في التطرق إلى المواضيع السياسية .
- التعرف عن تأثير الفايسبوك على الشباب الجزائري سياسيا.
- بإعتبارنا من رواد مستخدمي تطبيقة "الفايسبوك" وعلاقتنا اليومية والدورية معه.
- التوسع أكبر لدراسة هذا الموقع بالتفاصيل لما له من أهمية كبيرة في حياة الأفراد.

5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في كونها تعالج موضوع مهم ألا وهو دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر لدى طلبة الجامعة " فايسبوك " أنموذجا وتتمثل فيما يلي:

- مواقع التواصل الإجتماعي وما تتيحه من فرص كبيرة للحوار الديمقراطي في مجمل وأهم القضايا السياسية.

- التسهيل على المشاركين في إنشاء صفحات على الفضاء الأزرق " فايسبوك" للحوار والذي من خلاله يطرحون فيه ما يشاؤون من أفكار وإتجاهات والتعبير عن رؤيتهم من خلال مشاركة عديد الصفحات عبر الفضاء الإفتراضي.

- مواقع التواصل الإجتماعي هي إعلام بديل يمارس فيه النقد وينشىء أفكارا وآراء وإتجاهات ذات أهمية .

- أهمية مشاركة الشباب الجزائري وطلبة الجامعة في القضايا والقرارات السياسية وفتح الأبواب لدخول المعترك السياسي، من خلال الإنتخابات التشريعية وما نجم عنه من تعديل في قانون الإنتخابات الجديد الصادر ضمن العدد **17** من الجريدة الرسمية، الأمر رقم:**21**-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الإنتخابات.

- يستمد الموضوع أهميته عن الوعي السياسي الذي أصبح من القضايا المتداولة مع الحراك السياسي الذي تشهده البلاد، حيث أصبح للوعي السياسي أهمية كبيرة في حياة أفراد المجتمع خاصة فئة الشباب، وطلبة الجامعات هذا من جهة ويساعدهم في التعرف على حقوقهم السياسية من جهة أخرى.

6- منهج وأداة الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من نوعية البحوث الوصفية التي تستهدف دراسة ظاهرة معينة ألا وهي تشكيل الرأي العام السياسي لدى طلبة الجامعة، ويعتمد البحث على المنهج الوصفي الهدف منه جمع أكبر عدد من الحقائق والمعلومات الخاصة بوعي طلبة

الجامعة السياسي وحجم مشاركتهم ومعرفتهم للحياة السياسية وإعتمادهم على وسائل التواصل الإجتماعي كمصادر لمعلوماتهم السياسية، كما تسعى البحوث الوصفية إلى ضبط العلاقة الموجودة بين الظواهر، والإجابة على التساؤلات وتحليلها وتفسيرها بالإضافة إلى إستنباط الحقائق الواقعية والمنطقية لتعميمها والتنبؤ بها.

فالمنهج العلمي هو تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية التجريبية التي توجه بالضرورة البحث العلمي أو ما تؤلفه بنية العلوم الخاصة، كما يستخدم كأداة منهجية غاية في الأهمية وهي التحليل لمجموعة المبادئ والأسس التي تنطلق منها أية دراسة علمية، على أن يتم هذا التحليل بصفات منطقية مثل الإتساق والضرورة، لذلك إعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الذي يعرف بأنه: " **طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة** ".

كما يعرف بأنه: " **وصف لظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها وإستخلاص النتائج لتعميمها** "[1]، وهو من أكثر طرق البحث العلمي إنتشارا وعالمية فهو يستخدم دراسة الظواهر في وضعها الراهن، بإعتباره جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة[2].

7- أداة الدراسة:

بماأن دراستنا ميدانية تقتضي النزول إلى الميدان لإستطلاع أراء المبحوثين للحصول على أكبر عدد من الحقائق والمعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة لا بد من إستخدام الإستمارة في جمع هذا الكم من المعطيات ،وبصفة خاصة لما توفره من

[1] عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص:86.

[2] محمد الفاتح حمدي: **منهجية البحث في علوم الإعلام والإتصال**، دروس نظرية وتطبيقية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص:45.

سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية على الظاهرة موضوع الدراسة، إذ تستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع[1].

تعد الإستمارة من أدوات الدراسة الملائمة لبحثنا، وهي الأكثر إستخداما للحصول على المعلومات والبيانات والحقائق المرتبطة بالواقع المعين فهي أكثر الأدوات إستعمالا في البحوث العلمية، كما أنها وسيلة فعالة لجمع المعلومات عن ظاهرة أو موقف أو مشكلة معينة وتشكل الإستمارة أنموذجا جاهزا يحتوي على مجموعة من الأسئلة المحددة بإتقان حيث تلعب دورا مهما في تزويد الباحث العلمي بمعلومات واضحة وواقعية وكذلك في مرحلة التحليل وإستغلال النتائج، فكلما كان إختيار هذه الأداة ملائما لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه، كانت نتائجه متسمة بالموضوعية والدقة.

هذا وتم الإعتماد على أداة الملاحظة التي تتضمن مشاركة الباحث حياة المبحوثين اليومية وفي أوجه النشاط الذي يقومون به ،وأثناء فترة إجراء الملاحظة يتجاوب الباحث ويتفاعل مع الجماعة ويخضع لجميع المؤثرات التي تمس الفئة المبحوثة من خلال إستخدامهم لتطبيقة " الفايسبوك"،بالإضافة إلى محاولة معرفة إتجاهات الطلبة بجامعة المدية حول القضايا السياسية في الجزائر[2].

بعد الإنتهاء من إعداد إستمارة البحث بشكل دقيق ومنظم وإحتوائها على جملة من الأسئلة المكتوبة، يتم تقسيمها إلى ثلاث محاور أساسية، توزع على مجتمع البحث للحصول على إجابات وآراء حول موضوع الدراسة، وتتمثل محاورها فيما يلي:

المحورالأول: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة ويضم **05** أسئلة.

المحورالثاني: مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سياسي ويضم **06** أسئلة.

---

[1] سعد سلمان المشهداني :**منهجية البحث العلمي**، ط 1 ،دارأسامة للنشروالتوزيع،عمان، 2019 ، ص:119.

[2] عبدالرحمان بروي: **مناهج البحث العلمي،ط3** ، وكالة المطبوعات، 1977 ،الكويت،ص:05.

المحورالثالث: مدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي، وتضم06 أسئلة[1].

المحور الرابع: ما مدى تعرض طلبة الجامعة مع موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك، **وتضم 12 سؤالا.**

8- مجتمع وعينة البحث:

1.8- مجتمع البحث:

تستوجب أبحاث ودراسات البحث العلمي إنتقاء مجتمع الدراسة كمجال لتطبيق وممارسة الأبحاث عليه لتحقيق نتائج الدراسة فهو من أهم الخطوات المنهجية حيث يتطلب من الباحث العلمي دقة عالية في تحديده.

يعرف مجتمع البحث في لغة العلوم الإنسانية بأنه:" مجموعة منتهية أوغير منتهية من العناصر المحددة والتي ترتكزعلى الملاحظات، ولكي يكون مجتمع البحث مقبولا وقابلا للإنجاز لابد من تعريفه وتوضيح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع".

ومجتمع بحث دراستنا هم طلبة (ليسانس – ماستر) من مستخدمي تطبيقة الفايسبوك المسجلين بجامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، وإختيارنا لهذه الفئة مرتبط بالمؤهل العلمي والمستوى الثقافي الذي يميزهم عن باقي مجتمعات البحث الأخرى، إضافة إلى أن المبحوثين من بين الشرائح الأكثر إستخداما للوسائط الإتصالية الجديدة.

[1] حسين محمد جواد الجبوري : **منهجية البحث العلمي** ،ط 1 ،دارالصفاءللنشروالتوزيع،عمان، 2013 ، ص:148.

9- عينة البحث:

يصعب الوصول إلى جميع مفردات مجتمع البحث لذا نقوم بإختيار جزء من مجتمع البحث بطريقة معينة ثم نقوم بتعميم النتائج المتوصل إليها على مجتمع الدراسة الأصلي ولقد قمنا بالتطرق إلى عدة تعاريف للعينة.

تعرف العينة بأنها:" جزء من المجتمع يتم إختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة قدرالإمكان لمجتمع الدراسة".

وتعرف أيضا: بأنها " مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل بمعنى أنها تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع لتجري عليها لدراسة أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي ثم تعميم نتائج على المجتمع كله ووحدات العينة قدتكون أشخاص كما تكون أحياء أوشوارع أومدن أوغير ذلك"[1].

09- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

1.09- مواقع التواصل الاجتماعي:

- **إصطلاحًا:** هي تلك المواقع التي تمكن الأفراد من إنشاء شبكات اتصال بأفراد آخرين وعلى الرغم من أنها شبكات إجتماعية إلا أن الأفراد يمكن أن يتصلوا ببعضهم لأسباب شخصية أو مهنية سواء كانواعلى معرفة بهم أم لا.

هي أيضا أماكن للتجمع على الخط المباشر شجع أعضاءها على بناء شبكات من أصدقائهم ومعارفهم.

[1] محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: **طرق ومناهج البحث العلمي**،الوراق للنشروالتوزيع، الأردن، 2015 ،ص:78.

-التعريف الإجرائي: هي عبارة عن مواقع إلكترونية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع إفتراضي وتكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومـــــن كافة أنحاء العالم تجمعهم إهتمامات ونشاطات مشتركة[1].

2.09- فايسبوك (FACEBOOK): [2]

- **إصطلاحا:** موقع إجتماعي على شبكة الانترنيت لتكوين علاقات مع أصدقاء جدد والتعرف عليهم عبر العالم، أو الإنضمام إلى مجموعات مختلفة عبر شبكة الويب، يمكن للمشتركين في الموقع الإشتراك في شبكة أو أكثر مثل: المدارس ،أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الإجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الإتصال بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفو أصدقاء يتيحو لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

ويعرف أيضا: " بأنه عبارة عن فضاء إفتراضي يسمح للمستخدمين فيه بالتواصل مع بعضهم البعض ومناقشة مختلف القضايا والأحداث وإعطاء آرائهم حول المواضيع المثارة فيه من خلال تعليقاتهم ".

وهو واحد من أهم وأشهر مواقع التواصل الإجتماعي حول العالم ،والأكثر إستخداما وتواصل بين جميع مستخدميه من مختلف دول العالم من خلال تبادل الرسائل النصية والمحادثات الكتابية أو حتى الصوتية.

ويستخدم الفيسبوك من طرف ملايين المستخدمين يوميا ويوفر لهم إمكانية إضافة أي معلومات أو أخبار أو مشاركة صور ومقاطع فيديو وبث مباشر علي صفحتهم الخاصة،لعرضها علي باقي المستخدمين من الأصدقاء وغير الأصدقاء لديهم، والحصول علي تعليقات بالصور والفيديوهات الخاصة بهم .

---

[1] موريس انجرس : **ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وآخرون**، منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، دار القصبة للنشر،2008، ص: 298.

[2] سعد سلمان المشهداني :**منهجية البحث العلمي**، ط 1 ،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، 2019 ،ص:119.

يعرف على أنه: "موقع ويب للتواصل الاجتماعي، يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة " **فيسبوك**" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو وجهة العملأ والمدرسة أو الإقليم وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

- **التعريف الإجرائي:** هي عبارة عن شبكة إلكترونية تتيح لمستخدميها الإتصال والتفاعل فيما بينهم وغيرها من الخدمات الأخرى[1].

3.09 – الرأي العام:

- **إصطلاحا:** عرف العالم السيكولوجي **فلويد البورت** Alport Floyed الرأي العام بأنه: " تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم في موقف معين، ويمكن استدعاؤهم للتعبير عن أنفسهم سواء أكانوا مؤيدين أم معارضين لمسألة نهائية معينة أو لشخص أو اقتراح ذي أهمية واسعة النطاق بحيث تكون نسبتهم في العدد من الكثرة والاستمرار كافية الإمكانية في إحداث التأثير على العقل بطريق مباشر تجاه الموضوع الذي هم بصدده".

- **التعريف الإجرائي** : هو عبارة عن: " قضية أو فكرة مطروحة أمام الناس وهو ما يتفق عليه مجموعة معينة من الأفراد حول موضوع معين أو قضية ما تكون محل نقاش وإهتمام الجمهور وتحمل وجهات نظر متباينة أو مختلفة .

وهو أيضا: " تعبير جماعي أي أراء مجموعة من الأفراد تجمعهم أهداف وحاجات وطموحات واحدة "[2].

فالرأي العام في المجتمع ما هو إلا خلاصة آراء مجموعة من الناس، أو الرأي الغالب أو الإعتماد السائد، أو إجماع الآراء، أو الإتفاق الجماعي لدى غالبية فئات

[1] رشيد رزواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ط 4 ،زعياش للطباعة، 2012 ، ص: 248.

[2] حسين سمير محمد:الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية،عالم الكتب،القاهرة ،1997، ص:29

الشعب تجاه أمر ما، ظاهرة أو موضوع أو قضية من القضايا الجدلية الخلافية قد تكون (سياسية، إقتصادية، ثقافية، إجتماعية ...إلخ)، ذات طابع محلي أو وطني ،إقليمي أو دولي، وأن تكون ذات أهمية لدى معظم أفراد المجتمع ويثور حولها الجدل يكون لهذا الإجماع قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.

والرأي العام يعبر عنه أيضا: " بأنه الحكم الذي تصل إليه غالبية أفراد جماعة كبيرة من الناس بشأن قضية ما ذات أهمية ومثار جدل وخلاف ،وهو يمثل خلاصة الرأي الناتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة، بين أفراد الجماعة التي تنقسم إتجاهاتها بين مؤيد أو معارض أو محايد"[1].

4.09- تشكيل الرأي العام:

هي عملية إتصال وتفاعل بين الأفراد نتيجة لتواجدهم معا في حياة جماعية عملية ويتأثر تشكيل الرأي العام بمجموعة من العوامل السياسية والنفسية والاقتصادية والدينية قبل أن يتبلور بشكله النهائي ،وتلعب وسائل الإعلام التفاعلية دورا مهما في تشكيل الرأي العام[2].

5.09 - الطلبـــــة:

- **الطالب لغة:** من طلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه.

- **إصطلاحـــــا:** هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين، مثل: المدرسة، الجامعة الكلية أو المعهد والمركز وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وإمتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعا للشهادة التي حصل عليها.

[1] محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص: 79

[2] حاتم محمد عبد القادر: **الرأي العام كيف يقاس كيف يساس**، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة،1972، ص:49.

6.09 - الطالب الجامعي:

يعد الطالب أحد مدخلات إدارة التعليم والتعلم بل أهم التدخلات العلمية التربوية فبدون الطالب لن يكون هناك فضل أو تعلم.

ويعرف أيضا " بأنه الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالإنتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني التقني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك ".

وعرفه **رياض قاسم** " بأنه شخص يسمح لو مستواه العلمي بالإنتقال من مرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعي وفقا لتخصص يخول له الحصول على الشهادة إذ أن للطالب الحق في إختيار التخصص الذي يتلائم وذوقه ويتماشى وميله".

10- الدراسات السابقة:

تكتسي الدراسات السابقة أهمية كبيرة في توجيه وترتيب أفكار الباحث ومساعدته على معرفة الخطوات الصحيحة التي يمكن أن ينتهجها في دراسته، وأهم الجوانب التي يمكن التطرق إليها، ومن خلال ما يستفيد من مضمونها ومنهجية وخطوات إنجازها وما يستخلصه الباحث من النتائج المتواصل إليها، ومن أهم الدراسات التي إعتمدنا عليها في موضوع دراستنا ما يلي:

- **الدراسة الأولى:**[1]

دراسة " بن عمر وردة" الموسومة بـــ: **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا**، حيث إنطلقت الدراسة من إشكالية رئيسة على النحو التالي: كيف أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في مصر؟، وتفرعت عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات وهي:

[1] بن عمر وردة: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط ،2011، الأردن

-هل لعبت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية دورا حقيقيا في إذكاء الحراك الاجتماعي والسياسي في مصر؟[1]

- ما هي أهم العوامل التي عززت أداء هذه الشبكات فيما يتصل بتأثيرها في مستوى الوعي السياسي لدى مشتركيها، ومن ثمة بعث حراك سياسي في الشارع المصري؟

- ما هو التأثير الذي خلقته شبكات التواصل الاجتماعية على مسار التغيير الذي مس النظام السياسي في مصر، بإعتبار أن فكرة التغيير قد ولدت في عوالم الفيسبوك والتوتير الافتراضية، لتتحول فيما بعد إلى حركات إحتجاجية شعبية في الشارع المصري، أفضت إلى إرغام الرئيس محمد حسني مبارك على الانسحاب؟

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:

- لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا هاما في الثورات العربية حيث ساهمت في نجاح ثورتي تونس ومصر، من خلال قدرتها على حشد وتعبئة المتظاهرين ثم تنظيمهم والتنسيق بينهم، وكسر حاجز الخوف لدى الشعوب العربية، حيث أوجدت تفاعلا عربيا عربيا، ناهيك عن كونها فضحت تجاوزات الأنظمة العربية وأجهزتها الأمنية.

- إعتمد النشطاء المصريون على الفيسبوك في جدولة الإحتجاجات وعلى تويتر في التنسيق بين المتظاهرين، وعلى اليوتيوب لنقل ما يحدث في العالم، كما توصلت الدراسة أيضا أنه بالرغم من الدور الكبير الذي لعبته الشبكات الإجتماعية في أنها سهلت وأسرعت من الثورة المصرية، لكنها لم تخلقها بالأساس، فقد حفزت هذه الشبكات على الحراك السياسي، وهذا بعدما توفرت الأسباب الحقيقة للثورة من فساد وإستبداد النظام المصري.

[1] بن عمورة وردة : مرجع سبق ذكره.

- **الدراسة الثانية:**

دراسة "عبد الله ممدوح مبارك الرعود" الموسومة بـــــ: **دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين**، وحاولت هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟، واندرجت ضمن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات نذكرها:[1]

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

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

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

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

– لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في علمية التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في كل من مصر وتونس.

– كان لشبكات التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي في كل من تونس ومصر.

– قامت شبكات التواصل الاجتماعي بتعبئة الجماهير، كما أثرت على الرأي العام الإقليمي والعالمي وشكلت رأي عام إيجابي اتجاه ثورتي مصر وتونس من خلال بثها للأخبار موثقة بالصوت والصورة.

---

[1] عبد الله ممدوح مبارك الرعود: **دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي** في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين .

– أثرت شبكات التواصل الاجتماعي على الإعلام التقليدي وأصبحت مصدرا رئيسيا في متابعة الاخبار[1].

الدراسة الثالثة:

دراسة " أحمد أمين فورار " الموسومة بـــــ: **أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي**، وحاولت هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية:

– ماهي انعكاسات وسائل الإعلام الجديدة على تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟ وإندرجت ضمن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات كالتالي:[2]

– كيف تساهم وسائل الإعلام الجديدة في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟

– ماهي الآليات التي يستخدمها الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟

– إلى أي مدى نجحت وسائل الإعلام الجديدة في تكوين الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟

– ماهي علامات نجاح وسائل الإعلام الجديد في تشكيل الوعي السياسي للطلبة الجامعيين؟

– هل تمكنت هذه الوسائل من تحجيم دور الوسائل التقليدية لتكوين الوعي السياسي؟.

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

– أن وسائل الإعلام الجديدة ساهمت بشكل كبير في تكوين الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي في الجزائر.

---

[1] عبد الله ممدوح مبارك الرعود: مرجع سبق ذكره

[2] أحمد أمين فورار: **أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر ،2010 ،الجزائر

– الآليات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام الجديدة ذات فعالية كبيرة ساعدت الطلبة الجامعيين في تشكيل الوعي السياسي.

– نجاح وسائل الإعلام الجديدة بشكل كبير في تكوين الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين من خلال الخدمات الآنية والحصرية التي تقدمها .

– تمكن وسائل الإعلام الجديدة من تحجيم وتقليص دور الوسائل التقليدية لتكوين الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين والإستغناء عنها تدريجيا مقارنة مع الخدمات التي تقدمهما كلتا الوسيلتين من حيث السرعة والدقة والواقعية[1].

12- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

يفيد الإطلاع على الدراسات السابقة في توفير الأرضية العلمية والرصيد المعرفي أفادتنا في تحديد الإشكالية بشكل دقيق وبلورتها، ووضع التساؤلات وإختيار المنهج الملائم وإختيار عينة الدراسة بالإضافة إلى تحديد الإطار النظري للدراسة حتى لا نقع في فخ التكرار.

وعليه فمن خلال إطلاعنا على الدراسات السابقة في موضوع دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر فايسبوك أنموذجا وجدنا أنه توجد العديد من الدراسات قد تناولت تقريبا نفس الإشكالية خاصة في الشق الخاص بدور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي السياسي أو دور وسائط الاتصال الجديدة في التغيير السياسي في العالم العربي.

فالعديد من هذه الدراسة تناولت نماذج عن دور هذه المواقع في التغيير السياسي في عديد دول الوطن العربي، أما في دراستنا وبالرغم ومن إختيار الفايسبوك كأنموذج في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، إلا أننا أفردنا مجالا واسعا

[1] أحمد أمين فورار: مرجع سبق ذكره.

للحديث عن بعض النماذج في دول عربية أحدثت فيها مواقع التواصل الإجتماعي تغييرا سياسا عميقا وشاملا ومنها من كان بها التغيير جزئيا .

فبالتالي وبالرغم من إتفاق موضوع دراستنا مع عدة دراسات السابقة في العديد من الجوانب والأطر، إلا أن دراستنا تختلف عن باقي الدراسات بالإضافة الى تناولها دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر،فايسبوك أنموذجا .

تناولت أيضا دراستنا دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة، مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من من وسيلة للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سياسي بين الأشخاص من كلا الجنسين، يثار من خلاله مختلف القضايا السياسية التي تعرف جدلا واسعا في الجزائر، كما أفردنا محورا كاملا في الإستمارة حول مدى تعرض الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الإجتماعي خلال ممارساتهم اليومية ودراسة هذه الظاهرة من مختلف النواحي خاصة ما يتعلق بالمكان والزمان والوسيلة المستخدمة ،تجدر الإشارة أيضا أن بعض الدراسات السابقة جاءت في سياق نظري عام دون خلفية تطبيقية مما يجعل هذه الدراسات لا تقدم نتائج ميدانية إكتفت بالجانب الوصفي لا غير.

13- المقاربة المعرفية للدراسة (نظرية الاستخدامات والاشباعات)

نظرية الاستخدامات والاشباعات: [1]

تعد نظرية الاستخدامات والاشباعات واحد من النظريات التي تم إدراجها ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في القرن الماضي في نهاية فترة الستينات، وكانت تنصب على دراسة العلاقة بين رغبات واحتياجات الجمهور

[1] أحمد شريف بسام : **دور وسائط الإتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية**، جامعة الجزائر ، 2018-2017

واستخدام وسائل الإعلام،إن الأشخاص المؤيدين لهذه النظرية تتلخص رؤيتهم في أن توافد الجمهور على استخدام وسائل الإعلام من الممكن أن يتم توضيحه على ضوء وحجم استخداماتهم، بالإضافة إلى حجم العائد أو الاشباعات التي يحصلون عليها من هذا الاستخدام. شاهد أيضًا: بحث عن نظرية الذكاءات المتعددة وأنواعها.

مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباعات:

إن نظرية الاستخدامات والاشباعات تم اصطلاحها إعلاميا على أنها رغبة الناس في التعرض لوسائل إعلامية حتى يشبع ذلك رغباتهم واحتياجاتهم، أيضًا استجابة لدوافع الاحتياجات الفردية.[1]

جذور نظرية الاستخدامات والاشباعات :

في فترة الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي، ظهرت معرفة عن مشكلات الاختلافات الفردية بالإضافة إلى التباين الاجتماعي، ومعرفة السلوكيات التي ترتبط بوسائل الإعلام.

وأدى ذلك الأمر إلى ظهور بداية جديدة لمفهوم العلاقة التي تربط بين الجمهور ووسائل الإعلام والاتصال، فأصبح الجمهور يمثل عنصر فعالًا بعد أن كان مأخوذ عنه أنه عنصر سلبي. فترى هذه النظرية أن الجمهور أصبح يقوم بانتقاء واختيار الرسائل والأشياء التي يرغب بها ويفضلها من وسائل الإعلام والاتصال، فأصبحت هي من تستجيب لرغبات ودوافع الجمهور.

قام كل من حسن مكاوي وليلى السيد بالحديث عن "ويرنر وتانكرد" وقالوا في حديثهم أن هذين الاثنين قد أظهرا أن البحث في أنواع الرغبات والاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام.

[1] أحمد شريف بسام: مرجع سبق ذكره.

كانت بدايته في فترة الثلاثينيات من القرن الماضي الميلادي، حيث كانت قد أجريت الكثير من الدراسات من منطلق هذا الاتجاه، وذلك للتعرف على الأسباب التي دفعت الجمهور لاستخدام وسيلة بعينها.

دراسة هيرتا وهيرزج :وبدأت أبحاث النظرية من عام 1944 ميلادية، في دراسة كل من "هيرتا وهرج"، التي قامت على استهداف الكشف والبحث عن رغبة وإشباع مستمتع، ومثلا على المسلسلات اليومية.[1]

وقال كل من "هيرتا وهيرزج" إن هذه الدراسة قد توصلت إلى أنها تهتم بإشباع الرغبات والاحتياجات العاطفية.

دراسة بيرلسون :ولم تتوقف الأبحاث عند ذلك الحد، بل في عام 1954 ميلادي، قام بيرلسون بعمل دراسة ايضًا حول الصحف التي قد توقف عن الصدور وكان عددها 8 صحف، لفترة وصلت إلى أسبوعين. وكان سبب توقف تلك الصحف عن الصدور عائد إلى إضراب العاملين بشركة التوزيع التي توجد في مدينة نيويورك، فكان سؤال بيرلسون حول ما افتقده الجمهور خلال فترة التوقف تلك.

وكان بيرلسون قد توصل إلى أن الصحف تلعب أدوار عديد في حياة الجمهور، وأن تلك الأدوار هي الرابط ما بين الصحف والجمهور، حيث يرى الجمهور في تلك الصحف. أن الصحف تمثل مصدر لنقل الأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى أنها تمثل أيضًا عالم آخر يهرب إليه الجمهور من مصاعب حياته اليومية.

دراسة إليه كاتز وبلمار: وكانت البداية لتواجد نظرية الاستخدامات والاشباعات بشكل كامل، عندما قام "إليه كاتز وبلمار"، بتأليف وكتابة كتاب يسمى استخدام وسائل الاتصال الجماهيري. وتم تأليف ذلك الكتاب في عام 1974 ميلاديًا، حيث كان يدور حول تخيل الأعمال التي تفعلها وسائل الإعلام من جهة، والدوافع التي تدفع الفرد إلى

[1] أحمد شريف بسام، مرجع سبق ذكره.

الاستخدام من جهة أخرى. وتعتبر هذه النظرية بمثابة تحول فكري في المجال الذي يقوم بدراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام والاتصال، حيث يعتقد المؤيدون لهذه النظرية أن الجمهور يمتلك إرادة قوية يستطيع من خلالها أن يقوم بتحديد واختيار أي من وسائل الإعلام والاتصال والموضوعات التي يرغب بها.

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات: [1]

بعد أن بدأت المداخل الأساسية لهذه النظرية بالوضوح بدرجة كبيرة بالنسبة للباحثين، ولذلك فقد قرروا القيام ببعض المحاولات التي تتمثل في وضع الأسس العلمية.

بالإضافة إلي وضع الفروض والعناصر التي تبدأ منها هذه النظرية، وكانت هذه الأسس والفروض والعناصر هي من حددت المداخل العلمية للنظرية.

ومن المعروف أن نظرية الاستخدامات والاشباعات كانت قائمة على فرض الجمهور الفعال الإيجابي، وكان ذلك على النقيض من فرض نظريات التأثير السابقة.

ففرض نظريات التأثير السابقة كان قائم على أن قوة التأثير تمتلكها وسائل الإعلام على الجمهور ومن النظريات الداعمة لهذا الفرض نظرية الرصاصة.

– فقد أضافت نظرية الاستخدامات والاشباعات صفات الفاعلية الإيجابية على الجمهور، حيث من خلال هذه النظرية لم يصبح الجمهور مجرد متلقى سلبي فقط.

– بل يتم النظر إليه على أنه يتمتع بدرجات عالية من الوعي في القيام باختيار وانتقاء ما يرغب في أن يتعرض له من وسائل الإعلام والاتصال، التي تعمل على تلبية رغباته واحتياجاته النفسية والاجتماعية.

ولذلك كان يرى إليهو كاتز وزملاؤه المؤديين لرؤيته أن هذا الاتجاه قائم على 5 فروض وهي كما يلي:

[1] أحمد شريف بسام، مرجع سبق ذكره.

– الجمهور أصبح بمثابة الأشخاص الذين يشاركون بفاعلية في عملية الاتصال الجماهيري، ويقوم باستخدام الوسيلة التي يرغب بها حيث يرى أنها تحقق له احتياجاته.

– استخدام أنواع الوسائل المختلفة يعبر عن الاحتياجات التي يريد الجمهور أن يقوم بتحقيقها، وهناك عدة أمور من شأنها أن تتحكم في ذلك، ومنها بالطبع التفاعل الاجتماعي بالإضافة إلى الفروق الفردية.

– الجمهور أصبح يمثل الحلقة الأساسية في هذه النظرية، حيث أنه هو من يقوم باختيار وانتقاء الوسيلة والموضوعات التي تشبع رغباته واحتياجاته. يكون بمقدور الجمهور أن يقوم بتحديد احتياجاته والدوافع إليها، ومن ثم يقوم باللجوء إلى الوسيلة أو الموضوع الذي يحقق له إشباعها.

– من الممكن أن يتم التعرف على المفاهيم الثقافية التي تسود وتنتشر في المجتمع عن طريق استخدام الجمهور لوسائل الإعلام والاتصال، وليس فقط عن طريق الرسائل الإعلامية.

فروض ليتل جون: وكان محمد البشر قد ذكر أن ليتل جون قد قام بالتأكيد على معنى نظرية الاستخدامات والاشباعات، وقال إنه توجد 3 فروض رئيسية تبدأ منها هذه النظرية وهي كما يلي:[1]

إن الجمهور الخاص بوسائل الإعلام دائما ما يوجه سعيه إلى تحقيق إشباعه من خلال أشياء معينة هي التي تحدد الرسائل التي يقوم بالتعرض له بواسطة الوسيلة الإعلامية.

إن الجمهور الخاص بوسائل الإعلام أصبح هو المسئول عن اختيار ما يلائمه، ويحقق له احتياجاته ورغباته، فهو يعرف ما يحتاجه ويرغب به فيحاول أن يحقق ذلك

[1] أحمد شريف بسام، مرجع سبق ذكره.

عن طريق استخدام الوسائل الإعلامية المختلفة والمتعددة. أن هناك منافسة وصراع بين وسائل الإعلام ومجموعة من الجهات الأخرى، حيث يسعى كل منهم إلى إشباع رغبات واحتياجات الجمهور.

ومن خلال الفروض التي قام كل من إليه كارتز وليتل جون بوضعها يتضح أنه يوجد تقارب في رؤي الذين يقومون بالبحث حول البدايات الأساسية نظرية الاستخدامات والاشباعات.

أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباعات:[1]

- لكي يتم تحديد أبعاد نظرية الاستخدامات والاشباعات، سيقوم الباحث بعرض عناصر النظرية، ومن أهم تلك العناصر ما يلي:

- فرض الجمهور الإيجابي والنشط.
- الدوافع والاحتياجات التي تحث الجمهور على أن يتعرض لوسائل الإعلام.
- العوامل الاجتماعية بالإضافة إلى العوامل النفسية للجمهور لاستخدام وسائل الإعلام.
- سقف التوقعات من وسائل الإعلام.
- الإشباعات التي تكون وسائل الإعلام قادرة على تحقيقها
- وكل هذه العناصر التي تقوم النظرية عليها تكون على درجة كبيرة من التداخل القوي والشديد، حيث يصعب معه الفصل بين هذه العناصر في الواقع العملي.

خاتمة عن نظرية الاستخدامات والاشباعات:

في الختام نؤكد على أن نظرية الاستخدامات والاشباعات قد ساهمت بشكل كبير في تقديم معايير جديدة لدراسة وتفسير احتياجات واشباعات الجمهور التي تدفعه

[1] أحمد شريف بسام : مرجع سبق ذكره

إلى استخدام وسائل الإعلام، وذلك على اعتبار أن الجمهور عنصر يمتلك تأثير كبير وأصبح أكثر نشاطًا وإيجابية[1].

[1] أحمد شريف بسام، مرجع سبق ذكره..

الفصل الثاني
مدخل إلى مواقع التواصل الإجتماعي

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد

المطلب الاول: نشأة وتطور **مواقع** التوصل الإجتماعي

المطلب الثاني: مكونات مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الثالث: خصائص **مواقع** التواصل الإجتماعي

المطلب الرابع: أهم **مواقع** التوصل الإجتماعي

المطلب الخامس: إيجابيات و سلبيات **مواقع** التواصل الإجتماعي

تمهيـــــد:

فرض التطور التقني الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا الإتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي خاصة مع إنتشار شبكة الإنترنت حقائق جديدة جعلت الأفراد يتواصلون في عالم إفترضي يتحكم شيئا فشيئا في واقعهم الإجتماعي والثقافي والسياسي والإقتصادي...،ومن أهم منتجات تكنولوجيا الإتصال ما يعرف بمواقع التواصل الإجتماعي التي باتت بمثابة عالم ثاني حيث أتاحت المجال واسعا أمام الأفراد للتعبير عن أنفسهم، ومشاركة مشاعرهم وأفكارهم مع الآخرين فهي تسعى إلي خلق جو من التواصل في مجتمع إفترضي تقني، يجمع مجموعة من الأفراد من مناطق ودول مختلقة في موقع واحد، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانهم، وتتفق لغتهم التقنية، يهدفون إلى التعارف أو التعاون أو التشاور أو الإستطلاع والإستكشاف، أو لمجرد الترفيه وتكوين علاقات جديدة، والشخص المنتمي إلى هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، ومنه سنتناول في هذا الفصل نشأة وتطور مواقع التواصل الإجتماعي، مكوناتها ،خصائصها وأنواعها ثم الإيجابيات والسلبيات المترتبة عليها.

هذا وأحدث التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال نوعا من التواصل الاجتماعي بين الأفراد في فضاء إلكتروني إفتراضي، عمل على إحداث تغيير في العلاقات بين الأفراد الاجتماعية وأشكال تفاعلهم وأساليب تواصلهم وسمي هذا النوع من التواصل بالتواصل الإفتراضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي قربت المسافات بين الأفراد وألغت الحدود وإمتزجت الثقافات.

المبحث الاول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي

المطلب الاول: نشأة وتطور مواقع التواصل الإجتماعي:

التواصل ظاهرة إجتماعية حديثة تقوم على علاقات تفاعلية متزامنة أو غير متزامنة وذلك بواسطة وسائل الإتصال الرقمي التفاعلى، يتم من خلالها إرسال واستقبال المعلومات بين طرف أو عدة أطراف، كما تطلق على الشبكات الإجتماعية الرقمية عدة تسميات منها: " **الويب** "، "**الشبكات الرقمية الإجتماعية**"، "**وسائل الإعلام الإجتماعية**" ....الخ.

فالشبكة هى بنية إجتماعية ديناميكية مشكلة من قمم وأطراف، فالقمم تشير إلى أشخاص أو منظمات، وهى مرتبطة ببعضها من خلال تفاعلات إجتماعية، وبعد تشكل الجماعة الإلكترونية عبر الإنترت، تأخذ بالبحث عن بعضها البعض عبر فضاءات مستقلة خاصة بهم (**ألعاب تسلية – مجال مهني – فضاءات أخرى**)، حيث يحس الفرد بأنه مركز إهتمام الجماعة، وهذا ما يسمى بالفردانية الرقمية في الشبكة، التي تولد شعور بالألفة أو الأنسة الاجتماعية.[1]

ويرجع ظهور مفهوم الشبكات الإجتماعية إلى عالم الإجتماع جون بارنز "JohnABarnes" في عام **1945**، فالشبكات الإجتماعية فى شكلها التقليدي تتمثل في نوادي المراسلة العالمية التي كانت تستخدم في ربط العلاقات بين الأفراد من مختلف الدول، باستخدام الرسائل الإعتيادية المكتوبة، وساهم ظهور شبكة الإنترت في إنتشار ظاهرة التواصل الإجتماعي وتطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها التي تسمى وسائل الإعلام الإجتماعية عبر الإنترنت المبنية على التطبيقات Applications ،التي تركز

[1] مرسي مشري:**شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية نظرة في الوظائف**، (مجلة المستقبل العري، المجلد **34**، عدد **395**)، لبنان، **2012**، ص: **155**.

على بناء شبكات إجتماعية أو علاقات إجتماعية بين البشر من ذوي الإهتمامات المشتركة.[1]

وتعتمد مواقع التواصل الإجتماعي الرقمية أساسا على التمثيل بحيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي profile، وكذلك خدمات متعددة أخرى تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار والقيم والنشاطات والأحداث، والإهتمامات فى إطار شبكاتهم الشخصية.

كان أول مواقع التواصل الإجتماعي التي ظهرت في الو. م. أ. على شبكة الإنترنت في شكل تجمعات هو موقع theglobe.com سنة **1994**، تلاه موقع Goeties في نفس السنة ،وجاء بعدهما موقع Tripod بعام بعد ذلك، حيث ركزت هذه التجمعات على ربط علاقات بين الأفراد للسماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة، وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية حول مواضيع مختلفة بإستخدام وسائل شخصية للنشر عبر الصفحات، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، في حين قامت بعض التجمعات برط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني وأهمها موقع .classates سنة **1995**، وبعدها جاء موقع SixDegrees.com سنة**1997**،الذي يركز على الروابط الغير مباشرة، الملفات الشخصية للمستخدمين والرسائل المتبادلة المدمجة ضمن قائمة الأصدقاء.

وخلال الفترة ما بين **2002-2004**، بلغت شعبية مواقع التواصل الإجتماعي الرقمية عبر العالم ذروتها، وذلك من خلال ظهور ثلاث مواقع إجتماعية تواصلية، فكان أولهما موقع Friendster سنة **2003**، ثم تلاهما موقع MySpace وموقع Bebo سنة **2005**، حيث كان موقع MySpaceالأكثر شعبية من بينها، كما برز موقع Facebookالذي أنشأه **مارك زوكربيرج** حيث أعطى مفهوما جديدا لمواقع

[1] عبد الكريم علي، زهير ياسين:**دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية**،(مجلة الدراسات للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد **40**، عدد **1**)، الأردن، **2013**، ص: **69** .

التواصل الإجتماعي كما جذب موقع فيس بوك ملايين المستخدمين منذ إنشائه إلى حد الساعة والذي يستخدمه الكثير منهم بشكل يومي،ويعود سبب تسمية هذه المواقع بالإجتماعية وهوأنها جاءت بمفهوم"**بناء المجتمعات**" ولعل هذا سر جاذبيتها للأجيال المعاصرة، وخاصة جيل الشباب فهي في واقعها تحاكى أشكال التجمعات التي تجمع الأفراد على أرض الواقع كما أنها باتت تمثل السلطة الخامسة، لأنها لا تخضع لسيطرة الحكومات ولا لسيطرة المؤسسات[1].

المطلب الثاني: مكونات مواقع التواصل الإجتماعي:

تتكون مواقع التواصل الإجتماعي من عدة تطبيقات ومواقع نذكر منها:

1- **مواقع التواصل الالكترونية:** وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل بأصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "**ماي سبايس**""**فيسبوك**" ...الخ.

2- **المدونات الالكترونية:**blogsوهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

3-**الويكي:**wikis وهى الصفحات التي ينشأها العامة عبر مواقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (**سيرفر تجاري متوفر للجميع مجانا**) أشهرها موقع ويكيبيديا، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح[2]

4- **البودكاست**podcasts أو **مواقع البث الالكترونية:** وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برامج التنزيل، مثل موقع "**أبل آيتيونز**".

---

[1] مرسي مشري: مرجع سبق ذكره، ص **70**

[2] مريم ناريمان نومار:**إستخدام مواقع الشيكات الإجتماعية وتأشيراً في العلاقات الإجتماعية**، مذكر مقدمة إستكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير فى علوم الإعلام والإتصال، تخصص إعلام وتكنولوجيا الإتصال الحديثة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، **2012**، ص **67**

5- المنتديات الإلكترونية: ألا وهي مواقع توفر مناطق وفسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى، وهى من أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إنتشارا، لأنها سهلة الاشتراك .

المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الإجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الإجتماعى بعدة خصائص نذكر منها:

1- العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب ببساطة وسهولة.

2- **المشاركة:** فهي تشجع على المساهمة وردود الفعل التعليقات من أي مهتم و تلقي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقي.

3-الانفتاح: فمعظمها عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات ونادرا ما توجد حواجز للوصول أعلى محتوى والإستفادة منه.

4-**المحادثة:** تعتمد مواقع التواصل الإجتماعي على المحادثة بإتجاهين بعكس وسائل الإعلام التقليدي التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها بإتجاه واحد لجميع المتلقين.

5-**التجمع:** تتيح مواقع التواصل الإجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال ضمن تجمعات تربطها إهتمامات مشتركة.

وبالإضافة إلى هذه الخصائص يرى الباحثون أن هناك مجموعة من المميزات الإضافية لمواقع التواصل الإجتماعي التي تزيد من إقبال المستخدمين عليها وهي:

1-سهولة الاستخدام: فقد تطورت شبكات التواصل بحيث تكون سهلة الإستخدام فهي تحتاج الى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا[1].

[1] وائل مبارك خضر فضل الله:**أثر الفيسبوك على المجتمع**، دار شمس النهضة، السودان، 2010، س ص 07-08.

2- التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت شبكات التواصل الإجتماعي قنوات إتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، حيث أن الفرد يشاهد المحتوى الذي يريده ويليق به في أي وقت يريده[1] .

3-تشكيل مجتمع بطرق جديدة: وفرت مواقع التواصل الإجتماعي سبلا جديدة كالإتصال حيث ينظم المستخدم مجتمعات يختارها هو ويفضلها إذ إختصر لمواقع منطق العولمة المتنامي الذي تتدخل فيه المجلات المحلية والعالمية والمجلات الذاتية والعمومية.

4-التفاعلية: لقد سعت مواقع التواصل الإجتماعي منذ ظهورها إلى تحسين التفاعلية بين أفرادها لضمان الإستمرارية والتطور.

5- التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الإشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع إمتلاك حيز على مواقع التواصل الإجتماعي، وليست حكر على أصحاب الأموال، أو حكر على جماعة دون أخرى.

6- المجتمع: المواقع الإجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو للتعلم، أو برامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا.

7 - الترابط: تتميز مواقع التواصل الإجتماعي بأنها عبارة عن شبكة إجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الإجتماعى أيضا، مثل خبر ما على

[1] عبد الكريم علي: مرجع سبق ذكره،ص 68.

مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية إنتقال المعلومات[1] .

المطلب الرابع: أهم مواقع التواصل الإجتماعي

تتعد تقسيمات مواقع التواصل الإجتماعى تبعا للخدمة المقدمة أو للهدف من إنشائها حسب درجة الإستخدام والإهتمام إلى ثلاثة مواقع رئيسة تتمثل في:

أ- **مواقع شخصية:** لشخصيات محددة وأفراد ومجموعة أصدقاء تمكنهم من التعارف وإنشاء صداقات بينهم، مثل موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك .

ب- **مواقع ثقافية:** تختص بفن معين وتجمع المهتمين بموضوع أو علم معين مثل: (librarything).

ت- **مواقع مهنية:** تهتم وتجمع أصحاب المهن المتشابهة لخلق بيئة تعليمية وتدريبية فاعلة، مثل (linkedin) .

كما يمكن تقسيمها حسب الخدمات وطريقة التواصل إلى ثلاثة أنواع وهي:

أ-مواقع تتيح التواصل الكتابي.

ب- مواقع تتيح التواصل الصوتي.

ت- مواقع تتيح التواصل المرئي.

وتتنافس مواقع التواصل الإجتماعي اليوم في توفير أكثر من طريقة للتواصل حتى تلبي حاجات جميع شرائح المجتمع الافتراضي،هناك تقسيم ثالث، يقسم مواقع التواصل الإجتماعي إلى قسمين:

أ-**مواقع داخلية خاصة:** وتتكون هذه المواقع من مجموعة من الناس تمثل مجتمع مغلق أو خاص يمثل الأفراد داخل شركة أو تجمع ما أو داخل مؤسسة تعليمية أو

[1] خالد غسان يوسف: المقدادي: **ثورة الشبكات الإجتماعية**، دار النفائس للتشروالتوفيع، الأردن، 2013؛ ص ص 26.27.

منظمة ويتحكم في دعوة هؤلاء الأشخاص فقط وليس غيرهم من الناس للدخول للموقع والمشاركة في أنشطته من تدوين وتبادل آراء وملفات وحضور إجتماعات والدخول في مناقشات مباشرة وغيرها من الأنشطة، مثل شبكة(linkedin) .

ب- مواقع خارجية عامة: هي مواقع متاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، بل صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل موقع فايسبوك [1](facbook)

فيما يلي سنتناول أهم شبكات التواصل الإجتماعي المتاحة لجميع مستخدمي الإنترنت، والتي صممت خصيصا لجذب المستخدمين للشبكة ويسمح فيها للعديد من المستخدمين بالمشاركة في أنشطته بمجرد أن يقوم المستخدم بالتسجيل في الموقع وتقديم نفسه للموقع، مثل شبكة فيسبوك، تويتر ويوتيوب وغيره، نذكر منها:

1- **موقع الفيسبوك:** الفيسبوك هو شبكة إجتماعية كناتج للإعلام الإجتماعي تأسست في **2004** على يد شاب عشريني أمريكي إسمه (**مارك زيكبيرح**) بالتعاون مع إثنين من رفقائه بالسكن الجامعي في جامعة هارفارد، وقد كان الموقع في البداية مقصور على طلبة الجامعة ثم إمتد ليشمل طلبة الجامعات الأمريكية ثم خرج بعد ذلك إلى أوروبا والعالم[2] ليصبح عدد أعضائه حاليا **350** مليون عضو، كما يعتبر الفيسبوك من أهم وأشهر مواقع التواصل الإجتماعى حيث يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارفا لمن يريد أن يتعرف

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي:**الشبكات الإجتماعية خطر أم فرصة**،الوكالةللإصدارات والمسابقات، حمل من الموقع https://www.alukah.net/publications competitions**40402/0**/يوم **20/06/2021**، 11:09.

[2] مريم ناريمان نومار: مرجع سبق ذكره، ص55

عليه ويتواصل معه لذلك يشترط في هذا الموقع إستعمال الأسماء الحقيقية وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب[1].

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقاءه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذ من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بإخباره وإجتماعاته وأي صور أو مقاطع فيديو أو قطع موسيقية يرغب في إطلاعهم عليها. وقد حقق هذا الموقع نجاحا ونتشار واسعا قبل نظيره على مواقع التواصل الإجتماعي حيث بلغ معدل إشتراكات الجديدة **150** ألف مشترك يوميا. ويشكل المتواصلون على موقع الفيسبوك مجتمع افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية ففي هذا المجتمع الإفتراضى يستطيع الشخص إختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يرغب في التعامل معهم.

ولا يشعر المتواصل عبر هذا الموقع بما يشعر به الإنسان في المجتمع الحقيقي من ضغوط وصعوبات حيث لا يجد نفسه مرغما على قبول أي شيء لا يريده من الأصدقاء أو مكان ويعتبر الشباب هم أكثر الفئات إستخداما للفيسبوك حيث أن هؤلاء هم الأكثر ممن يملكون المهارت الحاسوبية ولديهم إطلاع واسع على الكمبيوتر واستخداماته وشبكات الإنترنت[2].

ومن أهم متطلبات تصميم صفحة على الفيسبوك لابد من إمكانية توفر ما يلي:

أ- مهارة إستعمال الحاسوب: بحيث يستطيع إستعمال الحاسوب الشخصي أو في مجال العمل أو الدراسة وهي مهارت أصبح إمتلاكها سهلا في ظل الثورة التكنولوجية والإنفجارالمعرفى وهو ما عم كافة المجتمعات حيث أصبح امتلاك هذه المهارات

[1] خالد غسان يوسف: مرجع سبق ذكره، ص 42.

[2] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي: مرجع سبق ذكره، ص 52

ضرورة من ضرورات الحياة بل أن إمتلاك جهاز الحاسوب أصبح من الضرورات في العمل والدراسة .

ب- الاشتراك في خدمة الانترنت: وهي خدمة أصبحت متوفرة ومنتشرة في متناول معظم الناس سواء عن طريق الإشتراك السنوي أو البطاقات وتشترك في هذه الخدمة جميع المؤسسات العامة والخاصة إضافة إلى إنتشار مقاهي الإنترنت والتي توفر هذه الخدمة بأسعار مقبولة.

ت- الاشترك في خدمة البريد الالكتروني: والذي أصبح منتشرا و ضروريا لكافة المراسلات وعمليات التواصل.

ث- تعبئة الطلب الشخصي: والذي يتطلب معلومات تشمل الإسم الحقيقي والبريد الإلكتروني وكلمة السر التي يجب أن يحتفظ بها طالب الإشتراك ليضمن عدم تمكن الأشخاص الآخرين من الدخول إلى موقعه على الفيسبوك[1].

كما يؤدي موقع الفيس بوك خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم.... ومن هذه الخدمات نجد:

- إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشترين في هذا الموقع وذلك عن طريق:

- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم والخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع. ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو ايجابيا على الطلب الذي يتلقاه ،ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الإستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حالة تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع آخرين.

[1] علي خليل شقرة:**الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي**، دار أسامة للنشر والتويع، الأردن، 2014، ص ص 66-67.

-إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

– إقترح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مر واحدة مرتبة أسماؤهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

- إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.

- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الإفتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على إتصال مستمر من هذا الموقع الإفترإضي.

- إتاحة المجال لحذف إسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب الإستمرار في صداقته[1].

ب– خدمات الشركات وأصحاب الأعمال:

إن الشركات الكبرى تعتمد على عملية الإعلان لترويج منتجاتها ولإتمام هذه العملية تم الإعتماد على موقع الفيسبوك وهذا الأخير يساهم في التسويق والترويج بشكل كبير للمنتجات:

ت– إتاحة فرصة تحميل البوم الصور: وذلك من خلال تصفح موقع الفيسبوك فإن أي شخص بإمكانه تحميل مقطع فيديو وصور ... الخ، وسجلت إحصائيات بأن تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

[1] سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي: مرجع سبق ذكره، ص 53

ث- التواصل مع مجتمعات افتراضية: وذلك من خلال التنوع في المواضيع التي تفيد العضو في التدريب والتعليم.

ه- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والإقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الإجتماعية والدينية فمن خلال الفيسبوك يمكن التعرف على الأخبار والأفكار والخواطر ووجهات النظر حول مختلف الأحداث والقضايا.

و- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر او صور ومقاطع فيديو: قد يرغب العضو في الإحتفاظ بهذه بصور ومنشورات على الصفحة بالرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور مفضلا في تخزين المعلومات المرغوبة[1].

- كما أن لموقع فيس بوك آثر سلبي على مستخدميه حيث نجد أنه يقوم بـــ:

أ- إضعاف العلاقات والمهارت الإجتماعية: إن مستخدم موقع الفيسبوك يخرج من المجتمع الحقيقي إلى المجتمع الإفتراضى ما يجعله بعيد عن العلاقة الأسرية إذن فهو مدمر للعلاقة الأسرية ويدعم العزلة وآخر الإحصائيات التي أجريت في المجتمع الغربي تثبت أن الفيسبوك هو الذي ساهم في رفع معدلات الطلاق.

ب - إنتهاك خصوصية المشتركين: من خلال الدردشة والمواضيع المناقشة من طرف الفيسبوكففى بعض الأحيان فإن تعليقات والمشاركات تصل إلى الشخص الخطأ بالإضافة إلى أن المعلومات التي ينشرها المشاركون من خلال نبذهم الشخصية أو الصور أو مقاطع الفيسبوك.

ج- إستغلال هذا الموقع من قبل جهات كثيرة قد تكون معادية: يمكن لجهات كثيرة أن تستغل الفيسبوك لخدمة أغراضها وتنفيذ أهدافها وذلك بالإستفادة مما ينشر على هذا

[1] علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص ص 66-67.

الموقع من معلومات وصور ومشاركات قد تجعل من أصحابها عملاء لجهات معادية دون قصد ودون أن يعرفوا ذلك[1].

1-**موقع تويتر:** وهو موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر وهو تدوين يسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مائة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحدثات مباشرة من التويتر على شكل رسائل SMS وهي رسائل نصية مختصة ترسل عن طريق الهاتف النقال، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع التويتر ويمكن لأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحاتهم الرئيسية أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني.

وظهر موقع التويتر عام **2006** كمشروع بحثي قامت به شركة obvians الأمريكية ثم أطلق رسميا للمستخدمين في نفس العام.

وهذا الموقع له مميزات عديدة: منها[2]:

– أن هذا الموقع كأحد مواقع التواصل الأجتماعي له ميزات عديدة بسماحه بعدد محدود من المداخلات والتي كما أشرنا لا تتجاوز **140** حرف لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكر أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس موقع الفيسبوك والذي يسمح بإدخال معلومات كبيرة ومتشعبة. وبالتالي فهو موقع يسمح بنشر خبر أو فكرة بسرعة وسهولة والتركيز على طريقة خير الكلام ماقل ودل.

– السرعة في نشر الخبر على الإنترنت فمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الإنترنت حتى لو لم يكونوا مشتركين في موقع التويتر

[1] نبراس النائلي: **الفيسبوك بين الإندماج والتفكك الإجتماعي**، شبكة النبأ المعلوماتية (أفكارودراسات)،حمل من الموقع https://rn.annabaa.org/arabic/stiiclies/119O4 يوم 20/06/2021 على الساعة 11:01.

[2] نبراس النائلي، مرجع سبق ذكره.

وبالتالي يمكن عن طريقه معرفة ومتابعة ما يكتبه السياسيون والإقتصاديون الذين لهم حضور على الموقع أو متابعة أخبار الناس وتقديم العون لهم كالتبرع بالدم للمرضى.

– يتبع تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل SMS حيث يمكن إستقبال آخر أخبار أصدقائك أينما كنت وفي أي وقت من خلال رسالة قصيرو وبعد أن يكون قد تم تفعيل رغم الهاتف من خلال الموقع كما يمكن أن تحدد الأوقات التي ترغب فيها بإستلام الرسائل وبالتالي تجنب الإزعاج في فترات الراحة.

– متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الإلكترونية والأخبار وخلاصات RSS دون حاجة إلى زيادة كل موقع منها على حدى.

– يمكن للتويتر أن يؤدي نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتوجات خاصة في الدول الصناعية.

- كما يتوفر موقع تويتر على سلبيات منها[1]:

– أن هذا الموقع بعدم سماحه للتحديثات إلا بمساحة محدودة لا يمكن أن يكون مجالا لبناء علاقات إجتماعية وإنشاء علاقات صداقة مع الغير كموقع الفيسبوك .

– قد تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه لمتابعة أخبار الأصدقاء حتى الشخصية منها والتي قد لا تفيد المتابع لها أو لا تعنيه.

3– موقع يوتيوب: تقوم فكرة الموقع الذي تأسس سنة **2005** على إمكانية إتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين لتحميل الملفات المتوفرة على الإنترت ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد وإضافة إلى خدمة النشر التي يتيحها هذا الموقع فإنه يسمح للمستخدم بإعادة نشر ما نشر الأصدقاء ومن أكثر الجوانب التي كان للموقع أثر كبير وواضح فيها الإجتماعية والفنية حيث أصبح

[1] نبراس النائلي : مرجع سبق ذكره

الكثير ممن يبحثون عن الشهرة يتجمعون لليوتيوب بإعتباره الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي تتيح لأي كان الظهور وتمنحه الفرصة للوصول إلى الملايين.

ويتميز الموقع بخاصية تمكنه من العمل مع وقائع ووسائط إجتماعية أخرى مثل الفيسبوك أو المدونات من خلال تضمين الملفات فيديو اليوتيوب داخلها وذلك لوجود خيار تبادل ملفات الفيديو ويتيح المجال للأصدقاء مستخدم الفيسبوك بمشاهدتها كما يمكن إنشاء رابط لتضمين ملفات الفيديو في حال وضع هذا الرابط في مداولة أو مواقع أخرى يمكن مشاهدة هذا الفيديو منه أيضا[1] ومن مميزات موقع يوتيوب نجد:

- عام ومجاني: تستطيع من خلال هذا الموقع التحميل وتزيل ما تشاء وتحتاج من الأغاني والأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مقابل التسجيل في الموقع فقط، مع الإلتزام بشروط التحميل.

- سهل الإستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الإستخدام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

- سهل المشاهدة: بمجرد الضغط على وصلة الفيديو، فإنك تستطيع مشاهدته بثه حيا ومباشر من الموقع، بل تستطيع الإحتفاظ به.

وفي النهاية نقول أن اليوتيوب أداة تواصل إجتماعي ممتازة إن أردت إرسال رسالة واضحة عن فكرة أو منتج ما، من خلال تصوير مجموعة من الأفلام القصيرة عن طريق إستخدام كاميرا فيديو رقمية، وبعد ذلك تحمل الأفلام ضمن عنوان جذب، ويكون توفيره لمجموعة خاصة من المستخدمين أو للعامة بحسب الهدف من الفلم، والمهم أن تكون الرسالة واضحة، حيث يمكنك الإستعانة ببعض الأصدقاء ممن يملكون الخبر الكافية في هذا المجال.

[1] أماني جمال مجاهد، **الشبكات الإجتماعية في خدمات مكتبية متطورة**، (مجلة مركز دراسات المعلومات، العدد 8)، جامعة منوفية، القاهرة، 2011، ص 38.

4- **موقع ماي سبيس:** هو أكبر موقع في شبكة الإنترنت للتشبيك الإجتماعي للأصدقاء وما اليهم وقت كتابة هذا النص، وهو يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية ومدوناتهم، ومجموعاتهم، وصورهم، وموسيقاهم ومقاطع الفيديو التي يعرضونها في الموقع، ويحتوي **ماي سبيس** على محرك بحث خاص بعرض ونظام بريد إلكتروني داخلي ويستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص وتحديد مواعيد للإلتقاء، والتشابك المهني، والترويج للأعمال، ومشاركة الإهتمامات، والعثور على أصدقاء الدراسة القدامى والأصحاب، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة للخصوصية والإندماج الثقافى ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله، ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية من خلال موقع "**ماي سبيس**" الإجتماعية[1] .

5- **موقع فليكر:** يعتبر موقع Flicker نموذجا لواحدة من أهم تطبيقات صحافة الجمهور في بعدها المتمثل في توزيع الصور، وقد أسهم الموقع في مناسبات مختلفة في أن يكون بديلا حيا لوكالات الأنباء مثلما حدث أيام تفجيرات قطارت الإنفاق في لندن وفى أحداث تسونامي، فهو موقع لمشاركة الصور، وحفظها وتنظيمها، وهو أيضا جمعية لهواة التصوير على الانترنت، بالإضافة إلى كونه موقعا مشهورا للتشارك في الصور الشخصية، يتم إستخدام الموقع من قبل المدونين من خلال إعادة إستخدام الصور الموجودة فيه، أخذ الموقع شهرته من خلال إبتكاراته كإضافة التعليقات Comments، من قبل الزائرين وكلمات المفاتيح[2].

[1] أماني جمال مجاهد: مرجع سبق ذكره، ص 23.

[2] عزيز رشيد هندي، **وسائل التواصل الإجتماعى وأثرها على الفرد والمجتمع**، بحث قصير في الخصومة بين القدماء والمحدثين، ص 10، https://www.academia.edu/2961613/.

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الإجتماعي

1- إيجابيات مواقع التواصل الإجتماعي:

لشبكات التواصل الإجتماعي الكثير من الإيجابيات نذكر منها:

- تحفز على التفكير الإبداعي وبأنماط وطرق مختلفة وقد يكون سبب التواصل مع أشخاص مثقفين.
- تعمق مفهوم المشاركة والتواصل مع الآخرين.
- تساعد على قبول القضايا الخلافية.
- تساعد على التعلم وذلك بتبادل المعلومات مع الآخرين.
- تساعد على تنشيط المهارات لدى المستخدم.
- تفتح شبكات التواصل الإجتماعي أبوابا تمكن من إطلاق الإبداعات والمشاريع والأهداف.
- تعد شبكات التواصل الاجتماعي أداة لتبادل الآراء والأفكار، ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات بينها.

2- سلبيات مواقع التواصل الإجتماعي:

- إدمان الجلوس عليها مما يعطل الكثير من الأعمال.
- نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه.
- ظهور لغة جديدة بين الشباب كاستخدام حروف اللغة العربية على شكل رموز وأرقام فباتت الحاء **(7)** والهمزة" **(2)** والعين **(3)** .
- غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين بالمسؤولية[1].
- كثر الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث.

[1] وفاء العجمي: **أثر وسائل التواصل الإجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية**، (مجلة كلية التربية العدد 129، الجزء الثالث)، جامعة الأزهر، 2016، حمل من الموقع يوم 21/06/2021، على الساعة 13:20.

– تصفح هذه المواقع يؤدي إلى عزل الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري، وعن المشاركة في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.

– إنعدام الخصوصية وهذا بدوره يؤدي إلى أضرار معنوية ونفسية ومادية وهدر الوقت وغيرها من الآثار السلبية[1].

[1] https//jsrep.journals.ekb.eg/article487596e94b0a265248e0b872afal783872761.pdf

المبحث الثاني: ماهية موقع التواصل الإجتماعي فايس بوك

المطلب الأول: نشأة وتطور موقع الفيسبوك:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيسبوك إلى صاحبه " **مارك زوكربيرج** " حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملاؤه في جامعة (جامعة هارفارد الأمريكية) ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر أخبار الجمعة ولكن هدفه الأساسي إلى موقع يجمع شمل أصدقائه ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم البعض[1].

وأطلق "**زوكربيرج**" موقعه "فايسبوك" في عام **2004** وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجا بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحقق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية.

واستمر موقع التواصل الإجتماعي "**فيسبوك**" قاصرا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر **زوكربيرج** أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبوب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من **12** مليون مستخدم في شهر ديسمبر من سنة **2006** إلى أكثر من **40** مليون مستخدم في بداية سنة **2007**.

وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحا أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الأنترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجا هاما لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن، ومن ناحية أخرى نجح موقع "**فيسبوك**" في هذا المجال بشكل كبير،

[1] أماني جمال مجاهد: مرجع سبق ذكره، العدد 8.

وكانت النتيجة أن تلقى "**زوكربيرج**" عرضا لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار، إلا "**زوكربيرج**" فاجأ كثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع كثيرون أن يندم على هذا الرفض، خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة " **نيوزكوربوريشن**" الذي يمتلكها المليونير الأسترالي "**روبريتميردوخ**"، لشراء موقع "**ماي سبيس**"، وهو من أشهر مواقع التواصل الإجتماعي، بمبلغ **580** مليون دولار، أما سبب رفض "**زوكربيرج**" لهذا العرض فيرجع إلى أنه رأى أن قيمة شبكته أعلى كثير من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة "**فاينانشيال تايمز**" البريطانية فإنه "ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي يتبناها بما يستحق"، وأضاف أن "عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة" وإذا استطعنا أن نحصنها قليلا لعدد كبير من الناس فإن هذا سيكون له أثر اقتصادي هائل على العالم كله" ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات بشكل يومي، وتصل القيمة السوقية للفيسبوك كشركة الآن إلى نحو مليار دولار.[1]

المطلب الثاني: تعريف موقع الفيسبوك

هوشبكة اجتماعية تضم ملايين من المستخدمين يتواصلون بالصور والمشاركات عن طريق الانترنت تعود نشأته الى **28** أكتوبر عمره **23** سنة، وفي السنة الثانية بجامعةهارفاردالأمريكية **2003** وصاحبه Mark Zuckerbergمع زميله في غرفة المسكن "**موسكوفيتر**" و"هيوز"حيث تك استخدام صور لطلبة المدينة الجامعية، عن طرق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلاب المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية.[2]

ويعرف أيضا:" أنه شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الانترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور

[1] ماهر عودة الشمالية وآخرون: **الإعلام الرقمي الجديد**، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص 205 206.

[2] حسين شفيق: **نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي**، د ط، دار الفكر والفنللطباعة والنشر والتوزيع، 2014، ص33.

والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزملاء بهدف التواصل، وطبقاً لبعض الإحصائيات، فإن مستخدمي الأنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا ينفقون وقتا على الفيسبوك أكثر من أي مواقع أخرى".[1]

وفي تعريف آخر لموقع الفيسبوك: "وهو واحد من المواقع صديق الشبكات الأكثر شعبية، والذي تم إنشاءه أصلا كمنتدى لطلاب جامعات، حيث لا تزال مستخدما بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين، يهدف في المقام الأول لمساعدة الناس في بناء وجودها على الانترنت والشبكات الاجتماعية، وبشكل أكثر تحديداً، من خلال معالمه المختلفة، ويعمل على الفيسبوك لإشباع حاجات المختلفة الشخصية والاجتماعية، فهو يجعل من الممكن للناس البقاء على اتصال معا لأصدقاء القدامى أو الحالية، إضافة إلى النظر على الصور، لتكوين صداقات جديدة، إلى المتعة، لتبادل المعلومات حول الذات، والمتعلمين عن مناسبات الاجتماعية".[2]

المطلب الثالث: خصائص موقع الفايس بوك (مكونات ومميزات)

- **الملف الشخصي:**"Profile"قعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التوصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

- **إضافة صديق** "Addfriend":وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بوسطة بريده الإلكتروني.

- **إنشاء مجموعة**"Group":تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم

[1] حسان أحمد قمحية: **الفيسبوك تحت المجهر**، د1، دار النخبة، 2017، ص24.

[2] مصطفى يوسف كافي: **الإعلام التفاعلي**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 119 .

اجتماعية أم رياضية...إلخ، ونستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء،أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

- **لوحة الحائط** "wall ": وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- **النكزة**"PoKes ": منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترجيب به.

- **الصور**"Photos":وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

- **الحالة**"Status":التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- **التغذية الإخبارية** "Newsfeed":التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات،مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

- **الهدايا** "Gifts":ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية، تتكلف الهدايا **100** دولار لكل هدية،ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- **السوق**Marketplace": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية[1] .

[1] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره.

المطلب الرابع: أهم مكونات وتطبيقات الفايسبوك[1]

تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب games مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة حاليا، هناك عدد كبير جدا من التطبيقات بعضها منشأ من قبل الشركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل المستخدمين العاديين.

-**المجموعات** groups: يمكن لكل مشترك أن ينشا مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم أيميل مديرadmin بحروف كما أسلفنا سابقا يتم إنشاء المجموعات الاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس العناصر وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها (wall) صفحة تسمح بالكتابة فيها الجميع أعضاء الجروب والبوم صور ومساحة للحوار (discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

– **الصفحات** "pages ":الصفحات لها نفس حيز واستخدامات المجموعة فيما عدى أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (home) لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـــ: (fanclub) معجبون للجماهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

– **الصفحة الرئيسية** "Home": يظهر بهذه الصفحة كل جديد، تعليقات وصور وروابط أصدقائك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

[1] حسان أحمد قمحية، مرجع سبق ذكره.

- **الألعاب**"Games": بالفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة قدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلوى الأخرى والمثير في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).[1]

5-المناسبات"Event ":إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له وبعض المناسباتeventتكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك.

المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات الفايسبوك

يمنح موقع الفايسبوك إلى مستخدميه (أفراد، مؤسسات، منظمات، جمعيات ...) مجموعة من الفوائد التي تسهل عليهم أعمالهم وتعاملاتهم ومن هذه الفوائد نذكر:

- **التواصل مع مجتمعات افتراضية:** هذه المجتمعات متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبراته.

متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات الاجتماعية والسياسية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبح لهؤلاء حسابات على الفايسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع الفيديو: يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء حيث يمكن للفايسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومة المرغوبة.

[1] علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص:72

إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع: من خلال إضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء، للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم فالخيار والحرية متاح لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع[1].

خدمة الشركات وأصحاب الأعمال: وذلك في الإعلان عن وظائف واختيار الموظفين من بين المتقدمين.يتيح الفايسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور بشكل أكبر وأسهل مما تتيحه المواقع الأخرى حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفايسبوك وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإليكتروني.

وتذهب مجموعة بحثية أمريكية أنجزت أول دراسة على مسألة بناء الرأسمالي بأن التواصل في مواقع التواصل الاجتماعي يدعم العلاقات الإنسانية ويصل الناس بعضهم البعض، فالناس يستخدمون الفايسبوك الدعم الفرص والروابط الاجتماعية وتعزيزها.

رغم الإيجابيات التي أتاحها الفايسبوك للعديد من المستخدمين، إلا أنه بالمقابل أتي بمجموعة من السلبيات وهي كالآتي:

إضعاف المهارات والعلاقات الاجتماعية: بدأت هذه الظاهرة في المجتمع الحقيقي بين الأفراد الذين أدمنوا استخدام موقع الفايسبوك والتواصل بين مجتمع أو مجتمعات افتراضية، وقد شمل هذا الأمر العلاقات الأسرية[2].

حيث تسبب في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانة أو الانعزال، وقد بينت دراسة أجريت في المجتمع الغربي أن الفايسبوك كان سببا من أسباب رفع معدلات الطلاق والانفصال في هذه المجتمعات.

من بين أهم آليات التواصل في موقع الفايسبوك هي:

[1] حسان أحمد قمحية

[2] علي خليل شقرة: مرجع سبق ذكره، ص:73

1- **التعليقات**"notes ":خاصة التعليقات متاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة.

2- الإشارة "tags ": خاصية الإشارة متاحة في الصور والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفايسبوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

3- الإعجاب"like ": خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل اعجاب like لأي نص أوصورة أوفيديو لأصدقائك.

النكزة "pokes": خاصية نكزة "**غمزة**" تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بان أحد الأصدقاء يقوم بالترحيبه[1].

[1] نبراس النائلي:**الفيسبوك بين الإندماج والتفكك الإجتماعي**، شبكة النبأ المعلوماتية (أفكارودراسات)،حمل من الموقع: 119O4 يوم 20/06/2021 على الساعة 11:01./https://rn.annabaa.org/arabic/stiiclies‘

الفصل الثالث:
الرأي العام ومواقع التواصل الإجتماعي

المبحث الأول: ماهية الرأي العام.

تمهيد

المطلب الأول: نشأة وتطور الرأي العام

المطلب الثاني: تعريف الرأي العام

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الرأي العام

المطلب الرابع: الرأي العام تطبيقات وأنواع

المطلب الخامس: الرأي العام، تكوينه، خصائص وأهداف

تمهيد:

يعد الرأي العام مؤشرا هاما لقياس مدى رضا القاعدة الشعبية عن السياسات العامة للدولة من جهة، بالإضافة إلى دوره في تشكيل وتحديد توجهات المواقف الشعبية المختلفة نحو القضايا الداخلية والخارجية على حد سواء من جهة أخرى، ومن ثم أصبحت عملية معرفة توجهات الرأي العام ومدى قبوله أو رفضه لسياسة معينة تشغل صانعي القرار في مختلف دول العالم لما له من دور في تحقيق الشرعية والرضا عن النظام السياسي القائم ويقلل من حدة العنف تجاهه.

وشهد الرأي العام وقياسه تطورا هائلا بسبب عدد من المتغيرات أهمها الثورة التكنولوجية وما أتاحته من فرص التعبير عن الرأي بحرية ويكفي فقط عدد الوسائل التي أتاحتها شبكة الأنترنت، ومن ناحية أخرى أصبح حجم المعلومات والبيانات تتاح بشكل فوري وضخم أمام العديد من الأشخاص بما أدى إلى زيادة المعرفة حول العديد من القضايا، كما أتيحت الفرصة أمام الجمهور إلى أن ينتج مادته ويقدم معلومات يكون لها نصيب من الانتشار والتأثير عبر وسيلة إعلام سهلة ورخيصة وتم كسر احتكار الدولة أو النخبة السياسية في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه إزاء مختلف القضايا، ومن ناحية أخرى زيادة حجم الفاعلين في صناعه وتشكيل الرأي العام.

وشكلت مواقع التواصل الإجتماعي أهم بنية تحتية لمجتمع الإعلام المتنامي من جميع البلدان والثقافات واللغات والفئات العمرية المختلفة والمهن دون تمييز، وكانت بداية هذا الدور قد ظهر منذ منتصف التسعينيات في دعم مفهوم وممارسة الديمقراطية، وأخذ هذا الدور في التبلور المتصاعد مع النمو المتزايد للإنترنت وانتشار تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

كما عملت شبكة الأنترنت على إعادة تنشيط المجال المدني وتوسيع نطاق الحياة المدنية وفتح مجالات واسعة عن طريق تنوعه وسرعته وتحذية للحدود الجغرافية،

وكذلك عمل الأنترنت على إتاحة الفرصة أمام العديد من البشر المختلفين في توفير فرص للتفاعل والاتصال فيما بينهم حول المجال السياسي العام وعملية صناعة القرار.

ويعد موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" عبرالانترنت، من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شهرة، ورغم أن هذا الموقع أنشئ في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامه امتد ليشمل النشاط السياسي والاجتماعي والثقافي من خلال تداول المعلومات عبر مختلف الوسائط .

وقد أصبح موقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" اليوم من المواقع الفعالة التي تقوم بدور مهم في إكتساب عادات وسلوكيات صحيحة وأداة مهمة في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والإقتصادية في الجزائر، وتعد الأحداث السياسية والحراك الإجتماعي الذي شهدته عديد دول العالم العربية والاروبية والتي تكمن معظمها في المطالب الشعبية سببها الاول مواقع التواصل الإجتماعي لا سيما موقع "الفايسبوك"، حيث يرى بعض الباحثين والمختصين، أن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة "الفايسبوك" من أحد الأسباب لقيام هذه الاحداث التي تضم الحركات الشعبية المطلبية والانتفاضات حيث لعبت دور الفضاء الرئيسي للتخطيط وتنظيم هذه الأحداث والخروج في المظاهرات والاضرابات والعصيان المدني نظر للتضييق على وسائل الاعلام التقليدية وتحكم السلطة والدولة فيها وما تمارسه من تضليل للرأي العام.

وبناء على أهمية الموضوع وكل ما ذكرناه سابقا جاءت هذه الدراسة لمحاولة البحث في الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، فايسبوك أنموذجا – دراسة مسحية على طلبة جامعة المدية دكتور يحي فارس– نحاول من خلالها المساهمة ولو بالقليل في تقديم إضافة علمية مفيدة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول مختلف القضايا الراهنة في الجزائر.

المبحث الأول: ماهية الرأي العام

المطلب الأول: نشأة وتطور الرأي العام[1]

شاع إستخدام تعبير الرأي العام بمدلوله الحديث في خضم الثورة الفرنسية ولا عجب في ذلك، فالثورة الفرنسية **(كسائر الثورات الكبرى)** ليست سوى لون من ألوان التعبير عن الرأي العام ،على أن الرأي العام كان قائما – بصورة أو أخرى – على مر العصور، فالرأي العام مرتبط بالمجتمع الإنساني النامي أينما وجد، ولا شك أن أحداثا ضخمة في تاريخ البشرية ما كان لها أن تتحقق وتحدث لولا إجماع كلمة الجماهير.

أولا: الرأي العام في المجتمعات القديمة: في المجتمعات القديمة، عرفت مدن اليونان المستقلة **(الدولة المدينة)** الرأي العام، واختبرت سطوته ونفوذه قرون عديدة قبل ميلاد السيد المسيح، فقد كان الرأي العام هو الحاكم الفعلي والمسيطر المطلق على كل أوجه النشاط في المدينة، ففي تلك المدن اليونانية القديمة، كانت السيادة المطلقة لهيئة المواطنين مجتمعين، أو بمعنى آخر: لكافة سكان المدينة والريف المحيط بها باستثناء العبيد والأطفال والنساء، وكانت هذه الهيئة أو الجمعية تمثل في الوقت نفسه ما يعرف اليوم بالبرلمان والحكومة والقضاء، أو السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية جميعا، وكانت القرارات تصدر في اجتماع جمعية المواطنين تتخذ بأغلبية أصوات المواطنين الحاضرين، ولم تترك جمعية المواطنين ميدانا إلا طرقته، فهي التي كانت تختار قادة الجيش والموظفين، وهي التي كانت تعلن الحرب وتعقد المعاهدات، وتأمر بإقامة الاحتفالات العامة، وتسن القوانين وتفرض الضرائب، وتحكم في القضايا المدنية والجنائية، وتصدر الأحكام أحيانا دون محاكمة، لا رادع لقراراتها ولا معقب عليها.

[1] سليمان بن عبد الرزاق: **الرأي العام المفهوم – التكوين –التعريف – الخصائص**، دار العربية، شباط 1996، ص:132

هذا وكانت سلطة الجمعية كاملة ومطلقة، وكما قال أرسطو «كانت تفعل ماتشاء» لا يحكمها سوى صوت الأغلبية: صوت الرأي العام، ولم تكن الديمقراطية اليونانية تعرف الأحزاب، وإنما كان من حق كل مواطن أن يتكلم ويبدي رأيه، وإن وقع العبء الأكبر في الكلام والمناقشة على طائفة الخطباء، وهم طائفة من بلغاء القوم كانوا يكرسون حياتهم للسياسة، إما رغبة في الخدمة العامة أو إرضاء لطموحهم أو سعيا وراء منفعة شخصية، فكان كل خطيب منهم يدافع عن وجهة نظره ويحاول الحصول على موافقة أغلبية المواطنين، وقد جاوز تعداد المواطنين في بعض المدن اليونانية – خاصة في أثينا– الأربعين ألف من البشر، كانت اجتماعاتهم تجرى في الهواء الطلق في الصباح الباكر عادة، ويحضرها ما لا يقل عن خمسة أو ستة آلاف مواطن، وكانت تتسم بالنظام وإن لم تخل أحيانا من احتدام الآراء والعواطف.

ثانيا: الرأي العام في مجتمعنا الحديث المعاصر: يمكن أن نقول أن الرأي العام وهو غرس ديمقراطي بطبيعته لم يسترد نفوذه وسيطرته منذ فتوح الإسكندر المقدوني مع استثناء فترة تاريخية قصيرة في صدر الإسلام إلا في عصرنا الحديث والمعاصر بصفة خاصة[1].

لقد أصبح الرأي العام قوة كبيرة في مجتمعنا الدولي الحديث، وذلك نتيجة للأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية، لهذا المجتمع، ولتقدم العلم والتكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا الاتصال، ولم يعد في استطاعة أي حكومة من الحكومات اليوم الاستمرار في الحكم دون الحصول على الحد الأدنى من موافقة الجماهير، وقد ضاعف من تأثير هذه القوة التجمعات الجماهيرية الكبيرة في المدن التي شهدها العالم منذ قيام الثورة الصناعية، وانتشار النظم الديمقراطية، والتوسع في حق الانتخاب، وتحرير المرأة والعبيد، وانتشار التعليم، وتطور الطباعة، وظهور التلغرف والتليفون، واختراع

[1] سليمان بن عبد الرزاق : مرجع سبق ذكره ، ص:133

آلات التصوير، وقد دعم ذلك التقدم الكبير في وسائل المواصلات والاتصال ظهور أجهزة الإعلام الجماهيرية الحديثة وتطورها السريع من صحف وإذاعة وسينما وتليفزيون إلى فضائيات وإنترنت مما ساعد بصفة فعالة على سرعة انتشار الأفكار والآراء وتبلورها على المستويين المحلي والعالم المعاصر،خاصة مع انحسار الاستعمار – إلى حد كبير – بعد الحرب العالمية الثانية وتحررمعظم شعوب اسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

المطلب الثاني: تعريف الرأي العام

بالنسبة للوصول إلى تعرف محدد للرأي العام لازال هناك الكثير من التضارب في تعريف مصطلح **(الرأي العام)** ومازال الغموض يكتنف مفردات المفهوم، فهناك من يرى أنه " التصميم على إبداء رأي معبر عن اتجاه ما يشعر به أفراد المجموعة المنتمية لجماعة محددة".

وهناك من يراه " وجهة نظرعقلية حيال قضية ماوفق معلومات معينة متاحة في وقت معين."

والرأي العام بحسب بعض العلماء " ما هو إلا مرأة تعكس غالبية أراء الجماعة كما وكيفا إزاء مسألة مشتركة ".

عرفه **بسمارك** بأنه "الأصوات الهادرة في قوتها الغالية على ما عداها من أصوات خاصة في الإعلام المقروء".

وعرفه **رادكا** بأنه " أسلوب التعبير بالكلمات أو الحركات عن أحاسيس الفرد بموضوع معين".[1]

ويعرف الباحث الأمريكى **دوب** في كتابه **(الرأي العام والدعاية)** Public Opinion and propaganda الرأي العام بأنه " ميول الناس تجاه قضية معينة

[1] سليمان بن عبد الرزاق : مرجع سبق ذكره ، ص:134.

عندما يكونون أعضاء في المجموعة الاجتماعية نفها وقد يصل المجموع إلى تكوين رأي عام عن طريق النقاش أي أن الرأي العام عنده هو حاصل ضرب الآراء الفردية ببعضها وهو رأي الجماعة ".

ويعتقد **كلاريد كنج** " أن الرأي العام هو الحكم الذي تتوصل إليه الجماعة في قضية ما بعد مناقشات مستفيضة ".

ويعرفه **جولت** بأنه " فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى أعضاء الجماعة، وأن مجموع الآراء الفردية هو الرأي العام " طبقا للعالم **(هارولد تشيلرز)**[1] .

ومن التعريفات التي تؤمن بقوة الرأي العام نتطرق لما يلي:

يقول **جيمس برايس** في كتابه **(الديموقراطيات الحديثة)**: " الرأي العام اصطلاح يستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التي يدين بها الناس بإزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة".

ويقول **البورت** Alport: " الرأي العام تعبير صدر عن مجموعة كبيرة من الناس عما يرونه في مسألة من المسائل أو مقترح من المقترحات الواسعة النطاق، بحيث يمكن استدعاؤهم لهذا التعبير – سواء كانوا مؤيدين للفكرة أم معارضين لها، وبحيث تكون نسبتهم العددية كافية لإحداث تأثير ما بطريق مباشر أو غير مباشر" .

ويري **البيغ** Albig في كتابه **(الرأي العام الحديث)**: " إنه أي الرأي العام تعبير عن موضوع معين يكون موضع مناقشة من جماعة ما ".

[1] صبحي محمد أحمد يوسف: الرأي العام وأثره في التنظيم السياسي وحماية الدستور، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في الرأي العام

يتأثر الانسان بكل ما يحيط به من مؤثرات ولكنه في الوقت نفسه يؤثر فيها، ويأخذ هذا السلوك التفاعلي أنماطا متعددة كالتعاون والتنافس والصراع ومنها السيطرة أو السلطة أو الخوف...**إلخ**، ولا شك في أن آراء الناس ومن ثم ميولهم ومواقفهم وتصرفاتهم مرتبطة بمستوى ثقافتهم وبالعلائق التي يقيمونها مع وسائل الاعلام على مختلف أصعدتها السياسية التربوية والتجارية.

يخضع الرأي العام لعدة عوامل تؤثر في تكوينه منها التراث الثقافي والتعليم والنظام السياسي ووسائل الإعلام والقادة والزعماء والأحزاب السياسية والأسرة والدين ،هذه العوامل وان كانت متشابكة ومتداخلة في ما بينها، تتفاوت في أهميتها ودورها في تكوين الرأي العام وتخلتلف من مجتمع إلى آخرومن بين هذه العوامل نتطرق لما يلي:

1-التراث الثقافي والتعليم: بما أن الرأي العام يعتبر ظاهرة اجتماعية مرتبطة بوجود المجتمع وما يحتويه من نظم ومؤسسات مختلفة، فإنه يتأثر بالتراث الثقافي للجماعة، والذي يؤثر بدوره في تكوين رأي الأفراد واتجاهاتهم، وكلما كان النقل الثقافي والتنشئة الاجتماعية صالحين كلما أصبحا عاملين مؤثرين في تكوين الاتجاهات السوية والرأي العام السليم، وفي هذا الصدد نشير إلى أن المدرسة تبرز كأحد الأدوات الرئيسية التي تعمل على تشكيل التربية الوطنية، فمع تطور التعليم العام امتدت التربية الوطنية إلى جميع المتعلمين من الذكور والإناث[1].

تتميز الشعوب وخاصة ذات التاريخ العريق التي تنتمي إلى موروث ثقافي واجتماعي والمتمثل في العادات والتقاليد باحترامها لتلك العادات والتقاليد والقيم وتتعلق بها، فالتقاليد والقيـــــم ما يكون رأيه حول أي قضية هامة مطروحة للنقاش وتكون ضن واقعهم المعيشي، لكن مدى انحسار الموروث الثقافي والاجتماعي يتفاوت

[1] سليمان بن عبدالرزاق: مرجع سبق ذكره، ص: **138**

من بيئة إلى بيئة أخرى، فالفرد الذي يعيش في بيئة اجتماعية محافظة أصعب استجابة للتعبير منه في المجتمعات الأكثر تقدما لذلك فإن هناك بعض الجماعات تستغل تلك القيم والعادات الموجودة في تلك البيئة للتأثير على الرأي العام وتوجيهه بما يتفق مع مصالحها أو أهدافها تحقيقا لأهداف سياسية واقتصادية واجتماعية.

2- **النظام السياسي**: مهما اختلف خطه الفكري، يؤدي دورا مهما في تكوين الرأي العام، فالمواطن في العصر الحديث يقع تحت الهيمنة الكاملة للايديولوجية السائدة في النظام السياسي، فالطبقة الحاكمة تبغي من خلال الوسائل التي تملكها (الاعلام والدعاية) أن تؤثر وتغير مواقف مواطنيها وآرائهم على نحو تتوخى منه تحقيق أهداف الخط السياسي الفكري الذي تبناه أو مصالحه.[1]

يقول الدكتور **أحمد بدر** عن علاقة النظام السياسي بتشكيل الرأي العام:" أن دراسة النظام السياسي للدولة مقدمة لتحسين مواقع الأقدام بالنسبة الى الاطار العام للرأي العام والاعلام في الدولة.. وهذه الدراسة في الواقع هي دراسة كيفية ممارسة السلطة السياسيـــة وأهدافها وفلسفتها.. هل هذه السلطة هي وسيلة لغاية أم هي غاية في ذاتها؟.. هل السلطة تعيش في إطار سيادة القانون الذي ينبع من ضمير المجتمع؟ وهل تعكس رضى الرأي العام بحيث يتحقق قول **ميرابو** بأن الرأي العام هو سيد المشرعين جميعا؟ أم إن هذه السلطة مطلقة لا تعبأ بالمبادىء القانونية المتعارف عليها والتي تحفظ للانسان كرامته وأدبه وتحفظ للدولة كذلك حقوقها ومبادئها؟ أي هل يتيح هذا النظام للرأي العام أن يترعرع وأن يعبر عن ذاته في حرية مسؤولة عن طريق وسائل الاعلام المختلفة؟ وهل تعبر هذه الوسائل نفسها بشكل متوازن عن صوت الشعب والحكومة على السواء، أم أن اطار الرأي العام والاعلام كله لا يعكس انتصارات الانسان وطموحاته التي حققها عبر مسيرته الطويلة من أجل قضية الانسان الأساسية

[1] صبحي محمد أحمد يوسف: مرجع سبق ذكره.

الكبرى، الحرية؟ "، كما أن الوسائل الاعلامية في الرأي العام من الأمور البديهية لان الفرد، متعلما كان أو أميا، لا بد له أن يقرأ جريدة أو يستمع للمذياع أو يشاهد التلفاز.

إن التطور الهائل في وسائل الاعلام أدى الى وجود علاقة متبادلة ومتفاعلة بين النظام السياسي المعبر عنه بالحكومة والرأي العام، فأجهزة الإعلام تشكل في أغلب النظم قنوات اتصال بين الحكومة والرأي العام لعرض سياستها ومشاريعها، وهي بذلك تدفع المواطن من حيث لا يدري إلى تكوين رأي عام يصب في الأهداف التي تطمح إلى تنفيذها لذا تسعى أغلب النظم السياسية إلى ضمان سيطرتها على أغلب الوسائل الاعلامية أو اخضاعها للمراقبة الشديدة[1].

يقوم الزعيم أو القائد بدور مهم في حياة الناس وآرائهم، صحيح أن هذا الدور أخذ يتلاشى في الدول المتقدمة نظر لوجود أحزاب ومؤسسات تقوم به، إلا أن هذا الدور يزداد أهمية في الدول النامية، أن دور الزعيم أو القائد في الدول النامية يجسد الملامح الأساسية لمواطنيه بحيث يتعرف هؤلاء على أنفسهم في الحياة السياسية عبر شخصيته، فالزعيم في أكثر الدول النامية ما زال يشكل أحد العوامل الأساسية في تكوين الرأي العام، ولعل الزعيم الراحل جمال عبد الناصر يعد مثالا حيا لما نذهب اليه وكلنا يعلم كيف استطاع جمال عبد الناصر أن يجسد ويعكس لفترة طويلة بعض الأهداف الوطنية والقومية،لاللعرب المصريين وحسب، بل للعرب جميعا أينما كانوا، ويبدو أن الحاجة الى الرمز على هذا النحو تبدو في أجلى صورها في الدول النامية حيث لا تكتفي وسائل الاعلام بالترويج للرموز كوسيلة للتأثير على المواطنين فقط، بل تسعى أيضا (مع الأسف الشديد) الى حمل الناس على عبادة الزعيم وتأليه، شخصه والأمثلة على ذلك كثيرة في الدول النامية.

[1] سليمان بن عبد الرزاق: مرجع سبق ذكره، ص: **140.**

كذلك تؤدي الأسرة والدين دور هاما في تحديد آراء الناس، فالأسرة هي المحطة الأولى في عملية التنشئة الاجتماعية التي تغرس في الطفل كثيرا من الميول وأنماط السلوك كالتسامح والمحبة ...إلخ، كذلك يشكل الدين خاصة في الدول النامية أداة هامة في غرس المفاهيم والاتجاهات، هذا وأكدت التجارب العلمية أخيرا أن الفرد ما زال يتأثر بآراء الجماعة التي ينتمي اليها، فالانتماء الطائفي أو العشائري ما زال يشكل في بعض الدول النامية عاملا هاما في تكوين الرأي العام، إلا أن هذا العامل لهم يعد يقبل به في الدول المتقدمة لذا نجد الأحزاب السياسية تقوم بهذا الدور.

المطلب الرابع: الرأي العام تطبيقات وأنواع

أولا: حسب طبيعة الرأي العام:

الرأي العام المسيطر: وهو رأي القادة والزعماء والحكومات والصفوة في المجتمع من المفكرين والعلماء، حيث تتمتع هذه الفئة بقدرات واستعدادات عقلية ممتازة وسمات شخصية وفكرية ونفسية وحركية فائقة، تجعلها على مستوى عال من الإحساس الصادق السريع لظـــــروف الجماهير، والاستماع لمشاكلهم ورغباتهم، والقدرة على اتخاذ القرار ووضع الحلول المناسبة، ومن ثم تحريك الحشود البشرية بعد جمعها حول رأي عام جماعي،وتوجيهها في خط سير موحد لرأي عام، دون أن تتأثر هذه الصفوة ذاتها بمؤثرات ذاتية أو خارجية حيدها عن الهدف، وهم ثم يمثلون نسبة قليلة في المجتمع، وهم الذين يقودونه ويثقفونه، ويعملون على إرشاده وتوجيهه في جميع النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية .[1]

الرأي العام المنقاد: وهو رأي السواد الأعظم من الناس، والذين ليس لديهم القسط الكافي من التعليم وهم فئة غير قادرة على الاطلاع والبحث ومتابعة ما يحدث من مشاكل أو قضايا، ويعجزون عادة عن تحليل القضايا العامة وربطها بالظروف الدولية

[1] التهامي مختار : مرجع سبق ذكره ، ص:158

بصفة خاصة، حيث يقتصر تعبيرهم عن تناول الحقائق الفعالة والتعرف على أسبابها ونتائجها دون شرح أو إيضاح من الغير ولاسيما من قادة الرأي المحلي مع العلم أن ما يثيرهم هو ما يتصل بحياتهم اليومية واحتياجاتهم البيولوجية والاجتماعية بصفة مباشرة، ومن ثم يكون التأثير قوي والإقناع يكون عميقا، إذا ما أستند الإيضاح إلى حقائق روحيه ومثل أخلاقية ومعايير إنسانية، ولهذا فإن لهذه الخاصية خطر من جانب المحترفين في تضليلهم وإفساد الرأي العام السياسي، وكل ما يملكون هو العواطف ولا يلجئون إلى التفكير والمنطق والتحكيم إلى العقل، وهؤلاء يتأثرون بما تقوله وسائل الإعلام، وكذلك هم عرضة إلى الشائعات والدعاية حيث يتقبلونها بسهولة.

الرأي العام المستنير: وهو رأي الطبقة المثقفة، وهو يمثل رأي المتعلمين والمثقفين في المجتمع، والقادرين على مقارنة وموازنة الأمور وربط الأحداث الجارية بأمور الحياة اليومية للمجتمع، ولهؤلاء تأثير خاص على مخالطيهم من المتعلمين ومن غير المثقفين وخاصة في المناطق الريفية، ويوصفوا بقادة الرأي المحلي ويكون أثرهم تبعا لانتشار التعليم، وكذلك إنتشـــــار وسائـــــل الاتصال الجمعي مثل: الصحف والإذاعة والتلفزيون، ويختلف حجمه حسب درجة التعليم وهو يؤثر فيما هو أدني منه درجة في الثقافة والتعليم، ويؤثر في وسائل الإعلام بنسب متفاوتة، ومثل هذا الرأي يوجد في الدول الغربية[1].

ثانيا: حسب المجال الذي يتتشر فيه الرأي داخل المجتمع:

الرأي العام الشامل: وهو الرأي الذي يتعلق بمسألة تهم المجتمع ككل، مثل الرأي في حرية الصحافة، والرأي في تنظيم المرور، والرأي في إنتاج الثروة الطبيعية للدولة.

[1] التهامي مختار: **الرأي العام والحرب النفسية1974**، دار الفكر، القاهرة، مصر، ص: **157**.

الرأي العام الجزئي: وهو الرأي الخاص بفئة معينة من فئات المجتمع أو إحدى جماعات المصالح فيه، مثل رأي عمال النظافة في تحديد أجورهم.

ثالثا:حسب حجم وسعة انتشار الرأي العام:

رأي الأقلية: وهو رأي مجموعة صغيرة من الأفراد، وعادة ما يحسب بكونه أقل من **50%** من أصوات أعضاء الجماعة أو الطائفة أو الطبقة التي يعبرون عنها، ولكن لرأيهم أهمية كبيرة في جوانب الحياة السياسية والاجتماعية، بحيث لا يمكن إغفاله أو إنكاره، وقد يتحول هذا الرأي إلى رأي الأغلبية، ولهذا تعمل الأغلبية للأقلية الحسابات، وتضع لها الاعتبار.

رأي الأغلبية: وهو رأي أغلبية المجتمع وهو تجميع وتكرار الرأي الشخصي لأغلبية الأفراد (الجماعة)، وعادة ما يحسب بـــ **50%** من الأصوات، وهو معرض للتحول إلى رأي الأقلية نتيجة الخمول واعتماده على أشخاص غير أكفاء للتعبير عنه والقيام بدوره، وقد يصبح عامة إذا تحول رأي الأقلية إلى رأي الأغلبية، وذلك في حالة اقتناع الأقلية برأي الأغلبية، وقد يكون رأي الأغلبية أحيانا بالتضليل وحذف بعض الحقائق أو الدعاية التي يقوم بها القادة أوالزعماء، وهو في الواقع عدة آراء مختلفة اجتمعت حول هدف معين، كما هو الحال في البرلمانات عندما تتحالف فيها عدة أحزاب لتكون ضد حزب معين أو فئة جماهير معينه، أو ربما يتعرض رأي الأغلبية لأن يكون رأي أقلية، ومن عيوبه إنه قد يركن إلى الكسل والنوم ويدع شؤونه لفئة من غير الأكفاء للتعبير عنه أو القيام بأعبائه .[1]

الرأي الساحق أو الجامع: وهو الرأي الذي يتصل اتصالا قويا بتراث الأمة من عادات وتقاليد ومعتقدات وأفكار وهذه الأشياء تؤلف ما يسمى الطابع العام، وكلما تعرض هذا الطابع العام للجدل أو المناقشة تقوم معظم جماعات المناقشة بوظيفتها

[1] محمد لعقاب : مرجع سبق ذكره ، ص : 18

داخل إطار كبير، يمكن تسميته رأي عام جامع أوغالب في الجماعة، وتقف الجماعة من خلف الرأي الجامع وتسانده، ومن هنا كانت مناقشته تعني حق الجماعة في الحياة والوجود، ومن الأمثلة عليه:هناك شعوب تجمع على وحدانية الروح، وأخرى تجمع على تعدد الزوجات، وانتشار الرأي الساحق في المجتمع يزيد على **90%**، وسوف يتحول هذا الرأي إلى إجماع عام إذا استمر وجوده في المجتمع لمدة طويلة، وهو يعتبر حالة اتفاق بين الجماعة ويشكل الطابع العام،ويعتبر الرأي المستقر الذي لا يقبل النقد [1]

رابعا:على أساس مدة استمرارية وجود الرأي العام:

الرأي العام اليومي: وهو الرأي الذي يتعلق بتطور وتعاقب الأحداث اليومية مثل رأي الأفراد في استقالة وزير الخارجية في دولتهم أو في دولة أخرى، أي الرأي الذي يتعلق بالحياة اليومية ورد فعل لما يحدث يوميا، والذي يتأثر بما يصدر عن وسائل الإعلام والشائعات والمناقشات، ولذلك يرتبط بالوقتية وعادة ما يتعرض إلى تيارات اجتماعية داخلية وخارجية.

الرأي العام المؤقت: وهو الرأي الذي يبقى في الجماعة لمدة محدودة أو مؤقتة مثل رأي المواطن في الوجود الأمريكي في العراق أو منطقة الخليج العربي أو أفغانستان، وهو يرتبط بحادث عرضي أو مصلحة مؤقتة، أي يرتبط بحالات طارئة، وينتهي بانتهاء الحدث، وعليه فهذا النوع لا يعتمد عليه في الدراسات.

الرأي العام الدائم: وهو الرأي الذي يتوقع أن يستمر ويبقى مع أفراد المجتمع لمدة طويلة، ويرتكز على العادات والتقاليد والدين، ويمتاز بتناقله من جيل إلى جيل، ولا تؤثر فيه المتغيرات التي تحدث من ظروف طارئة، حيث يعتبر نتاج خبرة أفراد المجتمع، ولهذا يعتبر قوي، والمناقشة في هذا الرأي تولد المخاطر، لأنها تعتبر هجوم

[1] صبحي محمد أحمد يوسف: مرجع سبق ذكره، ص **60**.

على الجماعة وكيانها وذاتها، وأحسن مثال على ذلك كراهية دول العالم الثالث للاستعمار، وكراهية العرب لليهود، وكراهية الأمريكان للزنوج.

خامسا: حسب المحيط الذي ينتشر فيه الرأي العام:

الرأي العام المحلي: ويتعلق بمسألة محلية داخل إطار الدولة الواحدة مثل:رأي المواطن السعودي في العمالة الأجنبية، وهو يختلف عن الرأي العام القومي الذي يعبر عن المجتمع القومي بوجه عام، كما يختلف عن الرأي العام العالمي المتمثل في المنظمات الدولية.

الرأي الإقليمي: وهو يخص إقليما معينا، أي مجموعة من الدول المتجاورة كمنطقة الخليج العربي مثل: رأي المواطن الخليجي بحرب الخليج، أو رأي المواطن العربي في مواقف الجامعة العربية[1].

الرأي العام العالمي: ويقصد به الاتجاهات التي تسيطر على أكثر من مجتمع واحد، أو التي تعكس توافقا في المواقف بين أكثر من وحدة سياسة واحدة، وهي سمة من سمات المجتمع الدولي المعاصر، أو ما يسمى بالرأي العام الدولي، ويرجع الفضل في وجوده إلى التقدم الهائل في وسائل الاتصال والإعلام المتنوعة وفي سهولة المواصلات، وللرأي العام العالمي أثره البالغ في توجيه الأمم المختلفة وفي حفظ التوازن بين البلدان المتصارعة بالرغم أننا لاحظنا فشله في وقف أمريكا بالعراق، ومن الأمثلة على الرأي العام العالمي في التسلح الذري، أو الرأي العام العالمي في مذابح الفلسطينيين في مخيمي صبر وشتيلا،أو الرأي العام العالمي في مذابح مخيم جنين وفي مدينة نابلس القديمة وفي الحرب على غزة سنة **2008.**

[1] سليمان بن عبد الرزاق: مرجع سبق ذكره، ص: **142.**

سادسا: حسب طبيعة تفكير الفرد:

الرأي الشخصي: هو رأي الذي يتكون لدى الفرد نتيجة لتفكيره بموضع معين ويختلف هذا الرأي من شخص لآخر، وذلك لاختلاف زاوية رؤيته للموضوع والعلاقة ولاختلاف المستوى الثقافي والتعليمي والخبرة لكل منهم.

الرأي العام الخاص: وهو الرأي الذي يتكون لدى الفرد، ولا يبوح به خوفا من تعرضه للضرر [1]

المطلب الخامس: الرأي العام، تكوينه،خصائص وأهداف

يمثل الرأي العام سلوكا اجتماعيا أو استجابة هامة لمثيرات اجتماعية في المجال السلوكي للجماعة وحتى يظهر هذا السلوك أو هذه الاستجابة ويكون رأيا عاما لا بد أن يمر بمراحل متعددة تكون في النهاية عناصر أساسية في تشكيل الرأي العام وتتمثل فيما يلي:

أولا: القضية الهامة.

ثانيا: الجماعة.

ثالثا: روح المناقشة.

فالقضية قد تكون بسيطة محددة لا تهم إلا جماعة صغيرة فاعلة، وقد تكون القضية كبيرة تهم الأمة بأجمعها والجماعة قد تكون قليلة العدد ولكنها فاعلة وقد تكون كثيرة العددوغير فاعلة .

أما المناقشة فقد تكون عامة وعلنية، وفي نهايتها تتبلور الآراء ويظهر الرأي العام فالمناقشة تمر بخطوتين:

الخطوة الأولى: إختلاف وجهات النظر.

الخطوة الثانية: تقارب وجهات النظر.

[1] سليمان بن عبد الرزاق: مرجع سبق ذكره، ص: 143.

اذا كان الرأي العام في الدول النامية يتسم بالسطحية وعدم العمق نتيجة الجهل أو انعدام الثقافة إلى جانب الخوف، فان الرأي العام في الدول المتقدمة يأخذ خصائص أخرى أكثر عمقا، يحددها الدكتور **مسلم** في كتابه **(وسائل الاعلام)** الرأي العام والإرادة الشعبية وخصائص الرأي العام بقوله: "من أبرز خصائص الرأي العام أنه واع ويدعي العقلانية ويحمل بذاته رغبة بالصوابية وهو نقيض الكلية ويفترض التعددية ويأخذ بعض صفات القانون الأخلاقي في مجتمع ما ويتجاوز التأكيد النظري ويعني الغالبية في مجتمع ما، على أنه سريع التبدل"[1].

اذا كان الرأي العام يمر بمراحل عديدة ومتفاعلة لتكوينه ويتسم بخصائص معينة، كما أشرنا، فإنه يملك أهدافا تلازمه حيثما ظهر وأينما وجد.

يحدد الدكتور عطوف ياسين في كتابه **(مدخل إلى علم النفس الاجتماعي)**، أهداف الرأي العام بأربعة أنواع:

الهدف الاجتماعي: ويفيد في تشخيص مشكلات المجتمع وعلاجها، كتنظيم النسل والطلاق، الجريمة، التربية، الانتحار، والاحداث وغيرها.

الهدف السياسي: ويفيد في معرفة اتجاهات الرأي العام حول قضايا معينة أو برامج أو خطط مستقبلية.

الهدف الاقتصادي: ويتجلى في مساعدة دراسات الرأي العام على فهم نفسية المستهلك واحتياجاته ووسائل التأثير به وترويج التسويق والانتاج.

الهدف الاتصالي: ويظهر في مساعدة دراسة الرأي العام على تخطيط برامج العلاقات العامة بين الحكومة والشعب وبين ادارة المؤسسة وجمهورها. وتحديد نسب طرق التأثير ووسائل الاتصال وطرق الاغراء والجذب[2].

[1] صبحي محمد أحمد يوسف: مرجع سبق ذكره، ص 62.

[2] صبحي محمد أحمد يوسف: مرجع سبق ذكره، ص **64**.

المبحث الثاني: الوظائف السياسية لمواقع التواص الإجتماعي

تمهيد:

لا يختلف حاليا على أهمية الدور السياسي الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي،هذا الدور الذي بدأ يظهر للعيان مع هجمات 11 سبتمبر 2001 الإرهابية، على الولايات المتحدة الأمريكية وتعزز مع مجموعة من الأحداث ،أبرزها الأحداث المرافقة للإنتخابات الرئاسية في دولة إيران ومجموعة أخرى من الأحداث السياسية شهدها العالم في الفترة ما بين 2005 و 2009، وهي الأحداث التي غيرت بشكل نهائي مفهوم التغطية الإعلامية للأخبار،والأدوار السياسية التي كانت تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية،وقد تناولنا في هذا الفصل الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي بشكل عام،إضافة إلى تقديم نماذج عن الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي أو ما يعرف بوسائل الإعلام الجديدة وتأثيرها في هذا الإطارعلى مستخدميها، خاصة من فئة الطلبة الجامعيين الذين تبنوا مداخلها ،وتفاعلوا معها، وتأثرت مواقفهم السياسية في كثير من الأحيان بهذه المواقع إضافةإلى استخدامهم لها سياسيا في عديد المناسبات لا سيما منها إدارة الحملة الإنتخابية في الجزائر لتشريعيات **12** جوان **2021** .

المطلب الأول: تعزيز المشاركة السياسية

أصبح موضوع التأثير لمواقع التواصل الإجتماعي محل إهتمام كبير من الحكومات والباحثين، والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني، ذلك أن الحقل السياسي قد تأثر كثيرا بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ،كغيره من قطاعات النشاط الإنساني الأخرى كالاقتصاد والاجتماع والثقافة والصحة والتربية والتعليم...إلخ[1].

وتعاني الحياة السياسية حسب الدكتور محمد لعقاب في دول العالم الثالث، ومن بينها الجزائر من عدة إشكاليات منها: " نقص الاهتمام السياسي لدى المواطنين وخاصة فئة الشباب ويتجلى ذلك في نقص الانخراط في صفوف الأحزاب، وقلة المشاركة في العملية السياسية، من عزوف عن الاهتمام بالحملات الانتخابية ،وضعف الإقبال على صناديق الاقتراع، ومحدودية الثقافة السياسية لدى المواطنين، أما بالنسبة للطبقة السياسية فإنها تواجه مشاكل تتعلق بمخاطبتها للجماهير في ظل إحتكار شبه كلي لوسائل الإعلام من السلطة، وخطرالحظر، وعدة مشاكل أخرى" [2].

غير أن التحولات العميقة التي كرسها إنتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال على نطاق عالمي ساعد كثيرا في إيجاد حلول للإشكاليات السابقة ،وأفرز واقعا جديدا فرضه التحول من النموذج الصناعي إلى المجتمع المعلوماتي، والانتقال من الشمولية إلى الديمقراطية، وبروزالمجتمع المدني العالمي، وظاهرة العولمة التي حلت محل الاقتصاد العالمي التقليدي.

ولاشك من الدورالمحوري الذي تلعبه مواقع التواصل الإجتماعي أو ما يطلق عليه تسمية وسائل الإعلام الجديدة في كل ماسبق ذكره، خاصة مع إنتشارها بشكل واسع بفضل الشبكة العنكبوتية وخصائصها المرنة، التي تساعدها على سهولة الإنتشار،

---

[1] محمد حمدان المصالحة:**الاتصال السياسي،مقترب نظري تطبيقي**،دار وائل للنشر والتوزيع،عمان، 2002 ،ص 57.

[2] محمد لعقاب: **تأثير الإنترنت على العمل السياسي**،أُوباما نموذجا، منشورات دار الصباح، الجزائر،2009 ، ص13

وبناء على ماسبق نحاول في هذا الفصل الحديث عن الوظيفة السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي ،إعتمادا على مدخل نظري نحاول أن نحدد فيه الوظائف السياسة لمواقع التواصل الإجتماعي بالرغم من التداخل الشديد بين الوظائف السياسية والوظائف الأخرى التي تقوم بها وسائل الاتصال بوجه عام، فالنظام السياسي وأنشطته وقيمه السائدة ترتبط بكثير من العوامل غير السياسية وكذلك التفاعلات بين النظام السياسي والجمهورالعام[1].

صعوبة تحديد مفهوم الوظائف ،حيث يرى البعض أن:" الوظائف أكثر إرتباطًا بالجمهور وتوقعاته وإستخداماته للنظام الاتصالي القائم في المجتمع " ،في حين يرى البعض الآخر أن:" الوظائف مرادفة للأدوار التي يقوم بها النظام الاتصالي في المجتمع" ،في مايرى آخرون أن: "الوظائف تنشأ في منطقة وسطى بين استخدامات الجمهور للنظام الاتصالي، وبين الأدوار التي سعى النظام الاتصالي في المجتمع إلى القيام بها "وبناء على ذلك تعددت رؤى الباحثين بشأن وظائف الاتصال السياسي في المجتمع.

المطلب الثاني: تعبئة الرأي العام

أصبحت وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة تقرر بشكل كبير في تشكيل الرأي العام وتزوده بالمعلومات التي من خلالها يطلع على الشؤون العامة ومعرفة الشخصيات السياسية، بالإضافة إلى دورها في المناقشات العامة والعملية الانتخابية ككل، فعن طريقها يتم بناء الحقيقة السياسية ،كما أن هذه الوسائِل من واجبها تأكيد الشعور بالمواطنة والمشاركة السياسية، وذلك من خلال تقديم معلومات حرة وصحيحة ،تتيح للمواطنين التمتع بحقوقهم والحصول على معلومات تساعدهم على المشاركة في

[1] محمد لعقاب: مرجع سبق ذكره ، ص: 18.

مناقشة الخيارات السياسية ،فالجمهور لا يملك التحكم فيما يقدم له، وإنما هو في العادة يستجيب ويتفاعل مع مضامين الوسائط الإعلامية الجديدة[1].

إن معالجة وسائل الإعلام للقضايا والأحداث تؤثربشكل كبير على إدراك ملايين الناس للحقيقة ،فهذه المواقع والوسائل تأخذ الناس إلى ساحات الحروب ومواقع الأحداث حول العالم، وكأنها تعطيهم مقاعد على المدرجات لمشاهدة المباريات في الملاعب، فتقرب وجهات نظرهم وتوحدهم حول القرارات والتحركات السياسية، وتحدد المهم وغير المهم للصفوة وسائر أفراد المجتمع، كما أن الصور التي تقدمها هذه الوسائِل عن الواقع هي أكثر فاعلية ونفوذاً ،خصوصا في حالة تناولها لمواضيع وجوانب من الحياة لايستطيع أن يراها الناس أو يعايشوها ،إلا من خلال تلك الوسائِط الجديدة، مثل الحياة الخاصة للسياسيين والثورات وغيرها وتعتمد السلطة السياسية على وسائل الاتصال الجديدة في توجيه وتعبئة الرأي العام المحلي والتأثير عليه وتحديد مواقفها المساندة لسياسات الحكومة ودعم برامجها السياسية والاقتصادية والاجتماعية .[2]

وقد أكدت البحوث العلمية أن الصور والانطباعات التي تبثها وسائل الإعلام ،من خلال نشاطها الاتصالي، المتمثل في نشر المعلومات والأخبار والصور والتحليلات والشروح، تحدث تأثيرات على آراء أفراد المجتمع وسلوكياتهم ومواقفهم، ويمكن التعرف من خلال مضمون هذه الوسائِل على توجهات الرأي العام ورؤيته حول مختلف القضايا والموضوعات، مما يرشد السلطة السياسية، ويسهم في إنجاح سياساتها، ويقلل من فرص تعرضها للسخط والانتقاد من قبل الرأي العام ،فالحكومات لاتستطيع أن تصل إلى الجماهير إلا من خلال هذه الوسائِل، التي لها قوة كبرى في

[1] منى محمود، مرجع سبق ذكره ، ص: 176 .

[2] محمد حمدان المصالحة، مرجع سبق ذكره.

التأثير على الرأي العام وتعبئته ،كما أن ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الجديدة تفوق عادة ثقته في الحكومات.

ولوسائل الإعلام تأثيراتها غير المباشرة في الرأي العام عن طريق الانطباعات التي تجدها لدى الجمهور المتلقي، فهي لا تضعف قط الأمور في بؤرة الاهتمام ،وإنما قد تحكم أيضاً على بعض الشخصيات والأحداث بالغموض والإبهام نتيجة إهمالها وعدم تغطيتها لاعتبارات تتعلق بظروف كل وسيلة، أو لهدف الضغط، أو إخفاء المعلومات لأسباب سياسية أو أيديولوجية.

ومن جانب آخر فإن لجمهور المثقفين دورا في تعبئة أفراد المجتمع وإلهامهم الفكر والمبادئ وروح العمل الجماعي ،سواء عبر اتصالهم الشخصي أو بواسطة وسائل الإعلام، بما لهم من شخصية وإرادة واتجاهات ومواقف اجتماعية وسياسية،وكذلك لما قد يملكونه من خبرات نتيجة المشاركة في الحياة العامة[1].

وفي هذا السياق نستشهد بكتابات إثنين من أساتذة الإعلام البارزين ،حيث يشير "**هارولد لازويل**"، مؤلف الكتاب الشهير **أساليب الدعاية في الحرب العالمية الأُولى** ،إلى ضرورة اضطلاع الحكومة بإدارة الرأي العام ،وممارسة سلطتها على آراء الأفراد ،مثلما تمارس سلطتها في مجالات الحياة ،واعتبر أن إدارة الحكومة للرأي العام مبدأ لا مفر منه، وبخاصة في الحروب والأزمات الكبيرة.

كما أن "**أدوارد بيزنز**"، أحد المؤسسين الأوائل للعلاقات العامة، يقول: "إذااستطعنا فهم آلية ودوافع تفكير مجموعة من الأفراد ،فإنه يمكننا أن نسيطر على الجماهير طبقا لإرادتنا بدون أن يدركوا ذلك، فالتلاعب الواعي والذكي بالعادات والآراء المنظمة للجماهير هو عنصر مهم في المجتمع الديمقراطي، وهؤلاء الذين يديرون هذه الآلية غير المنظورة في المجتمع يشكلون الحكومة غير المنظورة التي تعد هي القوة الحاكمة

[1] محمد حمدان المصالحة: مرجع سبق ذكره، ص:62

فعلا في الدول،إنها الأقليات الذكية التي تحتاج إلى الاستفادة من الدعاية بطريقة مثمرة ومنظمة"[1].

المطلب الثالث: التسويق السياسي

التسويق السياسي هو علم التأثير في السلوك العام الجماهيري في المواقف التنافسية يتم من خلاله استخدام مبادئ وطرق ونظريات التسويق التجاري، في الحملات السياسية بواسطة مؤسسات أو أشخاص متخصصين وهذه الطرق تشتمل على التحليل والتطوير والتنفيذ وإدارة الحملات الإستراتيجية التي يقوم بها المرشحون ،أو الأحزاب السياسية ،أو المسؤولون في السلطة ،أو جماعات المصالح، أو الجماعات الضاغطة ،التي تحاول تشكيل وتوجيه الرأي العام، أو نشر أفكارها الخاصة، أو الفوز في الانتخابات، أو تمرير بعض القرارات والقوانين التي تهم مصالحهم،أو احتياجات فئة من المجتمع.

والتسويق السياسي يستخدم مجموعة كبيرة من المفاهيم ،التي تستخدمها عادة المؤسسات التجارية الربحية في عملية تسويق بضائعها وخدماتها إلى المستهلكين ،لجذب وتوجيه الرأي العام إلى الاتجاه المقصود.

كما أنه يستخدم التسويق السياسي مجموعة من المصطلحات والمفاهيم المستخدمة تقليديا بواسطة مؤسسات ربحية وغير ربحية في عملية بيع المنتجات، أو الخدمات، أو الأفكار لتنوع كبير من المستهلكين والجمهور، ويتم من خلال تعميم مفهوم التسويق، وذلك بتحويله من القطاع الخاص إلى العام ،وبتوسيع عملية الإقناع والمقايضة ،من مجرد عملية اقتصادية، لتشمل أنواعا أخرى من التبادل ،للحصول على إستجابات محددة من الأفراد تقديم قيمتها وإعدادها بحكمة وحنكة.

[1] دنيس مكويل:<u>الإعلام وتأثيراته دراسة في بناءالنظرية الإعلامية</u>،تعريب عثمان العربي، دار الشبل للنشر والتوزيع ،الرياض، 2007،ص: 118 .

وبالرغم من وجود إختلاف بين استخدامهم التسويق التجاري وبين استخدامه في التسويق السياسي ،ففي التجارة يستمر العمل بنتائج الأبحاث التسويقية وتنفيذها، أما في التسويق السياسي فإن فلسفة المرشح هي التي تستمر، إلا أن هنا كصفات متشابهة بين فن البيع والاتصال فكلاهما يهدف إلى بيع الأفكار والمنتجات وإجتذابا لأشخاص.

كما تسعى وسائل الإعلام إلى تسويق برامجها بين جمهورها ،فإن الحملات الانتخابية تسعى إلى تسويق المرشحين، والسياسيون أصبحوا أكثر إهتماما بالتسويق السياسي أكثر من أي وقت مضى لإدارة حملاتهم الإنتخابية والطرق التكنولوجية المستخدمة بواسطة الشركات في تسويق منتجاتها وخدماتها ،وفي تسويق أنفسهم وأفكارهم ،لذا لا بد لهم من الاعتماد على التسويق ليس فقط لكسب الانتخابات أو للوصول إلى السلطة، وإنما للنجاح أيضا فيعمل هم بعد تسلمهم المناصب العليا في هرم السلطة.

هذا ويعطي كثير من خبراء التسويق أهمية لعملية بناء قصص إخبارية ،تستهدف بناءأو دعما أو تصميم الصورة الذهنية لجهة سياسية معينة ،وهو مايعد إحدى النقاط الأساسية التي يرتكزعليها التسويق السياسي،باعتبارها محاولة لإقناع الجمهور وتوجيه الرأي العام من خلال قصص إخبارية مبالغ فيها وأحياناً غيردقيقة أومختلقة[1].

ويستفيد من التسويق السياسي الاختصاصيون مثل : المرشحين للانتخابات على كل المستويات، والمستشارين السياسيين، وجماعات الضغط، ومديري اللجان السياسية، وجامعي التبرعات، ومنظمي الاستفتاءات، والمسؤولين الحكوميين،واختصاصي الإعلانات السياسية والصحفيين، ومديري العلاقات العامة ،ومستشاري الاتصال المباشر، ومديري الأحزاب السياسية وموظفيها، وتوظف الأنظمة السياسية وسائل الاتصال للعرض والترويج لسياساتها ،وتكوين صورة ذهنيةإ يجابية عن الحكومة .

[1] محمد أبو عامود: **الاتصال بالجماهير وصنع القرار السياسي**، دار الشروق للنشر والتوزيع،القاهرة ،2001، ص28 .

فوسائل الاتصال مهمة للنخبة لدى أفراد المجتمع لتحقيق السيطرة والتحكم في الجمهور، ليس في وقت الحملات الانتخابية فقط، وإنما في جميعا لأوقات،نظرا لما توفره من سهولة في عملية الوصول إلى جمهورالناخبين، ولكونها قناة اتصال بين الحاكم والمحكوم خصوصا أن نمو مواقع التواصل الإجتماعي جعل منها، بالنسبة لأغلبية أفراد المجتمع مصدرا رئيسا للمعلومات السياسية، إضافة إلى أن الشخصيات السياسية تعي ما تغطيه مواقع التواصل الإجتماعي ووسائل الإعلام التقليدية وما يقدم على الشاشة يحدد أجندة الحملة الانتخابية للسياسيين، فالسياسيون ينظرون للتليفزيون،خصوصا في أوقات الانتخابات، كأداة رئيسة لإقناع الجمهور بوجهة نظرهم أكثر من كونه أداة معلومات للشؤون العامة .

وقد أدى الاهتمام بالتسويق السياسي إلى ظهور هيئات استشارية للحملات ومؤسسات للدعاية وإنتاج الإعلان السياسي، لتصميم البرامج الانتخابية، واختيار وسائل الدعاية والإعلان المناسبة للتسويق للمرشحين والتعريف ببرامجهم، حيث تُشير الدراسات إلى أن من أهم عوامل نجاح المرشح براعته في استخدام الإعلان للتسويق عن نفسه، وبيان أوجه القوة في شخصيته وقدرته على إقناع الناخبين ببرنامجه الانتخابي، ومشروعه السياسي الذي يروج له.[1]

وقد توصلت نتائج استطلاع أجرته صحيفة نيويورك تايمز وشبكة سيبيإس، إلى أن أكثرمن**25** من الناخبين الذين شاركوا في انتخابات الرئاسة الأمريكية لسنة 1988 ،قد تأثروا بالإعلانات السياسية التلفزيونية في صناعة قرارهم الانتخابي، كما أن الجوانب السلبية السائدة في مضمون الإعلان السياسي قد تؤدي إلى انكماش نسبة التصويت في الانتخابات والمشاركة السياسية بصفة عامة فمن خلال استطلاع أجري سنة 1999، في الولايات المتحدة الأمريكية أوضح 60% من العينة أن الحملات

[1] محمد أبو عامود: مرجع سبق ذكره، ص 30

الإعلانية الانتخابية السلبية تدفعهم إلى الامتناع عن التصويت، لدرجة أن هناك من يطالب بالتخلص منها باعتبارها تؤدي إلى تزييف وعي الناخبين وقد يدفعهم إلى سوء الاختيار ،ومن جانب آخر، توصلت إحدى الدراسات إلى أن التلفزيون لايزال هو الوسيلة المفضلة للمعلنين السياسيين، وقدرت واحدة من شركات الإعلان قيمة الإعلان السياسي التلفزيوني في انتخابات سنة2000 ،في الولايات المتحدة الأمريكية بما يقارب 600 مليون دولار[1]

والتسويق السياسي ليس مقتصرا على الحملات الانتخابية فقط، وإنما يمكن توظيفه في العديد من المجالات السياسية الأخرى، فالأمر يتطلب توافر مهارات معينة في صياغة

إستراتيجية الحملات الإعلانية السياسية، خصوصا إذا ما كانت تتعلق بالترويج لسياسة من السياسات العامة للحكومة [2]

كما أن تقنيات التسويق السياسي يمكن أن تكون فعالة في تصميم الإعلان السياسي وقادرة على توجيه الإعلان وتقديمه في شكل إيجابي، كأنواع عديدة للإعلان السياسي، منها ما يتعلق بحملات التجنيد للجيش ،والمبادرة الحكومية لتنظيم حملات إعلانية سياسية معينة ،أو الحملات التلفزيونية السياسية التي تهدف إلى زيادة الفهم والإدراك الجماهيري للمسائل الاجتماعية،وتعديل وتغيير معتقدات وممارسات لدى المواطنين.

[1] راسم محمد الجمال وخير تعياد:**التسويق السياسي والإعلام ،الإصلاح السياسي في مصر** ،الدار المصرية اللبنانية ،القاهرة ،2005، ص ص:105،118.

[2] محمد أبوعامود، مرجع سبق ذكره،ص:40 .

وقد يحدث أن يستخدم المرشح السياسي بعض المشاهير لدعم صورته أمام الجمهور فولاء الجمهور سينتقل إلى المرشح عندما يقدمه ،كما حدث من استخدام **بيلكلينتون** لممثلين مشهورين للترويج له أثناءحملته الانتخابية سنة 1992 و 1996.[1]

وتعتمد عملية التسويق السياسي على عدد من العناصر نذكرمنها:

إجراء الأبحاث: وهو أحد أهم الأنشطة التي يقوم عليها التسويق السياسي ،ويهدف من خلالها إلى معرفة المنافسين ومدى قدراتهم ،وكذلك حصر الآراء والأفكار المناهضة، مما يساهم في الاستعداد بخطط مضادة لخطط المنافسين، وبناء أساليب الحملات الإنتخابية السياسية وما يتضمنها من رسائل وأراء وأفكار.

إستفتاء ودراسة المجموعات الضاغطة: وهذا يساعد على بناء سير الحملة الإنتخابية أو السياسية ورسائلها أيضاً ومعرفة التغيرات التي تجري على أمزجة الرأي العام والحصول على إرشادات وتوجيهات أثناءالحملة.

التلفزيون:من خلاله يعرض السياسي نفسه على جمهور عريض ومتنوع، خصوصا باستخدام الإعلانات.

البريد المباشر: حيث إن استخدام التلفزيون يعد من الطرق الباهظة التكلفة في الحملة السياسية أو الإنتخابية لا يقدرعلى تحملها الجميع ،وبخاصة الذين يعملون في مناطق الضواحي، مما يجعل التحول إلى شكل إتصالي آخر ضروريا مثل البريد المباشر، الذي يستخدم عادة في جمع التبرعات والإقناع، والحث على التفاعل والتشديد على الولاء وواجب المواطنة والانتماء للأحزاب.

استخدام الانترنيت: وهو أسلوب حديث آخذ في الانتشار، وقد بدأ استخدامه في الحملات الانتخابية، من خلال إدارتها عبر مواقع التواصل الإجتماعي الأكثر شعبية مثل: موقع الفايسبوك[1].

[1] راسم محمد الجمال وخيرتعياد، مرجع سبق ذكره، ص:108 .

من خلال ما سبق الإحاطة به حول التسويق السياسي وإدارة الحملات الإنتخابية يتضح أن التسويق السياسي هو إنتاج المعلومات في السياسة وشؤونها، باستخدام مصطلحات واتجاهات مستقاة من نظريات ومفاهيم التسويق التجاري.

المطلب الرابع: إدارة الحملات الإنتخابية في الجزائر

على اعتبار أن الحملات الإنتخابية تعد جوهر الإتصال السياسي، الذي يسبق موعد الإنتخابات المحددة رسميا وقانونيا، بموجب قانون الإنتخابات، حيث يتقدم المرشحون خلالها بعرض برامجهم وسياساتهم على الناخبين، فقد لجأ المشرع الجزائري إلى تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين وضبط وسائل وأساليب الدعاية الإنتخابية، ذلك أن مبدأ المساواة يفرض على الدولة أن تؤمن لجميع المرشحين السياسيين، التسهيلات اللازمة لتنفيذ الحملة الإنتخابية، وأن تحول دون تجاوز أحد المرشحين استعمال امتيازاته، وخاصة الأموال ووسائل الإعلام العامة، استعمالا غير متكافئ مع غيره من المرشحين، وكذلك مبدأ الحياد الذي يجب أن تتسم به السلطات العامة، الذي يجعل منها لا تمثل أي طرف ولا تؤيد أيا من المرشحين.

وبما أن الجزائر عرفت العديد من الحملات الإنتخابية، بمختلف أشكالها فإن الملاحظ هوعدم سلامة أغلب هذه التجارب من بعض النقائص والعيوب رغم أن هذا يعتبر في نظرنا أمر طبيعي لأنه حتى الدول التي تعتبر في مصاف الدول الديمقراطية، والتي تحضى بإحترام المجتمع الدولي، لم تسلم من مظاهرالغش الإنتخابي ،لم يكن القضاء على هذه الظاهرة وليد اللحظة بل إنه وليد تطور تدريجي تخللته العديد من التجارب والخبرات هذه النقائص التي يجب معالجة مسبباتها على نحو يكفل على الأقل التخفيف من حدتها إن لم يكن القضاء عليها بالشيء المستحيل ،سواء على المستوى

[1] محمد أبوعامود، مرجع سبق ذكره، ص: 42.

التشريعي أو السياسي أو الإجتماع ، ولعل من خلال دراستنا هاته سنسلط الضوء ولو بصورة وجيزة على بعض هذه الثغرات التي يجب تداركها وسدها في اقرب وقت[1].

فمن خلال هذه الدراسة تطرقنا إلى إدارة الحملة الإنتخابية لتشريعيات **12** جوان **2021** كأنموذج بإعتبارها أخر إنتخابات أجريت في الجزائر والتي إستقطبت عدد كبير من الشباب بما فيهم طلبة الجامعات كمترشحين لخوض غمار هذه التجربة السياسية، بما في ذلك القانون العضوي المتعلق بالإنتخابات الصادر في العدد رقم: **18** من الجريدة الرسمية، المرسوم الرئاسي المتضمن استدعاء الهيئة الناخبة ليوم **12** جوان **2021** والمراجعة الاستثنائيـــة للقوائـــم الانتخابية الذي أمضاه السيد / رئيس الجمهورية بتاريخ: **12مارس 2021** على مرسوم رئاسي متضمن استدعاء الهيئة الناخبة الخاصة بالإنتخابات التشريعية، والذي بمقتضى هذا المرسوم وبناء على الدستور لا سيما المواد **91-7 - 10و151 - 224** منه، يتم إستدعاء الهيئـــة الناخبـــــة لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني يوم السبت **12** جوان سنة **2021**، وفق ما ورد ضمن أحكام إنتقالية ختامية فإنه تم إسقاط شرط المناصفة في الدوائر الانتخابية التي لم تتمكن من تحقيقه، وتقدم الأحزاب للسلطة الوطنية المستقلة لمراقبة الإنتخابات طلبا متعلقا بذلك وتفصل ذات الهيئة في الأمر ومن المواد الجديدة الواردة في القانون العضوي المتعلق بالإنتخابات نذكر منها:

المادة 314 :لا يعمل بالأحكام المتعلقة بالاستئناف المنصوص عليها في المواد **129 و186و206**، إلا بعد تنصيب المحاكم الإدارية للاستئناف طبقا لأحكام المادة 224 من الدستور وفي هذه الفترة تكون أحكام المحاكم الإدارية قابلة للاستئناف أمام مجلس الدولة.

[1] شعيب عبد الجبار : مرجع سبق ذكره ، ص 555

المادة 315 :يمكن إستثناء إجراء انتخابات مسبقة للمجالس الشعبية البلدية والولائية القائمة وقت صدور هذا القانون العضوي في أجل الثلاثة أشهر التي تلي إستدعاء الهيئة الانتخابية من قبل رئيس الجمهورية.

المادة 316:بصفة انتقالية، وفقط بالنسبة لانتخابات المجلس الشعبي الوطني التي تلي صدور هذا الأمر المتضمن القانون العضوي، يوقف العمل بأحكام المواد: 1 و2 و**3** من المادة **202** المتعلقة باشتراط نسبة **4 %** من الأصوات في الدائرة الانتخابية خلال الانتخابات التشريعية الأخيرة أو بدعم من عشرة منتخبين أو بعدد من التوقيعات، وتطبق بدلها الأحكام الآتية:

بالنسبة للقوائم المقدمة تحت رعاية الأحزاب السياسية، يجب أن تزكى كل قائمة مترشحين بعدد من التوقيعات لا يقل عن خمسة وعشرين ألف توقيع فردي لناخبين مسجلين في القوائم الانتخابية، ويجب أن تجمع التوقيعات عبر **23** ولاية على الأقل، بحيث لا يقل العدد الأدنى للتوقيعات المطلوبة في كل ولاية عن ثلاثمائة **300** توقيع.

بالنسبة للقوائم المستقلة، يجب أن تدعم كل قائمة بمائة **100** على الأقل، عن كل مقعد مطلوب شغله من ناخبي الدائرة الانتخابية المعنية.

المادة 317 :بصفة انتقالية، وفقط بالنسبة لانتخابات المجلس الشعبي الوطني التي تلي صدور هذا الأمر المتضمن القانون العضوي، يمكن قوائم المترشحين المقدمة تحت رعاية الأحزاب السياسية أو القوائم المستقلة في الدوائر الانتخابية التي لم تتمكن من تحقيق شرط المناصفة المطلوب بموجب المادة **191** من هذا القانون العضوي، أن تطلب من السلطة المستقلة إفادتها بترخيص لشرط المناصفة، وفي هذه الحالة، توافق السلطة المستقلة على هذه القوائم وتصرح بقبولها[1].

[1] الجريدة الرسمية: القانون العضوي المتعلق بتنظيم الإنتخابات،العدد **18**.

المادة 318 :بصفة إنتقالية، وفقط بالنسبة لانتخابات المجالس الشعبية البلدية والولائية المسبقة التي تلي صدور هذا الأمر المتضمن القانون العضوي، يوقف العمل بالشروط المـــحددة في المواد: **1** و**2** و**3** من المادة **178** المتعلقة باشتراط نسبة **4 %** من الأصوات في الدائرة الانتخابية خلال الانتخابات الأخيرة أو بدعم من عشر **10** منتخبين في المجالس الشعبية المـــحلية للولاية المعنية أو بعدد من التوقيعات، ويطبق بدلها الحكم الآتي:

يجب على قائمة المترشحين المقدمة سواء تحت رعاية حزب سياسي أو بصفة مستقلة أن تدعم، على الأقل، بخمسة وثلاثين 35 توقيعا من ناخبي الدائرة الانتخابية المعنية فيما يخص كل مقعد مطلوب شغله.

المادة 319 :بصفة انتقالية تستمر السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات في أداء مهامها بالتشكيلة الحالية لمجلس السلطة المنصوص عليها في المادة **26** من القانون خ في **14** محرم **1441** الموافق العضوي رقم **19-07** المؤرخ **14** سبتمبر سنة **2019** والمذكور أعلاه، إلى حين مطابقة تشكيلته لأحكام هذا القانون العضوي.

المادة 320 :تلغي جميع الأحكام المخالفة لهذا القانون العضوي لاسيما أحكام القانون العضوي رقم **16-10** المؤرخ في **22** ذي القعدة عام **1437** الموافق **25** غشت سنة **2016** والـــقانـــونّ والمتعلق بنظام الانـــتـــخـــابات، المعدّل والمتمم العضوي رقم **1907** المؤرخ في **14** محرم عام **1441** الموافق **14** سبتمبر **2019** والمتعلق بالسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات.[1]

الإنتخابات التشريعية 12 جوان 2021:

لقد كانت الجزائر على موعد مع الانتخابات التشريعية بتاريخ: **12** جوان **2021**، وما لا يقل عن **24. 392.438** ناخبا كان مدعوا للإدلاء بصوته في

[1] الجريدة الرسمية: **القانون العضوي المتعلق بالإنتخابات**،العدد **18**.

الانتخابات التشريعية المقامة في:**12** جوان **2021**، والتي إنطلقت الحملة الانتخابية الخاصة بها في: **17** ماي المنصرم، بالمرافقة الدائمة والمستمرة للسلطة الوطنية المستقلة للانتخابات.[1]

فبعد إستدعاء الهيئة الناخبة من قبل رئيس الجمهورية، في **11 مارس2021**، تحسبا لانتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني، انطلقت المراجعة الاستثنائية للقوائم الانتخابية، تلتها مباشرة عملية إيداع الترشيحات والتي تواصلت إلى غاية 22 أفريل 2021، وبحلول 23 أفريل 2021، كان بالإمكان تقديم الطعون في الترشيحات إلى غاية 14 ماي 2021، وهي المرحلة التي تبعتها فتح المجال أمام تجديد الترشيحات، والتي إنتهت قبل 18 من نفس الشهر، وبالانتهاء من كل ما يتعلق بالترشيحات لهذا الاستحقاق الذي سينتخب فيه ممثلو الشعب في الغرفة السفلى للبرلمان، تم الانتقال إلى مؤطري مكاتب التصويت الذين نشرت قوائمهم من 23 أبريل إلى 7 ماي، مع إمكانية تقديم الطعون في القائمة المذكورة في الفترة ما بين 24 أبريل و**12** ماي 2021.

وقد كان أمام المتطلعين إلى ولوج البرلمان عبر بوابة المجلس الشعبي الوطني، إقناع الناخبين بأحقيتهم في ذلك، على مدار ثلاثة أسابيع من الحملة الانتخابية التي إنطلقت بتاريخ: **17** ماي **2021** وتواصلت إلى غاية **8** جوان من نفس السنة.

هذا ونص القانون العضوي الجديد المتعلق بنظام الانتخابات في مادته: **73** على أنه "**وبإستثناء الحالة المنصوص عليها في المادة 95 (الفقرة 3) من الدستور، تكون الحملة الانتخابية مفتوحة قبل 23 يوما من تاريخ الاقتراع و تنتهي قبل ثلاثة أيام من تاريخ الاقتراع**".

ومن بين المستجدات التي عرفتها الحملة الانتخابية لتشريعيات **12** جوان **2021** – **طبقا لقانون الانتخابات**– حظر استخدام المترشحين أو الأشخاص المشاركين في

[1] الموقع الرسمي للإذاعة يكون كاملا ، ص 90

الحملة لخطاب الكراهية وكل أشكال التمييز، تماشيا مع ما تضمنه دستور **2020** الذي شدد في ديباجته على نبذ الفتنة والعنف والتطرف وخطابات الكراهية وكل أشكال التمييز.

فضلا عن ذلك، كانت الحملة الانتخابية الخاصة بتشريعيات **12** جوان مميزة بالنسبة للشباب وطلبة الجامعة الذين دعاهم رئيس الجمهورية إلى" الانخراط في مسار بناء مؤسسات جديدة، تحظى بالثقة والمصداقية "، مع إسداء تعليماته، خلال أحد مجالس الوزراء لتشجيع مشاركة هذه الفئة في هذا الاستحقاق، حيث " أمر بمجانية القاعات والملصقات الإشهارية وطبعها لفائدة المترشحين الشباب، مع تكليف مصالح الولاة لاستحداث الآلية المناسبة إداريا " [1]

وفي إطار الترتيبات الجديدة الرامية إلى إبعاد المال الفاسد عن العملية الانتخابية عبر كافة مراحلها وتضييق الخناق على من يحاول اللجوء إلى استخدامه، وقد جرت الحملة الانتخابية الخاصة بتشريعيات **12** جوان تحت مجهر " لجنة مستقلة لدى السلطة الوطنية المستقلة للانتخابات" مكونة من ممثلين عن الهيئات التي من شأنها مراقبة الأخلاق العامة والتسيير الشرعي للدولة، أي مجلس الدولة ومجلس المحاسبة وكذا المحكمة العليا، حيث عملت هذه اللجنة على "التدقيق وتسليط الضوء على عملية تمويل الحملة الانتخابية بكاملها"، وفقا لما كان قد كشف عنه رئيس السلطة **محمد شرفي** وتطبيقا للقانون الجديد للانتخابات الذي نص على ضرورة إبعاد المال بكل أشكاله، لاسيما الفاسد منه، عن العملية الانتخابية في كل مراحلها، تجسيدا لمبدأ تكافؤ الفرص والحظوظ بين المترشحين"، بالإضافة إلى "أخلقة الحياة السياسية بسد كل منافذ المحاولات أمام تلاعبات كرسها قانون الانتخابات السابق" هذا من جهة.

[1] **الموقع الرسمي للإذاعة الجزائرية**، بتاريخ:**22** جوان **2021**، على الساعة **10:00** صباحا متاح على الرابط: https://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20210329/209263.html

ومن جهة أخرى، أشار رئيس السلطة **محمد شرفي** إلى التواريخ الخاصة بعملية الاقتراع والذي يتم الإعلان عن نتائجه المؤقتة "**48** ساعة بعد استلام محاضر اللجان الانتخابية الولائية وبالخارج"، في انتظار الإعلان عن نتائجه النهائية من قبل المحكمة الدستورية التي ستخلف المجلس الدستوري الحالي .

وتشير المادة **191** من الدستور إلى أن المحكمة الدستورية "تنظر في الطعون التي تتلقاها حول النتائج المؤقتة للانتخابات الرئاسية و الانتخابات التشريعية والاستفتاء و تعلن النتائج النهائية لكل هذه العمليات".

هذا وقد بلغ عدد المترشحين لتشريعيات **12** جوان **2021**، على مستوى **58** ولاية، **10.702** مترشح، علما أن انتخاب أعضاء المجلس الشعبي الوطني تمت عن طريق الاقتراع العام المباشر والسري لعهدة تشريعية مدتها خمس سنوات.[1]

المطلب الخامس: نماذج عن الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي.

لكون مواقع التواصل الإجتماعي ما زالت خارج نطاق سيطرة الدول والحكومات والأحزاب السياسية، فإنها تتيح فرصة ثمينة لإحداث تغيير في أسلوب الاتصال السياسي وطبيعة تعبير الرأي العام وتكوينه، فالرسالة والوسيلة في الانترنيت خاليتان من التشويش الذي توصم به القنوات التقليدية للاتصال السياسي، كما يتميز الاتصال من خلال الانترنيت بسرعة انتشار المعلومة واستقبالها بحرية عبر جميع المستويات، والقدرة على الحوار، عدم

تشويش المعلومات بحسب الأهواء، متحدية بذلك الوسائِل التقليدية.

فمواقع التواصل الإجتماعي أو مايسمى بالوسائط الجديدة تساعد على لامركزية إنتاج المعرفة وديمقراطية تشكيل الرأي العام، وتنشيط العملية الديمقراطية من خلال

[1] الموقع الرسمي للإذاعة الجزائرية، بتاريخ:**22** جوان **2021**، على الساعة **10:00** صباحا متاح على الرابط: https://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20210329/209263.html

الطبيعة التفاعلية التي تشجع على مشاركة جماهيرية أكبر في التعبير عن الرأي وصنع القرارات وعملية الحكم، إضافة إلى أنها لا تتيح الفرصة لسيطرة المسؤولين على تدفق المعلومات فهي وسيلة لم تشوه أو تتأثر بالمصالح المتضاربة للوسائل والأحزاب السياسية؛ وحسب هذا الاتجاه فإن جانبا هاما من وسائل الإعلام الجديدة تجسد حرية الخطاب والمعلومات، وتعطي مؤشرات نزيهة للمعلومات كأساس يبنى عليه الرأي العام، كما أنها تعد قوة معادلة ومكافئة لقدرة الوسائِل التقليدية على ترتيب الأولويات.

ويمكن أن تقوم مواقع التواصل الإجتماعي بأدوار مهمة في الشؤون السياسية، بدءا من ضمان تكوين سياسي ونشر الوعي السياسي في أوساط مستخدميها، وتقديم معلومات حول المرشحين للانتخابات، وانتهاء بعمليات الحشد والتعبئة السياسية، وتسهيل مهمة الأنظم السياسية في تنفيذ سياساتها، وقد أجريت في النرويج عام1993 ، أول انتخابات عامة

إليكترونية، بينما في الانتخابات الأمريكية عام2000 ، ظهرت عشرات المواقع الانتخابية على الانترنيت، التي عملت على إيصال وجهات نظر المرشحين وتسهيل عملية مشاركة الناخبين، بل إن بعض الولايات وافقت رسميا على قيام مواطنيها بممارسة حقهم الانتخابي إليكترونيا من خلال التصويت عبر الانترنيت، وهو ما ينقل العملية الديمقراطية إلى عصر الانترنيت.[1]

ووسائل الإعلام الجديدة تتحدى الاتجاهات السائدة حول تأثير وسائل الاتصال التقليدية وتحديد النقاش بالتزامن مع السياسيين، وتقلص إلى حد ما من قدرة الأحزاب السياسية على السيطرة، وانتشار المعلومات، بحيث تحولت إلى قناة يمكن من خلالها تشكيل الرأي العام ونقاشه وطرحه دون سيطرة النخبة السياسية.

[1] جمال الزرن ومجموعة من المؤلفين:**تساؤلات عن الإعلام الجديد،والانترنت وثورة المعلومات**، مركز دراسات الوحدة ،العربية، بيروت، 2005 ،ص ص109 – 118.

وتُشير إحدى الدراسات إلى دور الأفراد في مجتمع الانترنيت كمجموعة متفاعلة، مؤكدة أن قوة وسائل الإعلام الجديدة تتمثل في نقل السلطة إلى الأفراد، مما يهدد فعليا سيادة وأشكال وسائل الإعلام التقليدية، كالتلفزيون ومحطات الراديو والصحف.[1]

ومن بين الوظائف السياسية لمواقع التواصل الإجتماعي أحطنا دراستنا هاته بأهم المحطات السياسية عبر العالم والتي كان لهذه الوسائط الجديد دورا هاما في مسايرة أحداثها ونقلها بكل دقة ومضوعية وأنية إلى الجماهير ونذكر منها:

- **أحداث 11 سبتمبر2001 :**

رغم تغطية الشبكات الإخبارية العالمية للكثير من تفاصيل اعتداءات 11 سبتمبر 2001 الدامية، إلا أن التساؤلات المتعلقة بخلفية هذه الأحداث ومنفذيها منحت الشبكة العنكبوتية القدرة على المنافسة كوسيط إعلامي جديد من نوعه، فبمجرد أن بدأت الشبكات الإخبارية العالمية الكبرى في نقل أخبار هجمات الحادي عشر من سبتمبر 2001في مدينتي نيويورك وواشنطن، حتى شهدت مواقع الإنترنت التابعة لهذه الشبكات إقبالا لم يسبق له مثيل عليها، من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية، ولهذا السبب يمكن أن تعد هجمات الحادي عشر من سبتمبر أولى الأحداث العالمية التي لم يشاهدها الملايين من البشر من خلال التلفاز فقط، حيث تعد أحداث 11 سبتمبر بمثابة نقطة تحول في تاريخ الوسائط الإعلامية الإلكترونية، إضافة إلى كونها نقطة تحول مركزية على الإنترنت عموماً، فالعديد من صفحات الإنترنت الحالية مازالت تفرد أبوابا تُقدم الصفحات الرئيسية للكثير من المواقع الإخبارية التي تناولت الحدث آنذاك، وتظهر هذه الصور المحفوظة للعديد من صفحات الإنترنت من كل أرجاء العالم الدراماتيكية الدموية لأحداث ذلك اليوم .

[1] محمد فتحي:**النشر الإلكتروني الطباعة والصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة**، دار المناهج، 2009 ،عمان، ص4 .

ومما لا شك فيه هو أن صورة البرجين الملتهبين وشريط الأخبار الذي كان يحدث بين اللحظة والأخرى كانا القاسم المشترك لجميع هذه الصفحات، وعلاوة على ذلك فإن تغطية هذا الحدث الإخباري كانت البداية فقط، فقد تبعت بالكثير من المعلومات الأولية والأساسية وتسلسل الأحداث والصور بالإضافة إلى مقاطع الفيديو، التي كان لها الدور في تكملة تغطية الحدث بسرعة، ومن الواضح هنا أن الوسيط الإعلامي الإلكتروني الجديد قد نجح في تقديم ما عجز عنه التلفاز والمذياع، فمستخدم الإنترنت لديه حرية الاختيار في قراءة الأخبار واستقاء المعلومات التي يرغب في الحصول عليها.

تم استيعاب هذا النقص الإعلامي في 11 سبتمبر2001 ، ليس من قبل مواقع الشبكات الإخبارية على الإنترنت فحسب، بل ومن قبل صفحات عامة أخرى كذلك، وبينما كانت الكثير من قنوات التلفاز في مختلف أرجاء العالم تعيد بتكرار مميت الصور الملتقطة الأُولى للأحداث، وبينما كان الخبراء في كبريات شركات الإنترنت العالمية منشغلين في فتح مزودات جديدة، ظهرت فوراً على صفحات الشبكة العنكبوتية أولى روايات شهود العيان، فقد وصف الكثير من سكان مدينة نيويورك الساكنين على مقربة من مبنى التجارة العالمي أو الذين كانوا يمرون بالقرب من المبنى في ذلك الوقت جانب من تفاصيل ذلك الحدث التي عايشوها، كما أن الكثير من سكان المدينة وصفوا مشاعرهم لحظة الانفجار، وهذا لم يمنع أن تكون هذه الصفحات مسرحاً لنداءات الاستغاثة والإشاعات، فقد تطورت منتديات الإنترنت لتصبح بورصة للأخبار ولقوائم المواساة.[1]

[1] شريف السقاف: **دور الفضاء الإلكتروني في العالم العربي :العربية ،نت نموذجا** ،المؤتمر الثالث لكلية الآداب، جامعة المينا،2008 .

إن الطابع الاستثنائي لأحداث 11 سبتمبر أدى إلى إقبال كبير من قبل مستخدمي الإنترنت على تلك الصفحات الشخصية، التي تشبه تدوين المذكرات الشخصية، الجدير بالذكرفي هذا السياق أن تلك الصفحات أصبحت مداراً للتغطية الإخبارية، ومنذ ذلك الوقت لم تكف شبكة" سي أن أن "مثلاً عن الحديث عن صحافة شعبية في الإنترنت ،أما مصطلح المدونات الشخصية، فقد ارتبط بالنشر على صفحات الإنترنت من دون التقيد بالشروط العامة التي تعتمدها جميع المؤسسات الإعلامية، فصفحات المدونات تتخذ شروطاً أخرى لعل أهمها الطابع الشخصي لأصحابها، رغم أن هذه الخصوصية لا تمنحها نوعاً من الجاذبية التي تشكل أحد مقومات الإقبال على تصفحها، بل أنه كذلك يجعلها في أحيان كثيرة عرضة للنقد والتهجم.

من جانب آخر فإن الإنترنت تمنح كذلك العديد من المؤمنين بنظرية المؤامرة فيما يتعلق بأحداث 11 سبتمبر منبراً لطرح التساؤلات والآراء؛ وبعد تسعة سنوات على وقوع تلك الأحداث أصبح بإمكان أكثر من مليار إنسان الإبحار في صفحات الشبكة العالمية للمعلومات، محولين هذه الشبكة إلى وسيط إعلامي جديد لاستقاء الأخبار والمعلومات، ويمكن القول أن لهجمات 11 سبتمبر الأثر الجوهري في تنشيط مستخدمي هذا الوسيط الإعلامي الجديد.[1]

- **الأحداث المرافقة للانتخابات الإيرانية:**

قد يكون التحقق من المصدر القاعدة الأُولى في الصحافة، إلا أنه في ما يتعلق بتغطية التظاهرات التي اندلعت في إيران، اتبعت بعض المنظمات الإعلامية نهجا مغايرا، تمثل في النشر أولا، ثم طرح الأسئلة لاحقا، وإذا لم تكن تعرف الإجابة، عليك طرح الأسئلة على القراء.

[1] سعود بن فالحال غربي:**مدى اعتماد أساتذة الجامعات السعودية على وسائل الإعلام أثناء الأزمات**،رسالة ماجستير غير منشورة ،قسم الإعلام ،جامعة الملك سعود، 2003 ، ص118

في إطار التوجه الجديد، عرضت محطة" سي إن إن "عشرات مقاطع الفيديو التي قدمها إيرانيون، من المفترض أن معظمهم ينتمون إلى المتظاهرين، الذين خرجوا إلى الشوارع للاعتراض على إعادة انتخاب محمود أحمدي نجاد في 12 يونيو 2009 ونشرت المواقع الإلكترونية التابعة لكل من" نيويورك تايمز "و"هفنغتون بوست " و"غارديان "اللندنية، إلى جانب صحف أخرى، مدونات تتابع لحظة بلحظة ما يجري في الشوارع، وتعرض مقاطع فيديو لم يتم التحقق من صحتها ورسائل مجهولة المصدر على موقع "تويتر"، علاوة على السرد التقليدي للأنباء القادم من طهران، هذا وتميل المدونات إلى السير على نهج منفصل عن التوجه التقليدي لتناول الأنباء الذي تتبعه المنظمات الإخبارية، ويتداخل المساران عندما يصبح من الممكن التحقق من مقاطع الفيديو والمعلومات التي طرحها المستخدمون، ويعد هذا المزيج أكبر إقرار من نوعه لنمط جديد من جهود جمع الأنباء والأخبار يقوم على التعاون، وهو نمط يجمع بين إسهامات المواطنين العاديين والتقارير والتحليلات التي يقدمها الصحافيون.[1]

ومع تصاعد التظاهرات ضد أحمدي نجاد، عمدت الحكومة إلى فرض قيود صارمة على الصحافة الأجنبية، ومع انتهاء فترة سريان تأشيرات الإقامة حزم الكثير من الصحافيين أمتعتهم ورحلوا عن البلاد، وحتى الذين تبقوا في إيران منعوا من وضع تقارير صحافية عما يجري في الشوارع في ظل هذا الفراغ الصحافي، أصبحت مقاطع الفيديو التي التقطها هواة، ووصف شهود العيان، المصدر الرئيسي للمعلومات، وفي الواقع جرى تصوير رمز التظاهرات، وهي صورة لشابة تُدعى ندا، وهي تنزف حتى الموت في أحد شوارع طهران، من قبل شخصين من خلال هواتف جوالة مزودة بكاميرات، في هذا السياق، يقول" ماثيو ويفر "الذي قضى أكثر من 10 أيام في العمل

[1] سعود بن فالحال غربي: مرجع سبق ذكره، ص : 120.

بمجال التدوين لصالح موقع" غارديان "على شبكة الإنترنت، إن" الأمر كان يتعذر تصديقه، من حيث حجم المواد الواردة من إيران ."[1]

وأشار إلى أنه عندما تندلع المسيرات والصراعات" :تظهر الرسائل على موقع تويتر اولا، ثم الصور، ثم مقاطع فيديو على" يوتيوب"، ثم البرقيات، وهذا أمر فريد من نوعه واستطرد موضحا أن الأهمية الكبرى تكمن في أن ما يقوله الأفراد العاديون" عند لحظة معينة من يوم ما يتم التأكيد عليه من جانب مصادر أكثر تقليدية بعد أربعة أو خمسة أيام "من ناحيتها، تشجع" سي إن إن "المشاهدين على رفع صور وملاحظات إلى وهو موقعه الإلكتروني المعني بصحافة المواطنين، ويجري عرض كل ،(iReport.com) مادة تم رفعها تلقائيا على الموقع، لكنها تخضع للدراسة قبل عرضها على شاشات التلفزيون.

وفي إطار جهود التحقق، تُجري" سي إن إن "اتصالات بالشخص الذي قام برفع المادة وتطرح عليه أسئلة حول المحتوى وتحاول التحقق من صحته، وفي هذا الإطار تقول" ليلا كنغ "المسؤولة التنفيذية عن موقع" آي ريبورت"، إن فريق العمل يحاول إجراء مسح للتفاصيل الخاصة بحدث ما، من خلال توثيق القصص بنسبتها إلى العديد من المسهمين في" آي ريبورت "داخل منطقة محددة، وفي بعض الأحيان حرص العاملون المتحدثون باللغة الفارسية داخل" سي إن إن "على الإنصات.[2]

لأن مقاطع الفيديو والصور لم يتم التقاطها على يد موظف في" سي إن إن"، فليس بإمكان المحطة ضمان مصداقيتها، بيد أنه في ظل تعذر وجود صحافيين

[1] Serena Carpenter, (2009), Source Diversity in U.S. Online Journalism and Online Newspaper Articles, Paper presented at the International Symp- sium on Online journalism, April 5, p 58.

[2] سعود بن فالحال غربي: مرجع سبق ذكره، ص59

محترفين في مشهد الأحداث، أصبح هؤلاء المساهمين مصدر الصور بالغة الأهمية للاطلاع على ما يدور في البلاد.

ووصفت" كنغ "الوضع الراهن لإيران بأنه لحظة فاصلة في ما يتصل بإسهامات المواطنين في المجال الصحافي، منوهة إلى أنه للمرة الأُولى يجلس منتج معني بموقع "آي ريبورت "على مكتب التحرير الرئيسي المخصص لجمع الأنباء داخل" سي إن إن " في اليوم التالي للانتخابات الإيرانية تلقت مُدونة" نيكو بيتني "محرر الأخبار البارز في "هفنغتون بوست"، التي تخضع للعديد من إجراءات التحديث في كل ساعة من ساعات اليوم ما يزيد على 100.000 تعليق، وسجلت الصفحة أكثر من خمسة ملايين مشاهدة، هذه المدونة تقدم مزيجا من الصحافة المحترفة، والمواد الموثوق بها التي يقدمها هواة. وانطلاقا من إدراكه لدور شبكة الإنترنت في تغطية التظاهرات، دعا البيت الأبيض "بيتني "لطرح أسئلة خلال مؤتمر صحافي رئاسي.[1]

في الإطار ذاته أكد" روبرت ماكاي "محرر مدونة تُدعى" ذي ليد"تعمل لصالح الموقع الإلكتروني" لنيويورك تايمز"، أنه بمرور الوقت، حتى المستخدمين المجهولين للإنترنت يكتسبون شهرة،يذكر أن" ماكاي "عمل على متابعة الانتخابات الإيرانية والمظاهرات التي أعقبتها على امتداد نحو أسبوعين، وأعرب" ماكاي "عن اعتقاده أنه رغم ظهور بعض المزاعم الخاطئة على مواقع مثل" تويتر"، فإنه بوجه عام" يبدو أن الميل إلى إثارة المشكلات بالغ الضآلة"، مضيفا أن" الناس عموما يرغبون في حل اللغز"، وحرص القراء مرارا على جذب انتباه" ماكاي "لرسائل على موقع" تويتر " وصور للتظاهرات في تعليقاتهم على المدونة، بل وتناول بعضهم ذكرياتهم عن الطابع الجغرافي لطهران في محاولة للتحقق من صحة المشاهد الواردة في مقاطع الفيديو، بمرور الوقت، تمكن المراسلون الإيرانيون الارتجاليون من تعزيز مهاراتهم، على

[1] سعود بن فالحال غربي: مرجع سبق ذكره، ص59

سبيل المثال حرص بعضهم على تحديد تاريخ المناوشات التي صوروها في الملف الذي يبعثونه، وعمد آخرون إلى تصوير لافتات الشوارع والعلامات المميزة.

إلا أنه من الممكن أن تصبح المواد التي يرفعها المستخدمون مضللة في بعض الأحيان، على سبيل المثال، دعا ماكاي القراء لتحديد ما إذا كان مقطع مصور جديدا بالفعل وأشار أحد المعلقين إلى نسخة نشرها موقع" يوتيوب "قبل يومين، وتكشف حالات مثل تلك عن السبب وراء التردد إزاء نشر صور من" تويتر "و"فليكر"، وقد عرضت مدونة "غارديان" مقاطع مصورة تم الكشف في ما بعد عن أنها مأخوذة منذ عدة أيام سابقة، وأعرب" ويفر "عن اعتقاده بأن قراء المدونات الحية يبدون قدرا أكبر قليلا من التسامح تجاه مثل هذه الحوادث، ومن بين الأسباب وراء ذلك أن المدونين يتميزون بالشفافية حيال ما يعلمونه وما يجهلونه.[1]

ووجد كبار الإعلاميين التلفزيونيين أنفسهم في الموقف ذاته في ما يتعلق بتغطية أحداث إيران، حيث عرض الإعلامي الكبير بقناة" فوكس نيوز" "شيبارد سميث"، مقطعا مصورا من موقع" يوتيوب "لمسؤولين شرطيين يضربون ويجرون بعض الأشخاص وأخبر سميث المشاهدين" :لا ندري متى أو أين جرى تصوير هذا الفيديو، ولا ندري حتى إن كان مختَلقا أم لا، ولكن ليس هناك ما يدعونا إلى هذا الاعتقاد، أما كل ما كان يعرفه عن ثقة فهو أن هذا المقطع تم رفعه على" يوتيوب "مؤخرا.[2]

---

[1] Serena Carpenter, (2009), Source Diversity in U.S. Online Journalism and Online ewspaperArticles, Paper presented at the International Symp- sium on Online journalism, April 5, p 58.

[2] عمارعلي حسن، طفرة المدونين : **إعلام خارج السيطرة**، مقالة متاحة على الرابط الآتي:
http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech/2009/12/091231_technology_2009_tc2.shtml

الدورالسياسي لمواقع التواصل الإجتماعي:

يعتقد كثيرون من ذوي النظرة الكلاسيكية أن المنافسة تكمن في المواقع الإلكترونية الإخبارية والصحف الإلكترونية وحسب، إلا أنه في الواقع، تختلف المنافسة عن تلك النظرة الكلاسيكية المباشرة، فمثلا موقع التعارف الاجتماعي الشهير" فايس بوك "يمثل منافسة كبرى، على الرغم من انه ليس موقعا إعلاميا تقليديا، وتأثيره السياسي هام جدا رغم أنه لا يقدم قصصا خبرية أو محتوى إعلامي، والسبب يعود، بالطبع، إلى التطور المذهل الذي شهدته تكنولوجيا الاتصال مما وفر وسائل استثنائية لنقل خدمات يحتاجها الناس في عملهم وحياتهم اليومية، فضلا عن وقوع أحداث كبيرة، كالتي عاشتها إيران في أعقاب إعلان نتائج الانتخابات الرئاسية، صوبت أعين أجهزة الإعلام ومؤسسات البحث والمنظمات المختلفة وحتى الأفراد إلى مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها مصدرا هاما لنقل المعلومة وإيصالها إلى أي مكان.[1]

وتكرس خلال هذه الأحداث وأحداث أخرى مشابهة دور المجتمع في نشر المادة الخبرية والصحافية، بلمح البصر ودون عناء، ما أفرز قيما جديدة للثورة المعلوماتية، وأثبت بما لا يدع مجالا للشك، أن إجراءات منع وسائل الإعلام التقليدية من الوصول لمكان الحدث لم تعد مجدية في هذا العصر.

ومع إدراك الحاجة الملحة إلى الاتصال السريع والمباشر في أي وقت ومن كل مكان، طورت شبكات التواصل الاجتماعي أدواتها، في الوقت ذاته أدركت مؤسسات كبرى دول وحكومات وشركات وسياسيون بارزون ضرورة النظر في إقامة صلة مباشرة مع الآخرين جمهورا وأفرادا ومنظمات، عبر أحدث وسائل التكنولوجيا.

[1] روله السلاخ:**الاهتمامات السياسية كانت بارزة في مواقع التواصل العالمية** ،متاح على الرابط التالي:
http://www.alarabiya.net/articles/2010/02/21/10771.html

لكن الأمر الأكثر إثارة هو اتساع رقعة استخدام هذه المواقع لتصبح مصدرا للخب العاجل، وأداة لإيصال المادة الصحفية، خصوصا من مناطق تتعذر فيها التغطية الإعلامية لأسباب مختلفة.

وتقفز إلى الذهن، في هذا الصدد، الأحداث الإيرانية التي أعقبت الانتخابات كمثال واضح على الدور الذي لعبته تلك المواقع في نقل الأحداث بالنص والصورة إلى متلقيها عب الإنترنت أو عبر وسائل الإعلام، متجاوزة دور المدونات الإلكترونية التي كان لها السبق في أحداث سابقة كما هو الحال أيام الحرب على العراق.

وفي منحى مشابه استخدمت تلك المواقع وسيلة لاتصال السياسيين بالجمهور والشركات بالمستهلكين، فقد أصبحت أداة في الحملات الانتخابية، كما جرى في الانتخابات الأمريكية الأخيرة، واستثمر القائمون على حملة الرئيس الأمريكي، باراك أُوباما، موقع "تويتر "الاجتماعي لإيصال صوتهم إلى الناخب، الأمر الذي تكرر مع الانتخابات الرئاسية الإيرانية والأحداث التي تلتها.[1]

لقد تجاوز تأثير مواقع التواصل الإجتماعي دائرته الاجتماعية الضيقة كالزملاء والأصدقاء إلى التأثير في المجتمع ككل ،باختصار رصد تسيرة التسويق السياسي الإلكتروني بداية النمو والتطور في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية الشباب عموما وطلبة الجامعة على وجه الخصوص ،وشكلت شبكة الإنترنت بتوصيلاتها ونفوذها العالي، بالإضافة لقيمتها الليبرالية بطبيعتها منافساً شرسا للسلطة التقليدية

[1] وليد بدران ،لندن تحتضن أصوات أون لاين من الشرق والغرب ،ندوة عالمية حول وسائل الإعلام الجديدة ،متاحة على الرابط: http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/hi/arabic/middle_east_news/newsid_8044000/8057769.stm

وخاصة القمعية منها،وبات للمدون السياسي دور اجتماعي فاق في كثير من الأحيان دورسياسيين نافذين، وكسر احتكار السلطة للإعلام التقليدي.[1]

إن هذا العالم الافتراضي ربما يعبر عن قيمة إنسانية رفيعة وهي الحرية في أفضل صورها، وأكثرها قربا للمثالية وهي الديمقراطية المباشرة، حيث لكل فرد صوت في هذا العالم الموازي بدون سلطة أو رقابة تحتكر الحقائق المطلقة، وذلك إلى حد كبير إن اعترفنا أن نفوذ الواقع له تأثيرها لغير مباشر في هذا العالم ،ولكن بصورة اقل حجماً في عالم الشبكة بتنافسيتها لأكثر عدالة ،مما يمكن مدون شابا أو مجموعة من أن تهز نظام سياسياً وأحد أجهزته القوية على سبيل المثال،وهذا ماحدث وتكرر كثيرا.[2]

[1] Thurman, Neil (Feb.2008) .Forums for Citizen Journalists? Adoption of User-generated ContentInitiatives by Online News Media, New Media and Society 10(1): 139.

[2] ناهد النقبي:**المدونات الشخصية صحافة بديلة أم منافسة لوكالات الأنباء العالمية** ، مرجع سبق ذكره.

الفصل الرابع
الإجراءات الميدانية للدراسة

تمهيد

1- التحليل الكمي والكيفي لمحور دوافع استخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة

2- التحليل الكمي والكيفي لمحور مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة ذات طابع سيلسي.

3- التحليل الكمي والكيفي لمحور مدى تعرض طلبة الجامعة لمواقع التواصل الإجتماعي

تمهيد:

بعد تعرضنا لمختلف الجوانب النظرية سالفا والتي لها علاقة بموضوع دراستناحول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر **فيسبوك أنموذجا** يأتي هذا الجزء من الدراسة لعرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية التي قمنا بها من خلال توزيع الإستمارة على المبحوثين والمتمثلين في طلبة جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، وقد تم تبويب الإجابات في شكل جداول ودوائر نسبية تحمل تكرارات ونسب مئوية ومن ثم التعليق عليها وتحليلها وتفسيرها واستنتاج دلالات تلك الإجابات.

وتجدر الإشارة إلى أن حجم العينة التي وقع عليها الإختيار حددناها بـــ:**50** مفردة من طلبة جامعة المدية كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية.

1/ إجراءات الدراسة الميدانية:

بعد الإطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت بحوث دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام، كل من دراسة:

دراسة " أحمد أمين فورار " الموسومة بـــــ: **أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي.**

دراسة: " بن عمر وردة" الموسومة بـــــــــ: **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا.**

دراسة "عبد الله ممدوح مبارك الرعود" الموسومة بـــــ:**دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.**

تم القيام بتصميم استمارة استبيان انطلاقا من أهداف الدراسة، والتي مر تصميمها في شكلها النهائي عبر الخطوات المنهجية التالية:

أ / تحديد البيانات والأسئلة المطلوبة: ويأتي ذلك من خلال ما طرح ضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة من أجل الإحاطة بكل متغيرات الدراسة، وإسقاط مجموع التساؤلات على محاور في الاستمارة، كل محور يتضمن مجموعة الأسئلة لتغطية كل جوانب موضوع بشكل متوازن وشامل.

ب / بناء الاستمارة في صورتها المبدئية: تم وضع مجموعة من الأسئلة الخاصة بكل محور من محاور استمارة الاستبيان، وصياغة الأسئلة، وترتيبها حسب متطلبات الدراسة.

ت / عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف: الأستاذ سمير حراث[1] فقد قام بمراجعتها والتحقق من مدى جاهزية الأسئلة، وكذلك تم التعديل فيها.

ث / صياغة الأسئلة الاستمارة في شكلها النهائي: بعد إخضاع الاستمارة للخطوات السابقة، لتصبح صالحة لجمع البيانات المطلوبة، وقد تم عرضها على ثلاثة **(02)** أستاذين محكمين كل من: الأستاذ: **أحمد شريف بسام**[2] ،الأستاذ : **كيموش مختار**[3]، قبل وضعها في شكلها النهائي.

2/ المعاملات العلمية لاختبارات الدراسة:

تم القيام بعرض محاور الدراسة على عدد من الأساتذة في تخصص علوم الإعلام والاتصال وتم الحرص أن يكون المحكمون ممثلين لمجال الدراسة، من خلال اختيار خبراء في البحوث الإعلامية والاجتماعية، وذلك لحساب صدق المحتوى وإبداء آرائهم ومقترحاتهم حول صياغة الفقرات وشموليتها وملائمة وكفاية محتوى الأداة.

---

[1] الأستاذ سمير حراث: أستاذ محاضر "أ" في قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة يحيى فارس بالمدية.

[2] الأستاذ أحمد شريف بسام: أستاذ محاضر "أ" في قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة يحيى فارس بالمدية.

[3] الأستاذ كيموش مختار: أستاذ محاضر "أ" في قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة يحيى فارس بالمدية.

وبناء على ملاحظات الأساتذة المختصين، أجريت تعديلات على الفقرات التي تبين أنها بحاجة إلى تعديل، ليتم تصميم الاستمارة بصورتها النهائية.

3- تحليل بيانات الدراسة الميدانية

المحور الأول: البيانات الشخصية

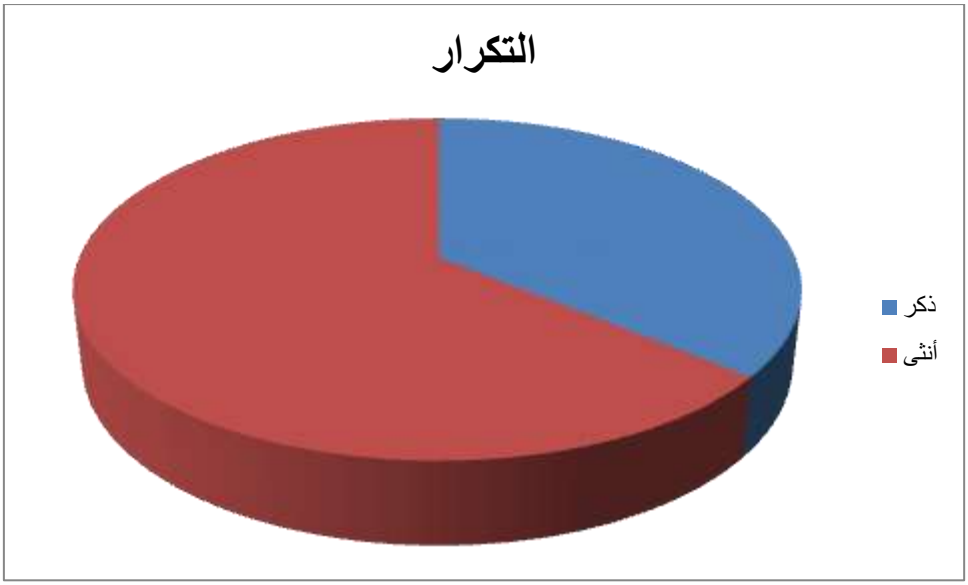
الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	18	%36
أنثى	32	%64
المجموع	**50**	**% 100**

نلاحظ في الجدول التكراري رقم **(01)** أن نسبة الطلبة ذكور قدرت بـــ:**36** % أي ما يعادل **18** مفردة ، في حين أن نسبة الطالبات إناث **64**% أي ما يعادل **32** مفردة وعليه نقول أن فئة الطلبة من جنس أنثى يمثلون الشريحة الأكبر ويمكن تفسير ذلك إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي تفوق فيه نسبة الإناث عن الذكور بالإضافة إلى أن الجامعة الجزائرية تتسم بطغيان العنصر النسوي بصفة اكبر وهذا ما أكدته عديد الغحصائيات حول نسبة إزدياد عدد الإناث على حساب الذكور.

ويرجع هذا التباين الواسع بين النسبتين إلى أن عدد الطلبة المسجلين بجامعة المدية إناث أكبر بكثير من عدد الذكور، وبما أن العينة قصدية تخص طلبة جامعة المدية بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية لا يمنع من أن تكون نسبة الإناث أكبر من نسبة الذكور.

دائرة نسبية رقم (01): توضح توزيع نسب أفراد العينة حسب الجنس



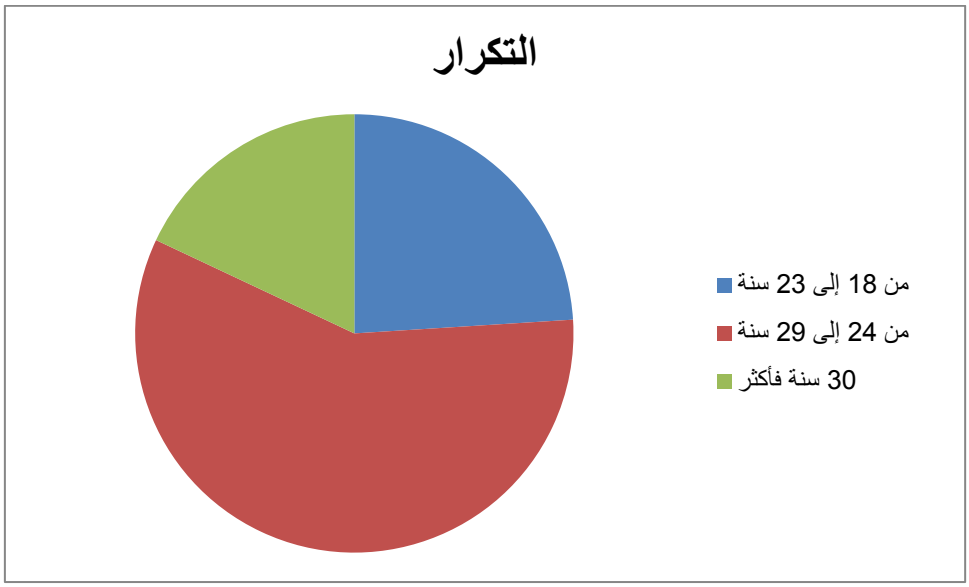
الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة %
من **18** إلى **23** سنة	12	%24
من **24** إلى **29** سنة	29	%58
30 سنة فأكثر	9	%18
المجمـــــوع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(02)** المستوى التعليمي للمبحوثين حيث يتضح أن الفئة العمرية ما بين **24**– **29** سنة الأكثر حضورا بنسبة **58** % ، أي ما يعادل **29** مفردة تليها الفئة العمرية ما بين **18** – **24** سنة بنسبة **24** % أي ما يعادل **12** مفردة والمرتبة الأخير الفئة العمرية **30** سنة فما فوق بنسبة **18** % أي ما يعادل **9** مفردات ، وهذا ما يبين أن الشريحة العمرية للطلبة تنحصر بصفة كبيرة ما بين **18** –

27 سنة وهو ما يتوافق مع سن الطلبة في مستوى الليسانس والماستر ، هذا وتغيب الفئة العمرية لطلبة الدكتوراه أثناء توريعنا للإستمارة بسبب عدم تواجدهم بالحرم الجامعي في يوم التوزيع.

دائرة نسبية رقم (02): توضح توزيع نسب أفراد العينة حسب السن



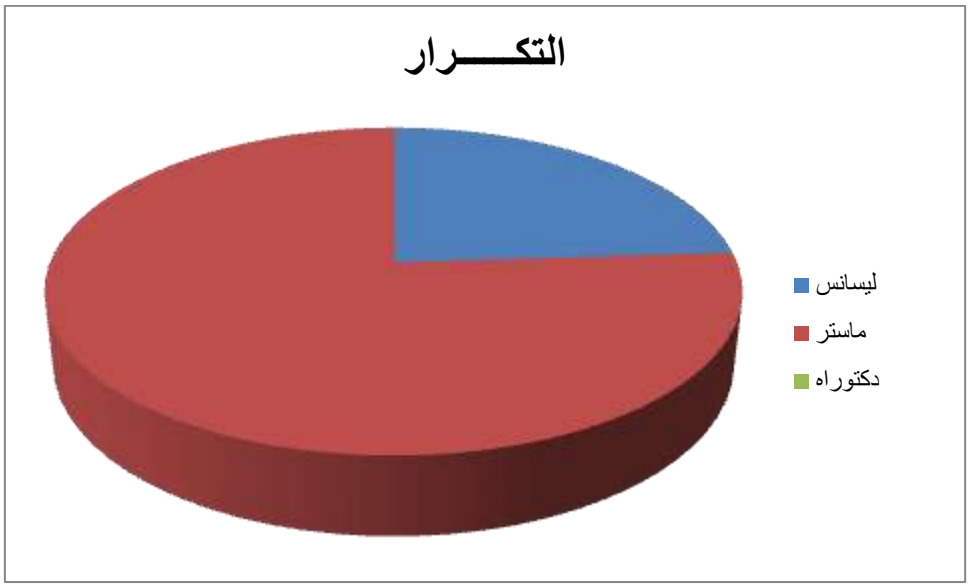
جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكـــــــــرار	النسبة %
ليسانس	12	%24
ماستر	38	% 76
دكتوراه	00	% 00
المجموع	**50**	**100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(03)** المستوى التعليمي للمبحوثين يتضح أن طلبة طور الماستر الأكثر حضورا بنسبة **76** % ، أي ما يعادل **38** مفردة يليها طلبة

طور ليسانس بنسبة **24** % ما يعادل **12** مفردة وهذا راجع للفترة توزيع الإستمارة أيام إمتحانات طور الماستر بمختلف تخصصاته على عكس أيام الدراسة العادية .

دائرة نسبية رقم (03): توضح توزيع نسب أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المحور الثاني: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة استخدام الفايسبوك في الحياة اليومية

درجة استخدام الفايسبوك	التكرار	النسبة %
دائما	12	% 24
غالبا	32	% 64
أحيانا	6	%12
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول رقم **(04)** الذي يبين درجة استخدام الفايسبوك نلاحظ أنه ما يزيد عن نصف طلبة الجامعة غالبا ما يستخدمون تطبيقة الفايسبوك بنسبة **64** %، أي ما يعادل **32** مفردة ، تليها دائما بنسبة **24** % من الطلبة أ يما عادل **12** مفردة و تأتي في الأخير أحيانا بنسبة **12** % من طلبة الجامعة وهو ما يعادل **6** مفردات من عينة المبحوثين.



من خلال هذه النسب في درجة الاستخدام نلاحظ أن الأمر طبيعي في درجة إستخدام الفايسبوك المتوسطة وليست كبيرة لغالبية الطلبة وهذا راجع إلى الإلتزامات والإنشغالات لدى الطالب الجامعي خاصة أيام الإمتحانات والدراسة.

جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاكهم لحساب على الفايسبوك

مدة امتلاك الطلبة لحسابهم على الفايسبوك	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	5	% 10
من **1** سنة إلى سنتين	11	% 22
من سنتين إلى **5** سنوات	14	% 28
أكثر من خمس سنوات	20	% 40
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(5)** الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاكهم لحساب إلكتروني عبر الفايسبوك نلاحظ أن أكبر نسبة في خانة أكثر من خمس سنوات قدرت بـــ:**40** % بمعدل **20** مفردة ، ثم يليها خانة من سنتين إلى **5** سنوات بنسبة **28** % بمعدل **14** مفردة ، ثم تأتي بعدها خانة من **1** سنة إلى سنتين بـــ:**22**% ، أي ما يعادل **11** مفردة ، وفي الترتيب الأخير تأتي خانة أقل من سنة بنسبة **10**% .

نستنتج من خلال الجدول التكراري المبين أعلاه يتضح لنا أن أغلب المبحوثين يمتلكون حساباتهم منذ مدة تزيد عن سنة من الزمن وليسوا حديثي الإستخدام لموقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك.

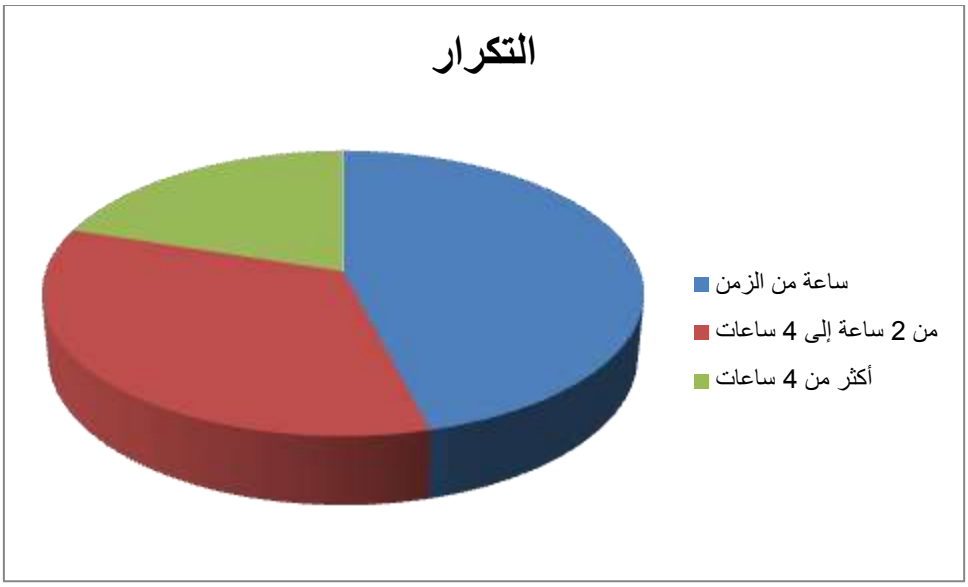


جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدام موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك

متوسط استخدام الطلبة للفايسبوك	التكرار	النسبة %
ساعة من الزمن	23	% 46
من **2** ساعة إلى **4** ساعات	17	% 34
أكثر من **4** ساعات	10	%20
المجموع	**50**	**% 100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(07)** الذي يبين المدة الزمنية لإستخدام الطلبة لموقع الفايسبوك نلاحظ أن أكبر نسبة من مبحوثين تستخدم موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك ساعة من الزمن بنسبة قدرت بـــ: **46** % ، أي ما يعادل **23** مفردة والتي تعد قريبة من نصف عدد المبحوثين ، ثم تليها المدة الزمنية للإستخدام ما بين **2** ساعة و**4** ساعات بنسبة **34** %، ما يعادل **17** مفردة ، لتأتي في الأخير فئة الإستخدام لأكثر من **4** ساعات بنسبة **20** % ، ما يعادل **10** مفردات.

من خلال ما سبق هذه البيانات أن أفراد العينة لا يتعدى تخصيصهم لوقت التصفح ساعتين وهذا قدر معقول ويتفق مع ظروف أفراد العينة باعتبار معظمهم يشتغل بالدراسة أو العمل.



جدول رقم (08): يبين توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل للتصفح الفايسبوك

المكان المفضل لتصفح الفايسبوك	التكرار	النسبة %
المنزل	28	% 56
الشارع	3	% 6
الجامعة	09	% 18
المواصلات	10	% 20
المجموع	**50**	**% 100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(08)** توزيع أفراد العينة حسب المكان المفضل لتصفح الفايسبوك نلاحظ أن المنزل هو المكان المفضل لطلبة الجامعة في تصفح موقع

التواصل الإجتماعي فايسبوك بنسبة 56% ، أي ما يعادل 28 مفردة من عدد المبحوثين ، ثم تليه المواصلات بنسبة 20% ، ما يعادل 10 مفردات من العينة ، لتأتي بعد ذلك الجامعة بنسبة 18 % ، بما يعادل 09 مفردات ، ثم في الاخير الشارع بنسبة 6% ، اي ما يعادل 3 مفردات.

نستنتج من خلال الجدول أن الطالب الجامعي يفضل المنزل بدرجة أكبر كمكان أكثر أريحية لإستخدام الموقع الإجتماعي فايسبوك ويرجع ذلك إلى توفر تدفق الأنترنيت بشكل أفضل في المنزل والراحة في عملية التصفح، وفي المرتبة الثانية نجد المواصلات لسد فراغ ملل الطريق وبدرجة أقل داخل الحرم الجامعي بحكم أنه مكان يقصده الطالب للدراسة وطلب العلم أما الشارع بنسبة ضئيلة لدرجة أنه مكان للتجول و التنقل وليس لإستخدام الموقع .



جدول رقم (09): يبين توزيع أفراد العينة حسب فترات تصفح الفايسبوك

فترات تصفح طلبة للفايسبوك	التكرار	النسبة %
الفترة الصباحية	5	% 10
الفترة المسائيـــة	9	% 18
الفترة الليليـــــــــة	23	% 46
غير محدد	13	% 26
المجموع	**50**	**% 100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(09)** توزيع أفراد العينة حسب فترات تصفح الفايسبوك ، نلاحظ من خلاله أن الفترة الليلية تمثل أكبر نسبة لتصفح موقع التواصل الإجتماعي فاسيبوك بـــ:**46** % ، أي ما يعادل **23** مفردة من المبحوثين ، تليها عبارة غير محدد بنسبة **26**% بما يعادل **13** مفردة من العينة المبحوثة ،ثم الفترة المسائية بنسبة **9** % أي ما يعادل **9** مفردات من العينة وفي المرتبة الأخيرة تأتي الفترة الصباحية بأقل نسبة **10**% ، بما يعادل **5** مفردات من العينة.

ويرجع هذا التباين في النسب إلى أن أغلب الطلبة قد يكون منشغل بالدراسة خلال اليوم مما يجعل الفترة الليلية هي الأنسب للتصفح.



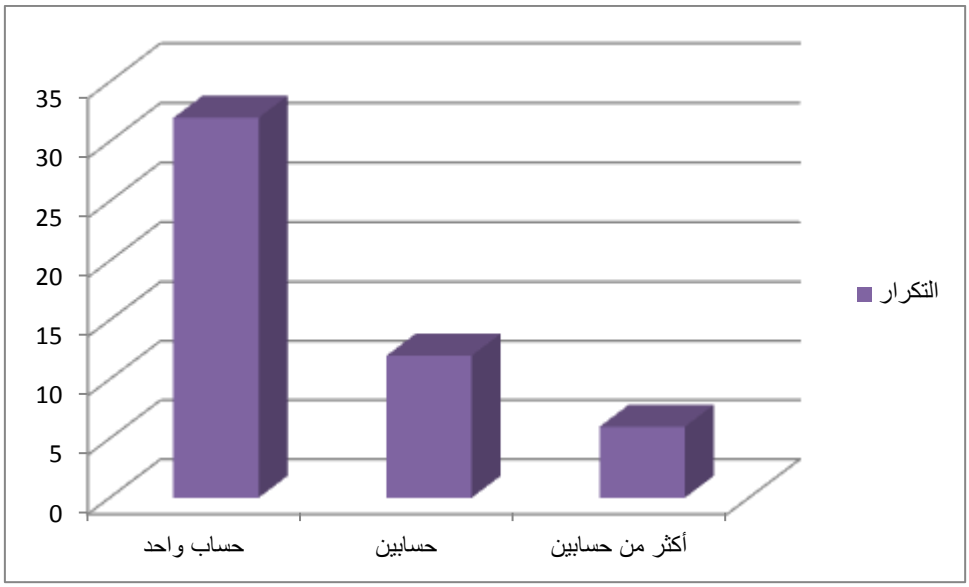
جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد الحسابات عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك

عدد الحسابات التي يمتلكها الطلبة	التكرار	النسبة %
حساب واحد	32	% 64
حسابين	12	% 24
أكثر من حسابين	6	% 12
المجموع	**50**	**% 100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(10)** توزيع أفراد العينة حسب عدد الحسابات التي يمتلكها الطلبة الجامعيين عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يمتلكون حساب واحد بنسبة **64%** ،أي ما يعادل **32** مفردة من عينة المبحوثين ، أما من يمتلكون حسابين فالنسبة قدرت حسب الجدول بـــ:**24** % ، اي ما يعادل **12** مفردة من العينة ، ثم في الأخير نجد الطلبة الذين يمتلكون أكثر من حسابين **6** مفردات من العينة بنسبة قدرها **12** %.

وقد يرجع ذلك أن أغلب المبحوثين يمتلكون حساب واحد فقط بسبب خوفهم من نسيان كلمة السر ووقوعهم في مشاكل إلكترونية كالقرصنة وغيرها وأيضا إلى رغبة المبحوثين في امتلاك حساب واحد فقط نظرا للمسؤوليات العديدة ولانشغالاتهم منها الدراسة وضيق الوقت إلى جانب محاولة الكثر منهم الظهور بشخصيتهم وهويتهم الحقيقية.

أعمدة بيانية رقم (10): توضح توزيع نسب أفراد العينة حسب عدد الحسابات



جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي تلفت إنتباههم عبر موقع الفايسبوك

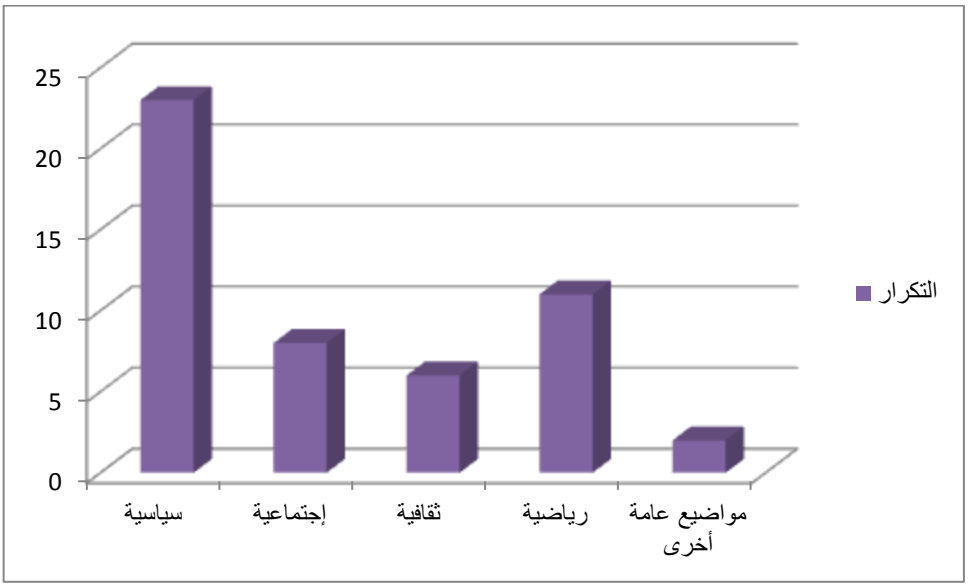
نوعية المواضيع	التكرار	النسبة %
سياسية	23	% 46
إجتماعية	8	% 16
ثقافية	6	% 12
رياضية	11	% 22
مواضيع عامة أخرى	2	% 4
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول الجدول التكراري رقم **(11)** توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي تلفت إنتباههم عبر موقع الفايسبوك ، حيث نلاحظ من خلاله أن معظم المواضيع التي أصبحت تلفت إنتباه طلبة الجامعة المبحوثين عبر تطبيقة الفايسبوك بالدرجة الأولى المواضيع السياسية بنسبة قاربت الخمسين بالمائة والتي قدرت بـــ:**46** % أي ما يعادل **23** مفردة مبحوثة ، تلاها في المرتبة الثانية المواضيع الرياضية بنسبة **22** % أي ما يعادل **11** مفردة من العينة المبحوثة ، وثالثا تأتي المواضيع الإجتماعية بنسبة **16** % ما يعادل **8** مفردات من العينة ،ونسبة **12** % من المواضيع الثقافية ما يعادل **6** مفردات وأخيرا مواضيع عامة أخرى بنسبة **4** % أي ما يعادل مفردتين من العينة محل البحث .

من خلال ما تم عرضه والإحاطة به في الجدول نلاحظ أن أغلبية طلبة الجامعة أصبح ميلهم موخرا وشغلهم الشاغل تفضيل متابعة كل ما يتعلق بالقضايا السياسية خاصة في ظل الظروف الراهنة التي تمر بها الجزائر من تطورات سياسية والتي كان اخرها الإنتخابات التشريعية التي أجريت بتاريخ:**12** جوان **2021** وما سبقها من

تحديات خاصة فيما تعلق بالقانون العضوي المتعلق بالإنتخابات الذي أعطى الفرصة للشباب والطلبة الجامعيين لدخول المعترك السياسي ، إلى جانب ميول طلبة الجامعة لمتابعة الأخبار الرياضية بدرجة أقل خاصة ما تعلق بالمتخبات الوطنية والمشاركات الدولية لمختلف الرياضات.

أعمدة بيانية رقم (11):



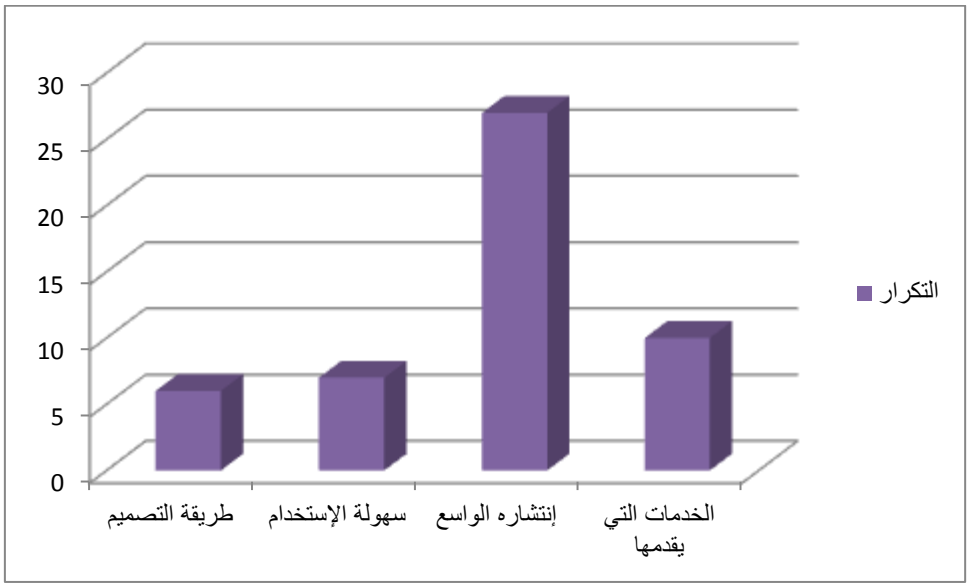
المحور الثالث: مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة سياسية.

جدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب فضولهم عند تصفح موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك

نوعية الفضول	التكرار	النسبة %
طريقة التصميم	6	% 12
سهولة الإستخدام	7	% 14
إنتشاره الواسع	27	% 54
الخدمات التي يقدمها	10	% 20
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم (12) توزيع أفراد العينة حسب فضولهم عند تصفح موقع التواصل الإجتماعي الفايسبوك ، حيث نلاحظ من خلاله أن الفضول الذي يشد إنتباه الطلبة في تصفح الفايسبوك بنسبة كبيرة إنتشاره الواسع بـــ: **26** مفردة من عينة البحث إلى ما يعادل **54** % ، في المرتبة الثانية الخدمات التي يقدمها بنسبة **20** % أي ما يعادل **10** مفردات من العينة البحث ، وكذا سهولة الإستخدام كفضول ثالث بنسبة **14** % أي ما يعادل **7** مفردات وما قبل الاخير الفضول الخاص بطريقة التصميم بنسبة **12** % وما يعادل **6** مفردات من عينة البحث .

من خلال تم عرضه والإحاطة به في جدول التكرار رقم (12) لاحظنا أن فضول الطلبة الجامعيين عند تصفح موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك شد إنتباههم بشكل كبير في إنتشاره الواسع والشهرة التي يتميز بها عن باقي مواقع التواصل الإجتماعي الاخرى سواء على المستوى المحلي أو العالمي ، لتأتي في الدرجة الثانية الخدمات التي قدمها من خلال إشباع رغباتهم و حاجياتهم في الحصول على المعلومة بدون عناء ولا تنقل ، بالإضافة إلى سهولة الولوج لهذه التطبيقة وإستخدامها أما عن فضول أخرى أذكره هي حب الإطلاع من دون التفاعل مع المنشورات مهما كانت طبيعتها.



جدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب هدف المبحوثين من إستخدام موقع الفيسبوك.

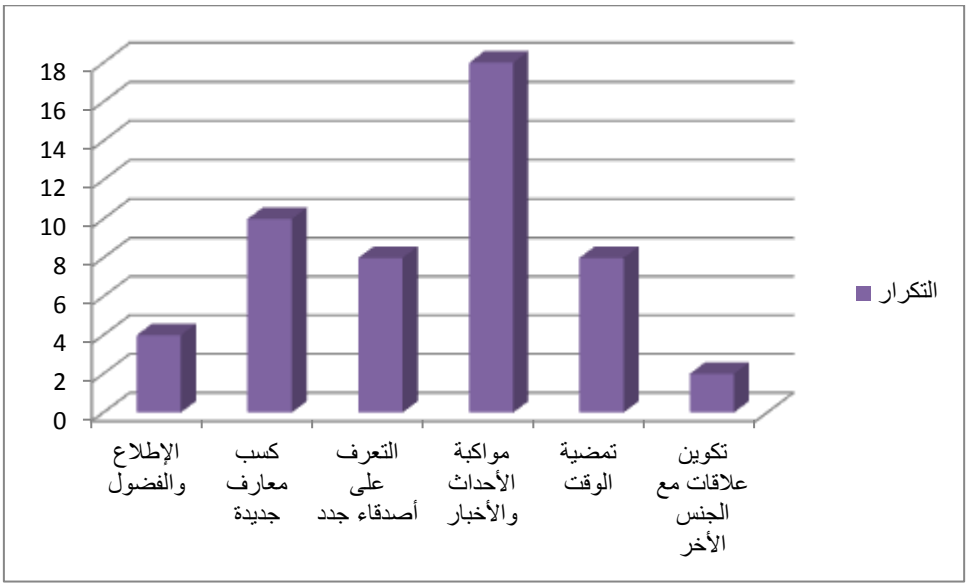
الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
الإطلاع والفضول	4	% 8
كسب معارف جديدة	10	% 20
التعرف على أصدقاء جدد	8	% 16
مواكبة الأحداث والأخبار	18	% 36
تمضية الوقت	8	% 16
تكوين علاقات مع الجنس الأخر	2	% 4
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(13)** توزيع أفراد العينة حسب هدف المبحوثين من إستخدام موقع الفيسبوك، خلصت النتائج إلى أن أغلبية طلبة الجامعة المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بدرجة أكبر بهدف مواكبة الأحداث ومتابعة الأخبار بنسبة قدرها **36**% أي بمعدل **18** مفردة من العينة محل البحث ، في حين نجد أن نسبة **20** % من عينة البحث يستخدمون موقع الفيسبوك بهدف كسب خبرات ومعارف جديدة ،وتساوت النسب بخصوص إستخدام الموقع للتعرف على أصدقاء جدد و تمضية الوقت بنسبة قدرت بـــ:**16** % أي ما يعادل **8** مفردات لكل إقتراح،بينما نجد الإستخدم من طرف المبحوثين لموقع الفايسبوك قصد الغطلاع و الفضول بنسبة **8** % أي ما يعادل **4** مفردات ، ونجد أيضا الغستخدام من أجل تكوين علاقات من الجنس الاخر بنسبة **4** % ما يعادل مفردتين من عينة البحث.

من خلال ما تم عرضه في جدول التكرار يتضح لنا أن موقع الفايسبوك أصبح مصدرا مهما في نقل الأخبار وآخر الأحداث والمستجدات ومختلف القضايا الراهنة

المحلية وحتى العالمية فلقد أصبح أداة إيجابية في إثراء الرصيد المعرفي والتطلع إلى ما هو جديد لدى طلبة الجامعة ،وهذا ا رجع إلى أن هذا الموقع هو بمثابة مصدر مهم في إستقاء العديد من المعارف التي يمكن الإستفادة منها في حين نجد البعض من المبحوثين يستخدمون موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بهدف التسلية والترفيه وذلك من أجل الترويح عن النفس والتخلص من الملل والضغوطات ونجد البع الأخر يميل إلى إستخدام الموقع من أجل تمضية الوقت وكسر الروتين الدراسي، والاقلية من العينة يستخدمون الموقع بهدف التعرف على أصدقاء جدد وتليها الأقلية القليلة ممن يستخدمونه بهدف تكوين علاقات مع الجنس الآخر وهي نسب ضئيلة جدا ، وأما في أخرى أذكرها فقد أجاب بعض المبحوثين التواصل ومشاهدة الفيديوهات.

وعليه من خلال ما سبق نستطيع القول أن معظم المبحوثين هدف استخدامهم لموقع الفيسبوك يمكن تصنيفها ضمن الأهداف المعرفية، نظرا لكونهم يتمتعون بدرجة من الوعي والنضج وهذا يساعد المبحوثين على معرفة الواقع المعاش وتوسيع المعارف.



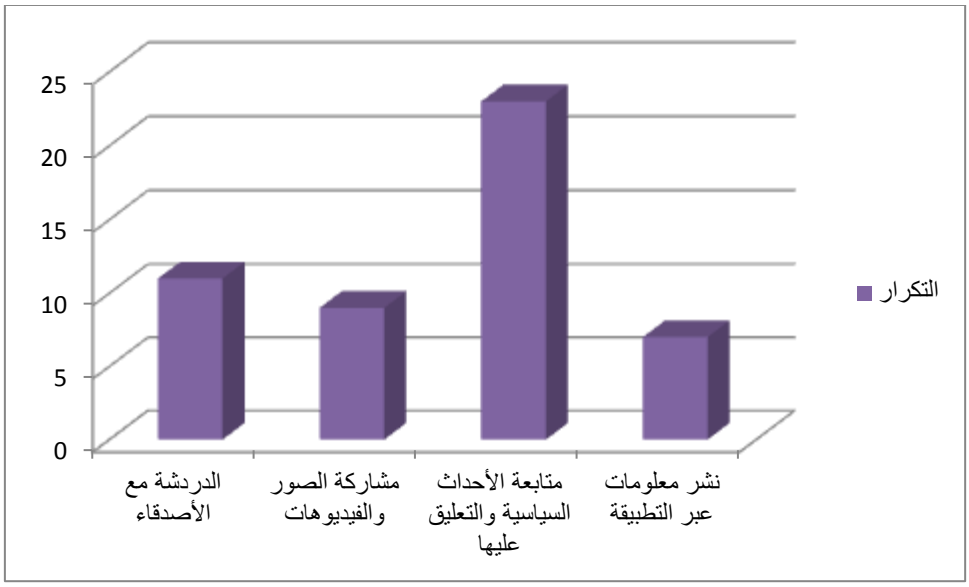
جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إستخدامات المبحوثين عبر موقع التواص الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــات	التكرار	النسبة %
الدردشة مع الأصدقاء	11	% 22
مشاركة الصور والفيديوهات	9	% 18
متابعة الأحداث السياسية والتعليق عليها	23	% 46
نشر معلومات عبر التطبيقة	7	% 14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(14)** توزيع أفراد العينة حسب إستخدامات المبحوثين عبر موقع التواص الإجتماعي الفيسبوك حيث لاحظنا أن نسبة **46** % من الطلبة المبحوثين يفضلون متابعة الأحداث السياسية بمعدل **21** مفردة من عينة البحث ، هذا ونجد نسبة **22** % من العينة المبحوة يفضلون الدردشة مع الأصدقاء بمعدل **11** مفردة من العينة ، ونسبة **18** % يشاركون الصور والفيديوهات عبر تبيقة الفايسبوك بمعدل **9** مفردات ، في حين نشر المعلومات عبر التطيقة أظهر نسبة **14** % اي ما يعادل **7** مفردات من عينة البحث.

من هنا نقول أن لطلبة الجامعة رغبة دائمة في متابعة الأحداث السياسية وأهم المستجدات والتعليق عليها ، كما يفضلون الدردشة مع الأصدقاء من أجل البقاء على تواصل مستمر من خلال تبادل أطراف الحديث وهو ما يبرز الدور الأساسي لموقع التواصل الإجتماعي فيسبوك في عملية ربط الأواصر مع الآخرين ، أما فئة من يفضلون نشر وبث معلومات عبر التطبيقة راجع إلى الرغبة في مشاركة النشر وبث المعلومات والأخبار، إلى جانب فئة من يشاركون الصور والفيديوهات عبر الموقع هو إنشغالهم بأمور أخرى كالتعاليق والدردشة وغيرها، وعن مقترح أخرى أذكرها فكانت

الإجابات تتمحور حول معرفة ما يدور في العالم والتعليق عن الأحداث وطرح آراء الشخصي، ومن هنا يتضح لنا أن أغلبية المبحوثين يفضلون متابعة الأحداث والتعليق عليها والدردشة مع الأصدقاء باعتبار أن موقع الفيسبوك أصبح مصدرا مهما لتغطية الأحداث إضافة إلى أنه من أهم الوسائط الإتصالية الجديدة.



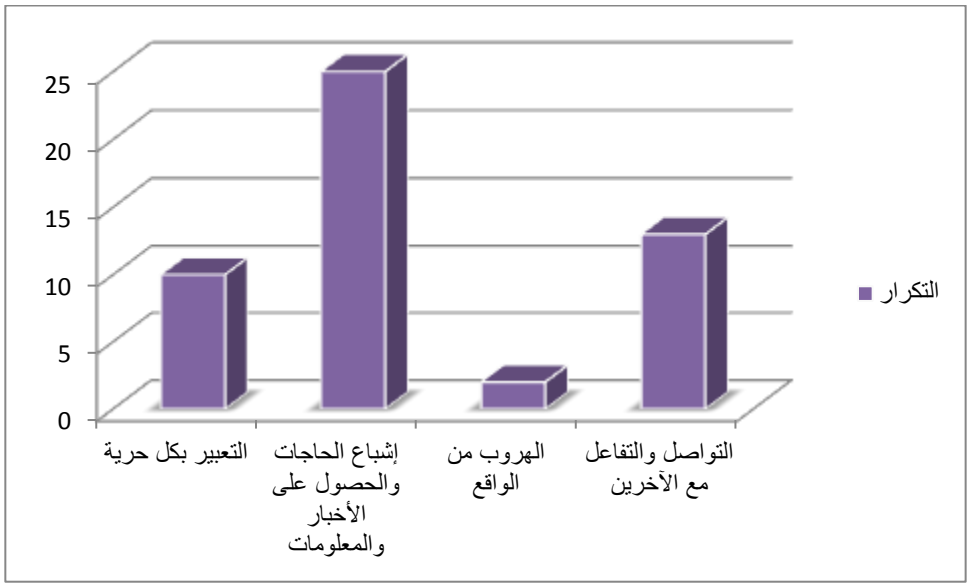
جدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي يلبيها موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــات	التكرار	النسبة %
التعبير بكل حرية	10	% 20
إشباع الحاجات والحصول على الأخبار والمعلومات	25	% 50
الهروب من الواقع	2	% 4
التواصل والتفاعل مع الآخرين	13	% 26
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم:**(15)** توزيع أفراد العينة حسب الحاجات التي يلبيها موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك حيث نجد إشباع الفضول والحصول على

الأخبار والمعلومات في المرتبة الأولى بنسبة **50** % ، ما يعادل **25** مفردة من عينة البحث ، في حين نجد التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة **26** % اي ما يعادل **13** مفردة ، أما عن التعبير بكل حرية فالنسبة المتحصل عليها قدرت بـــ:**20** % ما يعادل **10** مفردات ، كما نجد أن الهروب من الواقع في المرتبة الأخيرة بنسبة **4** % وهي نسبة ضئيلة بمعدل مفردتين من العينة.

من خلال ما سبق نستنتج أن الطلبة يلجؤون إلى هذا الموقع لزيادة رصيدهم المعرفي ومعرفة آخر الأخبار والمستجدات وهذا ما يؤكد أن الفايسبوك أصبح المصدر الأولي للحصول على المعلومات وهذا راجع إلى خدمات هذا الموقع إذ يبقيهم على تواصل دائم مع أصدقائهم وزملاء الدارسة وأفراد أسرتهم ، ويمكن تفسير ذلك أن موقع الفيسبوك أتاح لمستخدميه حرية التعبير عن أفكارهم ووجهة نظرهم بكل أريحية وحرية مطلقة ، فربما هذه الفئة تلجأ لموقع الفيسبوك للترفيه عن أنفسهم وإزالة الضغط والملل الناجم عن مشاكل الحياة اليومية، بالنسبة لمقترح أخرى أذكرها فقد أجاب بعض المبحوثين أن موقع الفيسبوك يلبي لهم العديد من الحاجات كالتسلية والحصول على المعلومات والمراجع العلمية والاستفادة منه معرفيا، وعليه فإن موقع الفيسبوك يلبي العديد من الحاجات خاصة فيما يتعلق بالأخبار والمعلومات والتواصل والتفاعل مع الآخرين إذ أصبح من أهم الوسائل التي يعتمد عليها للحصول على أهم المستجدات.



جدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة الثقة في كل ما يعرض على موقع الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
نادرا	8	% 16
دائما	00	% 00
أحيانا	42	% 84
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(16)** توزيع أفراد العينة حسب درجة الثقة في كل ما يعرض على موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك، حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين أجابوا بمقترح أحيانا وقدرت نسبة الإجابة بـــ: **84%** أي ما يعادل **42** مفردة من عينة المبحوثين ، في حين نجد نسبة **16** % من طلبة الجامعة محل العينة أي ما يعادل **8** مفردات فضلو مقترح نادرا ما يثقون فيما يعرض على موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك، ونسبة الإجابة منعدمة بخصوص مقترح دائما.

من خلال الإجابات التي قمنا بتفريغها على الجدول نستطيع القول أن أغلبية الطلبة تثق بين الحين والآخر بالمنشورات المعروضة على جدار هذا الموقع ويمكن تفسير هذا بالكم الهائل من المعلومات والأخبار التي ينشرها الموقع وقد تكون في بعض الأحيان غير صحيحة وصادقة في البعض الآخر ،أما الإجابة بنادرا راجع إلى أن كل ما ينشر في جداريات موقع الفايسبوك لا يتمتع بالمصداقية الثابتة بحيث أنه في غالبية الأحيان تكون المعلومات والأخبار مزيفة ومفبركة الهدف منها التفاعل لا غير ، أما بالنسبة لمقترح دائما بإجابته منعدمة نفسر هذا العزوف بأن الطلبة المبحوثين لا يثقون بالمنشورات المعروضة بصفة دائمة نظرا لعدم تمتع الموقع بالمصداقية الكافية خاصة وأن عدد كبير من رواد ومستخدمي هذه التطبيقة يملكون حسابات مزيفة، ومصادر المعلومة غير موثوقة ،وأن أغلب مستخدمي الموقع من فئة المراهقين ليست لديهم خبرة إعلامية ، وليس بالضرورة كل ما ينشر عبر موقع التواصل الإجتماعي صحيح فهناك الكثير من رواده يسعون إلى إثارة الإشاعات والأكاذيب .



جدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة المساهمة في نشر المعلومات والأخبار عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
دائما	10	% 20
أحيانا	33	% 66
نادرا	7	% 14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(17)** توزيع أفراد العينة حسب درجة المساهمة في نشر المعلومات والأخبار عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ، حيث بينت النتائج أن الأغلبية الساحقة للمبحوثين جاءت إجابتهم أحيانا بنسبة قدرت بـــ:**66** % أي ما يعادل **33** مفردة من عينة البحث ، في حين جاء مقترح دائما في المرتبة الثانية بنسبة **20** % ما يعادل **10** مفردات من المبحوثين ، ومقترح نادرا بنسبة **14** % اي ما يعادل **7** مفردات .

نستطيع القول أن طلبة الجامعة محل عينة البحث يساهمون بشكل كبير في نشر المعلومات من حين لاخر قصد الحصول على تفاعل التعليقات والمشاركات لمنشوراتهم وعندما يكون النشر بصفة دائمة راجع إلى محاولة منهم الحصول على معارف ومهارات جديدة للاستفادة منها ، كما نجد من كانت إجابتهم بنادرا يرجع ذلك إلى إنشغالهم بالدردشة والتواصل مع الأصدقاء فنادرا ما يقومون بنشر المعلومات عبر الموقع ،وعليه نستنتج أن معظم الطلبة ليس هدفهم الرئيسي نشر المعلومات وإنما يشتغلون بأمور أخرى كالدردشة والتعليق ومشاهدة الفيديوهات وغيرها.



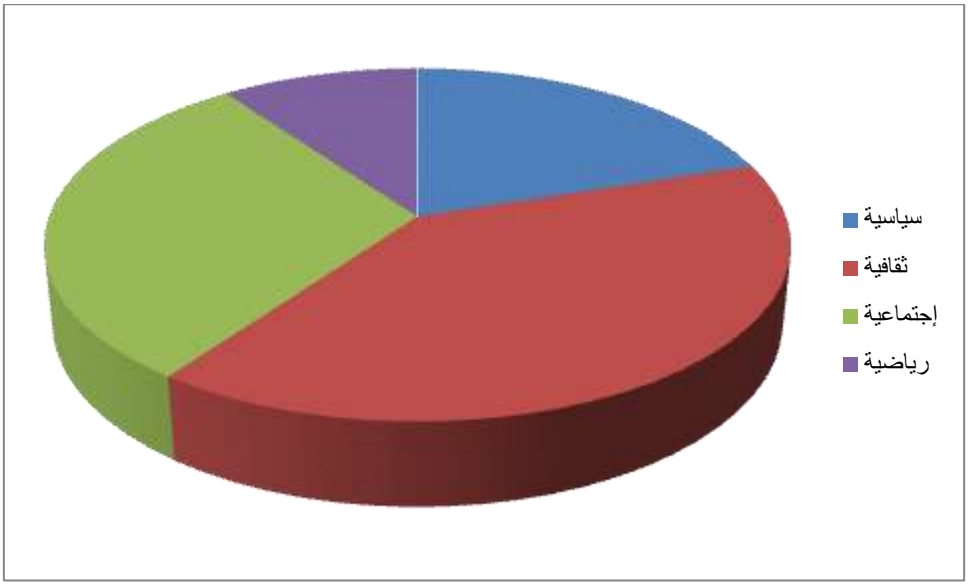
جدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
سياسية	10	% 20
ثقافية	20	% 40
إجتماعية	15	% 30
رياضية	5	% 10
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم:**(18)** توزيع أفراد العينة حسب نوع المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك جاءت الإجابة لصالح المقترح ثقافية بنسبة **40** % أي ما يعادل **20** مفردة من عينة البحث يقومون بنشر معلومات ثقافية عبر موقع التواصل الإجتماعي ما يعادل **20** مفردة ، ونسبة **30**% بمعدل **15** مفردة من المبحوثين لإقتراح مواضيع إجتماعية ما يعادل **15** مفردة من العينة، ونسبة **20**

% لمقترح مواضيع سياسية ما يعادل **10** مفرادات من المبحوثين وفي الأخير مواضيع رياضة بنسبة مقدرة بـــ:**10** % ما يعادل **5** مفردات من عينة البحث .

من هنا وحسب النسب المتحصل عليها نستطيع القول أن أكثر المواضيع مشاركة عبر موقع الفايسبوك هي الثقافية وذلك قصد تبادل الثقافات وتنمية الرصيد المعرفي حول مختلف المواضيع الثقافية التي تكون شاملة لعدة ميادين،أما الإجتماعية في المركز الثاني بطبيعة الحال تعود إلى أن أغلب القضايا اليومية إجتماعية في حين نجد المواضيع السياسية في المرتبة الثالثة وهذا راجع إلى طرح المبحوثين لمختلف القضايا السياسية خاصة في ظل الظروف السياسية الراهنة التي تمر بها الجزائر آخرها الإستحقاقات البرلمانية بتاريخ **12** جوان **2021** ، تليها المواضيع الرياضية بنسبة ضئيلة وذلك من أجل التعرف على أخبار المنتخبات والأندية الرياضية ومختلف المشاهير الرياضين وغيرها، أما في أخرى أذكرها فقد كانت إجابات بعض المبحوثين بمواضيع سياحية ودينية.



المحور الرابع: ما مدى تعرض طلبة الجامعة لموقع التواصل الإجتماعي فايسوك.

جدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب درجة تتبع موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
نعم	46	% 92
لا	04	% 8
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم:**(19)** توزيع أفراد العينة حسب درجة التتبع لموقع التواصل الإجتماعي فايسبوك حيث عبر المبحوثين في إجاباتهم بمقترح نعم بنسبة قدرت بـــ**92%** أي ما يعادل **46** مفردة من العينة المبحوثة ، أما مقترح لا فقد نسبة اختياره بـــ: **8%** أي ما يعادل **04** مفردات من عينة البحث المتمثلة في طلبة جامعة المدية.

من خلال ما سبق نستطيع القول أن الاغبية الساحقة من طلبة جامعة دكتور يحي فارس المدية كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية يتابعون موقع التواصل الإجتماعي بشكل دائم ومستمر خاصة وأنه متنفسهم الوحيد في عالمهم الإفتراضي وما يتعلق بتنمية مهاراتهم الفكرية والعلمية إكتساب خبرات جديدة تمكنهم من التواصل الدائم مع زملائهم في الدراسة وربما مستقبلا في العمل وكذلك الحفاظ على الرابطة الأسرية مع عائلاتهم في كل زمان ومكان ، إلى جانب تلبية إحتياجاتهم في المعلومات والأخبار في ظل الكم الهائل الذي يفرزه هذا الموقع.



جدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى تلبية موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك وغباتك في المعلومة السياسية.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
نادرا	11	% 22
أحيانا	32	% 64
دائما	07	%14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكرارير رقم **(20)** توزيع العينة حسب مدى تلبية موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك إلى حاجات المبحوثين إلى المعلومات في المجال السياسي، حيث بينت النتائج أن **64** % وما يعادل **32** مفردة كانت إجابتهم بمقترح أحيانا ،في حين نجد أن **22**% ما يعادل **11** مفردة من العينة المبحوثة أجابوا بنادرا، ونسبة **14**% من المبحوثين أجابو على مقترح دائما أي ما يعادل **7** مفردات من الفئة محل البحث.

من خلال سبق ذكره يمكن تفسير هذا أن موقع الفيسبوك يلبي لطلبة الجامعة المبحوثين حاجاتهم إلى المعلومات في المجال السياسي بين الحين والآخر نظرا لما ينشره يوميا من معلومات حول مختلف القضايا السياسية وذلك راجع ربما إلى عدم إرتقاء هذا الموقع لتغطية كل الأخبار والقضايا والمعلومات أو عدم اتسامه بالمصداقية والموضوعية في كل الأوقات،وما يقدمه هذا الموقع من معلومات وأخبار ومختلف الوقائع فهو يحتل السبق الإعلامي بالنسبة لهذه الفئة، وعليه نستنتج أن موقع الفيسبوك قد أصبح يلي الحاجات إلى المعلومات في المجال السياسي بين الحين والآخر بالنسبة للطلبة وهذا راجع لما ينشره من أخبار ومعلومات وتغطية لمختلف الأحداث السياسية.



جدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدى التفاعل مع المواضيع السياسية التي يطرحها موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
نعم	36	% 72
لا	14	% 28
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم (21) توزيع أفراد العينة حسب مدى تفاعل العينة مع المواضيع السياسية التي يطرحها موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك إمكانية المبحوثين من التفاعل حول المواضيع السياسية وطرح آرائهم عبره حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم بمقترح نعم وقدرت الإجابات بنسبة 72% **أي ما يعادل 36 مفردة من العينة** ، في حين نجد نسبة 28% كانت الإجابة بمقترح لا أي ما يعادل 14 مفردة من عيبنة البحث.

من نستطيع القول أن كل هذا راجع إلى ما يتيحه هذا الموقع من حرية التعبير ومناقشة الأفكار وتبادل الرؤى بكل حرية ودون رقابة وضغوطات وذلك من خلال التعليق الحر بالنسبة لمقتح نعم ،أما فيما يخص الإجابة بمقترح لا راجع إلى تخوفهم من الخوض في الأمور السياسية أو عدم الميل لهذا النوع من المواضيع، أو تجنب التطرق للمواضيع السياسية المعقدة ، وهذا ما أكدته إجابات المبحوثين في السؤال المفتوح كيف ذلك في كلتا الحالتين؟

حيث كانت مختلف التبريرات الخاصة بمن أجابو بمقترح نعم في السياق التالي:

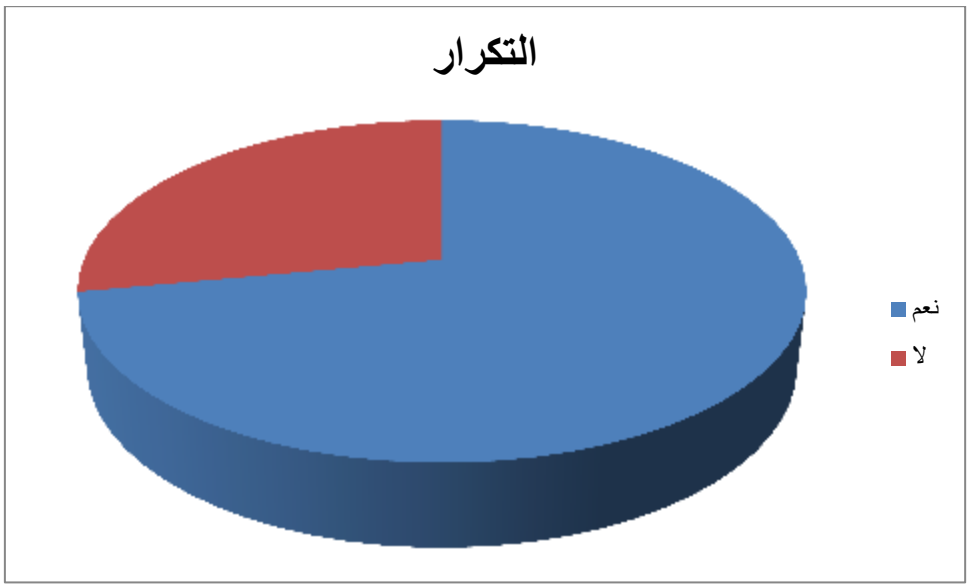
- حرية التعبير والتعليق وإبداء الرأي والتوجهات ووجهات النظر- التعبير عن الرأي والمشاركة في المواضيع السياسية - التعليق والنشر على أوسع نطاق من خلال الصفحات والمجموعات التي تنشر المواضيع السياسية - التفاعل مع المنشورات

السياسية – التعبير بحرية مطلقة حول ما يدور في الساحة السياسية – نقد وإعطاء الحلول – طرح الأفكار ومشاركة الآراء.

أما بالنسبة لتبريرات الفئة التي كانت إجاباتهم بمقترح لا فكانت في السياق التالي:

- عدم الاهتمام بالمجال السياسي بحكم أن هذا الموقع مقيد لا حرية سياسية له – عدم وجود مصادر موثوقة – المواضيع السياسية أكثر عمق وتباين حتى لو طرحت ستقود إلى نقاش عقيم – لا إمكانية للتفاعل خصوصا مع الذين لا علاقة لهم بالسياسة.

وعليه نستنتج أن موقع الفيسبوك مكن أغلبية الطلبة من التفاعل مع المواضيع السياسية وطرحآ ارائهم نظرا لما يتيحه من فرص لدخول المعترك والحياة السياسية لما يتميز به من حرية التعبير.

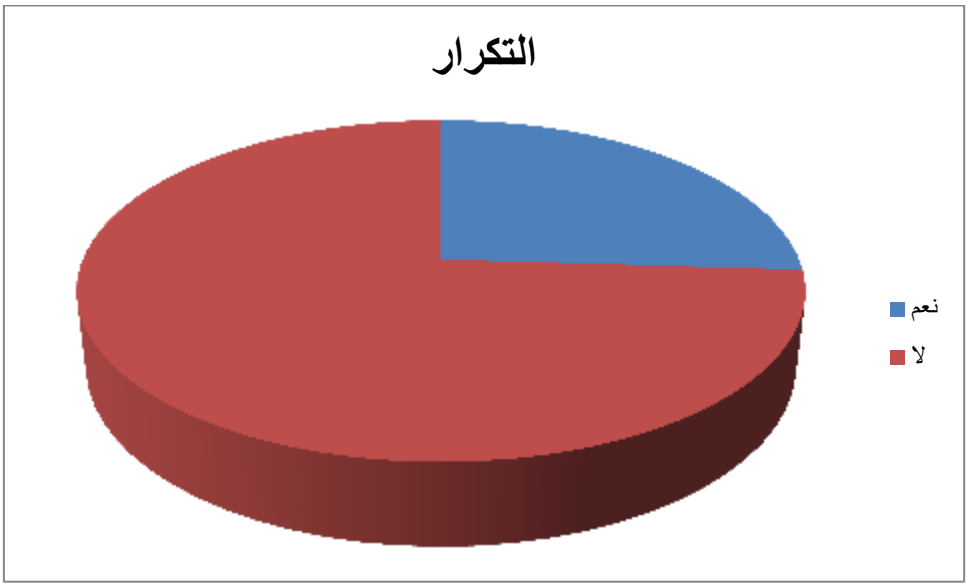


جدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة ومدى مشاركة المبحوثين في نشاط أو حدث سياسي تمت الدعوة إليه عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
نعم	13	%26
لا	37	% 74
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(22)** مدى مشاركة المبحوثين في نشاط أو حدث سياسي تمت الدعوة إليه عبر موقع الفيسبوك حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم بمقترح لا وقدرت النسبة بـــ:**74%** أي ما يعادل **37** مفردة من العينة ، كما نجد من أجابو على مقترح نعم قدرت النسبة بـــ:**26%** ما يعادل **13** مفردة من العينة محل البحث .

ويمكن تفسير ذلك أن الطلبة ليس لهم إهتمام كبير بالشؤون السياسية أو ربما يرجع ذلك إلى خوفهم من الخوض في المواضيع السياسية هذا ما يجعلهم يتجنبون المشاركة في الأنشطة السياسية وعدم الدعوة إليها عبر موقع الفيسبوك هذا بالنسبة لأصحاب المقترح لا ، أما فيما يخص مقترح نعم يمكن تفسير ذلك أن موقع الفيسبوك أصبح الملاذ الوحيد لهذه الفئة الذين يجدون فيه ضالتهم وإبداء آرائهم وأفكارهم ومختلف توجهاتهم والمطالبة بحقوقهم والمشاركة في مختلف الأنشطة والأحداث السياسية بكل حرية وديمقراطية، وعليه نستنتج أن معظم الطلبة لا يشاركون في نشاط أو حدث سياسي عبر موقع الفيسبوك نظرا لتحفظهم وعدم إهتمامهم بالأمور السياسية عن طريق الدعوة للمشاركة .



جدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حول طبيعة المواضيع التي شارك فيها عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك.

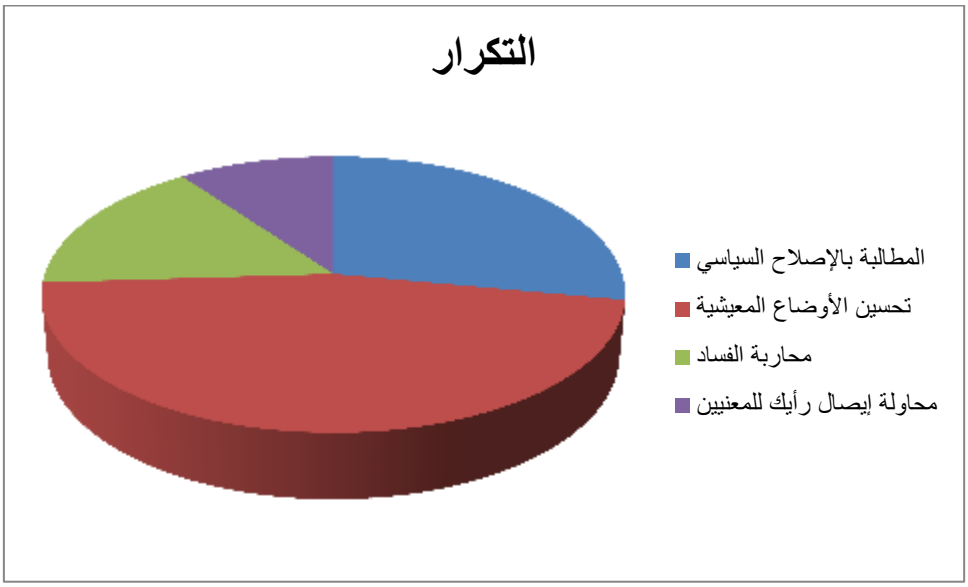
الإقتراحـــــــات	التكرار	النسبة %
المطالبة بالإصلاح السياسي	14	%28
تحسين الأوضاع المعيشية	23	%46
محاربة الفساد	8	%16
محاولة إيصال رأيك للمعنيين	5	%10
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(23)** توزيع أفراد العينة حول طبيعة المواضيع التي شارك فيها المبحوثين من طلبة جامعة المدية وكانت الإجابة بمقترح تحسين الأوضاع المعيشية في المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـــ: **46%** أي ما يعادل **23** من عينة البحث ، نسبة **28%** لمقترح المطالبة بالإصلاح السياسي أي ما يعادل **14** مفردة في ثالث مرتبة مقترح محاربة الفساد بنسبة **16%** ما يعادل **8** مفردات من المبحوثين

وفي الأخير مقترح محاولة إيصال رايك للمعنيين بنسبة **10%** ما يعادل **5** مفردات من العينة المبحوثة.

من خلال ما سبق ذكره نستطيع القول أن الأغلبية الساحقة من الطلبة أعطت حصة الأسد لمقترح تحسين الاوضاع المعيشية نظرا للوضع الإقتصادي المتدني والظرف المعيشي الصعب الذي يعيشه المجتمع الجزائري ناهيك عن البطالة ، هذا ونجد من كانت إجابتهم الإصلاح السياسي يرجع ذلك إلى رغبة الطلبة في التغيير وإصلاح المنظومة السياسية، ومقترح مكافحة الفساد يفسر الأوضاع السياسية التي شهدتها البلاد خاصة في الآونة الأخيرة منذ إعلان الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة ترشحه لعهدة خامسة ،الشيء الذي جعل الشعب يخرج إلى الشارع لمطالبته بالعدول عن قراره خاصة وأن حالته الصحية لا تسمح بذلك، ومن ثم ظهر ما يسمى بالعصابة التي كانت تحكم البلاد لتنطلق خلال سنة **2019** حملة الإعتقالات لكل من يثبت ضلوعه في قضايا الفساد ، وأخيرا مقترح محاولة إيصال رأيك للمعنيين بنسبة ضئيلة جدا يرجع ذلك إلى محاولة توصيل أصواتهم وندائهم ومختلف متطلباتهم إلى الجهات المسؤولة فيجدون موقع الفيسبوك المتنفس الوحيد للتعبير عن آرائهم.

أما فيما يخص مقترح أخرى أذكرها فقد جاءت إجابات بعض المبحوثين متفرقة بين المطالبة بحقوق المواطن وتحسين القدرة الشرائية وتعديل المنظومة السياسية .



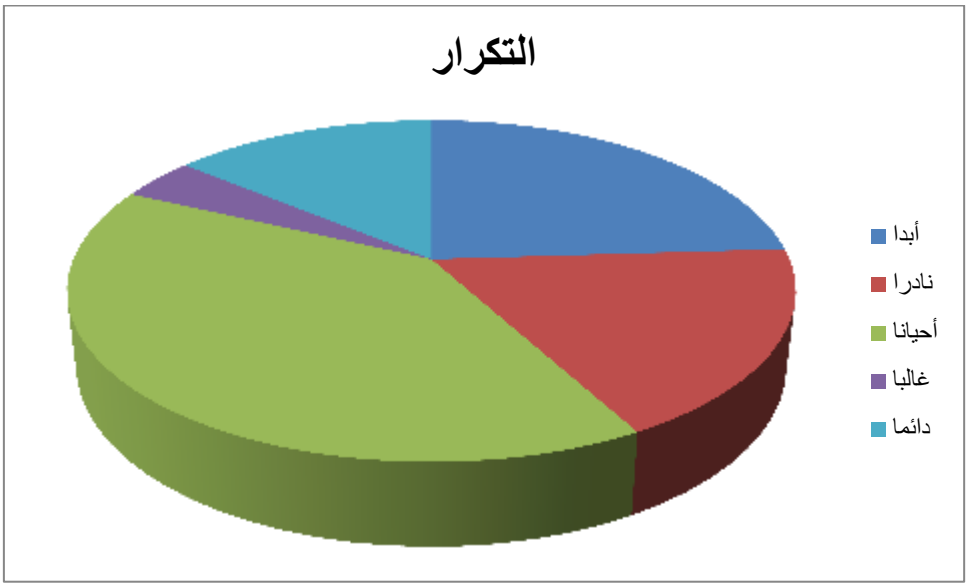
جدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة ومدى أثر النقاشات السياسية عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك تعبر فيها عن رأيك أو توجهك السياسي.

الإقتراحـــــات	التكرار	النسبة %
أبدا	12	%24
نادرا	09	%18
أحيانا	20	%40
غالبا	02	%04
دائما	07	%14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(24)** توزيع أفراد العينة ومدى أثر النقاشات السياسية عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك تعبر عن الآراء والإتجاهات السياسية للمبحوثين حيث بينت النتائج أن **40%** كانت إجاباتهم بمقترح أحيانا أي ما يعادل **20** مفردة من المبحوثين ، في حين نجد نسبة **24%** كانت إجاباتهم بمقترح أبدا أي ما يعادل **12** مفردة من العينة ،و **09** مفردات من عينة البحث أجابت بنادرا أي ما يعادل

نسبة **18%**، بالإضافة إلى فئة فضلت مقترح دائما بنسبة **14%** وما يعادل **7** مفردات من المبحوثين وفي الأخير مقترح غالبا جاء بنسبة **04%** وما يعادل مفردتين من العينة المحوثة والمتمثلة في طلبة جامعة المدية .

من خلال يمكن تفسير نتائج التكرارات بأن النقاشات السياسية تؤثر بين الحين والآخر على الآراء والإتجاهات السياسية للمبحوثين نظرا لما يعرض عبر هذا الموقع من قضايا سياسية مهمة ويتم من خلالها تبادل وجهات النظر بين مختلف المتصفحين بالسنبة لأصحاب مقترح أحيانا ، أما بالنسبة لفئة مقترح أبدا نقول أن عدم ثقتهم التامة بما يعرض في هذا الموقع خاصة مع وجود حسابات مزيفة وكاذبة تستخدم لأغراض شخصية، أما فئة مقترح نادرا فنستطيع القول أن النقاشات السياسية لا تؤثر فيهم ولا على آرائهم وإتجاهاتهم إلا بصفة نادرة جدا ويرجع إلى عدم مصداقية بعض المواضيع المنشورة خاصة مع وجود فئة يهمها التفاعل فقط ففي بعض الأحيان تقوم بالتضليل الإعلامي لا غير ،أما عن فئة مقترح دائما ربما يعتبرون هذا الموقع بمثابة فضاء لاستقاء مختلف المعلومات واكتساب ثقافة سياسية فبالتالي يؤثر بصفة دائمة على آرائهم وتوجهاتهم السياسية كما نجد من فضلو مقترح غالبا يعتبرون موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك أصبح يطرح مختلف المواضيع ويقوم بتغطية مختلف الأحداث السياسية، وعليه نستنتج أن النقاشات السياسية عبر موقع الفيسبوك تؤثر بين الحين والآخر على الآراء والتوجهات السياسية للمبحوثين باعتبار أن هذا الموقع أصبح يناقش مختلف المواضيع والقضايا الهامة المؤثرة في تشكيل الرأي العام .



جدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة في إمكانية الشعور بالمسؤولية إتجاه القضايا السياسية للمبحوثين عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك.

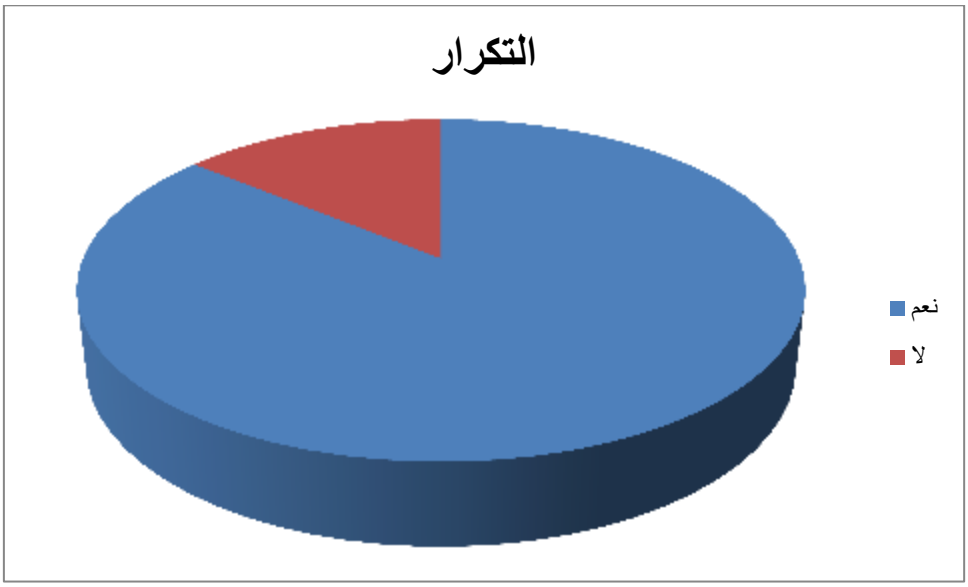
الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
نعم	43	%86
لا	07	%14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(25)** توزيع أفراد العينة في إمكانية الشعور بالمسؤولية إتجاه القضايا السياسية للمبحوثين عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك، وجاءت النتائج حول مقترح نعم بنسبة **86%** أي ما يعادل **43** مفردة من العينة ، بينما المقترح لا فقد قدرت نسبته بـــ: **14%** ما يعادل **07** مفردات من العينة محل البحث.

نستطيع القول أن ما يطرحه هذا الموقع من قضايا سياسية مختلفة سبب التبادل للأفكار وعلى إثرها أصبح لديهم إحساس وشعور بالمسؤولية إتجاه وطنهم وتجاه مختلف القضايا هذا فيما يخص الإجابات بمقترح نعم ، أم مقترح لا فنرجع ذلك ربما لعدم إهتمام هذه الفئة بالقضايا السياسية وقناعتهم الشخصية بأنه ليس بإستطاعتهم

التغيير عن طريق موقع إفتراضي إضافة إلى عدم ثقتهم في ما يتناوله هذا الموقع، وعليه نستنتج أن موقع الفيسبوك أصبح قادرا على خلق الشعور والإحساس بالمسؤولية إتجاه القضايا السياسية للطلبة الجامعيين نظير ما يتطرق إليه من مواضيع ومعلومات وأخبار سياسية ونقله لأهم الوقائع ومختلف الأحداث والمستجدات ذات الشأن السياسي.

أما بخصوص السؤال المفتوح إذا كانت الإجابة بنعم ماهي طبيعة هذه القضايا فقد سجلنا من خلال المبحوثين محل الدراسة جل إجاباتهم تمحورت قضايا الوقت الراهن السياسية ، قضايا الفساد ومالها من المحاكم ، الزعماء والشخصيات السياسية السلبية التي ما تزال تمارس مهامها في الدولة إلى جانب الخطوات التي قوم بها رئيس الجمهورية الحالي ومدى تجسيد برنامجه بالإضافة إلى القانون العضوي المتعلق بتنظيم الإنتخابات ، مجريات وسير الإنتخابات التشريعية، ومن هنا نستطيع القول أن موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك خلق الشعور بالمسؤولية إتجاه العديد من القضايا السياسية خاصة ما تعلق بالوقت الراهن نظرا للظروف السياسية الصعبة التي تمر بها الجزائر مؤخرا .



جدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة في مدى متابعة المواضيع السياسية عبر موقع التواصل الإجتماعي

فايسبوك والقدرة على زيادة التحليل السياسي.

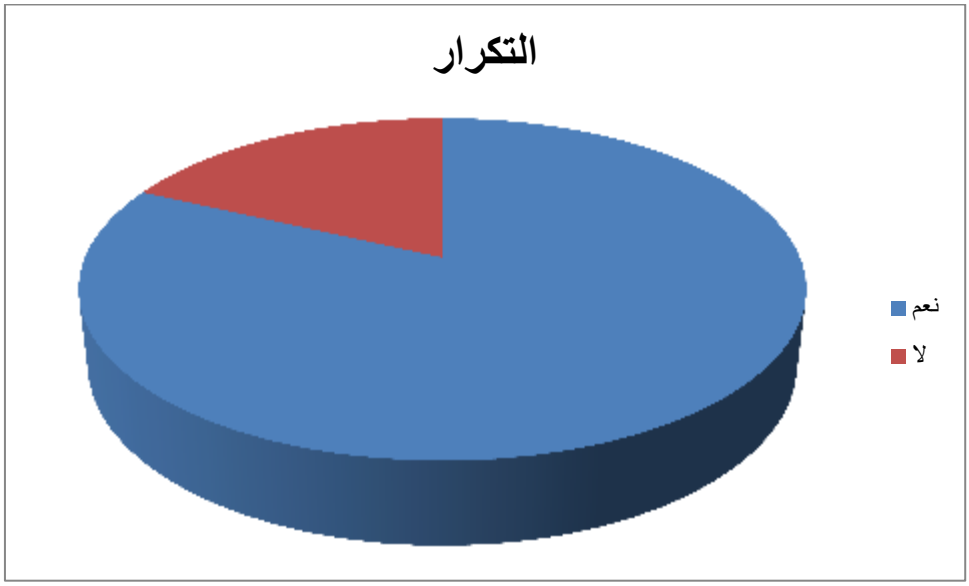
الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
نعم	41	%82
لا	09	%18
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(26)** توزيع أفراد العينة في مدى متابعة المواضيع السياسية عبر مواقع التواصل الإجتماعي فايسبوك والقدرة على زيادة التحليل السياسي وإنماء الوعي للمبحوثين حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم على مقترح نعم بنسبة قدرت بـــ: **82%** بمعدل **41** مفردة من عينة البحث ، أما نسبة **18%** فقد كانت للإجابة بلا بمعدل **09** مفردات من المبحوثين.

يمكن تفسير ذلك أن موقع الفايسوك أصبح ينشر مختلف المواضيع والقضايا السياسية وفتح باب للتواصل والنقاش وإبداء مختلف الأفكار في أي موضوع سياسي وهذا ما يزيد من القدرة على التحليل وتنمية الوعي لديهم بالنسبة لمقترح نعم، أما فئة الإجابة على مخترع لا راجع إلى عدم إهتمام هذه الفئة بالمواضيع السياسية وعدم ثقتها مختلف المنشورات المعروضة عبر هذا الموقع،وعليه نستنتج أن موقع الفايسوك ساهم بدرجة كبيرة في إنماء الوعي للمبحوثين وزيادة القدرة على التحليل السياسي وذلك من خلال ما يتناوله من مواضيع وحقائق وإعطاء فرص للتعبير والنقاش السياسي.

أما بخصوص إذا كانت الإجابة بنعم فيما يتجلى ذلك نلاحظ أن أغلب الإجابات كانت تصب في محور واحد وهي الإهتمام من طرف المبحوثين لمعرفة أهم مستجدات القضايا السياسية وذلك للخدمة التي يقدمها الفايسبوك في نقله لمختلف الأحداث والوقائع

السياسية لحظة وقوعها بصفة فورية وانية حيث أصبح مصدر مهم في إستقاء المعلومات ذات الشأن السياسي ،وإدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية باعتبار أن موقع الفيسبوك أصبح ينشط في الساحة السياسية فيتيح الفرصة لمعرفة أهم الأفكار السياسية ومختلف الإيديولوجيات وذلك من خلال التفاعل وتبادل الآراء ومشاركتهم في العمليات التواصلية،إلى جانب معرفة الخلفية السياسية من خلال مختلف الحقائق ذات الطابع السياسي التي تُنشر عبر هذا الموقع ،بالإضافة قراءة ما بين الأسطر والإطلاع على مختلف المنشورات السياسية.



جدول رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة في آراء المبحوثين فيما ينشرعبر موقع الفيسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن السياسي.

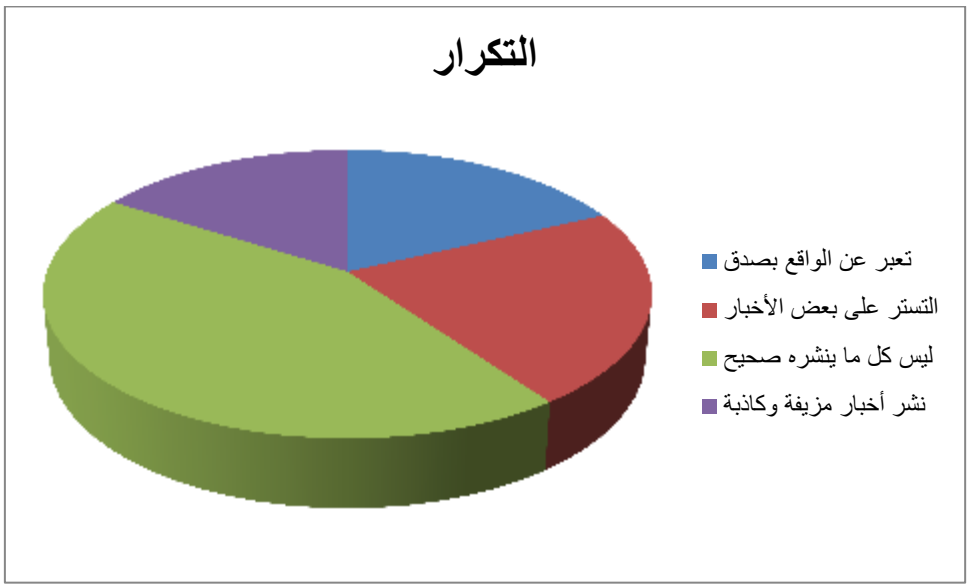
الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
تعبر عن الواقع بصدق	09	%18
التستر على بعض الأخبار	11	%22
ليس كل ما ينشره صحيح	22	%44
نشر أخبار مزيفة وكاذبة	08	%16
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(27)** توزيع أفراد العينة في آراء المبحوثين فيما ينشر عبر موقع الفيسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن السياسي ،حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم بمقترح ليس كل ما ينشر صحيحا بنسبة مئوية قدرت بـــ: **44%** أي ما يعادل **22** مفردة من العينة ، وجاءت الإجابة على مقترح التستر على بعض الأخبار في المرتبة الثانية بنسبة مئوية قدرت بـــ:**22%** ما يعادل **11** مفردة من المبحوثين ، تلاها مقترح تعبر الواقع بصدق بنسبة **18%** معادل **09** مفردات من العينة ، واخيرا مقترح نشر أخبار مزيفة بنسبة **16%** مايعادل **08** مفردات من عينة البحث الممثلة في طلبة جامعة المدية .

من خلال ما سبق نستطيع القول أن رؤية الفئة الاولى أن موقع الفايسبوك يفقد نوعا من المصداقية خاصة وأنه ينشر في أغلب الاحيان معلومات قبل التأكد من صحتها فقط للحصول على التفاعل والمشاركة وفي عديد الحالات لأغراض شخصية ، أما الفئة الثانية ترى أن الفايسبوك يقوم بعدم الإدلاء بكل الحقائق والمعلومات وتجنب الخوض في بعض القضايا الشائكة ،أما مجموعة مقترح التعبير عن الواقع بصدق ذلك لأنهم يرون فيه مجالا واسعا لحرية التعبير وعدم تدخل أي شخص في رأي الآخر وأنه

مصدر أساسي للحصول على المعلومات ومختلف الأخبار، أما فئة مقترح نشر أخبار مزيفة وكاذبة ويمكن تفسير ذلك أن بعض الأخبار تنشر من طرف هواة فقط وتفتقد في غالب الأحيان للمصداقية.

أما في السؤال المفتوح أخرى أذكرها فقد جاءت إجابات بعض المبحوثين في سياق النفي وعدم الثقة في كل ما ينشر – حسب المصدر أو من يقف وراء الخبر– هناك من ينشر أخبار صحيحة هناك من ينشر أخباركاذبة–عدم إظهار الحقائق بصفة واضحة وإزدواجية الآراء– بعيد عن الموضوعية كل من يدعم الإيديولوجية وعرقه، وعليه نستنتج أن المنشورات عبر موقع الفيسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن السياسي ليس كل ما تنشره صحي وذلك لغياب المصداقية والمصادر الكافية.



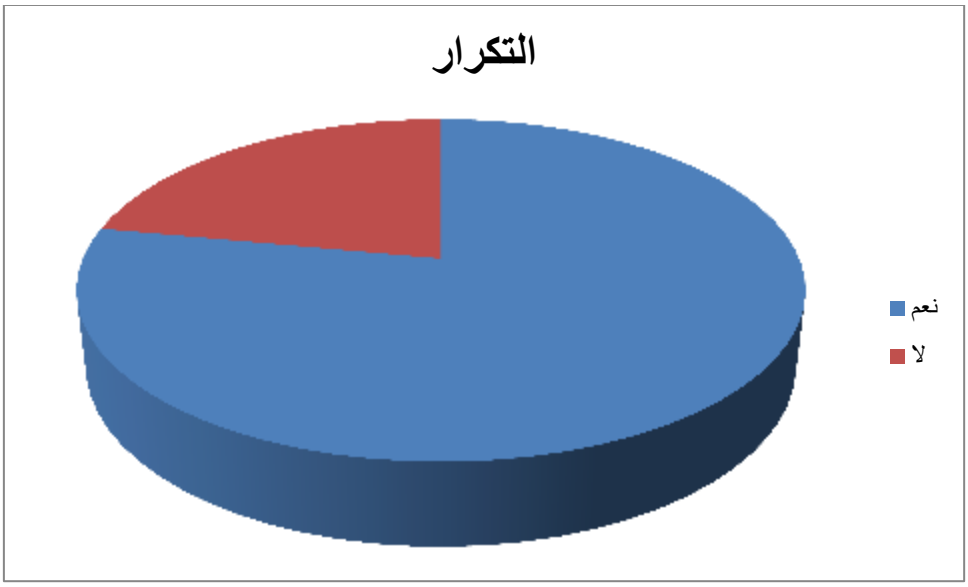
جدول رقم (28): يوضح توزيع أفراد العينة في مدى تفاعلهم مع أخبار الإنتخابات التشريعية المنشورة عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك .

الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
نعم	39	%78
لا	11	%22
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(28)** توزيع أفراد العينة في مدى تفاعلهم مع أخبار الإنتخابات التشريعية التي أجريت بتاريخ 12 جوان 2021 بالجزائر المنشورة عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم على مقترح نعم بنسبة قدرت بـــ: 78% **أي ما يعادل 39 مفردة من عينة المبحوثين وجاءت الإجابة على مقترح لا بنسبة مئوية قدرت بـــ: 22% ما يعادل 11 مفردة من طلبة الجامعة المبحوثين .**

هذا ما يفسر أن موقع الفيسبوك أصبح أحد أهم الوسائل الإعلامية الجديدة والحديثة في حياة الطلبة خاصة مع إجراء الإنتخابات التشريعية البرلمانية بتاريخ 12 جوان 2021 بالجزائر كان حاضر وقام بتغطية مختلف مجريات الإنتخابات من قيام رئيس الجمهورية بإستدعاء الهيئة الناخبة وإدارة المترشحين لحملتهم الإنتخابية عبره ، ويوم الإقتراع وظهور النتائج ، إلى جانب هذا فموقع الفايسبوك كان سببا في إسقاط عديد الأسماء من قبة البرلمان من خلال النتائج التي أعلن عنها رئيس المجلس الدستوري الجزائري ، أما فئة من كانت إجابتهم بمقترح لا ذلك راجع ربما إلى عدم تأثر هذه الفئة بكل ما يتناوله موقع الفيسبوك وعدم الثقة في مختلف المعلومات التي يتم تداولها عبره فيما يخص متابعة الإنتخابات التشريعية، وعليه نستنتج أن معظم طلبة

الجامعة بالمدية تأثروا بكل المراحل التي مرت الإنتخابات التشريعية في الجزائر من بدايتها كما ذكرنا سالفا إلى غاية الإعلان عن النتائج التصفة دورية عبر مختلف الصفحات ذات صلة عبر موقع الفيسبوك باعتباره من الوسائط الإتصالية الجديدة في نقل مختلف الأحداث والمستجدات.

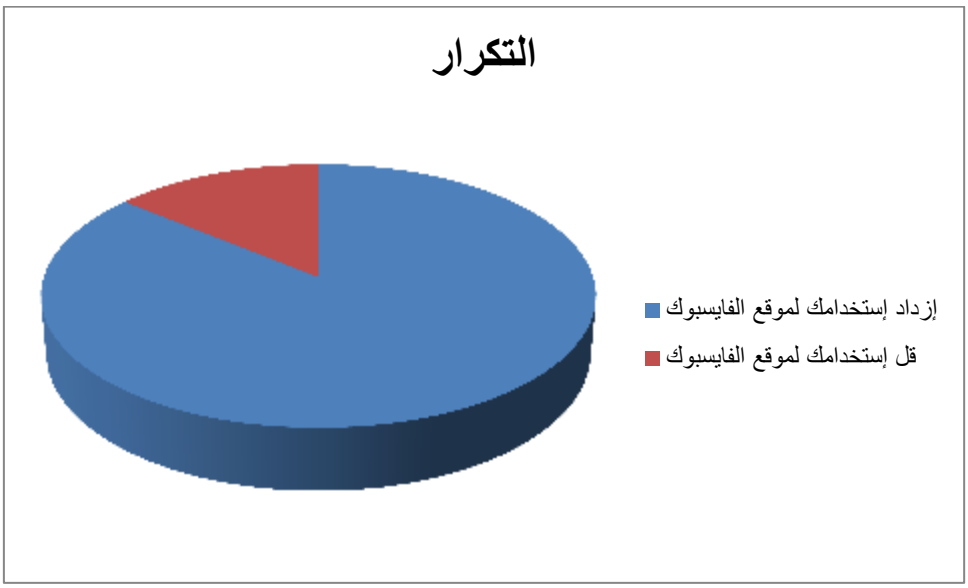


جدول رقم (29): يوضح توزيع أفراد العينة في مدى تأثر المبحوثين في حالة الإجابة بنعم

الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
إزداد إستخدامك لموقع الفايسبوك	43	%86
قل إستخدامك لموقع الفايسبوك	07	%14
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم (29) توزيع أفراد العينة في مدى تأثر المبحوثين في حالة الإجابة بنعم حيث كانت معظم إجابات المبحوثين بإزداد استخدامهم لموقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بنسبة قدرت بـــ: 86% ما يعادل 43 مفردة من عينة البحث ، ونسبة 14% لفئة من قل إستخدامهم لموقع الفايسبوك ما يعادل 07 مفردات من العينة.

ويمكن تفسير ذلك بأن موقع الفيسبوك أصبح من أهم المصادر في نقل مختلف المعلومات والحقائق خلال فترة الإنتخابات التشريعية وتغطية مختلف الحملات الإنتخابية عبر ربوع الوطن من خلال نشره لأهم المستجدات وهذا ما جعل الإقبال متزايد عليه وقضاء مدة أكبر في التصة للمقترح الثاني يمكن أن نرجعه إلى ربما لموقفهم الحيادي أو عدم ثقتهم لما ينشره هذا الموقع أو الاعتماد على وسائل أخرى للحصول على المعلومات والأخبار أو الملل من عملية التصفح ،وعليه نستنتج أن زيادة الإقبال على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك خلال فترة الإنتخابات التشريعية بالجزائر لسنة 2021 بشكل كبير من طرف المبحوثين وذلك لما يتناوله من أحداث ومستجدات ومعلومات حول هذا الحدث الهام الذي جاء في ظروف إستثنائية.



جدول رقم (30): يوضح توزيع أفراد العينة ومدى تمكن المبحوثين من الإطلاع على القضايا السياسية في الجزائر بصفة انية وحصرية من خلال إستخدامهم الفايسبوك.

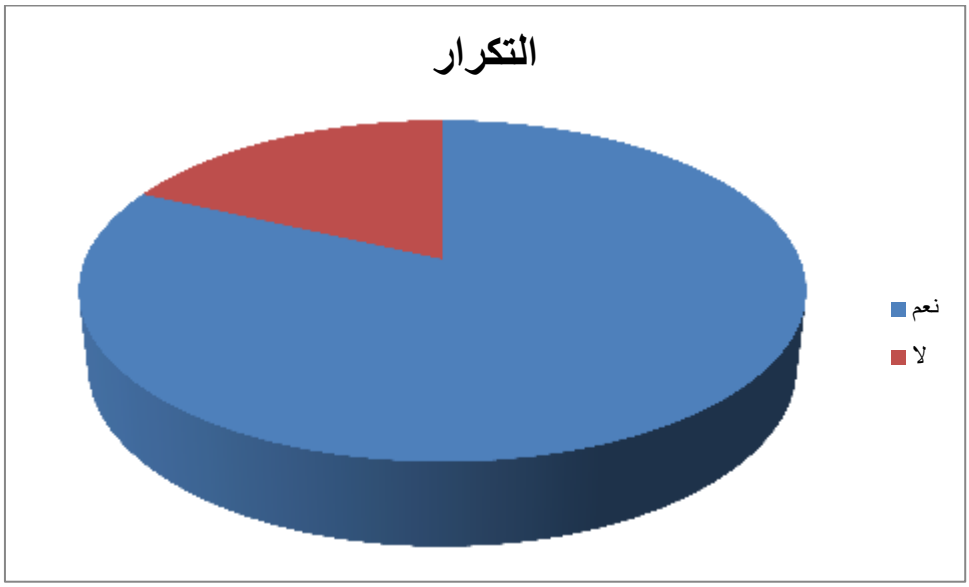
الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
نعم	41	%82
لا	09	%18
المجموع	**50**	**%100**

يوضح الجدول التكراري رقم **(30)** توزيع العينة ومدى تمكن المبحوثين من الإطلاع على القضايا السياسية في الجزائر بصفة انية وحصرية من خلال إستخدامهم الفايسبوك حيث بينت النتائج أن أغلبية المبحوثين كان إختيارعم لمقترح نعم بنسبة قدرت بـــ: **82%** ما يعادل **41** مفردة من العينة ، ونسبة مئوية مقدرة بـــ: **18%** لإقتراح لا أي ما يعادل **09** مفردات من عينة الطلبة المبحوثين.

نفسر هذا بأن الموقع أصبح مصدرا مهما لنقل المعلومات ذات الشأن السياسي للطلبة نظرا لما ينشره يوميا من مواضيع سياسية وتميزه بالسبق الإعلامي والصحفي في نشر الأخبار والوقائع حول مراحل الإنتخابات التشريعية ،و أهم مستجدات القضايا لسياسية بالجزائر، في حين أن من إختاروا مقترح لا نفسر هذا بعدم اهتمام هذه الفئة لما ينشر من معلومات عبر موقع الفيسبوك أو الاعتماد على مصدر ثان أو وسائل إعلامية أخرى لمتابعة الأوضاع السياسية، هذا ما أكدته تبريرات الطلبة المبحوثين في السؤال المفتوح كيف ذلك في كلتا الحالتين ، حيث كانت إجابات أغلبية المبحوثين،أن معظم الصفحات والمجموعات والناشطين توجهوا إلى تناول الأحداث السياسية وتحليلها، من خلال الاشتراك في الصفحات المهتمة بالشأن السياسي، لأن موقع الفيسبوك من أكثر الوسائل التي كانت تنقل كل ما يتعلق بالإنتخابات التشريعية في الجزائر لحظة بلحظة، لأن تطبيقة الفيسبوك ساهمت بشكل كبير في التعبئة الشعبية

وتشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية أكثر من وسائل الإعلام التقليدي لأن موقع الفيسبوك سمح لنا بمتابعة أهم المستجدات التي كانت غائبة في الساحة الإعلامية، قراءة المقالات السياسية لبعض المفكرين والأساتذة، من خلال البث المباشر للحملات الإنتخابات عبر موقع الفيسبوك.

أما من كانت إجابتهم بـــ:لا فقد كانت إجابتهم في السياق عدم الإهتمام بالشأن السياسي والتطلع إلى الأوضاع السياسية عبر الشارع والميدان أحسن بكثير لأن الفيسبوك لا يعبر بشكل كبير على الواقع ، إهتمامي بأمور أخرى كان حاجزا عن تتبع الأوضاع، الأخبار الصحيحة لا تنتشر عبر موقع الفيسبوك وإنما ينشر أخبار مغلوطة والهدف منها نشر الفتنة، لا أهتم بالأمور السياسية، أشاهد الأخبار عبر التلفاز،وعليه نستنتج أن موقع الفيسبوك مكن العديد من المبحوثين من الاطلاع ومتابعة الأوضاع السياسية ومجريات مراحل الإنتخابات التشريعية بالجزائر منذ الوهلة الأولى التي إستدعى فيها رئيس الجمهورية السيد عبد المجيد تبون الهيئة الناخبة ،هذا ما يؤكد المكانة المهمة التي أصبح يمثلها موقع الفيسبوك في حياة الطلبة الجامعيين نظرا لما يقدمه من خدمات وإشباع رغباتهم في التزود بمختلف الأخباروالمعلومات ،وهو ما يظهرأن الفيسبوك مصدر رئيسي للطلبة من أجل الإطلاع على الأوضاع السياسية في الجزائر.



جدول رقم (31): يوضح توزيع أفراد العينة من خلال دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر.

الإقتراحـــات	التكرار	النسبة %
إيجابي	46	%92
سلبي	04	%08
المجموع	**50**	**%100**

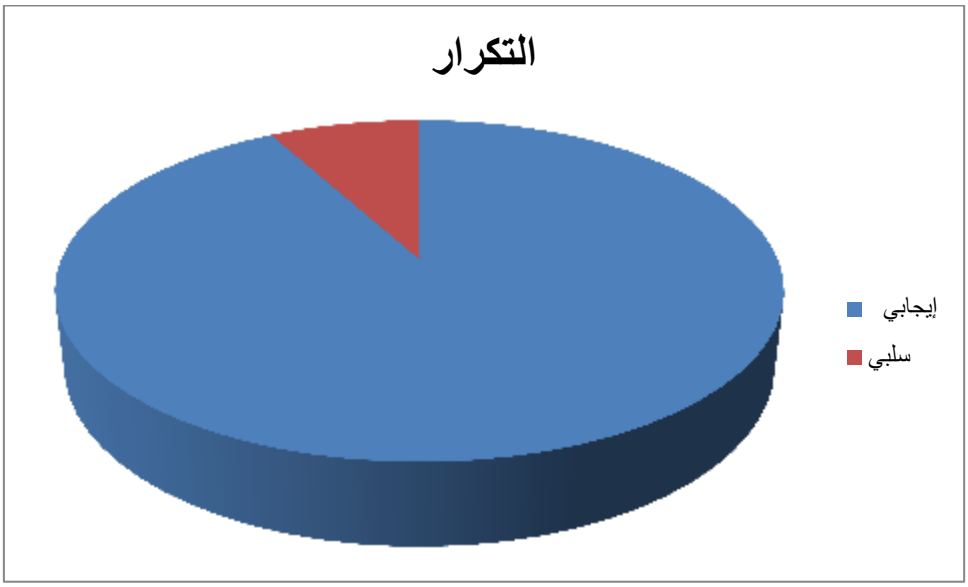
يوضح الجدول التكراري رقم **(31)** من خلال دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، حيث بينت النتائج أن **92%** من المبحوثين كانت إجابتهم بمقترح إيجابي أي ما يعادل **46** مفردة من العينة ، ونسبة **08%** كانت إختيارهم لمقترح سلبي أي ما يعادل **04** مفردات من عينة البحث

من خلال ما سبق يمكن تفسير هذا أن هذا موقع الفايسبوك أصب يلعب دورا هاما في التوعية السياسية والتأثير على تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية بشكل كبير في الجزائر من خلال نشر مختلف الحقائق والوقائع ذات الشأن السياسي وإعطاء فرص التعبير وتبادل الأفكار بكل حرية حيث أصبح يعالج مختلف القضايا ذات الشأن

السياسي الداخلي والخارجي ، أما بالنسبة للفئة التي ترى أن موقع الفايسبوك له دور سلبي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية ،يرون أنه مجرد وسيلة للترفيه والتواصل مع الأصدقاء ولم يرتقي بعد ليكون وسيلة للتوعية وكذلك عدم ثقتهم لما يتم تداوله عبر صفحاته وجدارياته.

وهذا ما أكدته إجابات المبحوثين في السؤال المفتوح كيف ذلك في كلتا الحالتي، حيث كانت تبريرات مقترح إيجابي تصب في سياق أنه بين الكثير من الأشياء التي لم تكن على دراية بها في المجال السياسي، إكتشاف الخبايا السياسية حول الجزائر، التفت على بعض الأفكار والآراء الجديدة وفهم بعض الأمور ، الفيسبوك ينشر مواضيع وحقائق حول القضايا السياسية في الجزائر لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية، ينشر مضامين سياسية تخص البلاد والتعليق عليها من طرف خبراء وسياسيين من نخبة المجتمع، كشف الستار على بع الحقائق عن الشخصيات السياسية وكشف قضايا فسادهم.

أما من كانت إجابتهم بمقترح سلبي فكانت تبريراتهم تصب في أن موقع الفايسبوك لم يرعى أي اهتمام إتجاه هذه القضايا لأنها لم تهمني الأمور السياسية، السياسة لها أهلها ورواد الفيسبوك أغلبهم ليس أهلا لها، أغلب ما ينشر على الفيسبوك لا أساس له من الصحة، معظم المنشورات غير مؤطرة ولا تمد الأحداث بصلة، وعليه نستنتج أن لمواقع التواصل الإجتماعي دورا هاما في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر الفيسبوك أنموذجا ، ببساطة أصبح أحد أهم أدوات التوعية السياسية في الجزائر وهذا لما له نمن فرص في التعبير الحر وتزويد المبحوثين بمختلف الحقائق والمعلومات بصفة حصرية وانية .


التكرار
إيجابي
سلبي

النتائج العامة للدراسة:

المحور الأول :عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

1- يستخدم أغلبية المبحوثين موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بصفة دائمة.

2- يشترك معظم المبحوثين في موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك نتيجة شهرته.

3- يمتلك أكثر من نصف المبحوثين حسابهم عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك منذ أكثر من ستة سنوات.

4- يتصفح ويستخدم معظم الطلبة موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بواسطة الهواتف الذكية.

5- يقضي معظم المبحوثين أكثر من أربع ساعات أثناء تصفحهم موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك.

6- يمتلك أغلبية الطلبة المبحوثين حساب واحد عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك

7- يفضل أغلبية الطبة المبحوثين تصفح موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك من منازلهم.

8- يفضل أغلبية الطلبة الجامعيين استخدام موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك حسب الظروف المتاحة.

9- يتواصل الطلبة المبحوثين مع الأصدقاء باعتبارهم أكثر الأشخاص الذين يتفاعلون معهم عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك.

10-كانت المواضيع العامة من بين أكثر المواضيع التي تثير انتباه الطلبة عبر موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك.

المحور الثاني : دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك.

1- إن أهم العناصر التي تجذب المبحوثين هي الخدمات التي يقدمها بدرجة أولى تليها انتشاره الواسع لتأتي سهولة الاستخدام بنسب متقاربة جدا.

2- يستخدم أغلبية الطلبة موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك بهدف مواكبة الأحداث ومتابعة الأخبار يليها التزود بخبرات ومعارف جديدة وأهداف أخرى بنسب متباينة.

3- يفضل المبحوثين متابعة الأحداث والتعليق عليها عبر موقع التواصل فيسبوك بدرجة أولى تليها الدردشة مع الأصدقاء و خيرات أخرى بنسب متباينة.

4- إن أكثر الحاجات التي يليها موقع الفيسبوك للمبحوثين هي إشباع الفضول والحصول على الأخبار والمعلومات من جهة والتواصل والتفاعل مع الآخرين من جهة أخرى بنسب جد متقاربة.

5- إن معظم المبحوثين يثقون في المنشو ا رت المعروضة عبر موقع الفيسبوك بين الحين والآخر وهناك فئة قليلة يثقون بصفة نادرة.

6- إن أغلبية المبحوثين يقومون بنشر المعلومات عبر موقع الفيسبوك بين الحين والآخر كما توجد فئة قليلة تقوم بنشر المعلومات بصفة دائمة و غالبا ما تكون هذه المعلومات ثقافية بدرجة أولى.

المحور الثالث :أثر استخدام موقع الفيسبوك على الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين.

1- يتابع المبحوثين الصفحات السياسية عبر موقع الفيسبوك بين الحين و الآخر كما فئة يتابعون الصفحات السياسية بصفة نادرة.

2- يلبي موقع الفيسبوك للمبحوثين حاجتهم إلى المعل ومات في المجال السياسي بين الحين والآخر.

3- إن معظم المبحوثين قد مكنهم موقع الفيسبوك من التفاعل حول المواضيع السياسية وطرح آرائهم.

4- إن أغلبية المبحوثين لم يشاركوا في نشاط أو حدث سياسي تمت الدعوة إليه عبر موقع الفيسبوك و هناك فئة قليلة ممن شاركوا كما كانت طبيعة المواضيع التي شاركوا فيها مختلفة تمثلت في تحسين الأوضاع الاجتماعية و المطالبة بالإصلاح السياسي و مكافحة الفساد بنسب جد متقاربة.

5- تؤثر النقاشات السياسية عبر موقع الفيسبوك على الآراء والتوجهات السياسية لأغلبية المبحوثين بين الحين والآخر.

6- خلق موقع الفيسبوك لأغلبية المبحوثين الشعور بالمسؤولية اتجاه مختلف القضايا السياسية خاصة القضايا تتعلق بالوقت الراهن.

7- ساهمت متابعة المبحوثين للمواضيع السياسية عبر موقع الفيسبوك في زيادة قدرتهم على التحليل السياسي وإنماء الوعي لديهم و تجلى ذلك في معرفة أهم مستجدات القضايا السياسية من جهة و إدراك الأفكار والإيديولوجيات السياسية بدرجة أولى.

8- إن أغلبية المبحوثين كانت آ رائهم فيما ينشر عبر موقع الفيسبوك فيما يخص القضايا الجزائرية ذات الشأن السياسي ان ليس كل ما تنشره صحيح.

9- تأثر أغلبية المبحوثين بالأخبار التي ينشرها موقع التواصل الإجتماعي فايسبوك حول الإنتخابات التشريعية البرلمانية في الجزائر وإزدياد استخدامهم له بدرجة كبيرة خلال هذه الفترة.

10- إن معظم المبحوثين مكنهم الفيسبوك من الإطلاع على الأوضاع السياسية والإنتخابية متابعتها أولا بأول منذ إستدعاء الهيئة الناخبة .

11- ساهم موقع التوصل الإجتماعي فيسبوك بشكل كبير ولعب دورا محوريا في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر.

التوصيات والاقتراحات:

1- تدعيم الباحثين والطلبة الجامعيين في علوم الإعلام والإتصال بمختلف الإمكانيات وتوفير مرجع حول شبكات التواصل الاجتماعية لما لها من أهمية كبيرة في حياة الفرد و المجتمع.

2- ضرورة فتح المجال للباحثين و الدارسين لإنجاز دراسات أبحاث متعمقة أكثر لتوظيف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية.

3- زيادة الدراسات في مجال الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها المختلفة على الشباب والمجتمع للتعرف على انعكاسها خاصة السلبية منها لتفاديها.

4- إخضاع الشبكات الاجتماعية لمزيد من الدراسات المتعمقة التحليلية والميدانية للاستفادة منها كونها تتسم بالحداثة.

5- تعيين خبراء وباحثين في مجال الإعلام والإتصال لمراقبة مواقع التواصتل لتكون أكثر فعالية في التواصل مع الجمهور في التركيز على الجوانب الايجابية وتجاوز السلبية منها.

6- الالتزام بقوانين محددة ومراعاة عدة جوانب في استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة الجانب الأخلاقي لدى المستخدمين خاصة الشباب.

7- توعية الشباب على الجوانب السلبية للشبكات الاجتماعية لتفادي الانحرافات المختلفة.

8- عقد مؤتمرات ودورات تثقيفية من قبل الجهات التي تعتني بالشباب بالسلبيات والايجابيات.

9- للمواد التي تعرضها مواقع التواصتل الاجتماعي و كيفية التعامل مع هذه المواقع بالطريقة الصحيحة.

10-التوسع أكثر في دراسة شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى كتويتر،إنستجرام بمختلف أشكالها على غرار موقع الفيسبوك لما لها من أهمية في طرح ومعالجة القضايا خاصة المواضيع السياسية.

11- إستثمار الشبكات الاجتماعية بشكل ايجابي لكونها فرصة ملائمة لمساعدة الدول في مساعيها نحو الإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي من خلال التوجه برسائلها عبر هذه المواقع.

خاتمة

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع، دور الفايسبوك في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر، تمكنا من معرفة الأهمية التي بلغتها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك حيث جعلته محل اهتمام الباحثين والمختصين في الآونة الأخيرة خصوصا بعد ثورات الربيع العربي التي شهدتها بعض الدول العربية، ويعتبر موقع الفايسبوك أحد أشهر هذه المواقع وأكثرها استخداما ورواجا بين مختلف الفئات العمرية خصوصا فئة الطلبة الجامعيين حيث يأتي في مقدمة ترتيب المواقع الأخرى خاصة في الدول العربية وتفوقه على وسائل الإعلام التقليدية التي تخضع أغلبها لرقابة الأنظمة الحاكمة، فمن خلال الأحداث الجارية التي شهدها الجزائر من بينها الإنتخابات التشريعية 12 جوان 2021 لاحظنا واكتشفنا مدى قدرته على التأثير في تشكيل الرأي العام والحشد وتعبأة الجماهير من خلال تلبية النداءات التي يطلقها المترشحون للإنتخابات من أجل حضور التجمعات أثناء الحملات الإنتخابية والمشاركة بقوة في عملية الإقتراع يوم الحدث، وكل ذلك من خلال الحوارات والمناقشات وتبادل للآراء ووجهات النظر التي تدور في الفضاء الأزرق وصولا إلى تشكيل رأي عام حول الإنتخابات التشريعية الأخيرة التي شهدت مشاركة نسبة كبيرة من الشباب والطلبة الجامعيين، فلقد ولى زمن احتكار القنوات والإذاعات الرسمية، والجرائد والصحف الورقية للمشهد الإعلامي، وانقضى عهد صناعة وتشكيل الرأي وتوجيهه من طرف تلك المكونات، فبات الزحف التكنولوجي حقيقة جديدة، أفرز ثورة إعلامية ضخمة، فكانت بذلك مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز تجلياتها، خصوصا إذا علمنا اعتماد الصحافيين والمحررين على وسائل التواصل الاجتماعي، ولاسيما "**فيسبوك**" و"**تويتر**" في الحصول على الأخبار بنسبة بلغت **65** في المئة، بحسب ما ذكره أحد مراكز الدراسات والبحوث والإعلام، فلم تعد وسائل التواصل الاجتماعي ترفا، بل أصبحت

ضرورة فرضتها المتغيرات المتسارعة في عالم الاتصال الجماهيري، الذي تسارعت وتيرة تطوره، إذ أصبحت "**الميديا الاجتماعية**" أداة فاعلة في تشكيل وتعبئة الرأي العام في المجتمع ولا يمكن التقليل من أهميتها، وفي المقابل من غير المنطقي المغالاة جدا في دورها وإهمال العوامل الأخرى.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

1- عامر مصباح: **منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .

2- محمد الفاتح حمدي: **منهجية البحث في علوم الإعلام والإتصال**، دروس نظرية وتطبيقية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.

3- سعد سلمان المشهداني، **منهجية البحث العلمي**،ط 1 ،دارأسامة للنشروالتوزيع،عمان، 2019 ،.

4- عبدالرحمان بروي:**مناهج البحث العلمي**،ط3 ،وكالة المطبوعات، 1977 ،الكويت،ص:05.

5- حسين محمد جواد الجبوري : **منهجية البحث العلمي** ،ط 1 ،دارالصفاءللنشروالتوزيع،عمان،2013 .

6- محمد عبد العالي النعيمي وآخرون: **طرق ومناهج البحث العلمي** ،الوراق للنشروالتوزيع،الأردن،2015 .

7- موريس انجرس : **ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وآخرون**،منهجية البحث في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ،دارالقصبة للنشر،2008 .

8- رشيدرزواتي: **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**،ط 4 زعياش للطباعة، 2012 .

9- حسين سمير محمد:**الرأي العام الأسس النظرية والجوانب المنهجية**،عالم الكتب،القاهرة ،1997.

10-حاتم محمد عبد القادر:**الرأي العام كيف يقاس كيف يساس**،مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

11-مرسي مشري:**شبكات التواصل الاجتماعية الرقمية نظرة في الوظائف**، (مجلة المستقبل العري، المجلد **34**، عدد **395**)، لبنان، **2012**.

12- عبد الكريم علي، زهير ياسين: **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى الطلبة في الجامعات الأردنية**،(مجلة الدراسات للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد **40**، عدد **1**)، الأردن، **2013**.

13-وائل مبارك خضر فضل الله:**أثر الفيسبوك على المجتمع**، دار شمس النهضة، السودان، 2010.

14-خالد غسان يوسف: المقدادي:**ثورة الشبكات الإجتماعية**، دار النفائس للتشروالتوفيع، الأردن، 2013.

15- سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي:**الشبكات الإجتماعية خطر أم فرصة**، الوكالة للإصدارات والمسابقات، حمل من الموقع

https://www.alukah.net/publications competitions**40402/0**/يوم **20/06/2021**، 11:09.

16- علي خليل شقرة:**الإعلام الجديد شبكات التواصل الإجتماعي**، دار أسامة للنشر والتويع، الأردن، 2014.

17- أماني جمال مجاهد، **الشبكات الإجتماعية في خدمات مكتبية متطورة**، (مجلة مركز دراسات المعلومات، العدد 8)، جامعة منوفية، القاهرة.

18- عطا الله بن فهد السرحاني، **توظيف شبكات التواصل الإجتماعى في مكافحة الإرهاب**، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، الرياض، 2013، ص 22. https://repository. nauss.edu.sa/bitstream/handle/.

19- نبراس النائلي: **الفيسبوك بين الإندماج والتفكك الإجتماعي**، شبكة النباً المعلوماتية (أفكارودراسات)، حمل من

الموقع https://rn.annabaa.org/arabic/stiiclies/119O4، يوم 20/06/2021 على الساعة 11:01.

20- عزيز رشيد هندي، **وسائل التواصل الإجتماعى وأثرها على الفرد والمجتمع،** بحث قصير في الخصومة بين القدماء والمحدثين، ص 10، https://www.academia.edu/2961613/.

21- التهامي مختار: **الرأي العام والحرب النفسية1974،** دار الفكر، القاهرة، مصر.

22- محمد حمدان المصالحة: **الاتصال السياسي،مقترب نظري تطبيقي**،دار وائل للنشر والتوزيع،عمان، 2002 .

23- دنيس مكويل:**الإعلام وتأثيراته دراسة في بناءالنظرية الإعلامية**،تعريب عثمان العربي، دار الشبل للنشر والتوزيع ،الرياض، 2007.

24- محمد أبو عامود: **الاتصال بالجماهير وصنع القرار السياسي**،دار الشروق للنشر والتوزيع،القاهرة .

25- شعيب عبد الجبار: **الحملة الإنتخابية في الجزائر بين قانونية الممارسة والتطبيق** ،كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة،2016، عدد6 .

قائمة المذكرات:

1- بن عمر وردة: **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الحراك السياسي في الدول العربية، مصر أنموذجا**،رسالةماجستير،جامعةالشرق الأوسط ،2011، الأردن.

2- عبد الله ممدوح مبارك الرعود:**دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين** ،رسالةماجستير،جامعةالشرق الأسط ،2011،الأردن.

3- أحمد أمين فورار " الموسومة بـــــ: **أثر وسائل الإعلام الجديدة على تكوين الوعي السياسي للطالب الجامعي**،رسالة ماجستير،جامعةالجزائر ،2010،الجزائر.

4- أحمد شريف بسام: أطروحة لنيل شهادة دوكتوراه في علوم الإعلام والإتصال، دور وسائط الإتصال الجديدة في التغيير السياسي في الدول العربية، جامعة الجزائر، 2017 – 2018.

المواقع الإلكترونية:

1- سلطان مسفر بن مبارك الصاعدي:**الشبكات الإجتماعية خطر أم فرصة**، الوكالةللإصدارات والمسابقات، حمل من الموقع https://www.alukah.net/publications competitions**40402/0**/يوم **20/06/2021**، 11:09.

2- عطا الله بن فهد السرحاني، **توظيف شبكات التواصل الإجتماعى في مكافحة الإرهاب**، كلية التدريب، قسم البرامج التدريبية، الرياض، 2013، ص 22./https://repository. nauss.edu.sa/bitstream/handle.

3- نبراس النائلي: **الفيسبوك بين الإندماج والتفكك الإجتماعي**، شبكة النبأ المعلوماتية (أفكار ودراسات)، حمل من الموقع https://rn.annabaa.org/arabic/stiiclies/119O4‘يوم 20/06/2021 على الساعة 11:01.

4- عزيز رشيد هندي، **وسائل التواصل الإجتماعى وأثرها على الفرد والمجتمع**، بحث قصير في الخصومة بين القدماء والمحدثين، ص 10، https://www.academia.edu/2961613/.

الملحق

الملحق:

إستمارة الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة دكتور يحي فارس المدية

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارةاستبيان حول

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام حول القضايا السياسية في الجزائر "فيس بوك" أنموذجا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة يحي فارس المدية

إعداد الطالبان:

- يخلف عبد الصمد محمد
- رباحي رياض.

تحت إشراف الأستاذ:

حراث سمير

ملاحظة: البيانات الواردة في هذه الاستمارة لا تستخدم إلا لغرض علمي بحت.

السنة الجامعية: 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن: 18-23 ☐ 24-29 ☐ 30 فما فوق ☐

المستوى التعليمي:

ليسانس: أذكر السنة .....

ماستر: أذكر السنة .....

دكتوراه: أذكر السنة .....

المحور الثاني: دوافع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي من قبل طلبة الجامعة .

1- هل تستخدم موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في حياتك اليومية؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐

2- منذ متى وأنت تستخدم موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

1أقل من سنة ☐ سنة إلى سنتين ☐ من سنتين إلى 05 سنوات ☐ أكثر من ست سنوات ☐

3- ما هي المدة التي تقضيها يوميا في استخدام موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

ساعة من الزمن ☐ من 2 ساعة إلى 4 ساعات ☐ أكثر من أربع ساعات ☐

4- ما هو المكان المفضل لديك لتصفح موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

المنزل ☐ الشارع ☐ الجامعة ☐ المواصلات ☐

5- كم حساب لديك عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

حساب واحد ☐ حسابين ☐ أكثر من حسابين ☐

6- ما هي المواضيع التي تلفت انتباهك عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

سياسية ☐ إجتماعية ☐ ثقافية ☐ رياضية ☐

مواضيع عامة ☐

المحور الثالث: مظاهر تحول مواقع التواصل الإجتماعي من وسائل للتعارف الإجتماعي إلى أداة سياسية.

1- ما الذي يثير فضولك عند تصفحك موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

طريقة التصميم ☐ سهولة الاستخدام ☐ انتشاره الواسع ☐ الخدمات التي يقدمها ☐

أخرى أذكرها .....

2- الهدف من استخدامك موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

الاطلاع والفضول ☐ كسب معارف جديدة ☐ التعرف على أصدقاء جدد ☐

مواكبة الأحداث والأخبار ☐ تمضية الوقت ☐ تكوين علاقات مع الجنس الأخر. ☐

أخرى أذكرها .....

3- ما هي استخداماتك عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

الدردشة مع الأصدقاء ☐ مشاركة الصور والفيديوهات ☐

متابعة الأحداث السياسية والتعليق عليها ☐ نشر معلومات عبر التطبيقة ☐

أخرى أذكرها .....

4- ما هي الحاجات التي يلبيها موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

التعبير بكل حرية ☐ إشباع الحاجات والحصول على الأخبار والمعلومات ☐

الهروب من الواقع ☐ التواصل والتفاعل مع الأخرين ☐

أخرى أذكرها .....

5- هل لديك الثقة في كل ما يعرض عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

نادرا ☐ دائما ☐ أحيانا ☐

6- هل تساهم في نشر المعلومات والأخبار عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

- إذا كانت إجاباتك نعم ما نوع هذه المعلومات؟

سياسية ☐ ثقافية ☐ اجتماعية ☐ رياضية ☐

أخرى أذكرها .....

المحور الرابع: ما مدى تعرض طلبة الجامعة مع موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك؟

1- هل انت من متتبعي موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

2- هل يلبي موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك رغباتك في المعلومة السياسية؟

نادرا ☐ أحيانا ☐ دائما ☐

3- هل تتفاعل مع المواضيع السياسية التي يطرحها موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

في كلتا الحالتين علل إجابتك

.....

4- هل استقبلت دعوة على موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك للمشاركة في أي حدث سياسي؟

نعم ☐ لا ☐

5- ما هي طبيعة المواضيع التي شاركت فيها عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك؟

المطالبة بالإصلاح السياسي ☐ تحسين الأوضاع المعيشية ☐ محاربة الفساد ☐

محاولة إيصال رأيك للمعنيين ☐

أخرى أذكرها:

.....

6- هل سبق أن أثرت نقاشات السياسية عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك تعبر فيها رأيك أو توجيهك السياسي؟

أبدا ☐ نادرا ☐ أحيانا غالبا ☐ دائما ☐

أخرى أذكرها: ☐

.....

7- هل موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك يشعرك بالمسؤولية إتجاه القضايا السياسية؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت إجابتك بنعم ما طبيعة هذه القضايا؟

.....

8- هل ساهمت متابعتك للمواضيع السياسية عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في زيادة قدرتك على التحليل السايسي؟

نعم ☐ لا ☐

9- إذا كانت إجابتك بنعم فيما يتجلى ذلك؟

.....

10- ما رأيك فيما ينشر عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك فيما يخص القضايا لجزائرية ذات الشأن السياسي؟

تعبر عن الواقع بصدق ☐ التستر على بعض الأخبار ☐ ليس كل ما ينشره صحيح ☐ نشر أخبار مزيفة وكاذبة ☐

11- ما مدى تفاعلك مع أخبار الانتخابات التشريعية المنشورة عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

- إذا كانت إجابتك بنعم كيف ذلك؟

ازداد استخدامك لموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ☐

قل استخدامك لموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك ☐

12- كيف ترى دور موقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام تجاه القضايا السياسية في الجزائر ؟

نعم ☐ لا ☐

- كلتا الحالتين كيف ذلك؟

.....