



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الاعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال الموسومة بـ :

تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي

- الفيسبوك نموذجا -

دراسة ميدانية على عينة من طلبة العلوم السياسية - مستغانم -



تحت اشراف الأستاذ الدكتور:

العربي بوعمامة

من اعداد الطالبتين :

مسعودان شهرزاد

مرحول خيرة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة
العربي بوعمامة	دكتور مشرفا ومقرا	عبد الحميد بن باديس
بعلي محمد السعيد	دكتور رئيسا	عبد الحميد بن باديس
مرواني محمد	أستاذ مناقشا	عبد الحميد بن باديس

الموسم الجامعي: 2017 / 2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَقَضَىٰ رَبِّيَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ

إِحْسَانًا إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ

كِلَاهُمَا فَلَا تَقْدِرْ لَهُمَا أَوْفٌ وَلَا يُتَخَذَ لَهُمَا قَدْرٌ لَّهُمَا

قَوْلًا كَرِيمًا "

سورة الإسراء الآية [22-23]



نشكر المولى عز وجل الذي أتم علينا نعمته وعظيم فضله ومنحنا القدرة والصبر على هذا العمل المتواضع .

نتوجه بالشكر والامتنان إلى الدكتور المشرف العربي بوعمامة على مساهمته القيمة بنصائح وتوجيهاته الصائبة

والهادفة.

كما نشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين لم يبخلوا علينا بنصائحهم القيمة .

ولا يكفينا بأن نعترف بالجميل ونعبر بالكلمات التي لا تفي حقهم لم كانوا لنا السند والدعم، الذين لم يبخلوا علينا

بمساعدهم لنا إذ بعثوا فينا روح التفاؤل والإصرار وحب الوصول والنجاح .

إلى كل من قدما لنا يد العون ولو بكلمة طيبة لإثراء هذا العمل .

# إِهْدَاء

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الأخوة إلا بعفوك... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله ﷻ.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد ﷺ.

إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من كلت أنامله ليقدّم لي لحظة سعادة، إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم، إلى القلب الكبير.

والدي العزيز.

إلى من أرضعتني الحب والحنان، إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع بالبياض.

والدتي الحبيبة.

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة، إلى رياحين حياتي إخوتي.

إلى الأخوات اللواتي لم تلدهن أمي... إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعادت وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت، إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم....

صديقاتي

خيرة

# إهداء

الحمد لله الذي شرفنا بالإسلام وأكرمنا بالقرآن، وحبب إلينا الإيمان وزينه في قلوبنا وكره إلينا الفسوق والعصيان والصلاة والسلام على من أرسله الله رحمة للعالمين وصحة على الجاحدين وقدوة للمتقين وخاتمة لعباده المرسلين.

مُحَمَّد وآله وصحبه أجمعين.

أهدي ثمرة جهدي إلى التي حملتني وهنا على وهن إلى من علمتني أن الحياة كفاح وأن ثمارها بعد ذلك نجاح فكنت برضاها غني أرتاح، أدعو لها الله أن يطيل عمرها ويجعلني دائما وأبدا مطيعة لها ولا تغيب عني دعواتها إلى نبع الحنان والدفء والأمان.

أمي قرة عيني.

إلى من كلله الله بالهيبية والوقار... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار... أرجو من الله أن يمد في عمره ليرى ثمارا قد حان اقتطافها بعد طول انتظار... وستبقى كلماته نجوم أهدي بها اليوم وفي الغد والى الأبد.

أبي العزيز.

إلى من بهم أكبر وعليهم أعتد، إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء وكانوا دوما رمز الحب والعطاء. إخوتي

مُحَمَّد، سداوي، معمر، لعيد، حورية، خيرة، كريمة.

إلى من تقاسمت معي المشوار الدراسي وكانت نعمة الصديقة. خيرة.

## فهرس المحتويات

آية قرآنية

تشكرات

إهداء

ملخص الدراسة

مقدمة.....أ- ب

## الإطار المنهجي

- 1- الدراسة الاستطلاعية.....15.
- 2- الإشكالية وتسؤلات الدراسة.....18-16.
- 3-أسباب اختيار الموضوع.....19.
- 4- أهداف الدراسة.....20-19.
- 5- أهمية الدراسة.....20.
- 6- مصطلحات الدراسة.....22-21.
- 7- منهج الدراسة.....23-22.
- 8- أدوات الدراسة.....25-24.
- 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة.....26-25.
- 10- الدراسات السابقة.....30-26.
- 11- الخلفية النظرية.....36-31.

## الإطار النظري

- 63-39.....الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي - الفايسبوك نموذجاً -
- 50-39.....المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
- 39.....المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- 42-40.....المطلب الثاني: نشأت مواقع التواصل الاجتماعي
- 46-42 .....المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
- 48-47.....المطلب الرابع: أنواع وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي
- 50-49 .....المطلب الخامس: تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي
- 63-50.....المبحث الثاني: نموذج لأهم شبكات التواصل الاجتماعي " الفايسبوك "
- 51-50 .....المطلب الأول: تعريف الفايسبوك
- 53-52 .....المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن الفايسبوك
- 55-53 .....المطلب الثالث: مميزات الفايسبوك
- 61-55 .....المطلب الرابع: آليات وتطبيقات الفايسبوك
- 63-61.....المطلب الخامس: واقع استخدام الفايسبوك في الجزائر
- 63.....خلاصة الفصل
- 85-65.....الفصل الثاني: الشباب والمشاركة السياسية
- 76-65 .....المبحث الأول: المشاركة السياسية
- 66-65 .....المطلب الأول: مفهوم المشاركة السياسية

68-67	المطلب الثاني: أهمية وأهداف المشاركة السياسية.....
71-69	المطلب الثالث: خصائص ومراحل المشاركة السياسية.....
74-71	المطلب الرابع: أشكال ومستويات المشاركة السياسية.....
76-74	المطلب الخامس: قنوات المشاركة السياسية.....
85-76	المبحث الثاني: السلوك الانتخابي ودور موقع الفيسبوك في تكوينه.....
77-76	المطلب الأول: تعريف السلوك الانتخابي.....
81-78	المطلب الثاني: أهم نماذج السلوك الانتخابي.....
83-81	المطلب الثالث: العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي.....
85-83	المطلب الرابع: العلاقة بين الإعلام والسياسة.....
85	خلاصة الفصل.....

### الإطار التطبيقي

111-87	تحليل بيانات الدراسة حسب متغيرات البحث.....
114-112	النتائج العامة للدراسة.....
115-114	مناقشة فرضيات الدراسة.....
ج	خاتمة.....
128-119	قائمة المراجع.....

الملاحق.







## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
87	يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
88	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	02
88	يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي	03
89	يوضح توزيع عينة البحث حسب مكان الإقامة	04
90	يوضح توزيع عينة البحث حسب درجة استخدام الفايسبوك	05
92	يوضح توزيع عينة البحث حسب فترات امتلاك حساب في شبكة الفايسبوك	06
93	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الفترة المفضلة لاستخدام الفايسبوك	07
94	يوضح توزيع عينة البحث حسب الاستخدام اليومي لشبكة الفايسبوك	08
95	يوضح توزيع مفردات العينة حسب الخدمة المفضلة في الفايسبوك	09
96	يوضح مساهمة الفايسبوك في نقل توجهات النخب السياسية حسب الجنس	10
97	يوضح اعتبار الفايسبوك فضاء للتعبير عن الآراء السياسية حسب الجنس	11
98	يوضح تفاعل المبحوثين مع المضامين السياسية حسب السن	12
99	يوضح ثقة المبحوثين في المعلومات السياسية من خلال الموقع حسب الجنس	13
100	يوضح دوافع استخدام الطلبة للفايسبوك حسب المستوى الجامعي	14
102	يوضح اهتمام عينة البحث بالسياسة من خلال الفايسبوك حسب المستوى	15
103	يوضح الاعتماد على الفايسبوك في توجيه الآراء السياسية حسب السن	16

104	يوضح رأي المبحوثين لمصداقية الفايسبوك حسب السن	17
105	يوضح امتلاك المبحوثين لبطاقة الناخب حسب السن	18
106	يوضح مشاركة الطلبة في الانتخابات حسب المستوى الجامعي	19
107	يوضح مشاركة المبحوثين في أيام الانتخابات حسب المستوى الجامعي	20
108	يوضح رغبة المبحوثين في المشاركة في الانتخابات حسب المستوى الجامعي	21
109	يوضح عدم رغبة أفراد العينة في المشاركة في الانتخابات حسب السن	22
110	يوضح الأثر الناتج في متابعة الأحداث السياسية حسب المستوى الجامعي	23

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
89	مخروط بياني يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي	01
91	أسطوانة بيانية توضح توزيع عينة البحث حسب درجة استخدام الفايسبوك	02
96	هرم بياني مقلوب يوضح مساهمة الفايسبوك في نقل التوجهات السياسية	03
99	أعمدة بيانية مقلوبة توضح تفاعل المبحوثين مع المضامين السياسية حسب متغير السن	04
101	هرم بياني يوضح دوافع استخدام الطلبة للفايسبوك حسب المستوى الجامعي	05
107	أسطوانة بيانية توضح مشاركة الطلبة في الانتخابات حسب متغير المستوى الجامعي	06
111	أعمدة بيانية توضح الأثر الناتج في متابعة الأحداث السياسية حسب متغير المستوى الجامعي	07

## مقدمة

شكل ظهور الانترنت حدثا عالميا أثر في حياة المجتمعات العصرية وأصبح جزءا لا يتجزأ من حياة تلك المجتمعات مما أسهم في تغيير أوجه الحياة المختلفة في زمن قياسي وأحدثت طوفانا معلوماتيا، إذ شهدت شبكات الانترنت تطورا متلاحقا في سنوات عدة وسرعة في نقل الأحداث التي تجري حول العالم فأصبحت المسافة بين المعلومة والإنسان تقاس بالمسافة الفاصلة بين الحاسوب ولوحة المفاتيح وزمن الوصول لا يتعدى ثوان عدة ولا يحتاج المرء سوى ضغطة مفتاح ليحصل على كم هائل من المعلومات حول أي موضوع يبحث عنه.

وقد ظهرت على هامش هذا التطور مجموعة من الظواهر المختلفة لعل من أهمها شبكات التواصل الاجتماعي التي يشترك عبرها ملايين من الناس كل حسب اهتماماته وميوله وعلى رأس هذه المواقع يأتي الفايسبوك الذي تأسس عام 2004 على يد مارك زوكربيرخ والذي يعتبر من أبرز شبكات التواصل الاجتماعي على الرغم من أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات، إلا أنها أصبحت الأشهر والأكثر استخداما وتأثيرا على مستوى العالم وهذا عائد لمختلف الخدمات التي يقدمها للمستخدم خاصة منها الصورة، الفيديو، المجموعات وغيرها من الخدمات .

ومع غياب الرقابة والسيطرة وإتاحة حرية التعبير والرأي أصبح الفايسبوك مقصدا للعديد من الأفراد وعلى رأسهم الشباب الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستطيعون الجهر بها، كما يعد الأداة للعمل السياسي وقد أصبح يلعب دورا في التأثير على سلوك الناخبين أثناء الحملات الانتخابية من خلال تلقيهم للمعلومات في الشؤون السياسية .

وبات من المعروف أن تكنولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تؤدي دورا مهما في المناسبات الاجتماعية بشكل عام والأحداث السياسية، والمنافسات الانتخابية بشكل خاص على الرغم من حداثةها إلى أنها أصبحت من الوسائل التي تسهل التقارب بين مستخدميها، وأحدثت هذه الوسائل الحديثة تغيرا نسبيا في استراتيجيات الحملات الانتخابية حيث يلاحظ المتابع للانتخابات أن المرشحين أصبحوا يعتمدون على الفايسبوك بهدف

عرض برامجهم الانتخابية وطرح أفكارهم واستقبال ردود أفعالهم، كما استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي إبراز الأحداث الجارية التي تثار فيها المسائل السياسية، وبالتالي أصبح لموقع الفاييسبوك نفوذ جديدة في زيادة وعي الشباب وإمدادهم بالمعلومات السياسية خاصة أثناء الحملات الانتخابية، كما تضمن التداول على السلطة مع إعطاء الرأي العام مكانته في الوسط السياسي بتوفير حرية التعبير التي تجسدت أكثر في موقع الفاييسبوك. تحاول هذه الدراسة الكشف ورصد العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية لدى الشباب من خلال موقع الفاييسبوك. ومنه نطرح تساؤلاً رئيسياً **كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي للطلبة ؟ - الفاييسبوك نموذجاً-**

- انطلاقاً مما سبق ذكره تم تقسيم البحث في شقه النظري إلى المحاور التالية :

**الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك نموذجاً**، الذي قسمناه إلى مبحثين فالمبحث الأول عنون بمواقع التواصل الاجتماعي الذي فككناه إلى خمس مطالب ، أما الفصل الثاني فكان تحت عنوان نموذج لأهم شبكات التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" الذي قسم كذلك إلى خمس مطالب .

**الفصل الثاني: الشباب والمشاركة السياسية**، الذي قسمناه إلى مبحثين فالمبحث الأول قد سميناه المشاركة السياسية الذي تناولنا فيه خمس مطالب ، أما المبحث الثاني فقد عنون بالسلوك الانتخابي ودور موقع الفاييسبوك في تكوينه الذي قسم بدوره إلى أربعة مطالب حيث ركزنا على العلاقة بين كل من السلوك الانتخابي للشباب من خلال موقع الفاييسبوك.

أما الجانب الثالث من الدراسة فقد خصصناه بطبيعة الحال **للإطار التطبيقي**، أين قمنا بتحليل المعطيات الكمية المتحصل عليها وتمثيل معظمها في تمثيلات بيانية تراوحت بين الأعمدة، المخروط، الهرم والاسطوانة بهدف تسهيل قراءتها، وتفسير النتائج ومناقشتها للتحقق من صحة الفرضيات للخروج بعدها بخاتمة عامة حول الموضوع محط الدراسة .







# مخطط المنطوق

## 1--الدراسة الاستطلاعية :

تعتبر الدراسة الاستطلاعية متطلب منهجي أساسي في البحث الاجتماعي، ذلك أنها تمثل البنية الأولى التي يستند عليها الباحث تمهيدا لإجراءات البحث من حيث المنهج والأدوات خاصة ما تعلق بالدراسة الميدانية ورصد جملة الظروف التي ستتم فيها، بهدف استشراف جوانب القصور و الضعف و الصعوبات التي قد تقف عائقا في جمع البيانات لتفادي الوقوع فيها و تعد بمثابة تغذية راجعة للباحث من حيث مدى فعالية خطته المنهجية و الاطمئنان مبدئيا عن النتائج المتوقعة<sup>1</sup> .

وفي إطار تحديد مشكلة الدراسة تحديدا دقيقا علميا قمنا بإجراء دراسة استطلاعية بدءا بوضع بعض الأسئلة التي وزعناها على عينة مقصودة وهي طلبة العلوم السياسية من جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، وقد قدر عددهم حوالي خمسة عشرة طالب (15) ممن يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، هذا بهدف التعرف على مدى إقبالهم في استخدام هذه المواقع، وما هي أوقاتهم المفضلة في الاستخدام وأبرز تأثيراتها على المشاركة السياسية وقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا من حيث جمع المعلومات التي قمنا من خلالها ببناء إشكالية الدراسة وتحديد الأهداف وكذا بناء محاور الاستمارة.ومن خلال دراستنا توصلنا إلى عدة نتائج منها:

✓ وجود نسبة كبيرة من الشباب الجامعي يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك وذلك بشكل يومي.

✓ موقع الفايسبوك من أكثر المواقع الاجتماعية التي يفضلها أفراد العينة حيث أجمعت العينة بدون استثناء على صدارة الموقع نظرا لاحتوائه على خصائص فريدة مقارنة مع غيره من المواقع الأخرى.

<sup>1</sup> - عدنان أحمد مسلم , أمال صالح عبد الرحيم ، دليل الباحث في البحث الاجتماعي ، الطبعة الأولى ، دار العبيكان، الرياض، 2011، ص 194.

✓ بينت الدراسة الاستطلاعية أن للفيسبوك أثر كبير على المشاركة السياسية، وقد أكد معظمهم على عدة عناصر منها السلوك الانتخابي.

## 2- بناء الإشكالية :

شهد العالم في الآونة الأخيرة تطور كبير في مجال تكنولوجيا الاتصال، وقد نتجت عنها ثورة عالية في تدفق المعلومات بحيث أن انتشار المعلومة أصبح يتم بسرعة وبأقل تكلفة، وتصل للمتلقي بسهولة ويسر، كما أن التطورات التكنولوجية الحديثة ساهمت إلى حد كبير في إزالة الفوارق بين الحدود وأدوات الاتصال التي بقيت حتى نهاية سبعينيات القرن الماضي .

ومن أهم وسائل التواصل الإلكتروني التي ساهمت في هذا التطور وبدرجة كبيرة شبكة الانترنت التي ألغت حدود أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع ومهدت الطريق لكافة المجتمعات للتواصل وتسهيل الحصول على جمع المعلومات من أي مكان وتخزينها ونشرها بشكل مباشر وفوري متخطية بهذا قيود المساحة والوقت من خلال الوسائل المتعددة التي أتاحتها هذه الشبكة محدثة هذه الأخيرة تغيرات فردية واجتماعية في مختلف مجالات الحياة .

وقد تم اختيارنا لشبكة الفيسبوك التي ترجع فكرة نشأته لصاحبه مارك زوكربيرخ سنة 2004، بناء على الدراسة الاستطلاعية أين وصل عدد المستخدمين 4,3 مليون مستخدم ما يمثل نسبة 27,87% من مجموع التعداد السكاني<sup>1</sup>، بالنظر لتوفره على عدة خدمات منها المحادثة ونشر صور الفيديوهات، وهي أكبر نسبة مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى كاقول ، وتويتر .

<sup>1</sup> - الإحصائيات الرسمية لموقع سوشال باكرز متاحة على :

<http://www.sociolbakers.com/search?query=facbook+users+in+algerin> .شهد يوم 2018/03/03، سا 14:35.

فموقع الفايسبوك الذي أضحى من أكثر المواقع استخداما للنشر وتقرير الفعل المشارك، وبالتالي وجود رغبة لدى الجيل في المشاركة والإسرار على المشاركة في الشأن السياسي ولكننا مشاركة غير تقليدية تتطور سريعا بتغير نمط وأولوية المشاركة السياسية .

تعد المشاركة السياسية عملية ديناميكية يشارك الفرد من خلالها في الحياة السياسية لمجتمعها بشكل إداري وواعي من أجل التأثير في المسار السياسي العام بما يحقق المصلحة العامة التي تتفق مع آرائه وانتمائه الطبقي، وتتم هذه المشاركة من خلال مجموعة من الأنشطة أهمها السلوك الانتخابي الذي يعتبر تمثيل حي للمشاركة السياسية للشعب في تقرير مصيره الذي ينتمي إليه . وقد لقي موقع الفايسبوك اهتماما كبيرا وتميزا من قبل الباحثين الأكاديميين والممارسين المهنيين، ورغم أن هذا الموقع أسس من أجل التواصل بين الأفراد إلا أن استخدامه لم يعد مقتصرًا على الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية أو الثقافية والتعليمية بل تعدى ذلك إلى الممارسات السياسية لتوسيع وتعميق المشاركة السياسية وخلق أساليب حديثة تسهم في إثراء رصيد المعرفة السياسية لكل مواطن بهدف التوعية .

- ومن هذا المنطلق حاولنا أن نتخذ من هذه الظاهرة مجالًا للبحث والاستفسار ، خاصة أن المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات يشهد تفاعل فئاته وبتحديد الشباب 74% من مستخدمي الانترنت في الجزائر وتتراوح أعمارهم بين 15 و 24 سنة<sup>1</sup> ونخص في هذه الدراسة فئة الطلبة الجامعيين بحكم أنهم يمثلون الطبقة الواعية والمتعلمة داخل المجتمع الشبابي منهم طلبة العلوم السياسية باختلاف جنسهم، سعيا منا إلى معرفة ما إن كانت لهم مشاركة سياسية من خلال الفايسبوك .

● مما سبق ذكره تلخص إشكالية هذه الدراسة في السؤال التالي :

<sup>1</sup> - رقاد حليلة , أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2017، ص 07.

كيف تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي للطلبة؟ - الفايسبوك نموذجاً -

للإجابة على هذا الإشكال الرئيسي قد تم تفكيكه إلى التساؤلات الفرعية الآتية :

✓ كيف يساهم الفايسبوك في توجيه الشباب نحو المشاركة السياسية؟

✓ ما هي دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية للفايسبوك؟

✓ ما هي انعكاسات الفايسبوك على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي؟

- بعد تحديد إشكالية الدراسة والاطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع سنسعى من خلالها إلى

التحقق من صحة الفرضيات الآتية :

**1-** يساهم الفايسبوك في توجيه الشباب نحو المشاركة السياسية من خلال تفاعلهم مع مضامين الصفحات

السياسية وذلك عن طريق المشاركة بالرأي وكذا ضغط زر الإعجاب .

**2-** يستخدم طلبة العلوم السياسية الفايسبوك بدافع معرفة الأخبار السياسية وكذا معرفة الواقع السياسي من

خلال الإمكانية المتاحة لحرية الرأي والتعبير .

**3-** ينعكس الفايسبوك انعكاساً إيجابياً على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي .

**3-** أسباب اختيار الموضوع :

إن موضوع البحث هو موضوع التفكير، فهو مركز الاهتمام التي تتمفصل حوله مجموعة من مشكلات البحث

المحتملة، أو بعبارة أخرى الفكرة العامة التي تتضمن مشكلات البحث المختلفة<sup>1</sup>. فكل باحث في العلوم الإنسانية

<sup>1</sup> -ألان لأرامي برنارد فالي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة مجموعة من الأساتذة، الطبعة الثانية، منشورات مخبر بحث علم اجتماع الاتصال والترجمة ، جامعة قسنطينة، 2009، ص 109.

وحتى العلوم الأخرى على حد سواء أسباب تحفزه على دراسة موضوع ما، وقد تكون هذه الأسباب ذاتية كـرغبة الباحث في تجسيد فكرة ما، أو أسباب يفرضها المجتمع فتكون بمثابة دوافع تحفزه على اختيار موضوع جديد للدراسة ولهذا فانه تختفي وراء اختيارنا لهذا الموضوع أسباب عدة أهمها :

أ- الأسباب الذاتية : لا يخلو أي بحث علمي من رغبة ذاتية تدفع إلى انجازه ولعل ما يدفعنا إلى معالجة هذا الموضوع من هذه الزاوية :

- ❖ الفضول والميل إلى معرفة الكثير عن هذا الموضوع والتعمق فيه .
- ❖ الرغبة في تقديم دراسة عن موقع الفايسبوك وتأثيره على المشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي .
- ❖ التعرف على إمكانية السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال موقع الفايسبوك .

ب- الأسباب الموضوعية :

- ❖ قلة الدراسات العلمية المتخصصة في هذا الموضوع .
- ❖ حداثة الموضوع إذ يرتبط موضوع الدراسة بالتكنولوجيات الحديثة وتأثيرها .
- ❖ التعرف على السلوك الانتخابي للطلبة الجامعيين من خلال موقع الفايسبوك .

4- أهداف الدراسة :

لا يخلو أي بحث علمي من منطلقات معينة تسعى في النهاية إلى تحقيق جملة من الغايات وان هذه الدراسة تهدف في مجملها إلى :

1- تهدف هذه الدراسة إلى الحصول إلى درجة الماستر في الإعلام والاتصال وتحمل هدفا يتمثل في إشباع رغبة الباحث في معرفة محتوى الموضوع المناقش وجمع المعلومات والمعارف في هذا الإطار .

**2-** تهدف هذه الدراسة أساسا إلى تقديم معلومات عن الشباب الجامعي ونشاطاتهم في هذا المجال السياسي ومحاولة الوصول إلى مختلف التصورات والمواقف التي يحملونها حول واقع السلوك الانتخابي في الجزائر .

**3-** معرفة تأثير الفايسبوك على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي وفهم ما إذا كان يشكل فئة عمرية متجانسة تتبنى نفس المواقف والآراء والقيم وتشابهه في سلوكياتها وردود أفعالها السياسية.

### **5- أهمية الدراسة :**

تكمن أهمية الدراسة كونها تقوم بتسليط الضوء على أكبر عناصر المشاركة السياسية ومقاربة إشكالياتها في ضوء التكنولوجيا التي شهدتها الإعلام الجديد، وتختصر أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية :

**1-** تهتم هذه الدراسة برصد استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك ) وتأثير هذا الاستخدام في الزعزعة أو الحفاظ على المشاركة السياسية خاصة فيما يتعلق بالسلوك الانتخابي، بالرغم من توصل دراسات تناولت هذا الموضوع إلى أن هناك ندرة بمقارنتها بموضوع الإعلام الجديد، مما يلقي الضوء على أهمية هذه الدراسة في ضوء تطبيقها على عينة واستطلاع آرائها حول التأثيرات المختلفة لموقع الفايسبوك .

**2-** الدور الذي يقوم به الفايسبوك في إمداد الشباب بمعلومات حول القضايا السياسية مما يتيح للشباب مجالا للتعبير عن آراءهم من أجل إعطاء قيم المعرفة لديهم .

**3-** الأهمية الكبيرة لدراسة الشباب خاصة جمهور الطلبة الجامعيين بسبب أهمية هذه الفئة في المجتمع وتأثيرها بموقع الفايسبوك الذي أصبح محور اهتمام الشباب الجامعي، لما يتميز به من خصائص إذ أنه يعد مجالا عاما وحيزا كبيرا للتفاعلية ومناقشة جميع القضايا على اختلافها من بينها السياسة .



6- تحديد المفاهيم :

1- تأثير:

أ- **التعريف الاصطلاحي**: هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد الجمهور ووسائل الإعلام، وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف وسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئاً ما على المعرفي أو الوجداني أو السلوكي<sup>1</sup>.

ب- **التعريف الإجرائي**: هو النتيجة النهائية الصادرة عن تنبيه أو مؤثر ما بغض النظر من أنها إيجابية أو سلبية .

2- مواقع التواصل الاجتماعي .

أ- **التعريف الاصطلاحي**: هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها من إنشاء موقع خاص به، من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم اهتمامات والهوايات نفسها<sup>2</sup>

ب- **التعريف الإجرائي**: نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة موقع الفايسبوك الذي يتيح لمستخدميه التواصل المرئي والصوتي وغيرها من الخدمات .

3- المشاركة السياسية .

أ- **التعريف الاصطلاحي**: هي درجة اهتمام المواطن بأمر السياسة وصنع القرار، وكلما زادت المشاركة السياسية

من جانب المواطنين كلما زادت قوة القرار السياسي ، كما أن المشاركة واتساعها تقلل صورة العنف

<sup>1</sup>-السعيد بومعيزة, أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام ، جامعة الجزائر، 2006، ص 29.

<sup>2</sup>- زاهر راضي, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003، ص 23.

في المجتمعات التي تتوسع فيها المشاركة<sup>1</sup>.

ب-التعريف الإجرائي : يقصد بالمشاركة السياسية هي ذلك السلوك الانتخابي الذي يقوم به الشباب الجامعي بهدم التأثير في القرارات والسياسات العامة في المجتمع ، كما يعتبر شكل من أشكال السلوك السياسي وتمثيل حي للمشاركة السياسية .

4- التعريف الإجرائي للشباب الجامعي : نقصد بالشباب الجامعي الأفراد البالغين من العمر من 18 إلى 37

سنة، والذين يزاولون دراستهم في العلوم السياسية والمتمتعين بجميع حقوقهم المدنية بما في ذلك الحق في التصويت.

7- منهج الدراسة :

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة ، فهو الضابط والموجه الأساسي لكل باحث والمنهج هو عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة التي على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى الأهداف المسطرة ويعرفه " مُجَدِ طَلَعَت " بأنه وسيلة يمكن عن طريقها الوصول إلى الحقيقة ويتم اختيار المنهج المتبع في الدراسة بناء على الهدف منها والإشكالية التي تم تحديدها ، وبما أن هذه الدراسة تسعى إلى جمع المعلومات حول مستخدمي شبكات مواقع التواصل الاجتماعي وأثر هذه المواقع على السلوك الانتخابي فان دراستنا هذه تندرج ضمن البحوث الوصفية ويستخدم المنهج الوصفي في دراسة الأوضاع الراهنة من حيث خصائصها ، أشكالها ، علاقاتها ، والعوامل المؤثرة في ذلك ويقوم على رصد والمتابعة الدقيقة للظاهرة بطريقة كمية ونوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث أو المحتوى أو المضمون و

<sup>1</sup> - إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة ، متاح على :

[www.kotobarabia.com](http://www.kotobarabia.com) ص 418.

الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد على فهم الواقع وتطويره<sup>1</sup>، وعلى هذا الأساس ارتأينا في هذه الدراسة الاعتماد على المنهج المسحي الوصفي الذي يسمح بالتصور الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات وتطور الأنشطة الأخرى بحيث يعطي البحث صورة للواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية. وذلك لأن يجمع بين المسح الذي يعرفه " ويت بي " على أنه محاولة منظمة لتقرير وتحميل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة بيئية معينة ، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية<sup>2</sup>، والوصف القائم على تفسير ظاهرة موضوع البحث من خلال تحديد ظروفها وأبعادها والوصف الدقيق للعلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة يقوم على الحقائق المرتبطة بها فعلا<sup>3</sup>، لذلك فإن هذا المنهج يهتم بوصف دقيق وتفصيلي لظاهرة محددة سواء في صورة كيفية - نوعية - أو في صورة كمية - رقمية - واسعة لتوفير بيانات مفصلة للواقع الفعلي للظاهرة وتقديم تفسير واقعي للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة للتعرف على معالمة وأبعاده ، وسيتم تبني المنهج المسحي الوصفي من خلال :

✓ الكشف عن تأثير شبكات التواصل الاجتماعي ( متغير مستقل ) على المشاركة السياسية ( متغير التابع )

على مستوى هذه الفضاءات التواصلية في الوضع الحالي .

✓ التصور الكمي لمدى انتشار الظاهرة في أوساط العينة المدروسة وفي هذا المقام سنخص المسح الوصفي

بالعينة نظرا لاكتفائنا لدراسة عدد من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة

بين أيدينا .

<sup>1</sup> - محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 1997، ص 121.

<sup>2</sup> - محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي، التصميم والمنهج والأدوات ، مكتبة نهضة الشروق، القاهرة، 1996، ص 80.

<sup>3</sup> - علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، الطبعة الثانية، دار الفانز للنشر، قسنطينة، 2009، ص 83.

## 8- أدوات جمع البيانات :

يحتاج الباحث في الاستعانة في دراسته أداة أو أدوات تساعد في بحثه وتكون له وسيلة للحصول على المعلومات والبراهين حول إشكالية الموضوع ، هذه الأدوات يجب أن تكون ملائمة لموضوع الدراسة<sup>1</sup>. وانطلاقاً من هذه المعطيات فإن الأدوات التي نعتقد بأنها مناسبة لإجراء هذا النوع من البحوث هي :

أ- الإستبانة : حيث تعرف على أنها أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها<sup>2</sup> ، كما تعد هذه التقنية من أكثر التقنيات المرتبطة بالمنهج المسحي والتي تعتبر وسيلة للتقصي ملائمة تسمح بالاتصال بعدد كبير من الأفراد في وقت قصير بهدف الحصول على معلومات دقيقة وغالبا ما تكون غير قابلة للملاحظة كما تمتاز بسرعة وقلّة التكلفة<sup>3</sup>.

ب- الملاحظة : وهي عملية مراقبة ومشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات و الأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة تسييرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات ، والتنبؤ بسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية احتياجاته<sup>4</sup>.

## 9- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

أ- مجتمع البحث: تشمل مجالات الدراسة المنطقة الجغرافية والأفراد المتواجدين فيها وكذلك الفترة الزمنية التي أجريت من خلال الدراسة، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم هذه الدراسة إلى المجالات التالية:

<sup>1</sup>- عمار عبيدات وآخرون ، البحث العلمي وأدواته وأساليبه، دار الفكر للنشر، عمان، 1998، ص 53.  
<sup>2</sup>- مصطفى عليان، خطوات البحث العلمي في علم المكتبات ورسالة المكتبة ، م 16، العدد 3، 1981، ص 17.  
<sup>3</sup>- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 227.  
<sup>4</sup>- عليان ربحي مصطفى ، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي ، دار صفاء للنشر، عمان ، 2008 ، ص 67.

**1- المجال المكاني:** لقد أجريت هذه الدراسة على مستوى كلية الحقوق بجامعة صلاح مندر وقد تم اختيارنا بالتحديد كلية العلوم السياسية ذلك أن هناك سيكونون الطلبة أكثر احتكاكا بالسياسة ومتابعة الأخبار من خلال اطلاعهم على شبكة الانترنت، وهذا سيسهل صيرورة البحث وسهولة التعامل مع الطلبة .

**ب- المجال الزماني:** لقد تم الشروع في انجاز هذه الدراسة من شهر نوفمبر من سنة 2017، حيث كانت البداية بجمع المادة العلمية المتعلقة بالموضوع واستمر ذلك إلى غاية شهر أبريل 2018، وتزامن تحرير الجانب النظري مع الفترة التي تم فيها جمع المادة العلمية

أما الجانب الميداني للدراسة فقد شرعنا في انجازه في شهر أبريل تحديدا بعد العطلة الربيعية حيث تم انجاز الاستمارة وعرضها على المحكمين وبعد التعديل تم توزيعها وجمعها وخلال أسبوعين متتاليين من شهر أبريل من الفترة الممتدة من 08 أبريل 2018 إلى 12 أبريل من نفس السنة، وبعدها شرعنا في تفرغ البيانات وتحليلها من نفس الشهر ثم كتابة التقرير النهائي واكتمل الشكل النهائي للجانب النظري خلال شهر ماي 2018 .

**ب- عينة الدراسة :** استنادا إلى تحديد مجال الدراسة المكاني والذي يتمثل في جامعة عبد الحميد بن باديس كلية الحقوق وبالتحديد قسم العلوم السياسية- فهو المجتمع الذي يستطيع الباحث أن يختار منه عينة الدراسة التي يرغب في تعميم النتائج عليه-<sup>1</sup>.

وعليه فان مجتمع البحث الخاص بالدراسة يتمثل في طلبة العلوم السياسية بكلية الحقوق والذي قدر عددهم 80 طالب، كما توجد عوامل تساعد على حجم العينة منها طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة، موضوع الدراسة

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد , دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة، 1993، ص 141.

ومدى الدقة في النتائج. وتعتبر العينة مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها، ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل المجتمع الأصلي<sup>1</sup>.

وتمثل العينة نموذجاً يشمل جانبا أو جزئاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، فهذا النموذج يعين الباحث عن دراسة كل الوحدات ومفردات المجتمع الأصلي، في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات. ولقد لجأنا إلى المسح عن طريق العينة بسبب اتساع مجتمع البحث حيث يتعذر إجراء الدراسة وفق طريقة الحصر الشامل على كل مستخدمي الفيسبوك ولذلك قمنا باختيار عدد من أفراد مجتمع البحث ممثلاً له في خصائصه ويسمح في الوقت نفسه بتحقيق أهداف البحث في حدود الوقت والجهد والإمكانات المتوفرة ونظراً لضخامة المجتمع الأصلي كما أشرنا سابقاً فقد حرصنا على أن تكون جميع البيانات المحتملة متضمنة داخل العينة حرصاً على تمثيلها السليم لجميع مفردات المجتمع الأصلي، ولهذا الدراسة عينة قصديه حيث اخترنا المفردات التي تخدم أهداف البحث وتتوافق مع متطلباته المنهجية<sup>2</sup>، ففي هذه الدراسة تم اختيار فئة الطلبة المستخدمين للفيسبوك بشكل قصدي، وتم اختيار مفردات العينة من بين الطلبة اللذين يدرسون تخصص العلوم السياسية.

## 10- الدراسات السابقة:

إن البحوث السابقة هي مصدر الهام لا غنى عنها بالنسبة للباحث أو الباحثة فإن كل بحث ما هو إلا امتداد للبحوث التي سبقته لذلك لا بد من استعراض الأدبيات أي معرفة الأعمال التي أنجزت من قبل حول الموضوع

<sup>1</sup> - محمد عبيدات وآخرون ، منهجية البحث العلمي ،مرجع سبق ذكره ،ص 91.

<sup>2</sup> - محمد عبد الحميد ،مرجع سابق ، ص 142.

الذي يشغل بالنا<sup>1</sup>. تستمد دراستنا مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة من الدراسات التي تلتقي معها في متغير أو أكثر وقد ساعدتنا نتائج هذه البحوث بشكل كبير في التوجيه النظري والمنهجي لهذه الدراسة.

### ❖ الدراسة الأولى:

**حنان مجاهد** بعنوان السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب على مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة ميدانية لعينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية (2014م-2015م)<sup>2</sup>.

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تأثير استخدام صفحات الأحزاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي حيث طرحت الباحثة الإشكالية البحثية التالية: إلى أي مدى يمكن أن يؤثر استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي لطلبة العلوم السياسية وطلبة علوم

### الإعلام والاتصال بجامعة مستغانم في الانتخابات الرئاسية لسنة 2014م؟

وقد تفرعت هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية :

- ما حجم اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات السياسية ؟
- ما مدى مشاركة أفراد العينة في مناقشة القضايا السياسية المرتبطة بالانتخابات الرئاسية لسنة 2014 عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟ للإجابة عن هذه التساؤلات انطلقت الباحثة من الفرضيات التالية :
- استخدام الأحزاب لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الحملات الانتخابية يؤثر على السلوك الانتخابي لأفراد العينة.

<sup>1</sup>- موريس أنجرس , منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، مرجع سبق ذكره ، ص 125.

<sup>2</sup>- مجاهد حنان, السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أطروحة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة مستغانم، 2014/2015، غير منشورة .

- يتخذ السلوك الانتخابي عدة أنماط طبقا لمتغيرات النوع، السن، التخصص ومقر الإقامة<sup>1</sup>.

لقد اتبعت الباحثة المنهج المسحي الوصفي نظرا لطبيعة الموضوع والهدف منه متبعة في ذلك تقنية الاستبيان أما فيما يتعلق بمجتمع البحث تمثل في الشباب الجامعي المكون من 100 مفردة من كلتا التخصصين<sup>2</sup>.

ومن بين أهم النتائج التي تم التوصل إليها :

- يستخدم أغلبية أفراد العينة موقع الفايسبوك كما أن النسبة الأعلى يستخدمون هذه المواقع من سنتين إلى أربع سنوات وأكثر من نصف أفراد العينة يفضلون خدمة الدردشة.

- أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون المناقشات الجماعية في تفاعلهم مع الأحزاب وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تابع أكثر من نصف أفراد العينة حملة المرشح عبد العزيز بوتفليقة .

- أكثر من نصف أفراد العينة صوتوا في الانتخابات.

#### ❖ التعقيب :

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج المتبع والأداة وقد وجهتنا هذه الدراسة في تكوين رؤية تحليلية فيما

يخص علاقة طلبة العلوم السياسية بمواقع التواصل الاجتماعي، فقد تناولت الباحثة كيفية استخدام الطلبة

الجامعيين لموقع الفايسبوك، كما تختلف هذه الدراسة مع دراستنا من حيث العينة .

<sup>1</sup>- مجاهد حنان, السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مرجع سابق ، ص 08.

<sup>2</sup>- مرجع نفسه ، ص 12.



❖ الدراسة الثانية:

بوبكر جيملي بعنوان : الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي لجامعة

قسنطينة (2009م-2010م)<sup>1</sup>.

تهدف هذه الدراسة إلى رصد واقع المشاركة السياسية للشباب الجزائري، كما يدركها من خلال التعرف على

مظاهرها من ناحية و العوامل التي تؤثر على درجتها من ناحية أخرى، حيث طرح الباحث الإشكالية البحثية

التالية: ما هي مظاهر المشاركة السياسية للشباب في الجزائر، وما العوامل التي تؤثر على درجتها خلال

المرحلة الراهنة ؟ وقد تفرغت هذه الإشكالية إلى التساؤلات التالية:

- ما مدى مشاركة الشباب الجزائري من خلال النشاط الحزبي؟

- ما طبيعة السلوك الانتخابي للشباب في الجزائر<sup>2</sup> ؟

لقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي نظرا لطبيعة الموضوع والهدف منه متبعاً في ذلك تقنيات منها الاستبيان

والملاحظة والمقابلة، أما فيما يتعلق بمجتمع البحث فقد تمثل في الشباب الجامعي وقد اختيرت العينة من الطلبة

الجامعيين المكونة من 200 مفردة من كافة جامعات قسنطينة

لجأ الباحث إلى أسلوب العينة العرضية الدورية، وهذا عن طريق إتباع طريقة شبه عشوائية، وقد تما توزيع الاستمارة

وإجراء المقابلة بطريقة عشوائية حيث يختار الباحث كل من يصادفه وتنطبق عليه شروط العينة التي حددها، وبناء

<sup>1</sup>- بوبكر جيملي , الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع والتنمية ، جامعة قسنطينة، 2010/2009، مذكرة منشورة .

<sup>2</sup>- بوبكر جيملي , الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر، مرجع نفسه ،ص 48.

على ذلك قد تم اختيار أربع مجتمعات على أساس التباين في التخصصات ونوعها وتواجد بها أقسام وكذا كليات مختلفة وهي:

1- مجتمع الجامعات المركزية الذي يضم: كلية العلوم الدقيقة، كلية العلوم الطبيعية والحياة، كلية الآداب واللغات وكلية الحقوق .

2- مجتمع أحمد حماني: ويضم كلية الهندسة، قسم التربية البدنية .

3- مجمع حي الصنوبر: ويضم كلية الطب .

4- مجمع المدينة الجديدة: ويضم كل من كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية<sup>1</sup>.

من بين أهم النتائج التي توصل إليها:

- الصيرورة التاريخية للمشاركة السياسية للشباب الجامعي .

- مظاهر المشاركة السياسية للشباب في الجزائر من حيث الاهتمام السياسي للشباب والمعرفة السياسية والسلوك الانتخابي والنشاط الجمعي والنشاط الحزبي<sup>2</sup> .

❖ التعقيب :

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في مجتمع البحث وأداة الاستبيان والملاحظة، وقد وجهتنا في معرفة السلوك الانتخابي للطلبة، وفي المقابل تختلف هذه الدراسة مع دراستنا من ناحية المنهج وأداة المقابلة والأسلوب و العينة.

<sup>1</sup>- مرجع نفسه، صص 45-52.

<sup>2</sup>- مرجع نفسه، ص 322.

## 11- الخلفية النظرية:.

## نظرية الاستخدامات و الإشباعات

## ❖ تعريف النظرية ومراحل ظهورها:

يعتبر مدخل الاستخدامات و الإشباعات من المداخل التي انبثقت عن التحليل الوظيفي الذي يهتم بتحليل العلاقة بين النظام ككل والوحدات المكونة لهذا النظام<sup>1</sup>، فالمنظور الوظيفي من النظريات المتعلقة بالسير العام للمجتمع ومسلمته الأساسية هي النظر إلى المجتمع على أنه "كل تنظيمي" تفسير مختلف عناصره بالوظيفة التي تؤديها فيه وهو يهتم بالطريقة التي بها بعض الظواهر في سير النظام الاجتماعي.

وقد حاول متبني مدخل الاستخدامات والإشباعات اعتماد النموذج الوظيفي بطريقة متميزة، تمزج النظرية الوظيفية بنظرية الدوافع، ونتيجة لذلك جاء محتوى مدخل الاستخدامات والإشباعات طرحا لتصور تفسيري يجمع بين الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جهة ودوافع الأفراد أثناء التعرض إليها من جهة ثانية<sup>2</sup>.

- تعتبر هذه النظرية أن سر ارتباط الجمهور المستمر بوسائل الإعلام تلك الإشباعات التي تحققها هذه الأخيرة في أوساط الجمهور، وقد استندت هذه النظرية في بدايتها على حادثة اختفاء صحيفة يومية بمدينة نيويورك بسبب إضراب عددا من الأسابيع إذا لاحظ الباحثون أن الكثير من قراء تلك الصحيفة ارتبكت حياتهم وصاحبهم القلق والتوتر طوال تلك الفترة ومنهم من أحس بفقدان السيطرة على المحيط وجهله بما يحدث حوله ومنهم من عانى عدم التركيز في العمل ، وقد أرجع الباحثون هذه الظواهر إلى غياب الإشباعات المعرفية وغيرها التي كانت الصحيفة توفرها للقراء، وتحول هذه النظرية السؤال الذي ساد في النظريات السابقة أي "ماذا تفعل وسائل الإعلام

<sup>1</sup>- جمال أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام ، دار المعرفة الجامعية ، 2008، ص 98.

<sup>2</sup>- ألان لارامي بورنارد فالي ، البحث في الاتصال، عناصر منهجية ، مرجع سبق ذكره ،ص 70.

بالجمهور؟" وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام تقر عامة الإشباعات والاستخدامات التالية: الإشباعات المعرفية كالحاجة إلى الأخبار وغيرها، الإشباعات العاطفية ويشمل كل ما يتعلق بالمشاعر والأحاسيس على النحو الذي يحدده الفرد في مشاهدة المسلسلات والأفلام إذا قد يرتبط المشاهد عاطفيا بأبطال البرامج، إشباعات تحقق الذات أي إحساس الفرد بمنزلته بفعل ارتباطه بهذه الوسيلة، الإشباعات الاجتماعية أي الدخول في علاقات رمزية مع الآخرين مما يوفر الإحساس بالانتماء إلى الجماعة، الإشباعات الترفيهية ويتضمن ذلك كل ما يسهم في التنفيس عن مشاكل الحياة من برامج استرخائية غير جادة<sup>1</sup>.

- وقد نشأ مدخل الاستخدامات و الإشباعات على يد "الياهو كاتز" كبديل لدراسات التأثير المباشر لوسائل الإعلام التي أثبتت فشلها<sup>2</sup>.

وقد مرت بحوث الاستخدامات والإشباعات في تطورها بثلاث مراحل أساسية هي:

❖ المرحلة الأولى: وتمتد خلال الأربعينات من القرن الماضي، وذلك من خلال دراسات "لازال سفيد" و"ستانتون" وعقبها دراسة "هيرتا هيزوج" في سنة 1941، استفتت فيها 2500 مستمع، وتوصلت إلى أن إشباع المستمعين من المسلسلات يختلف باختلاف الجنس، إذا كانت النساء أكثر استماعا لهذه المسلسلات وكذلك باختلاف الظروف الشخصية ومشاكلها، كما تم التوصل أيضا إلى أن الإشباعات المحصلة تشمل الإشباعات العاطفية بالإضافة إلى المتعة، كما تم التوصل إلى أن المسلسلات تعتبر مصدرا لتقديم النصيحة بخصوص مشكلات الحياة اليومية لاسيما بالنسبة للنساء الأقل تعليما والأكثر قلقا، بالإضافة إلى دراسة "بيرلسون" التي أجراها سنة 1954، حيث انتهز فرصة توقف ثماني صحف محلية

<sup>1</sup>- عزي عبد الرحمان , المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال ، الطبعة الأولى ، دار المتوسطية للنشر ، تونس ، 2011، ص ص 30-31.

<sup>2</sup>- غانم عبد الوهاب ، محاضرات مقياس نظريات الاتصال للسنة الثالثة اتصال وعلاقات عامة ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، منشورة في موقع منتديات طلبة

<http://etudin.dz.dz.com/VB/t39552.html> الجزائر .

عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع ليدرس أثر غياب هذه الصحف على الصيرورة العادية للحياة اليومية لسكان المدينة، وقد توصل "بيرلسون" إلى أن هذه الصحف كانت تؤدي وظائف متعددة تشبع احتياجات بعض الناس، ومن بين هذه الوظائف أنها كانت مصدر للحصول على المعلومات حول الأحداث الروتينية، وأنها وسيلة للحياة اليومية ولها وظيفة أخرى هي إضفاء مكانة رهيبة على الأشخاص الذين يجتهدون للاطلاع على الأحداث الجارية عندما يعتبر المجتمع أنه من الضروري الحصول على المعلومات حول الأحداث. أيضا دراسات "ساشمان" حول نمو اهتمام الأطفال بالمواد الهزلية، وقد اعتمدت تلك الدراسات الرائدة في مجال الاستخدامات والإشباع على توجيه الأسئلة المفتوحة للمبحوثين ولم تحاول التعرف على العلاقات النفسية والاجتماعية، ودوافع التعرض لوسائل الإعلام والتفريق بينهما وبين الإشباع الناتجة عن التعرض، وذلك لأنها كانت في طور النشأة وكانت تفتقر للجانب النظري .

❖ **المرحلة الثانية:** تمتد المرحلة على عقدي الخمسينيات والستينيات وفي هذه المرحلة اهتمت الدراسات بالمتغيرات النفسية والاجتماعية باعتبار أن لها دورا مؤثر في الاستخدامات والإشباع، ومن أهم الدراسات دراسة "شرام" و"لايل" و"بركو" 1961 حول استخدامات الأطفال للتلفزيون في نواحي عديدة منها:

المقدرة الذهنية، العلاقة مع الأقران، الرغبة في التسلية، وكذلك الرغبة في محاكاة الكبار، بالإضافة إلى دراسة "وين تروب" حول استخدام المراهقين للراديو، حيث توصلت هذه الدراسات إلى العديد من الإشباعات مثل تمضية الوقت، معرفة ما يحدث في البيئة، وزيادة المعلومات.

كما طرح نموذج عام 1951 "Riely and Riely" الذي أكد استخدام المختلفين لنفس مضمون الرسائل بهدف تحقيق الإشباع المتباينة وتطور مفهوم الاستخدامات والإشباع من خلال دراسة "كاتز وبلوم" عام 1961 الانتخابات العامة البريطانية لسنة 1964 والتعرف على أسباب مشاهدة أو تجنب مشاهدة الحملات الانتخابية. وقد اتسمت بحوث الاستخدامات والإشباع في هذه المرحلة بالربط بين الصفات النفسية والاجتماعية للجمهور واستخدامات وسائل الإعلام.

❖ **المرحلة الثالثة:** تعود بدايات هذه المرحلة إلى أوائل السبعينيات وهي تعد مرحلة النضج في تاريخ بحوث الاستخدامات والإشباع، وذلك خلال الاستفادة من بحوث "كلابر" التي اهتمت بالربط بين دوافع وتوقعات الجمهور، وبين الإشباع المحققة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، وذلك للتوصل إلى فهم أفضل لعملية الاتصال الجماهيري. وخلال الثمانينات تطورت أبحاث الاستخدامات والإشباع في إطار المنهج التجريبي من خلال دراسة Ricomini وStarford, Zillman et Brayant حيث أفادت النتائج بارتفاع تفضيل المبحوثين للوسيلة والتعرض إليها في حالة توافق الإشباع المتوقعة مع الإشباع التي تم الحصول عليها، إن التطور المستمر في نظرية الاستخدامات والإشباع دفع "رونجرين" وزملائه إلى القول بأنها دخلت مرحلة جديدة، تتحدد في وجود نظرية عامة قابلة للبناء والاختبار، وبدأت نظرية الاستخدامات والإشباع تحظى بنصيب وافر من الاهتمام بما يحصل عليه الأفراد نتيجة استخدامهم لوسائل الإعلام وهو ما يعني دراسة تفضيل مضمونها من وجهة نظر الجمهور<sup>1</sup>.

### فروض مدخل الاستخدامات والإشباع

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 76.

يقوم مدخل الاستخدامات والإشباع على فرض أساسي مؤداه أن هناك علاقة بين الوظائف التي تتم صياغتها في إطار دوافع وحاجات الأفراد من جهة، وتعرض الفرد للمحتوى والإشباع المنتظر من جهة ثانية، فوسائل الإعلام تلبي العديد من الحاجات (فهي تعلم، تثقف، ترفيه... الخ) والتي قد تحقق للجمهور إشباعاً، وقد لا تحقق.

ويرى "كاتز" وزملائه أن مدخل الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض رئيسية وهي:

**1-** أن المتلقي (المستخدم) عنصر فعال في استخدام وسائل الإعلام ويمكن تفسير الاستخدام كاستجابة منه للحاجة التي يستشعرها حيث أن المتلقي يتوقع أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام بعضاً من إشكال إرضاء الحاجة لديه، مثل الحاجة إلى الاسترخاء أو إلى قضاء وقت الفراغ أو الترفيه، والحاجة إلى المعلومات حول السلع والخدمات.

**2-** ترجع المبادرة للمستخدم (المتلقي) في ربط إرضاء حاجته باختياره للوسيلة المناسبة حيث تختلف كل وسيلة إعلامية في تحقيق الإشباع واستخدامها عن استخدام التلفزيون أو الجريدة، تتنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإرضاء الحاجات وإشباعها للجمهور، ولذلك ينبغي أن تأخذ وسائل الاتصال في حسابها وجود وسائل أخرى تقليدية تنافسها في إشباع الحاجات مثل: اللعب، مشاهدة مباراة كرة القدم، اللقاءات، السهرات العائلية... الخ

**3-** إن المتلقين لديهم الوعي الذاتي والمقدرة بكفاءة على تسجيل اهتماماتهم ودوافع، أو على الأقل لملاحظتها عندما يسألون عنها بصيغة سهلة ومفهومة وبالتالي فإن الكثير من البيانات حول أهداف استخدام وسائل الاتصال الجماهيري يمكن استنتاجها من معلومات نستمدّها من الأفراد أنفسهم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - محمد محمد عمر الطنوبي , نظريات الاتصال ، الطبعة الأولى ، مكتبة الإشعاع ، الإسكندرية ، 2001، ص 53.

4- أن إصدار أحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري مثل: تأثيرها على الثقافة الجماهيرية، تشكيل الوعي عند الجمهور يجب أن تأجل، بينما تكون توجهات الجمهور هي موضوع الاستكشاف من خلال أنفسهم<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - منصور هالة , الاتصال الفعال ، مفاهيمه وأساليبه ومهاراته ، المكتبة الجامعية ، الإسكندرية ، 2000، ص 33.





# إطار النظري

# الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي - الفيسبوك نموذجاً -

## تمهيد :

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز مظاهر الإعلام الجديد الذي أنتجته وساعدت على ظهوره ثورة الانترنت. ويظهر الدور الكبير لهذه الشبكات من خلال تجسيدها للاتصال الوسيط ومساهمتها في بناء الشبكات الاجتماعية الافتراضية ، ومن بينها موقع تويتر ، ماي سبيس واليوتيوب وغيرها ، ويأتي الفيسبوك في صدارة هذه المواقع نظراً لنجاحه في دعم فكرة التواصل مع الأصدقاء والحفاظ على العلاقات الاجتماعية والعلاقات مع الطلبة وهي الفكرة التي انطلق منها الموقع منذ بدايته .

## المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي .

## المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي .

فرض التطور التكنولوجي الهائل، الذي شهده قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة مع انتشار شبكة الانترنت حقائق جديدة، جعلت سكان الأرض يتواصلون ويتلاحمون في عالم افتراضي، مافتئت افتراضاته تتحكم شيئاً فشيئاً في الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي لسكان الكرة الأرضية، ولعل من إفرازات التكنولوجيا الحديثة والتي جعلت العالم لا يستقر على الحال ما أصبح يعرف بالشبكات الاجتماعية<sup>1</sup>. وفي مفهومها البسيط هي تلك المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة<sup>2</sup> في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل مباشرة

<sup>1</sup> - تيسير أبو عرجة , وسائل الإعلام وأدوات التعبير والتغيير، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، الأردن ، 2013، ص 330.

<sup>2</sup> - ثروت مكي، الإعلام والسياسة ، وسائل الاتصال والمشاركة السياسية ، الطبعة الأولى ، دار عالم الكتب للنشر ، القاهرة ، 2005، ص 63.

كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلومات التي يتيحونها للعرض.

وتعرف موسوعة ويب أو بيديا مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدميه وضع صفحة شخصية عامة ومعروضة وإمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية<sup>1</sup>.

يعرفها زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني ومع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، الإقامة العلاقات الاجتماعية ومن أشهرها الفيسبوك"<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : نشأت مواقع التواصل الاجتماعي :

بدأت شبكات التواصل الاجتماعي فالظهور فعليا في منتصف التسعينيات من القرن الماضي وتحديدًا سنة

1955

عندما صمم راندي كونرادز موقع classmates وكان الهدف منه الربط بين زملاء الدراسة ومساعدة الأصدقاء الذين جمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة، وفرفتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - أمال نعيم عبد الملاك إبراهيم , دراسة تحليلية في استراتيجيات نظم الإعلام المعاصر ، الطبعة الأولى ، مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، الإسكندرية ، 2015 ، ص 169.

<sup>2</sup> - رضوان بالخير ، مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات ) ، الطبعة الأولى ، دار الجسور للنشر ، الجزائر ، 2014 ، ص 21.

<sup>3</sup> - عبد الكريم علي الديسي ، زهير ياسين الطاهات ، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية ، دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد 40 ، العدد 01 ، 2013 ، ص 70.

بعد هذا تولى تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع six degrés عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وجمع بين كل الملامح والخصائص المتوفرة في تطبيقات واب 0.2 ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة تساعد الناس للتواصل وإرسال الرسائل للآخرين، لكن في الوقت الذي استطاعت هذه الخدمة أن تجذب ملايين من المستخدمين إلى أنها فشلت فأن تبقى دائمة، حيث تم إيقاف الخدمة عام 2000م يرى مؤسسو هذا الموقع انه كان فالصدارة أن ذاك خاصة في بداية ارتفاع عدد المستخدمين الانترنت في العالم<sup>1</sup>.

ومع بداية عام 2004 توالى بعد ذلك الشبكات الاجتماعية في الظهور إلى العلم حيث ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدته صفحاته أكثر من قوقل و موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير، ويعتبر من الأوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم لكن العلامة الفارقة كانت في ظهور موقع face book.com الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام الفيسبوك عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمصورين، فكان الأول من خلال إتاحة الفرصة بوضع الملفات الشخصية للمستخدمين على الموقع، وتبادل المعلومات فيما بينهم، كذلك إمكانية التعليق على الإخبار الموجودة على الموقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين وهذا ما أدى إلى زيادة عداد مستخدمي الفيسبوك بشكل كبير ويعتقد عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم<sup>2</sup>. ويوجد حاليا أكثر من 400 موقع للتواصل الاجتماعي حول العالم يتم استخدامها بمختلف اللغات وشرائح المجتمع والمؤسسات، كما أن تلك الشبكات الاجتماعية تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الشبكة العنكبوتية "الانترنت"<sup>3</sup>. وطبقا للإحصائيات التي قامت بها الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان بشأن واقع الانترنت في الوطن العربي لعام 2009 فان عدد مستخدمي الانترنت قرابة 58 مليون مستخدم، ومستخدمو

<sup>1</sup> - وليد رشاد زكي , نظرية الشبكات الاجتماعية من الايديولوجيا إلى الميثولوجيا، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني ، 2012، ص 05.

<sup>2</sup> - فتحي حسين عامر، وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي للنشر، القاهرة، 2010، ص 203.

<sup>3</sup> - سعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العلمي الثاني للإعلام الإسلامي من 13 إلى 15 ديسمبر 2011، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، ص 10.

الفيسبوك تحديدا 12 مليون مستخدم وأكثر البلدان استخداما للفيسبوك مصر، لبنان والجزائر. ولقد أكد كثير من الخبراء التقنيين أن الشبكات الاجتماعية تسيطر في الوقت الراهن على نحو 71% من السوق الإعلامية والاتصالية عالميا ولكل وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي خصائصها ومميزاتها وتفردتها في نقل المحتوى المطلوب ولكنها جميعا تتفق في سمة واحدة هي القدرة على تحقيق التواصل بين البشر دون حدود مكانية أو زمنية أو قيود على الحرية وكذلك إمكانية نقل محتوى أي رسالة سواء كانت مرئية أو صوتية أو مكتوبة ومعظم وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الخاصة بها يمكن الوصول إليها من أي مكان في العالم.

المطلب الثالث : خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي .

أولا : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي .

**1- متعددة الوسائط :** حيث أنه أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن على مزيج من النصوص والصور والملفات الصوتية ولقطات الفيديو بشكل خاص عبر ما يعرف بصحافة المواطنين وكان له تأثيرات اجتماعية وسياسية وتجارية كبيرة تستلزم التدبر والدراسة.

**2- تفتيت الجماهير :** ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزعا بين العديد من الوسائل مثل المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الالكترونية بجانب الوسائل التقليدية من صحف وإذاعة وتلفزيون .

**3- غياب التزامية :** ويقصد به عدم الحاجة لوجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت ، فالمستخدم بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريد<sup>1</sup> .

<sup>1</sup>-أمال نصر الدين ,سليمان عمر، تصوير مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم ، جامعة أم القرى ، الرياض ، ص 12 .

**4- متعددة اللغات:** بمعنى توفرها على معظم اللغات السائدة في العالم حيث أنه تضم أكثر من 75 لغة محلية معروفة بالإضافة إلى إمكانية تغيير اللغة عند الاستخدام<sup>1</sup>.

**5- التحكم في المحتوى المعروض:** حيث يتم إتاحة روابط للخدمات والأدوات التي يمكن استخدامها، في إضافة الأصدقاء وتحديد من يرغب في مشاهدة أنشطته وأخباره وروابط المواقع والصفحات التي ترغب في عرض محتواها لديه وعلى أساس اختياراته يتم تحديد صفحته، فالشخص هو فقط من يحدد المحتوى الذي سيعرض على صفحته

**6- عالمية الانتشار:** ويقصد بالانتشار شيوعه ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا إضافته إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والمكانية.

**7- سهولة الاستخدام:** الشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير صفحة في الشبكة الاجتماعية فمن قبل كان بإمكان الأشخاص الحصول على تواجد عبر الشبكة من خلال الحصول على صفحات شخصية ولكن المشكل كان صعوبة خلق هذه الصفحات وتطويرها واستضافة الموقع غالبا ما يتحمل تكاليف، كما أنها مفتوحة أمام الجميع فأغلبيتها تتيح للأشخاص الوقت الذي يتم فيه التسجيل في مواقع أخرى من خلال إرسال دعوة من طرف أعضاء سابقون في الموقع<sup>2</sup>.

**8- محتوى الموقع يقوم بينائه المستخدمون:** حيث تتوفر للجميع الأدوات المبتكرة والخدمات الفعالة، ويقوم كل مستخدم ببناء محتوى صفحته وبالتالي تتكون من شبكة متفرعة لانهاية لها من المحتوى الخاص بكل مستخدم.

<sup>1</sup>- عدة نادية , الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد (دراسة مسحية لمستخدمي الفيسبوك )، 2013/2014، ص 26.

<sup>2</sup>- مصفر مبارك الصاعدي ، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ، شبكة الألوكة ، المدينة المنورة ، 2012 ص 11.



**9- تواصل المستمر بين المستخدمين :** التواصل الفعال ليس فقط الاتصال المباشر بين الأفراد وإنما هو أن تصل نشاطات وأخبار مستخدم إلى مستخدم آخر بشكل آلي دون تدخل يدوي، ويمكن أيضاً التعليق عليها وإبداء الرأي والمناقشة<sup>1</sup>.

**10- التفاعلية :** حيث يتيح للمتلقي التفاعل مع الوسيط الرقمي وحدوث نوع من رجوع الصدى أو التغذية الراجعة (الفيسبوك) التي لا نجدتها في وسائل الإعلام العادية، المتلقي هنا يتحول إلى المشاركة وقد يرسل بنفسه في شيء يسببه تداول الأدوار، التلقي لديه المساحة من الاختيارات وقد ينسخ أو يخزن أو يحذف الرسالة كما يتم التفاعل الآلي عبر الحوار المباشر بالصوت أو الصورة .

**11- التنوع في الاستخدام :** يستخدمها كل شخص على حسب حاجاته ودوافعه مثل الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه، والكاتب للتواصل مع الشركات لترويج سلعتها وخدماتها... الخ .

**12- التوفير والاقتصادية :** اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي وليس ذلك حكراً على أصحاب الأموال والنفوذ والسلطات

**13- عدد غير محدود من الأصدقاء :** حيث أنها تسمح للمستخدم بالبحث عن أفراد آخرين وإضافتهم دون تقييدهم بعدد محدود<sup>2</sup>.

ثانياً : مميزات مواقع التواصل الاجتماعي .

**1-العالمية :** حيث تلغي الحواجز المكانية والجغرافية، وتتخطى فيها الحدود الدولية حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع من هو في الغرب بكل بساطة وسهولة.

**2- التفاعلية :** الفرد فيها مستقبل وقارئ،

<sup>1</sup> - أحمد جرار ليلي ، الفيسبوك والشباب العربي ، مكتبة الفلاح للنشر، عمان ، 2012 ، ص 41 .  
<sup>2</sup> - رضا عكاشة ، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرجمية المتعددة ، المكتبة العالمية للنشر ، 2006 ، ص 32 .

أيضاً هو مرسل وكاتب ومشارك فهي تلغي السلبية المقننة في الإعلام القديم والتلفاز والصحف الورقية، وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة للمشاهد والقارئ وتظل التفاعلية هي المطلب الرئيسي الذي يبحث عنه الكثير من المستخدمين .

**3- التنوع :** تعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبحث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء ... الخ<sup>1</sup> .

**4- سهولة الاستخدام :** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل .

**5- التوفير والاقتصادية :** اقتصادية في الجهد والوقت والمال، وفي ظل مجانية الاشتراك وتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليس ذلك حكراً على أصحاب المال أو حكراً على جماعة دون جماعة أخرى<sup>2</sup> .

- وفضلاً على ذلك تمتاز شبكات التواصل الاجتماعي بالسمات التي يمكننا تلخيصها فيما يلي :

- وسائل الإعلام الاجتماعي تمتلك خصائص عدة تشتمل على مجموعة واسعة من المحتوى بما في ذلك النص والفيديو والصوت والصورة، وان العديد من وسائل الإعلام الاجتماعي تعمل على الاستفادة من هذه الخيارات .
- تمتاز بسرعة تبادل المعلومات معززة باتساع نطاق نشر مثل تلك المعلومات، حيث أن طبيعة الاتصالات في وسائل الإعلام الاجتماعي تمتاز بالسرعة، وبالتالي فإن الاتصال فيها يمكن أن يكون من واحد إلى واحد، من واحد إلى كثير أو من كثير إلى كثير .

<sup>1</sup>- بشرى حسين الحمداني، القرصنة الالكترونية أسلحة الحرب الحديثة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، 2014 ن ص 141.

<sup>2</sup>- حسين شفيق، الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية، رحمة برس للنشر، مصر، 2007، ص 29 .

- يمكن أن تتم الاتصالات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي وشبكات التواصل الاجتماعي في الوقت الحقيقي أو بشكل غير متزامن مع مرور الوقت.
- تعتبر أداة تسويقية جديدة للمنتجات والبضائع والأفكار، تسمح بالتعرف على الزبائن والتوقعات المستقبلية وبالطرق التي كانت في السابق غير ممكنة .
- جعلت من العالم قرية صغيرة تتيح لنا الوصول إلى الناس في الوقت الذي لا نكون قادرين على فعل ذلك على أرض الواقع .
- يتحول المسوقون بشكل عام إلى وسائل الإعلام الاجتماعي كوسيلة منخفضة التكلفة، حيث يحتل أن يكون لها تأثير كبير في عملية الترويج للمنتجات والخدمات<sup>1</sup> .
- التواصل وإمكانية التعارف بواسطة البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة والفورية والدرشة... الخ
- العمل التشاركي من خلال أداة المشاركة الأخرى .
- العمل بواسطة أداة التعليم والتدريب الإلكتروني مشاركة المحتوى .
- التسلية والترفيه من خلال ثراء وتنوع المحتوى المنشور والذي يلي كل الأذواق .
- تعد شبكات التواصل منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفجرون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتماءاتهم ومهاراتهم وآرائهم التي عادة ما تجد العديد من المعجبين وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه
- تعتبر هذه الشبكة وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التوقع والرقابة في نشر المعلومات وبالتالي هي ضرب من الديمقراطية وعولمة المعلومات<sup>2</sup> .

#### المطلب الرابع : أنواع وخدمات مواقع التواصل الاجتماعي .

<sup>1</sup> - عامر إبراهيم القندلجي , الإعلام والمعلومات والانترنت ، دار اليازوري للنشر ، الأردن ، 2013 ، ص 340.  
<sup>2</sup> - فايز يخلف , الإعلام الجديد وسوسيولوجيا التغيير في العالم العربي : شؤون اجتماعية ، العدد 124 ، 2014 ، ص 188.

أولاً : أنواع مواقع التواصل الاجتماعي .

**1- الفاييسبوك : "Face book"** وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين يمكنهم تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليقات، كل هذا يتم في عالم افتراضي يقطع حاجز الزمان و المكان، يعد موقع الفاييسبوك واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية ورائد التواصل الاجتماعي وأصبح موقع الفاييسبوك اليوم منبرا افتراضيا للتعبير واتخاذ الشباب اليوم بديلا للأحزاب السياسية<sup>1</sup> .

**2- التويتز : "Twitter"** هو موقع شبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتز وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات .

**3- المدونات : "bloq"** ظهرت المدونات في عام 1997 إلا أن انتشارها على نطاق واسع لم يبدأ إلى بعد عام 1999 وهو موقع شخصي على شبكة الانترنت يدون فيه آرائه ومواقفه حول مسائل متنوعة، وتكون هذه المدونات مؤرخة ومرتبطة تصاعديا وهذه المدونات منظمة تنظيما ذاتيا تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات فضلا عن حل المشاكل الاجتماعية والسياسية<sup>2</sup> .

**4- اليوتيوب : "You tube"** هو أحد أشهر المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الانترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم بتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا

<sup>1</sup> - بشرى حسين الحمداني، القرصنة الالكترونية أسلحة الحرب الحديثة ، مرجع سبق ذكره ، ص 141.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه ، ص 142.

عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع وطبقا لتصنيف أليكسا العالمي فان موقع اليوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة<sup>1</sup>.

**5- الويكي: "wiki"** هو عبارة عن موقع ويب يسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة جماعية، أشهر هذه المواقع هو موقع ويكيبيديا وهو الموسوعة التي تضم ملايين المقالات لمعظم لغات العالم.

**6- المنتديات: "forums"** هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي موقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت، مثل المواقع المتخصصة تسمح بعرض الأفكار والآراء والقضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً سواء كان ذلك مع أو ضد. وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم وفي الوقت نفسه هي مجموعة من البرامج المختلفة<sup>2</sup>.

ثانيا : خدمات مواقع التواصل الاجتماعي .

**1-الملفات الشخصية أو صفحات الويب :** "profile page" وهي ملفات تمكن الفرد من كتابة بياناته الأساسية مثل الاسم والسن وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية ويعد الملف الشخصي هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص .

<sup>1</sup> - نسرين حسونة، الإعلام الجديد (المفهوم والوسائل والخصائص) ،شبكة الألوكة ،الرياض ، ص 170 .

<sup>2</sup> - المرجع نفسه , ص ص 163-168.

**2- الأصدقاء أو العلاقات :** وهي خدمة تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذي يعرفهم في الواقع أو الذين يشاركونه في نفس الاهتمام في المجتمع الافتراضي وتمتد علاقة الشخص ليس فقط بأصدقائه ولكن تفتح الشبكات الاجتماعية فرصة للتعرف مع الأصدقاء الأصدقاء بعد موافقة الطرفين<sup>1</sup>.

**3- إرسال الرسائل :** تسمح هذه الخدمة بإرسال الرسائل سواء للأصدقاء الذين في قائمة الشخص أو غير الموجودين في القائمة .

**4- ألبومات الصور :** "albums" تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضاً<sup>2</sup>.

**5- المجموعات :** "groups" تتيح الشبكات الاجتماعية فرصة تكوين مجموعات الاهتمام حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددو ويوفر الموقع الشبكات لمؤسس المجموعة المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات، ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات ومعرفة عدد الحاضرين .

**6- الصفحات :** "pages" ابتدع هذه الفكرة موقع الفيسبوك وتم استخدامها على المستوى التجاري بشكل فعال حيث تسمح هذه الخدمة بإنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية فرصة عرض السلع والمنتجات للفئات التي يحدونها ويقوم موقع الفيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة ليتم لتوصل إليها من قبل المستخدم<sup>3</sup>.

**المطلب الخامس : تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي .**

<sup>1</sup> - وليد رشاد زكي , نظرية الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثولوجيا ،مرجع سبق ذكره ،ص ص 62-66.

<sup>2</sup> - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، 2012، ص 38 .

<sup>3</sup> - السعيداني سلامي ، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال ، الطبعة الأولى ، دار الخلدونية ، 2013، ص 486.

أتاحَت وسائل التواصل الاجتماعي فرصة عظيمة للشباب للتفاعل والمشاركة والاستجابة للاحتياجات الاجتماعية المرغوبة لديهم على وجه الخصوص، وهذه الاحتياجات يمكن النظر إليها على أنها جانباً من الثقافة الإعلامية التي تضعها وسائل التواصل الاجتماعي لدى هذه الفئة، حيث تشكل الحاجة إلى الاتصال الاجتماعي العام أو الحاجة معينة والاختلاط مع الزملاء في العمل أو الأصدقاء، أو مع أولئك الذين في نفس العمر كما تشكل أشكالاً متميزة من إنتاج أو استهلاك الإعلام، وفي الغالب ما تكون الثقافة الإعلامية مشجعة بما يكفي لتمكين وتشجيع التبادلات بين المجموعات والديموغرافيا المميزة، ولكن في بعض الأحيان يحدث صراع الأجيال بين قيم جيل وجيل الشباب فربما تحتاج المجموعات العمرية المختلفة إلى مناطق اتصالية مختلفة مثل ثقافة الشباب في هذا لعصر القائمة على الهواتف المحمولة، فتمثل الثورة التكنولوجية الاتصالية أهمية كبيرة لهم لمساهمتها بصناعة الثقافة الاجتماعية تنمو معهم<sup>1</sup>، وتبنى على أنماط اتصالية معينة ينشئ الشباب رموزها ومفرداتها، فهي صانعة لنمط معين من الثقافة الإعلامية التي ربما تحدث تأثيرات سلوكية وتفكيرية تدفع هؤلاء الشباب لمواجهة أنماط الاتصال الموجودة في المجتمع، إما بتشدد كبير أو بتفريط أكبر، وذلك نتيجة باعتقادهم واتجاهاتهم نحو أنماط القيم الاجتماعية القائمة في مجتمع<sup>2</sup>.

المبحث الثاني : نموذج لأهم شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

المطلب الأول : تعريف الفيسبوك . "Face book"

يعتبر الفيسبوك أحد شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتأثيراً على مستوى نطاق واسع<sup>3</sup>، وهو عبارة عن موقع اجتماعي تم إطلاقه في شهر شباط من عام 2004 وهو يتبع شركة تحتل نفس الاسم ويسمح هذا الموقع

<sup>1</sup> - عبد الرحمان بن نامي المطيري , تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي السعودي ، جامعة الإمام محمد سعود الإسلامية المملكة العربية السعودية ، 2010. ص 36.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه ، ص 36.

<sup>3</sup> - سعود صالح كاتب , الإعلام الجديد وقضايا المجتمع (التحديات والفرص) ، مرجع سبق ذكره، ص 11.

لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية والانضمام إليها عادة في دائرة فئة معينة<sup>1</sup>، كما يعتبر من أكثر المواقع شهرة منذ ظهوره<sup>2</sup>. ويرى مارك زوكربيرخ أن الفيسبوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوق يزيع البريد الإلكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية وبالتالي فإنه يوصف بكونه دليل سكان العالم، وأنه موقع يتيح لأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريد من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم الشخصية<sup>3</sup>. كما يعتبر الفيسبوك على أنه شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من قبل الناس خصوصاً من الشباب من جميع أنحاء العالم ويعد موقع الفيسبوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العنكبوتية العالمية ورائد التواصل الاجتماعي، وأصبح موقع الفيسبوك منبر افتراضي للتعبير<sup>4</sup>، حيث يسمح للمستخدمين الانضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه في فئة معينة مثل منطقة جغرافية، مدرسة وغيرها من الأماكن التي تساعدهم على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون على نفس الشبكة<sup>5</sup>.

ويعرفه عوض عان أنه من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية ويعتبر الفيسبوك العلامة الفارقة في ظهور مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن لمستخدميه من تبادل المعلومات فيما بينهم. إلا أن هذا الموقع قد أثير حوله الكثير من الجدل على مدا الأعوام القليلة الماضية، وقد تم حضر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال الفترات المتفاوتة<sup>6</sup>.

### المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن الفيسبوك .

<sup>1</sup> - عامر ابراهيم القندلجي , الاعلام والمعلومات والانترنت ، مرجع سبق ذكره ، ص 350.  
<sup>2</sup> - جمال سند السنويدي , وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيسبوك ، الطبعة الأولى ، 2014 ، ص 28.  
<sup>3</sup> - عباس صادق, الإعلام الجديد : المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، دار الشروق للنشر ، عمان ، 2008، ص 15.  
<sup>4</sup> - زاهر راضي, استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مرجع سبق ذكره ، ص 23.  
<sup>5</sup> - محمد بن جابر بن عوض الزهراني , دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه وطرق التدريس ، جامعة أم القرى ، السعودية ، 2013 ، ص 09 .  
<sup>6</sup> - عبد الحميد موسى يعقوب , الإعلام الجديد والجريمة الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، دار العلمية للنشر ، 2014 ، ص 12.



تأسس الموقع عن طريق كل من مارك زوكربيرخ بمساعدة كل من داستين موسكو فيتز وكريس هيوز، كانا رفيقي مارك في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة "هارفارد" أول ما بدأ الموقع في العمل والتوسع اقتضرت عضويته على طلبة جامعة هارفارد ثم توسعت لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعتي إيفي لينغ وستانفورد ثم سرعان ما انتشر ليشمل أي طالب جامعي ثم تلاميذ المدارس الثانوية كما أنه سمح لأي شخص يبلغ من العمر 13 سنة فما فوق بالاشتراك فيه<sup>1</sup>.

لقي الموقع رواجاً بين جامعة هارفارد واكتسب شعبية جارفة بين الطلبة ثم وسع قاعدة الانضمام إليه لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة المدارس الثانوية الذين يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، يضم الموقع حالياً أكثر من 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فايس ماتش" التابع لجامعة هارفارد وهو موقع يعتمد على نشر الصور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع لشخص الأكثر جاذبية في الجامعة وقد قام مارك زوكربيرخ بابتكار الفيس ماتش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء كان زوكربيرخ يقوم بإنشاء مدونة حول إحدى الفتيات ويحاول التفكير في القيام بأمر ما قد يثنيه عن التفكير في هذه الفتات<sup>2</sup>.

تأسس الموقع كنتاج عن موقع "فايس ماتش" فتم استخدام صور مجمعة من دليل الصور المتاح على الانترنت الخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين على اختيار الشخص الأكثر جاذبية ولكي يتمكن زوكربيرخ من تأسيس الموقع لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقد قام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي .

<sup>1</sup> - مدثر النور أحمد، كيفية التسجيل بموقع الفيسبوك، دراسات الإعلام وتقنيات المعلومات، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012، ص 10.  
<sup>2</sup> - محمد علي النبوي محمد علي، إدمان الانترنت في عصر العولمة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر، عمان، 2010، ص 65.

وفي شهر مارس من عام 2004 فتح الفيسبوك أبوابه أمام "جامعات ستانفورد وكولومبيا وييل" بعد ذلك انتشر الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام كليات مدينة بوستن وجامعة إيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية ، وفي شهر جوان من عام 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة باولو ألتو في ولاية كاليفورانيا<sup>1</sup>.

كما قام الفيسبوك بإصدار نسخة لمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005 وهو ما أشار إليه زوكربيرخ بالخطوة المنطقية التالية، فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بالحاجة إلى دعوى للانضمام إلى الموقع وفي 26 سبتمبر من عام 2005 أتاح الموقع أبوابه أمام للذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيسبوك أن اتخاذ مدينة دبلن عاصمة إيرلندا مفرا دوليا له<sup>2</sup>.

### المطلب الثالث : مميزات الفيسبوك .

يتميز الفيسبوك بعدة سمات وهي كالتالي :

**1-الملف الشخصي: "profile"** فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشأ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر المعلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

**2- إضافة صديق : "add friend"** و بها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني .

<sup>1</sup>- مدثر النور أحمد, كيفية التسجيل في موقع الفيسبوك دراسات الإعلام وتقنية المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 12.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 13.

3- إنشاء مجموعة: "groups" تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشأ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية... الخ وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة أو الأصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها .

4- لوحة الحائط: "Wall" وهي عبارة عن مساحة مخصص بصفة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم .

5- النكزة: "pokes" منها يتاح للمستخدمين إرسال النكزة افتراضية لإثارة الانتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به<sup>1</sup> .

6- الصور: "photos" وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع أو عرضها.

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

8- التغذية الإخبارية: "newsfeed" التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغيرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد ميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم .

9- الهدايا: "gifts" ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم بإرسال الهدية، تتكلف الهدايا مئة دولار لكل هدية ويمكن إرفاق رسائل شخصية بها .

<sup>1</sup> - محمد المنصور, تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، دراسة مقارنة لمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية "العربية نموذجاً"، رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانيمارك ، 2012، 85.

**10- السوق:** "market place" وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية .

**11- إنشاء صفحة خاصة على الموقع:** " ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات ولكن يتيح أدوات لترويج الصفحة والتي تدفع مقابل كل مستخدم، يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيسبوك .

**12- التعليقات:** "face book notes" هي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها

وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين<sup>1</sup>.

**المطلب الرابع:** آليات وتطبيقات الفيسبوك .

**أولاً:** آليات التواصل بين أعضاء الموقع :

**1-التعليقات:** "commentaire" خاصية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين إليها، ويمكن للمستخدم أن يكتب التعليق في مساحة التعليقات والضغط على زر التعليق إضافة إلى نشر رابط الموقع أو وضع صورة ما .

**2- الإشارة:** "t ags" ميزة الإشارة متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكن للمستخدم أن يلفت انتباه الأصدقاء عبر الإشارة لهم في الصور أو مقاطع الفيديو المحملة عبر الفيسبوك وبالتالي سيتم إرسال تنبيهات لأي تحديث جديد .

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص 86.

**3- الإعجاب :** "Liks" يعتبر من أهم آليات التواصل بين الأصدقاء أو أعضاء المجموعة وذلك من خلال القيام بالضغط على زر الإعجاب لأي نص أو صورة أو مقطع فيديو يتم رفعها من قبل أحد الأصدقاء أو حتى المستخدم نفسه

**4- المشاركة :** "profile page" هذه الميزة هي أكثر آليات التواصل استخداما وذلك لأنها تمكن المستخدم من مشاركة المواد المرغوبة من طرف المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى وتعد السبب وراء انتشار ملايين المواد الإعلامية من صور ونصوص وغيرها، وتم تطوير هذه الخدمة في موقع الفيسبوك ليتم استخدامها على نطاق واسع في المواقع الأخرى.

**5- الرسائل :** هنا يتم التواصل بين الأصدقاء وأفراد المجموعات عن طريق الرسائل قد تكون مدعمة برموز وحتى صور وهذا حسب رغبة المستخدم .

**6- النكزة :** "pokes" تتوفر بين الأصدقاء فقط يقوم المستخدم بتنفيذها على أحد أصدقائه للفت انتباهه ويقوم الآخر بالرد عليه<sup>1</sup>.

ثانيا : أهم تطبيقات الفيسبوك .

يجوز موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك كغيره من المواقع المماثلة له على عدة تطبيقات تمكن المستخدمين من التواصل والتفاعل فيما بينهم، وقد قام القائمون على الموقع بتطوير الخلفية المستخدمة وذلك من خلال إتاحة بعض الخصائص لتحسين الاستخدام وجذب أكبر عدد ممكن من رواد الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي خصوصا .

<sup>1</sup> - ماجد بوشبلي، يوسف عيادي ، ثقافة الانترنت وأثارها على الشباب ، الطبعة الأولى ، إصدارات دار الثقافة والإعلام، الإمارات العربية المتحدة ، 2006، ص 509.

**1- المجموعات :** "groups" تسمح مجموعات الفيسبوك لكل المشتركين في الموقع أن ينشأ مجموعة تمكنهم بأن يخلقوا مجال عام، مغلق أو سري لتنظيم أمورهم عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة أو الهدف ثم البريد الإلكتروني لمدير أو مؤسس المجموعة ، ويتم إنشائها نسبة لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة اجتماعية أو دينية أو سياسية وحتى تعليمية وغيرها، والمجموعات لها نفس عناصر وأدوات الصفحات الشخصية ويسمح في الكتابة فيها لجميع الأعضاء ويمكن للأعضاء نشر الرسائل التي سيتم بثها لدى كل من في المجموعة، ومشاركة الصور وملفات الفيديو وتقديم مساحة للحوار إضافة لإنشاء وعرض المناسبات والوثائق، وتحظى كل مجموعة بعنوان بريد إلكتروني خاص يمكن للأعضاء استعماله للنشر على المجموعة دون الحاجة إلى الدخول إلى الفيسبوك. كل هذه الخدمات تتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مؤسس المجموعة ويمكن أن يختار ما إذا كان عليه الموافقة على الأعضاء من عدمه<sup>1</sup>.

**2- الصفحات :** "pages" لها نفس ميزة استخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلاً عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية وغالباً ما تكون هذه الخاصية مرتبطة بالمعجبين للمشاهير خاصة في المجتمعات الغربية بحيث تكون وسيلة للتواصل مع شخصية معينة ومع تطور المهارات الاتصالية للمستخدمين بدأ التوجه لإنشاء صفحات شخصية تعدد أهدافها وهذا تبعاً لمضمونها مثل الترفيه أو التعليم أو اتخاذها كمنصة لعرض الفيديوهات والصور إضافة إلى الصفحات التثقيفية، وتقسم صفحات الفيسبوك إلى 6 فئات مختلفة وهي :

- 1/ شركة محلية أو مكان
- 2/ الشركة، المنظمة، أو المؤسسة
- 3/ علامة تجارية أو منتج
- 4/ فنان، أو فرقة
- 5/ ترفيه
- 6/ صفحة قضية أو صفحة اجتماعية<sup>2</sup>.

➤ لخصت نانسي متولي أهم التطبيقات التي يتوفر عليها موقع الفيسبوك وقد جاءت بالنقاط التالية :

<sup>1</sup>- عمار توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة، الفيسبوك نموذجاً "دراسة نظرية إحصائية"، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، ص 08.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 08.

**1- مشاركة ألبوم الصور مع الأصدقاء :** ومن بين تطبيقات المشاركة نجد مشاركة ألبوم الصور مع الأصدقاء حيث يمكن إنشاء ألبوم الصور ومشاركته مع مجموعة من الأصدقاء ويصل عددهم إلى 50 صديقاً، ويمكن له جميعاً رفع الصور إلى هذا الألبوم ولكن هذه الخاصية متاحة لمستخدمي الفيسبوك بالغة الإنجليزية فقط، ويمكن إضافة حتى 50 مساهم إلى الألبوم الواحد ولكل شخص إمكانية رفع 200 صورة من إجمالي 10 آلاف صورة كحد أقصى إلى نفس الألبوم، يلاحظ أنه عند إنشاء ألبوم مشترك مع المساهمين فجميع الصور في الألبوم وجميع الصور المرفوعة إليه ستظهر لجميع المساهمين وأصدقائهم أيضاً سيتمكنون من مشاهدة هذه الصور، ويمكن تحديد خصوصية الألبوم من حيث خدمة العامة، ثم اختيار الأصدقاء المساهمين، وأخيراً المساهمين فقط .

**2- إخفاء قائمة الأصدقاء :** تدخل ضمن خدمة تحديد الخصوصيات خاصة إذا كان حساب خاص أو عائلي أيضاً إذا ما أراد المستخدم أن يجعل إضافات أصدقائه لبعضهم أقل ويقوم بتحجيمها، فنجد كثيراً من الأصدقاء يقومون بإضافة العديد من قائمة أصدقائهم مما قد يسبب مشاكل في الخصوصية في الأصدقاء أنفسهم، لذلك يمكن تحديد من يظهر له قائمة الأصدقاء ومن لا تظهر له وذلك بعد تسجيل الدخول إلى الحساب<sup>1</sup> .

**3- شرح إعدادات الخصوصية في الفيسبوك الجديد :** يتيح الفيسبوك ميزة الخصوصية تتميز عن باقي مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى وذلك عن طريق اختصارات الخصوصية التي تندرج تحت علامة القفل بجوار "الصفحة الرئيسية" وذلك أعلى الفيسبوك، ويندرج منها ثلاثة خيارات وهي : من يستطيع رؤية محتوى المستخدم ؟ ومن يستطيع الاتصال به ؟ كيف يستطيع منع الأشخاص من مضايقته ؟

**1/ رؤية المحتوى :** هنا يختار من يريد أن يرى منشوراته القادمة، حيث يمكن اختيار خاصية العامة لإظهار المنشورات والمواد القادمة للجميع وفي حالة اختيار خاصية الأصدقاء ستظهر للأصدقاء فقط .

<sup>1</sup> - نانسي متولي، أهم خصائص الفيسبوك الجديدة ، تم الاسترجاع بتاريخ 2018/04/04 على الرابط :

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?serial=1454967&eid=14925>

**2/ إمكانية الاتصال :** هناك اختياريين وهما من يستطيع إرسال الرسائل للمستخدم ومن يستطيع إرسال طلبات الصداقة له، وفي طلبات الصداقة يقوم باختيار إما العامة أو أصدقاء الأصدقاء وإما عن إرسال الرسائل، فيقوم المستخدم باختيار إما "تصفية أساسية" وهنا يتلقى الرسائل من الأصدقاء والرسائل من العامة، أو تصفية صارمة وهنا يتلقاها من الأصدقاء فقط

**3/ منع المضايقة من طرف الأشخاص :** وهنا تقوم بحظر من يضايقك أو تريد تجاهله تماماً، فقد تقوم بكتابة اسمه أو بريده الإلكتروني ثم تقوم بالضغط على حظر.

**4/ إعادة توجيه الرسائل :** خاصية مميزة يمكن من خلالها إعادة توجيه المحادثة بين المستخدم وبين أحد أصدقائه إلى صديق آخر، فبدلاً من أن يقوم بنسخ الرسائل ولصقها إلى صديقه يقوم بإعادة توجيه المحادثة إليه بسهولة وهذه الخاصية مميزة في حالة إذا أراد أن يجعل صديق له أن يرى محادثة بينه وبين صديق آخر ويمكنه أيضاً اختيار أي جزئ من المحادثة لكي لا يتم الإرسال كاملاً<sup>1</sup>.

**5/ الظهور أون لاين أو أوف لاين :** ميزة تضيفي خصوصية مؤقتة للمستخدمين وذلك من خلال رغبة المستخدم التحدث والردشة مع شخص واحد أو عدة أشخاص وقد يرغب في عدم رؤية الآخرين لهم في حالة الوجود أو النشاط أو المتواجد في الدردشة لتجنب الحديث إليهم، وتتم هذه العملية عن طريق الضغط على الإعدادات المتقدمة ثم القيام باختيار قائمة الأصدقاء الذي يريد الظهور لهم في حالة الحضور أو الغياب<sup>2</sup>.

**6/ عدم مشاركة الصور دون علم المستخدم :** كثيراً ما تنتشر صور للمستخدمين في أرجاء الموقع يتم مشاركتها من طرف الأصدقاء دون علمهم، وقد طورت إدارة الموقع خدمة تمنع ذلك بشكل مباشر، أي طلب الموافقة أولاً قبل تفعيل تلك الخطوة التي يقوم بها الأصدقاء.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه .

<sup>2</sup> - المرجع نفسه .



**7/ التحكم في المنشورات المشار فيها المستخدم :** يمكنك التحكم في المنشورات التي يتم الإشارة فيها للمستخدم فيمكن اختيار القيام بالموافقة عليها قبل السماح بالإشارة فيها، فغالبا يكون هناك أشخاص مزعجون في حسابك ويقومون في الإشارة له في كل صورة أو في كل منشور ولكن مع هذه الخاصية لن يتم السماح لهم بذلك إلا بعد موافقة المستخدم .

**8/ إخفاء منشورات شخص معين من حساب المستخدم :** في حالة وجود شخص مزعج يقوم بنشر العديد من المواد المزعجة والمضايقة، لكن المستخدم لا يريد حذفه يلجأ إلى هذه الميزة لتمكنه من إخفاء منشورات هذا الشخص لمزعج وإظهار المنشورات المهمة فقط أو اختيار أن إظهار الصور أو التحديثات فقط، فيمكن إخفاء ما يريد أو منع ظهور تحديثات منه إطلاقاً .

**9/ نشر تحديث حالة فارغة :** الجميع يريد المرح لذلك يمكن نشر تحديث حالة بدون كتابة أي شيء ، تحديث حالة فارغة و ذلك يتم بنسخ الرمز بالأسفل ولصقه داخل تحديث الحالة ثم النشر لتظهر الحالة فارغة تماما<sup>1</sup> .

**10/ معرفة طلبات الصداقة التي قمت بإرسالها ولم يتم قبولها :** هذه الطريقة تعتمد على تحميل أرشيف حساب الفيسبوك الخاص بالمستخدمين بسهولة ثم الاطلاع على طلبات الصداقة التي قاموا بإرسالها جميعاً طلبات الصداقة التي تلقوها ومعرفة ذلك يتم الدخول إلى إعدادات الحساب ثم الضغط على تنزيل نسخة عن البيانات، ليليها الضغط على الأرشيف الموسع بعد ذلك يتطلب إدخال رمز الدخول، وبعد مدة من الزمن سوف يتم إرسال رسالة على البريد الإلكتروني تحمل رابط تحميل الأرشيف، وبعد تشغيله يتم الضغط على طلبات الصداقة المتعلقة لتظهر كل طلبات الصداقة التي قاموا بإرسالها ولم يتم قبولها وأيضا طلبات الصداقة التي وردت إليهم ولم يقبلوها ثم اللغات طلب الصداقة بسهولة .

<sup>1</sup> - وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الخرطوم، 2010، ص ص 13-14.

**11/ متابعة الصفحات التي تجذبك:** يتواجد على موقع الفيسبوك مئات آلاف من الصفحات التي يقوم مستخدمو هذا الموقع بالإعجاب بها لكن بسبب كثرتها يستحيل تصفحها والتفاعل معها وبالتالي لا يمكن معرفة مضمونها، هذه الخاصية الجديدة تتيح تخصيص عدد من الصفحات حول موضوع معين تحت قائمة معينة ليتم استدعائها فيما بعد وتصفح المواضيع التي طرحت في هذا الجانب من الاهتمامات .

**12/ إظهار الجزء المطلوب من الصورة:** أحيانا يجد المستخدم الجزء الظاهر من الصورة لا يكشف عن معناها ولا يبين عمقها أو حتى مضمونها، ويمكن التحكم في الجزء الذي يريد أن يظهره للأصدقاء وذلك عن طريق الضغط على علامة القلم أعلى الصورة الموجودة على صفحة الحساب الشخصي، ثم التحكم للجزء الظاهر عبر السحب والتحرك .

**13/ إخفاء الصور عن بعض الأشخاص:** كثيرا ما تجد المستخدمين يقومون بتحميل ورفع صور معينة على صفحاتهم الشخصية لكن لا يريدون لجميع الأصدقاء رؤيتها، وقد تم تطوير خدمة تسمح بذلك بحيث يقوم صاحب الحساب بالدخول إلى الألبوم المراد إخفاؤه عن العامة أو عن أشخاص يعينهم، ثم يقوم بالضغط على الألبوم ثم أيقونة الإخفاء وذلك بعد تحديد الأشخاص اللذين يريد إظهارها لهم من عدمها<sup>1</sup>.

**14/ تعديل المعلومات الشخصية:** تسمح بتعديل وتغيير البيانات الخاصة بصاحب الحساب والتحكم بإظهارها بالنسبة لأصدقاء أو أي شخص فمثلا عن تحديد العامة سوف يظهر الألبوم لكل الناس، في حين اختيار خاصية مخصصة سوف تقوم بتحديد أشخاص يظهر لهم وأشخاص لا يظهر لهم، إضافة إلى إمكانية اختيار أي قائمة أصدقاء<sup>2</sup>.

**المطلب الخامس: واقع استخدام الفيسبوك في الجزائر .**

- نانسي متولي ، أهم خصائص الفيسبوك الجديدة ، مرجع سبق ذكره .  
- المرجع نفسه .

يعتبر موقع الفيسبوك أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعياً فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء .

يبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك في العالم إلى غاية نهاية 2017 حوالي 2 مليار مستخدم وتبين الإحصائيات أنه 45% من سكان العالم يمتلكون حساباً في الفيسبوك، يدخل حوالي 60% منهم يومياً يتصفح موقع الفيسبوك حسب الهواية العالمية "أليسكا" المتخصصة في رصد انتشار وتوسع المواقع عبر الشبكة العنكبوتية، فإن شبكة قوقل كانت تحتل المرتبة الأولى في الجزائر من حيث الإقبال، إلا أن شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك تمكنت من إزاحتها لتحتل محلها وبالتالي تبقى من أكثر المواقع إقبالا في الجزائر .

وحسب "أليسكا" فإن عدد الجزائريين الذين يمتلكون حساباً في الفيسبوك وصل مع شهر مارس 2017 إلى أكثر من 16 مليون مستخدم<sup>1</sup>.

يلاحظ مراقبون لنشاطات الجزائريين خاصة الشباب منهم على شبكة الفيسبوك أن الصفحات الاجتماعية والرياضية تأتي في مقدمة اهتمامات الجزائريين، ورغم قلة صفحات الفيسبوك المهتم بالسياسة إلى أنه يوجد هناك عدد من الصفحات النشطة في مجال ولكنها تبقى محدودة العدد وتأثير، ويؤكد العديد من الشباب أن الصفحات السياسية أصبحت تستقطب كل يوم المزيد من الرواد، وأصبح دور الفيسبوك في خلق الحوار السياسي أكثر عمقا مما كان في السنوات السابقة رغم الانفتاح الإعلامي في الجزائر لكن سيطرة السلطة على قطاع الإعلام أدى إلى اعتبار هذه الشبكات البديل الإعلامي المتاح لفتح أبواب التفاعل والنقاش أمام الشباب والكشف الكثير من القضايا والملفات التي لا يزال مسكوت عنها .

يعتبر الفيسبوك أحد أهم الفضاءات لنشاط بعض الأفراد والجماعات المقصية من العمل السياسي والاجتماعي في الساحة الجزائرية، وهذا بالتواصل مع جمهور عريض للتعبير عن آرائهم ومواقفهم من الأحداث السياسية الجارية

<sup>1</sup> - مصطفى صادق , الإعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات ، مرجع سبق ذكره ، ص 33.

بالجزائر، وكان المختص في علم الاجتماع الأستاذ "حنطابلي" قد فسر ارتفاع نسبة إقبال الشباب على الفيسبوك بالغلق الموجود في الفضاءات الاجتماعية الأخرى ، حيث أن الشباب الذي يبحث عن الفعل والتأثير وجد هذا الموقع فضاء جديدا يرى من خلاله أنه يمكن التأثير في محيطه إذ أصبح موقع الفيسبوك منبرا واسعا للنقاش والتواصل بين ملايين الأشخاص داخل وخارج الوطن حول مختلف القضايا والأحداث السياسية على غرار تشريعات 2017، حيث أضحى الفيسبوك ملاذا مهما لتوصيل الآراء والمواقف وتقليص المسافات والوقت من أجل ترك الأثر وتوسيع الرؤى حول ما يجري من أحداث<sup>1</sup>.

### خلاصة الفصل:

لقد بات واضحا اليوم أن شبكات التواصل الاجتماعي مواقع عملاقة للتواصل ، تقدم مجموعة كبيرة ومتنوعة من الخدمات والمزايا كما تعد منبرا ل طرح الأفكار والإبداع لشريحة كبيرة من المجتمع ، حيث أصبح موقع الفيسبوك يقوم بدور مهم في اكتساب العادات والسلوكيات حيث أتاح للطلاب الجامعيين إنشاء مجموعات عبره ، كم أنه يعتبر سلاح ذو حدين يمكن أن يكون مفيد للطلبة إذ أدركوا كيفية استثماره بشكل أمثل .

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ، ص 34.



# الفصل الثاني

المشاركة السياسية و الشباب

## تمهيد :

تعد المشاركة السياسية من المرتكزات الأساسية لنظام الديمقراطي باعتبارها مؤشرا لسيادة قيم الحرية والعدالة والمساواة في المجتمع وعليه فهي معيار لتقييم فعالية النظام السياسي والمجتمع الموجود فيه، فهي أحد الأبعاد الهام لتحديد السلوك الانتخابي للإفراد ذلك باعتماد على مختلف وسائل الإعلام الجديدة وعلى رأسها الفايسبوك الذي أضحى المحرق الأساسي لنقل التوجهات النخب السياسية .

## المبحث الأول :المشاركة السياسية.

## المطلب الأول : مفهوم المشاركة السياسية :

قبل التطرق لمفهوم المشاركة السياسية يقتضي بنا تحديد أو توضيح مفهوم المشاركة بصفة عامة تمهيدا لمفهوم المشاركة السياسية، فعملية المشاركة هي عبارة عن جهود مشتركة للأفراد والجماعات لتحقيق الحاجات الضرورية إلى أنها تختلف في أسس وأسباب اشتراك هذه الجهود، ويمكننا تحديد معنى المشاركة بأنها منح المواطنين فرص متساوية لتحديد طبيعة نظام الحكم والمساهمة في تقرير مصير بلادهم سياسيا واقتصاديا واجتماعيا<sup>1</sup> .

أما مفهوم المشاركة السياسية بصفة خاصة قد ينحصر هذا في أنها هي أساس الديمقراطية من خلال اتساع الاقتراع الشامل وامتداده بدرجات مختلفة من دولة إلى أخرى لكل أفراد المجتمع<sup>2</sup> . وتقتصر المشاركة السياسية على الأنشطة

<sup>1</sup> - شريفة ما شطي، المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، (سبتمبر 2010)، ص 143.  
<sup>2</sup> - السيدة عليوة ومنى حمود، "المشاركة السياسية" موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، القاهرة ، 2008، ص 05.

الهادفة للتأثير في صنع القرارات الحكومية أي أنها أنشطة موجهة للتعامل والتأثير في السلطات العامة التي تمتلك القرار الشرعي النهائي للتخصيص السلطوي للقيم في المجتمع<sup>1</sup>.

يرى جون جاك روسو أن المشاركة السياسية هي القدرة على مزاوله السياسية أو ممارستها وهذه المقاربة تقسي من المشاركة السياسية أولئك الأفراد الذين لا يملكون القدرة على مزاوله السيادة وهذا المفهوم يسعى لتطبيق التقليد الذي عرفته الدولة اليونانية المتمثل في ضرورة اشتراك "فاعل" في الشؤون العامة بما يعني أن المشاركة السياسية محاطة بشروط لا تتوفر عند جميع أفراد المجتمع<sup>2</sup>.

كما يترتب عن المشاركة السياسية معرفة المواطنين بالعملية السياسية وما تقوم به الحكومة ويعد أحيانا عدم المشاركة دليل على الرضا من قبل المواطنين، فالمواطن الذي لديه فرصة لإحداث تأثير على قرار ما ولا يقوم باستغلال تلك الفرصة إما أن يكون غير مبالي بالنتائج المترتبة على هذا القرار أو أن يكون شاعرا بالرضا أو أن يكون مدركا أن مشاركته لن يكون لها تأثير بسبب وجود نوع من العجز العام أو الشعور بالإهمال والتجاهل من قبل الحكومة<sup>3</sup>. وبالتالي المشاركة السياسية مبدأ ديمقراطي من أهم مبادئ الدولة الوطنية الحديثة مبدأ يمكن أن نميز بضوئه الأنظمة الوطنية الديمقراطية التي تقوم على المساواة في الحقوق والواجبات من الأنظمة الاستبدادية، الشمولية أو التسلطية التي تقوم على الاحتقار<sup>4</sup>.

### المطلب الثاني : أهمية وأهداف المشاركة السياسية .

<sup>1</sup> - بسيوني إبراهيم حمادة، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص 350.

<sup>2</sup> - الصورة والاتصال، مجلة علمية محكمة تعني بالدراسات الإعلامية والاتصالية، يصدرها مخبر الاتصال الجماهيري و سيميولوجيا الأنظمة البصرية، جامعة وهران، العددان 5 و6، مكتبة الرشد للنشر، الجزائر، (سبتمبر 2013)، ص 113.

<sup>3</sup> - شيماء ذو الفقار زغيب، الاتصال السياسي: قضايا وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2015، ص 255.

<sup>4</sup> - إبراهيم أبراش، علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر، عمان، 1998، ص 235.



تختلف المشاركة السياسية عن أنواع الأنشطة السياسية الأخرى من حيث الهدف والفائدة من النشاط ويوضح مفهوم "سيدني فاربا نورمان" أن المشاركة السياسية تتعلق بالأنظمة التي يقوم باه المواطنون بهدف التأثير على اختيارات الأشخاص في الحكومة أو النشاط للذين يقومون به، في حين تشير "ماري تيريز" إلى أن أهداف المشاركة السياسية هي أن يكون للإنسان موقف معين يقوم بعمل ما، وأن يصبح الإنسان المشارك هو جزئ في الجماعة تعكس رغبة الآخرين، حيث يجد الفرد نفسه يقتسم مع غيره المسؤولية وهناك أهمية للمعرفة والعلم والوعي فغالبا ما تكون هناك فكرة أو عدة أفكار تجذبه للعمل مع غيره أما "كون واي" فقد ذكر عن المشاركة السياسية بأنها أنشطة المواطنين الذين يهدفون للتأثير على هيكل الحكومة أو اختيار السلطات الحكومية وقد تكون هذه الأنشطة مدعمة للسياسات والسلطات والهياكل المتاحة، أو أنها تهدف إلى تغيير بعض أو كل السياسات والسلطات أو الهياكل<sup>1</sup>.

كما أن المشاركة السياسية تتيح للمواطن معرفة المشاكل و طرق تطبيقها وعرض حلولها وتقديم برامج لذلك، ومن هنا تصبح آمال للاستقرار السياسي المتخذ نتيجة الاشتراك المواطن فيه فالمشاركة السياسية هي أبسط حقوق المواطنة حيث تمنح للفرد فرصة القيام بدوره في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية بقصد تحقيق أهداف التنمية الشاملة، وبالتالي تصبح مفتاح للتعاون والبناء بين المواطنين والمؤسسات الحكومية وقناة الاتصال تدعم التوجه الديمقراطي، كما تعتبر المشاركة السياسية إضفاء المصادقية وشرعية النظام والهيئات الحكومية وسياجا أمنا للديمقراطية، وذلك من خلال تكريس حق المواطنين بالتعبير عن آرائهم حول المسائل الوطنية كما أن المشاركة

<sup>1</sup> - نعمان بوقيداح , مداخلة بعنوان : التعددية والمشاركة السياسية من منظور الأحزاب الإسلامية في الجزائر، ملتقى دولي حول المجتمع المدني والتنمية السياسية في الجزائر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالم، 2013/2014، ص 11.

من شأنها أن تبعد الحكومة عن حالة الانغلاق وتفتح أمامها مجالا واسعا للعمل الجماعي الذي لا تكون فيه الحكومة طرف الوحيد المعبر عن سياسة الأمر والنهي وانجاز الأهداف<sup>1</sup>.

- كما يمكن أن نحصر أهداف المشاركة السياسية في النقاط التالية :

- تنمية هوية الفرد المستقلة ، تطوير قدراته ومدرجاته الخاصة ، المشاركة في صنع الأحداث واتخاذ القرارات ، نقل الثقافة السياسية السائدة في المجتمع من جيل إلى جيل ، تهيئة المناخ الملائم لصياغة القرار أو تطوير الثقافة السياسية الجديدة ، ترسيخ مبادئ الديمقراطية في السلوك العادي<sup>2</sup>.

- يمكن حصر أهمية المشاركة السياسية في نقطتين :

أ- تعد هذه العملية بشكلها الفردي أو الجماعي أداة إستراتيجية لتغذية الحياة السياسية داخل الدولة حيث تعني بضمن الاتصال بين الحاكم والمحكوم فهي بمثابة المدخلات الأساسية الذي يسعى إلى تحويلها إلى مخرجات مرضية تسمح باستمرار وجوه بطريقة سليمة ومقبولة<sup>3</sup>

ب- المشاركة السياسية آلية ضرورية لإرساء دعائم الديمقراطية، فهي تعبر عن مطالب الشعب وأرائه باعتباره المصدر الرئيسي للسلطة والسيادة داخل الدولة كما تتمكن من تحصيل حقوقه وتحقيق مصالحه، فيصبح بذلك الحاكم الحقيقي والمسير الرئيسي لشؤون حياته وهذا هو المشكل الذي تقوم عليه الدولة المدنية الحديثة<sup>4</sup>.

المطلب الثالث : خصائص ومراحل المشاركة السياسية.

<sup>1</sup> - لعجال محمد لمين ، إشكالية المشاركة السياسية وثقافة السلم، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة بسكرة، العدد 12، 2011 ص 12.

<sup>2</sup> - يحيوي هادية ، المشاركة السياسية للمرأة ، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 9، 2011، ص 18.

<sup>3</sup> - هبة عمر عبد العزيز ، قياس المشاركة السياسية للشباب ، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 2، 2009، ص 23.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه ، ص 23.

أ- الخصائص المشاركة السياسية : تعني المشاركة إعطاء المواطنين الفرص المتكافئة لصياغة شكل الحكم والإسهام في تقرير المصير دولتهم على النحو الذي يريدونه ومن هنا تتسم المشاركة السياسية بمجموعة من السمات والخصائص الهامة تتمثل فيما يلي :

1- **الفعل " Action "** ويقصد به الحركة الفعالة والأنشطة الايجابية للجماهير لتحقيق هدف أو عدة أهداف معينة.

2- **التطوع: "Voluntari"** ويقصد به قيام المواطنين بعملية المشاركة طوعا واختيارا وتقديرا منهم للمسؤولية التي يجب أن يتحملونها إزاء قضايا المجتمع<sup>1</sup>.

3- **الاختيار "choice"** ويعني به إعطاء الحق للمشاركين في تقديم المساندة للعمل السياسي والقادة السياسيين في حالة تعارض العمل السياسي والجهود الحكومية مع مصالحهم وأهدافهم المشروع<sup>2</sup>.

- كما أشار بعض المفكرين إلى خصائص أخرى للمشاركة السياسية نذكر منها:

1- المشاركة سلوك تطوعي ونشاط إداري حيث يقوم المواطنون بتقديم جهودهم التطوعية لشعورهم بالمسؤولية لتفاعلهم مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع<sup>3</sup>.

2- المشاركة سلوك ايجابي واقعي بمعنى أنها تترجم إلى أعمال فعلية وتطبيقية وتتصل بحياة واقع الجماهيري ليست فكرة مجردة تخلق في الأجواء ولا تهبط إلى مستوى التنفيذ .

<sup>1</sup>- داوود الباز، حق المشاركة في الحياة السياسية "دراسة تحليلية" 26 من الدستور المصري مقارنة مع الدستور الفرنسي"، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية ، 2006، ص 16 .

<sup>2</sup>- المرجع نفسه ، ص 16 .

<sup>3</sup>- عبد العزيز إبراهيم عيسى ، محمد جاب الله عمارة ، السياسية بين النمذجة والمحاكاة ،المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية ، 2004،ص. 184.

**3-** المشاركة سلوك مكتسب فهي ليست سلوك فطري يولد مع الإنسان أو يرثه، وإنما هي عملية مكتسبة

يتعلمها الفرد أثناء حياته وخلال تفاعلاته مع الأفراد والمؤسسات الموجودة في المجتمع<sup>1</sup>.

**4-** المشاركة عملية اجتماعية شاملة ومتكاملة .

**5-** لا تقتصر المشاركة على مجال أو نشاط واسع من أنشطة الحياة بل أن للمشاركة مجالات متعددة اقتصادية

واجتماعية وسياسية .

**6-** المشاركة الجماهيرية لا تقتصر على مكان محدد ولا تتقيد بمحدود جغرافية معينة قد تكون على نطاق محلي أو

إقليمي أو قومي .

**7-** المشاركة حق وواجب في أنن واحد فهي حق لكل فرد من أفراد المجتمع<sup>2</sup>.

#### ب- المراحل المشاركة السياسية :

**1- الاهتمام السياسي :** ويندرج هذا الاهتمام من مجرد اهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة وعلى فترات

مختلفة قد تطول أو تقتصر، بالإضافة إلى متابعة الأحداث السياسية حيث يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في

المناقشات السياسية مع أفراد عائلاتهم أو بين زملائهم في العمل، وتزداد وقت الأزمات أو أثناء الحملات

الانتخابية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>- بن قفة سعاد , المشاركة السياسية في الجزائر، أليات التقنين الأسري نموذجاً : 1962-2005، أطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011/2012، ص 84.

<sup>2</sup>- رشا عادل لطفي , إذاعات الانترنت والاتصال السياسي، الطبعة الأولى ، دار العلوم والإيمان للنشر والتوزيع دسوق، 2015، ص 92.

<sup>3</sup>- أحمد سعيد تاج الدين، الشباب والمشاركة السياسية ، ترجمة المادة الأجنبية بشرى عبد الحميد ، إخراج الفني أشرف أبو النيل، أحمد سعيد، ص 80.

**2- المعرفة السياسية :** والمقصود هنا هو المعرفة بالشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع على المستوى المحلي والقومي مثل الأعضاء المجلس المحلي أو أعضاء المجلس الشعب والشورى بالدائرة والشخصيات القومية كالوزراء<sup>1</sup> .

**3- التصويت السياسي :** ويتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والساندة المادية من خلال تمويل الحملات ومساعدة المرشحين والمشاركة بالتصويت .

**4- المطالب السياسية :** وتمثل بالاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوي والالتماسات والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية<sup>2</sup> .

**المطلب الرابع : أشكال ومستويات المشاركة السياسية .**

بما أن المشاركة السياسية هي اهتمام أو انشغال المواطن بالمسائل السياسية داخل نطاق مجتمعه سواء كان هذا الانشغال عن طريق التأييد أو الرفض أو المقاومة أو التظاهر، فإن المشاركة السياسية تتخذ أشكالاً مختلفة وفقاً لكل نمط سياسي وكل نسق يتضمن العديد من الأدوار التي يؤديها الأفراد داخل نسق، كهذا الذي تتوقف دوره على الإلقاء بصوته وهناك السياسي المحترف وأعضاء الحزب النشطاء<sup>3</sup> .

**أ- أشكال المشاركة السياسية:**

على العموم يمكن أن نميز بين شكلين من المشاركة السياسية:

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ، ص 82.

<sup>2</sup> - مصطفى عبد القادر، الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 2004 ، ص 67.

<sup>3</sup> - عاطف أحمد فؤاد، علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، 1995 ، ص 56.

**1- المشاركة السياسية الرسمية:** فمن المعروف أن الرسميين وأصحاب المناصب هم اللذين يقومون بها من واقع الحفاظ على مصالحهم من خلال تحقيق الدوام والاستمرار والاستقرار للنسق اللذين يهيمنون عليه واللذين يمتلكون الحق في اتخاذ أو صنع القرار السياسي الذي يؤثر على المجتمع ككل حيث يشكل هؤلاء المستوى الأول من المشاركة السياسية الرسمية<sup>1</sup>. ثم نجد البيروقراطيون الكبار ويؤتون في المستوى الثاني من المشاركة السياسية.

**2- المشاركة السياسية الغير رسمية:** وتتكون من الأحزاب السياسية خارج السلطة وجماعات الضغط المعولة والأقليات وهم يمثلون المعارضة في أي نسق سياسي، ويمثلها فواعل وأطراف تقوم بالدور الغير رسمي من خلال مشاركتهم في رسم السياسة العامة، وقد تم تسميتهم بغير الرسميين على الرغم من أهمية الدور الذي يلعبونه في مختلف الظروف لكونهم لا يشاركون بصفة رسمية أي أنهم لا يتمتعون بسلطة قانونية تعطيهم الحق في صنع قرارات ملزمة<sup>2</sup>.

ويقسم إبراهيم أبراش أشكال المشاركة السياسية إلى ثلاث مستويات:

✓ **مشاركة منظمة:** تكون في إطار المؤسسات أو التنظيمات القائمة وتشكل حلقة الوصل بين المواطنين والنظام السياسي عن طريق أجهزة تقوم بمهمة جمع ودمج المطالب الفردية معبر عنها، وتحولها إلى اختيارات سياسية عامة في إطار برامج محددة.

✓ **مشاركة مستقلة:** يقوم بها المواطن بصفة فردية بحيث تكون له حرية مطلقة في تحديد نوع مشاركته ودرجتها، ويكون مخيرا في أن يشارك أو لا يشارك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - إسماعيل علي سعد، مبادئ علم السياسة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004، ص 358.

<sup>2</sup> - سامية خضر صالح، المشاركة السياسية والديمقراطية، 2005، ص ص 28-29.

<sup>3</sup> - سوسن زهري شاهين، المشاركة السياسية في فلسطين، دنيا الوطن، 16-03-2018، [http:// pulpit.alwalon Voice. Com/ articles /2010-09-25/210273. html](http://pulpit.alwalon Voice. Com/ articles /2010-09-25/210273. html).

✓ مشاركة ظرفية: تتم في المناسبات والنظم والأشخاص غير النشطين وغير المتورطين سياسيا من الجمهور أي عامة الناس، تتجلى مظاهرها في التصويت في الانتخابات والاستفتاءات<sup>1</sup>.

#### ب- مستويات المشاركة السياسية:

المشاركة السياسية تعبر عن انشغال الأفراد بالمسائل السياسية خارج أو داخل المجتمع سواء عن طريق التصويت في الانتخابات أو نقد المناصب السياسية أو عضوية الأحزاب أو الترشح للمناصب العامة ويمكن الإشارة إلى أن المشاركة السياسية لها مستويات عديدة.

إن التصويت في الانتخابات هو أبرز مستويات المشاركة السياسية كمشاركة غالبية السكان في الانتخابات، ويفسر البعض من الباحثين على أنه يكمن دور الانتخاب في إظهار العلاقة بين الأفراد والنظام السياسي حيث من خلال التصويت يحدث نوع من التبادل بين الأفراد والحكومات المنتخبة عن طريق التأثير في عملية صنع القرار<sup>2</sup> ومن هنا نميز أربع مستويات للمشاركة السياسية:

- **المستوى الأول:** المشاركة السياسية من وجهة نظر الأنظمة التقليدية يمثلها كل من المناصب السياسية العليا اللذين يملكون صنع القرار السياسي الذي يؤثر في المجتمع وعلاقته الخارجية.
- **المستوى الثاني:** يتكون من أولئك الذين هم خارج السلطة والباحثين إلى جانب صغار الموظفين فهؤلاء قد لا يستعطون التأثير في عملية صنع القرار عن طريق ما يملكون من قوى تؤثر على النسق السياسي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه .

<sup>2</sup> - ناجي عبد النور، المدخل إلى علم السياسة، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 128.

<sup>3</sup> - الأسود شعبان الطاهر، علم الاجتماع السياسي، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1999، ص 177.

■ **المستوى الثالث:** هو الذي يتكون من أعضاء التنظيمات السياسية أي أولئك اللذين يدعون الدفاع عن المصلحة العامة بمشاركتهم بالمؤتمرات واللقاءات الرسمية والغير الرسمية ثم يلي ذلك من لهم الحق بالإدلاء بأصواتهم في الانتخابات ثم يلي بعد ذلك العابثون سياسياً<sup>1</sup>.

■ **المستوى الرابع:** المتطرفون سياسياً وهم أولئك الذين يعملون خارج الأطر الشرعية القائمة ويلجئون إلى العنف، والفرد الذي يشعر بعداء اتجاه المجتمع بصفة عامة أو اتجاه النظام السياسي بصفة خاصة إما أن ينسحب من كل أشكال المشاركة أي اللامبالاة وإما أن يتجه إلى مشاركة تتسم بالعنف وهذا الأمر مرفوض في إطار الديمقراطية واحترام الرأي والرأي الآخر والدفاع عن حقه في الدفاع عن رأيك<sup>2</sup>.

#### المطلب الخامس: قنوات المشاركة السياسية.

تمثل المؤسسات السياسية القنوات التي تمكن المواطنين من المشاركة في عملية صنع السياسات العامة والقرارات السياسية أو التأثير فيها، وتعود أهميتها إلى أن الديمقراطية السليمة تعتمد بدرجة كبيرة على قوة المؤسسات التي تقف بين الحكومة و المواطنين وتدافع عن حقوقهم في عملية الدفاع عن مصالح المؤسسة<sup>3</sup>

1- المشاركة السياسية عن طريق الأحزاب السياسية: يرى كل من "فيربا" و"بالتز" و"حسن سميع" أن الأحزاب السياسية من أهم مستويات المشاركة السياسية، حيث تعتبر هذه المشاركة من ركائز الأنظمة الديمقراطية ومن أهم المؤسسات السياسية التي تمنح النظام السياسي صبغة ديمقراطية وحجر الزاوية في تأثير وتفعيل المشاركة الشعبية السياسية، فالأحزاب السياسية هي شكل من أشكال المنظمات الاجتماعية وهو كذلك حسب تعريف "أتوني داوتر" مجموعة من الأشخاص يسعون للسيطرة على الحكم عن طريق الحصول على منصب في الانتخابات وتعمل

<sup>1</sup>- المرجع نفسه، ص 178.

<sup>2</sup>- محسن الندوي، مشاركة الشباب في الحياة السياسية ودورها في تحسين كرامة الإنسان، الحوار المتمدن، العدد 2597، 2018/03/26، ص 14:30.

<sup>3</sup>- مي عبد الله، الاتصال والديمقراطية، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية للنشر، بيروت، 2005، ص 278.



الأحزاب السياسية على توسيع النشاط السياسي والمشاركة الجماهيرية من خلال تنمية علاقاتها بالناخبين كما تعد حلقة وصل بين الحاكمين والمحكومين فان وجود الأحزاب السياسية هو مؤشر من مؤشرات الديمقراطية التشاركية الفعلية، تشترط أن يكون على أساس المنافسة السياسية السلمية مما يساهم في توعية الشعب وأداة لمراقبة أعمال الحكومة في هذا يمكن القول أن الأحزاب السياسية تقوم بتقديم الإطار الأكثر أهمية وملائمة لتحقيق المشاركة السياسية وعدم قصرها على فئة أو طبقة اجتماعية معينة خاصة مع اتساع وسائل الاتصال الجماهيري وانتشار التعليم".

2- المشاركة السياسية عن طريق الجماعات الضاغطة: ذلك عندما لا تكون القنوات الرسمية للمشاركة الفاعلة أو المؤثرة وقد وصفت بجماعات الضغط لأنها ببساطة تستخدم الضغط كوسيلة لحمل الحكومات على تلبية مطالبهم وعلى نحو مطالبة جماعات المجتمع الأخرى بمجموعة مطالب محددة ويتم ذلك من خلال التأثير على المؤسسات الحكومية.

وأيضا تعريف "روى مكريديس" "بأنها جماعات تجمعها مصلحة مشتركة دائمة أو مستقرة تناضل من أجل تعظيم مصالحها ومنافعها من خلال الضغط على الحكومة للحصول على المزايا والتنازلات والمساعدات وعلى الدعم المباشر وغير المباشر من قبل الحكومة"<sup>1</sup>

3- المشاركة السياسية عن طريق المجتمع المدني: لقد أصبح دور مؤسسات المجتمع المدني يمثل أساسا مهما في المشاركة السياسية للمجتمع في تحديد أهدافه وتنصيب البرامج التنموية، ومن هنا يتجلى دور مؤسسات المجتمع المدني باعتباره قناة لكل فرد أو مجموعة أو شريحة تربطهم مصلحة أو هدف، يمكن من خلال هذه التنظيمات أن

<sup>1</sup>-جريري زكريا، المشاركة السياسية للمرأة ودورها في محاولة تكريس الديمقراطية التشاركية، الجزائر نموذجا، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، (2010-2011)، ص ص 26-27.

يشاركوا باتخاذ القرارات الهامة وتنفيذها وتقييمها على اعتبار أنهم جزء لا يمكن تجاهله في المجتمع ويأتي دور مؤسسات المجتمع المدني في تحقيق المشاركة السياسية من خلال التوعية بعمليات المشاركة وكذا الطرق الواجب إتباعها، وتلعب مؤسسات المجتمع المدني دورا مهما في ترويح ثقافة المشاركة في الانتخابات<sup>1</sup>.

**4- المشاركة السياسية عن طريق الإعلام:** إن لوسائل الإعلام قدرة مهمة في تشكيل المدركات السياسية للأفراد من خلال تزويدهم بمعلومات عن الشؤون والقضايا السياسية وتركيز إدراكهم لأهمية القضايا وفقا لما تقدم من مضامين في تفسير وتحليل للأحداث وترتيب أولويتها ولقد تعددت التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات على التطور السياسي والديمقراطي وأهم هذه التأثيرات الخاصة بثورة المعلومات والاتصالات على التطور السياسي: نشر الوعي السياسي بين المواطنين، تدعيم دور المعارضة السياسية، تدعيم دور القطاع الخاص، يتركز دور الإعلام في تمكين المواطن من فهم ما يجري محليا وإقليميا ودوليا، وتنمية قدراته للمشاركة السياسية واعتبارها حق وواجب للمواطنة<sup>2</sup>.

المبحث الثاني: السلوك الانتخابي ودور موقع الفيسبوك في تكوينه .

### المطلب الأول: تعريف السلوك الانتخابي

يشكل السلوك الانتخابي جزء من السلوك السياسي العام للفرد، ويقصد بهذا الأخير مجموع النشاطات العملية لدى الأطراف الاجتماعية والتي ترتبط بفكرة المشاركة السياسية، أي التي تحدث تأثير في طريقة الحكم الجماعية وعليه يتشابه مفهوم السلوك الانتخابي مع السلوك السياسي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمد صالح، دور جماعات الضغط في صناعة القرار السياسي في الوم.أ، الحوار المتمدن، العدد 3555، 2017/03/11،

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=311313>.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - طلاب الفرقة الرابعة- انتظام- مجموعة31، اتجاهات الشباب نحو السلوك الانتخابي في برلمان2015، مكنتات نور الهدى،

ويقصد بالسلوك الانتخابي هو عملية التصويت والاتجاهات المختلفة أثناءها وهو وسيلة لتقرير الاتفاق العام والمحافظة عليه في المجتمعات الديمقراطية، ويلاحظ من خلال هذا التعريف أن السلوك الانتخابي هو قرار يتخذه الناخب في مناسبة انتخابية ما، وتكون هذه القرارات انعكاس للمواقف السياسية التي يمتلكها متأثرا بالظروف المحيطة به وعليه نصل إلى تعريف السلوك الانتخابي على أنه كل أشكال التصرف أو الأفعال وردود الأفعال التي يظهرها المواطن في موعد انتخابي معين نتيجة تأثره أو عدم تأثره بمجموعة من العوامل والمتغيرات النفسية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية والسياسية والتنظيمية وحتى الحضارية<sup>1</sup>.

ويعطي كل من علماء الاجتماع وعلماء السياسة اهتماما خاصا لدراسة السلوك الانتخابي بوصفه الجزء الأهم في السلوك السياسي، لأنه العملية التصويت تعتبر طريقة هامة وخطيرة في تأثيرها على العمليات السياسية، ويظهر السلوك الانتخابي للشباب على الأقل في ثلاث صور أساسية:

- الترشح واحتلال مكانة مناسبة في القوائم الانتخابية.
  - المشاركة في التصويت وما تعلق بها من خطوات كالتسجيل في القوائم وامتلاك بطاقة الانتخاب.
- المشاركة في الحملات الانتخابية<sup>2</sup>.
- ويدل السلوك الانتخابي للأفراد على أنه محاولة لتحقيق مجموعة من المصالح الشخصية والجماعية وحتى المصلحة العامة، وهو معرض للتقلب والتغيير.

جامعة الفيوم، ص9.

<sup>1</sup> - فليب برو، علم الاجتماع السياسي، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2006، ص316.  
<sup>2</sup> - بوبكر جيملي، الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، قسنطينة، 2009-2010، ص ص 68-70.

ومن خلال ما سبق يتضح أن السلوك الانتخابي هو عبارة عن كافة أشكال التصرفات و الأفعال التي يبدئها الأفراد خلال الموعد الانتخابي ويحمل هذا السلوك دلالات متعددة ( سياسية، اجتماعية، نفسية، عقلية) وهو ما يعكس تعدد العوامل المتحكمة في هذا السلوك<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أهم نماذج السلوك الانتخابي.

**1- النموذج النفسي الاجتماعي:** ويعتمد في بحثه على دراسات الرأي العام كما يؤكد هذا النموذج أن انتماء الفرد الاجتماعي له تأثير كبير على سلوكياته الانتخابية ويدخل في نطاق هذا الانتماء، انتماء الفرد إلى المنظمات الاجتماعية، مثل انتماء الفرد إلى النقابة، وكذلك انتمائه إلى المجموعات الأولية أو الأساسية التي تتصف بعلاقتها الدائمة والمباشرة كانتماء الفرد إلى العائلة أو إلى مجموعة العمل ، يضاف إلى ذلك أن هذه المدرسة تأخذ بعين الاعتبار دورا كبيرا في التأثير على السلوك الانتخابية، إذ تم في الأربعينيات تطوير استبيان الرأي العام للتعرف على السلوك الانتخابي وقد استطاع "بول لازال سفيلد" وفريقه في الو م أ نشر دراسة عن تأثير الانتخابات الرئاسية الأمريكية التي أجريت عام 1940، وقد افترض أن التفضيل الأساسي للفرد يتحدد من خلال الاتجاه الاجتماعي النفسي والذي يشمل العوامل التالية:

أ- المركز الاجتماعي      ب- الديني      ج- مقر السكن .

وقد اتضح من الدراسة أن التصويت لصالح الجمهور بين قد ارتفع مع المستوى الاجتماعي وقد اختير ذلك النموذج فرضية عامة وهي ارتباط التصويت بالمستويات الاجتماعية، حيث ازداد لدى ذوي المكانة العالية ووصل إلى 71 % مقابل 31% للأفراد ذوي المستوى المنخفض في حين أن الحزب الديمقراطي شمل المستوى الأقل وقد

<sup>1</sup> - محمد السويدي, علم الاجتماع السياسي، ميدانية و قضائيه، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص 149.

خلصت الدراسة إلى أن هناك إطارا نموذجيا يمكن الرجوع إليه كما اتضح أن السلوك الانتخابي للأفراد يؤثر في انتماءاتهم المجتمعية ويستند ذلك النموذج على نظرية الخطة والتي تتعرض للتخطيط الذاتي لكل مرشح والانتماء الحزبي والشخصية.

بالنسبة إلى تأثير العامل النفسي فيركز هذا النموذج على الصفات الشخصية للفرد و تأثيرها على السلوك ولم يتوقف على هذا الحد وإنما تجاوزه إلى البحث عن السبب الذي يدفع الفرد إلى المشاركة السياسية وكيف يستقر تفصيله لحزب ما على آخر، ويبدو أن هذا التفضيل يعتمد على مجموعة من العوامل يحددها كل من " نيلسون بولسي " و "أرون ويلدا ورسكي" بالقول التالي: إن الناخب هو يعيش في محتوى اجتماعي مع والديه يتلقى منهم هوية اجتماعية تتضمن بداخلها محتوى سياسيا فالفرد يكون ديمقراطيا أو جمهوريا إذا كانت عائلته وعلاقتها تتصف بهذه الصفة وهكذا فكل فرد يحاول أن يتقاسم مع أصدقائه ومع عائلته بعض الصفات المحددة مثل الدخل ودرجة التعليم والإيمان الديني ومكان السكن... الخ فانه يحاول أن يتقاسم معهم أيضا الانتماء إلى حزب ما<sup>1</sup>.

## 2- النموذج الاقتصادي:

ينتمي هذا النموذج إلى "أنتوني داواناس" 1957 حيث يفترض أن يكون الناخب عقلانيا في أسلوب متوسط للوصول إلى الفائدة التي ستعود إليه من العرض المتقدم من السوق السياسي فالناخب تبعا للسوق للمدخل الاقتصادي يمتلك:

ب- البحث عن أقصى فائدة للمعادلة الحسابية.

أ- الاختيار الواعي

<sup>1</sup> - عبد الوهاب بن خليف, مدخل إلى علم السياسة، دار قرطبة للنشر، الجزائر، 2010، ص 55.

وللمزيد من التوضيح يمكن الاسترشاد بالتحليل الذي قام به 1971 حيث درس لمدة طويلة الانتخابات الأمريكية وبحيث ظروف المواطنين والتغيرات التي تظهر عليهم نتيجة التحولات الاقتصادية ثم اتجاهات التصويت لدى الناخبين واتضح بأنهم يدلون بأصواتهم لمن يعمل على تحسين ظروفهم وارتبطت اختياراتهم بتوجهات فردية واستمدت مسلمات ذلك النموذج من فرضيات الاتجاه الاقتصادي، وبخصوص هذا النموذج من خلال نظرية الاختيار العقلاني، قيام الأفراد بحساب التكاليف والفوائد الخاصة بالمشاركة السياسية ثم يكون الاختيار الذي يعطي أفضل فائدة<sup>1</sup>.

### 3- نموذج التفسير البيئي:

استعمل مفهوم البيئة في البداية في دراسات العلوم الطبيعية وعلوم الأحياء والمحيط الذي تعيش فيه الكائنات الحية وبعد ذلك استعمل هذا المفهوم في العلوم الاجتماعية ويقصد به الأنظمة الاجتماعية المختلفة التي يعيش فيها الإنسان مثل النظام الاجتماعي، النظام الاقتصادي، ونظام القيم وشبكة التفاعلات في مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، أما في علم السياسة فقد استعمل هذا المفهوم للإشارة إلى المحيط الاجتماعي والثقافي والمادي الموجود خارج النظام السياسي.

في مجال السلوك الانتخابي أول من استعمل هذا المفهوم هو " أندريه سيجفريد" الذي رأى أن التحليل الجغرافي للسلوك الإنساني يمكننا إلى الوصول إلى جذور السلوك الانتخابي للمواطن وذلك بالرجوع إلى انتمائه إلى التجمعات أو الوحدة الإقليمية التي يعيش فيها، وقد وضع هذا الباحث عدة علاقات ترابطية بين المزاج السياسي والجغرافية الإنسانية التي تؤثر على النمط الانتخابي .

<sup>1</sup> - المرجع نفسه ص 55 - 56.

وقد حاولت مدرسة التحليل البيئي أن تنطلق من مسلمة أن السلوك الانتخابي هو استجابة لرأي أو موقف لكن هذا الأخير يخضع لشروطين أساسيين يميزانه عن بقية المواقف وهما:

- الاستمرارية والاستقرار الجغرافي عبر فترة زمنية طويلة .
- الأولوية التفسيرية للخصائص الاجتماعية لتحليل الفئات الاجتماعية.

واستنادا على ذلك حاول نموذج التحليل الجغرافي المكاني للسلوك الانتخابي الإجابة عن التساؤل المحوري الآتي:

هل يفكر الفرد بحسب ما يكون أم بحسب أين ولد ويعيش؟ وقد وصل إلى نتيجة مفادها أن هناك علاقة بين الإنسان والبيئة التي يعيش فيها، حيث أن الرقعة الجغرافية للمجتمع وطبيعتها تحدد وتقولب سلوكه وعليه يفترض هذا النموذج أنه توجد علاقة ترابطية بين المحيط البيئي بكل أجزائه وسلوكياته الاجتماعية والسياسية للمواطنين وإدراك هذه العلاقة يكون بالاستناد إلى الحصيلة المعرفية التي يوفرها المحيط سواء المادي أو المعنوي في فهم الانتخاب<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: العوامل المتحكمة في السلوك الانتخابي.

التنشئة السياسية: "political socialization" هي عملية مستمرة ودائمة، وهناك منظمات عديدة تسهم في عملية التنشئة السياسية نذكر منها الأسرة والمدرسة والمهنة والخبرات السياسية، حيث تعمل على تكوين اتجاهات الأفراد السياسية التي تظل معهم طوال حياتهم<sup>2</sup>.

تتوقف مشاركة الفرد في الحياة السياسية جزئيا على كم ونوعية المنبهات السياسية، التي يتعرض لها غير أن مجرد التعرض للمنبه السياسي لا يكفي وحده لدفع الفرد إلى المشاركة السياسية إنما لابد أن يتوفر لديه قدر معقول من

<sup>1</sup> - يحي بن يمينه، السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع السياسي، 2013-2014

ص ص 58-59.

<sup>40</sup> - أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات السياسية والدولية، الطبعة الأولى، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1989، ص 112.

الاهتمام السياسي ، وهو ما يتوقف على نوعية خبرات تنشئته المبكرة . فالتجارب والخبرات التي تحدث في مرحلة الطفولة تلعب دورا هاما في تشكيل اتجاهات الأفراد وتوجيه سلوكهم الفعلي فيما بعد، ويستمر تأثير هذه التجارب والخبرات على الأفراد طوال سنوات المراهقة والنضج، ولما كانت التنشئة لا تقف عند المراحل الأولى من العمر بل إنها تحدث طوال حياة الفرد ، فانه يمكن القول : إن كل ما يتعلمه الفرد وما يمر به من خبرات وتجارب على مدى عمره من الطفولة وحتى الكهولة، يؤثر بدرجة كبيرة على مدى مشاركته السياسية<sup>1</sup>.

**الوعي السياسي:** هو مجموعة من القيم والاتجاهات والمبادئ السياسية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في أوضاع مجتمعه ومشكلاته يحللها ويحكم عليها ويحدد موقفه منها ويدفعه إلى التحرك من أجل تطويرها وتغييرها<sup>2</sup>.

**الثقافة السياسية:** يعتقد "غابرييل الموند / G. Almond" أحد رواد المدرسة الوظيفية في العلوم السياسية أن أي ثقافة من الثقافات تضم ثلاث جوانب، جانب معرفي يتعلق بمعارف المرء عن النظام السياسي ، وجانب شعوري يخص التعلق الشعوري بالقادة والمؤسسات، وجانب تقييمي يشكل الأحكام والآراء التقييمية عن الظواهر السياسية، ومنه يمكن تعريف الثقافة السياسية بأنها "مجموع ما يملكه الفرد من معارف عن النظام السياسي ومشاعر ايجابية أو سلبية نحو القادة ومؤسسات وأحكام تقييميه بشأن الظواهر والعمليات السياسية<sup>3</sup>.

**الحملة الانتخابية:** " Campagne èloetorale " عرف "دنيس ماكسويل" الحملة الانتخابية بأنها: جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الوهاب بن خليف, المدخل إلى علم السياسة، مرجع سبق ذكره ، ص 60.

<sup>2</sup> - علي خليل شقرة, الإعلام الجديد( شبكات التواصل الاجتماعي)، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، الأردن، 2014، ص 19.

<sup>3</sup> - عبد الوهاب بن خليف, مرجع سابق، ص 60.

<sup>4</sup> - عبو فوزية, المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرناسيات 2014مقاربة في الإعلام السياسي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، 2016-2017، ص63.



**النظام الانتخابي:** في مفهومها الأساسي تعمل النظم الانتخابية على ترجمة الأصوات التي يتم الإدلاء بها في الانتخابات إلى عدد المقاعد التي تفوز بها الأحزاب والمرشحوون المشاركون . أما المتغيرات الأساسية فتتمثل في المعادلة الانتخابية المستخدمة ( هل يتم استخدام إحدى نظم الأغلبية أو نسبية أو مختلطة، أو غيرها، وما هي المعادلة الحسابية التي تستخدم لاحتساب المقاعد المخصصة لكل فائز) . وبنيت ورقة الاقتراع (هل يصوت الناخب لمرشح واحد أو لقائمة حزبية، وهل بإمكانه التعبير عن خيار واحد أو مجموعة من الخيارات). بالإضافة إلى حجم الدائرة الانتخابية وهذا ما يتعلق بعدد الناخبين المقيمين ضمن حدود الدائرة الواحدة إنما بعدد الممثلين الذين يتم انتخابهم عن كل دائرة انتخابية<sup>1</sup>.

#### المطلب الرابع : العلاقة بين الإعلام والسياسة .

تشكل العلاقة بين كل من الإعلام والسياسة أحد أهم الموضوعات التي شغلت بال المفكرين والأكاديميين والسياسيين في العالم، وقد أجريت دراسات وبحوث كثيرة في توضيح هذه العلاقة ومداهما وتأثيرها وجوانبها الايجابية وحتى السلبية، وتأثير الإعلام على السياسة ظاهرة قديمة يعود تاريخها إلى القرن السادس عشر، ومن ملامح هذا التأثير الدور الذي يقوم به الإعلام في تشكيل الرأي العام وقد عرف الإعلام السياسي بأنه العلم الذي يدرس مجموعة الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الإعلامية من أجل تحقيق أهداف سياسية على المستوى الذاتي، مثل الزعماء السياسيين والقادة الحزبيين، وينصب جوهر الإعلام السياسي على إحداث التأثير وتغيير الآراء لدى الجمهور المستقبل.

ويمكن القول أن وسائل الإعلام تأثر بشكل كبير في عملية التنشئة السياسية ويمكن تقسيم هذا التأثير إلى ثلاث أنواع : التأثير المعرفي ، التأثير العاطفي ، التأثير السلوكي . كما توجد علاقة ارتباطيه بين وسائل الإعلام

<sup>1</sup> - عبد الوهاب بن خليف, مرجع سابق ص 61.

والمؤسسات السياسية (المتلقي)، ويتضح تأثير وسائل الإعلام في صنع القرارات ووضع السياسات الحكومية إذ أنها أصبحت أهم الوسائل المؤثرة في العالم اليوم<sup>1</sup>.

### – العلاقة بين كل من الفايسبوك والسياسة والشباب :

يعتبر الشباب الجامعي أحد مدخلات المنظومة الأساسية للجامعة، ويتوقف عليه مستقبل المجتمع باعتباره المنهج النهائي الذي تقدمه الجامعة للمجتمع في صورة كفاءات بشرية لازمة لمواقع العمل المختلفة<sup>2</sup>.

إن الاعتماد المتزايد من جانب النسق السياسي على وسائل الإعلام في نشر ما يريد جعل من دراسة العلاقة بين المؤسسات السياسية والإعلامية ضرورة لفهم التأثير المتبادل، والآليات والروابط التي تحكم العلاقة بينهما فإمداد الشباب بالمعلومات السياسية ضرورة تستلزم طبيعة الأحداث المتغيرة وتعقد العملية السياسية، ومن أهم التأثيرات التي يتركها الفايسبوك للشباب في المجال السياسي هي تشكيل تصوره للسياسة و الإسهام في تحديد شرعية النظام السياسي وإمكانية مسائلة أعضاء النخب السياسية، بعبارة أخرى يؤثر الفايسبوك على إدراك الشباب للسياسة وتصوره لها ثم يؤثر على قبوله أو رفضه للنظام السياسي، هذا التأثير على اتجاهات الشباب وسلوكه قد يغير من التوازن النسبي بين القوى وبين الشخصيات السياسية في الانتخابات على سبيل المثال، أما على مستوى النظام السياسي ككل فيؤثر على فعالية أدائه لوظائفه المختلفة كالتنشئة السياسية والتجنيد السياسي، والتعبير عن المصالح وتجميعها ووضع القرارات حيث أن النظام السياسي يفترض اعتمادا متبادلا بين أجزائه، كما أن التطور في وسائل الإعلام يؤثر على وظائف النظام السياسي وقدراته، كذلك تقوم وسائل الإعلام بوضع احتياجات الشباب أمام صانعي القرار وتساعد على كشف المصالح المستترة والحاجات والمطالب السياسية وإبرازها وبلورتها وتحويلها إلى

<sup>1</sup> - منذر صالح جاسم الزبيدي , دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر، عمان، 2013، صص 168-171.

<sup>2</sup> - السعيد مبروك خطاب، الدور الثقافي للمكتبات الجامعية بين تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر ، عمان ، 2014 ، ص 32.

سياسات عامة، وطرح بدائل مختلفة أمام صانعي القرار ويشارك هذا النظام في تدفق المعلومات من النخبة إلى الجماهير والعكس مما يساعد على قيام النظام السياسي في وظيفة صنع القرارات<sup>1</sup>.

ومع غياب الرقابة والسيطرة وإتاحة حرية التعبير والرأي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي مقصدا للعديد من الأفراد الذين وجدوا فيها متنفسا للتعبير عن آرائهم السياسية التي لا يستعطون الجهر بها، حيث أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أنها أداة حيوية وفاعلة في الحملات الانتخابية<sup>2</sup>.

### خلاصة الفصل :

يمكن القول أن المشاركة السياسية أصبحت من الموضوعات الهامة على الصعيد الأكاديمي والمجتمع وقد لقيت اهتمام متزايد من المنشغلين بالعلوم الاجتماعية وخاصة السياسية وذلك باعتماد على مختلف وسائلها كالسلوك الانتخابي الذي يعد الواجهة التي تعكس صورة المشاركة السياسية .

<sup>1</sup> - ثروة مكي، الإعلام والسياسة ، مرجع سبق ذكره، ص ص 126- 127.

<sup>2</sup> - حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، 2015، ص 95.



# رأى طار التطبيقى

## تمهيد:

تجدر الإشارة قبل الشروع في تحليل النتائج الخاصة بتوزيع مفردات العينة حسب متغيرات الدراسة، إلى أننا اعتمدنا على أسلوب العينة القصدية المتمثلة في طلبة العلوم السياسية وفي هذا السياق لا بأس أن نذكر بأننا اخترنا 80 مفردة من اللذين أجابوا على الاستمارة بعد مرورها على لجنة التحكيم المكونة من الأستاذ المؤطر: **العري** **بوعمامة** والأستاذ **شبره فلاق صالح**، والأستاذة **رقاد حليلة**، وبعد عملية التدقيق استبعدنا 20 استمارة لاحتوائها على إجابات ناقصة لتبقى لدينا 80 مفردة بحثية التي قمنا بتحليل نتائجها عن طريق الحساب اليدوي و من خلال فحص البيانات المتحصل عليها يمكن إعطاء نظرة عن خصائص مجتمع البحث وفق المتغيرات التالية:

الجنس، السن، المستوى الجامعي، مكان الإقامة، على النحو التالي:

## ❖ البيانات الشخصية:

\* الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	38	47,5%
أنثى	42	52,5%
المجموع	80	100 %

\* يبين الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة مجموع العينة هي 100% مقسمة بين الإناث التي قدرت نسبتهم ب 52,5% ما يعادل 42 مفردة، أما نسبة الذكور فقدرت ب 47,5% ما يعادل 38 مفردة. ويبدو أن نسبة الإناث مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور، وهذا راجع إلى طريقة التوزيع لأننا لم نوزع الاستمارة على المبحوثين بالتساوي لأن الذي يهمنا هو مدى تأثير الفايسوك على الشباب الجامعي، ومن المتعارف عليه أيضا أن فئة الإناث هي الفئة الأكثر انتشارا في الوسط الجامعي.

الجدول رقم (02): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن.

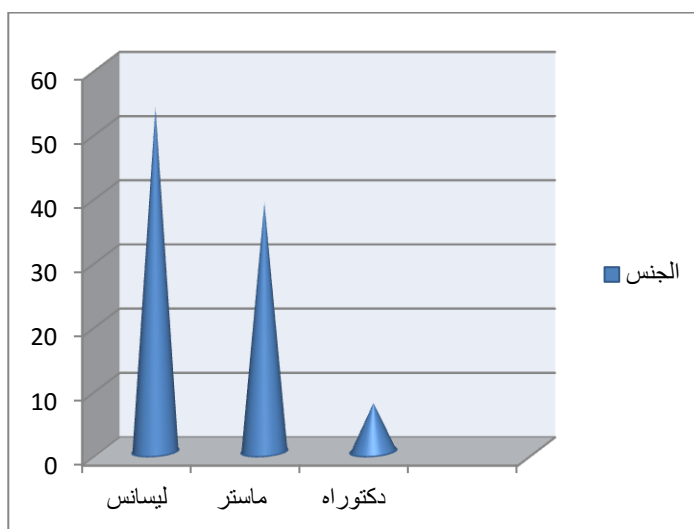
المجموع		إناث		ذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	السن
%31,25	25	%23,75	19	%7,5	06	22 - 18
35%	28	%17,5	14	%17,5	14	27 - 23
%33,75	27	%11,25	09	%22,5	18	28 فما فوق
%100	80	%52,5	42	%47,5	38	المجموع

\* يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، وذلك راجع إلى أن كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة، وانطلاقاً من هذا الجدول نلاحظ أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 28 فما فوق بالنسبة للذكور هي %22,5، أما الإناث بنسبة %11,25. تليها نسبة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 23 و 27 سنة وهنا كانت النسبة متساوية لكلا الجنسين بنسبة %17,5. وآخر نسبة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 22 سنة وهنا كانت النسبة الأعلى للإناث المتمثلة في %23,75 مقارنة مع نسبة الذكور ب %7,5.

\* الجدول رقم (03): يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي.

النسبة %	الجنس	المستوى الجامعي
%53,57	43	ليسانس
%38,75	31	ماستر
%7,5	26	دكتوراه
%100	80	المجموع

\* يتضح من خلال الجدول أن نسبة طلبة ليسانس اللذين قدر عددهم ب 43 طالب ما يعادل نسبة 53,75% هي أكبر نسبة مقارنة بالتخصصات الأخرى، وهذا ما يفسر بأن مرحلة ليسانس متاحة لكل متحصل على شهادة البكالوريا دون استثناء، وثاني نسبة تعود لطلبة الماستر التي تقدر ب 38,75% ما يعادل 31 طالب، وآخر نسبة كانت لطلبة الدكتوراه بنسبة 7,5% والمقدر عددهم ب 6 طلاب وهذا باعتبار أن طلبة الدكتوراه هم الفئة القليلة في الجامعة، وهذا عائد للإمكانيات المتاحة لمواصلة المشوار الجامعي بفتح مسابقات الدكتوراه في قسم العلوم السياسية.



الشكل رقم (01): تمثيل بياني بمخروط يوضح توزيع عينة البحث حسب المستوى الجامعي

\*الجدول رقم (04): يوضح توزيع عينة البحث حسب مكان الإقامة.

النسبة %	الجنس	مكان الإقامة
42,5%	34	حضري
22,5%	18	ريفي
35%	28	شبه حضري
100%	80	المجموع



\* يتبين من خلال الجدول أعلاه أن أكثرية العينة يقيمون حضريا بنسبة 42,5%، عل عكس المناطق الشبه حضرية الذي تراوحت نسبتهم ب 35% وأدنى نسبة لمن يعيشون في الوسط الريفي بنسبة 22,5%.

#### ❖ المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفايسبوك.

\* الجدول رقم (05): يوضح توزيع عينة البحث حسب درجة استخدام الفايسبوك.

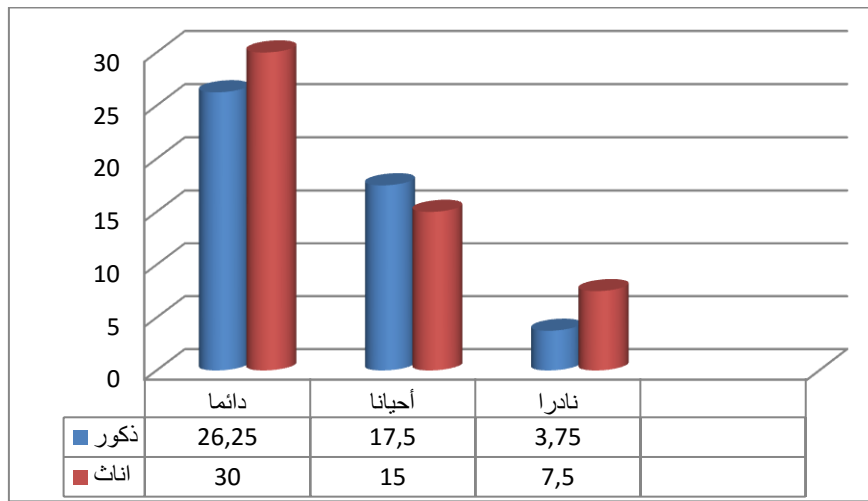
المجموع		إناث		ذكور		الجنس
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	الاستخدام
56,25%	45	30%	24	26,25%	21	دائما
32,5%	26	15%	12	17,5%	14	أحيانا
11,25%	09	7,5%	06	3,75%	03	نادرا
100%	80	52,5%	42	47,5%	38	المجموع

\* يمثل الجدول درجة استخدام الشباب الجامعي لموقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك"، وتشير النتائج إلى أن

المبحوثين يستخدمون الفايسبوك بصفة دائمة أغلبها من الإناث بنسبة 30% مقارنة بنسبة الذكور 26,25% ما يعادل النسبة الكلية 26,25%، الأمر الذي يعكس الأهمية البالغة للشباب الجامعي لهذه الشبكة الاجتماعية وكذا التعامل معها بصفة دائمة، فعل الرغم من الدراسة إلا وأنهم يرتدون لهذا الموقع حتى أنه أصبح بمثابة الشريك الذي لا غنى عنه بالنسبة للكثير، في حين أن 32,5% من الطلبة الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بصفة غير دائمة أي أحيانا ومعظمها من الذكور بنسبة 17,5% مقارنة مع الإناث بنسبة 15% وذلك عائد إلى عدم توفير الوقت لدخول الموقع دائما، أو ربما منشغلين في أمور أخرى أو قلة الاهتمام به. وتأتي آخر نسبة حول الإجابة بنادرا للشباب الذين يستخدمون الفايسبوك ب 11,25%، ما يعادل نسبة 7,5% للإناث وبالمقابل

3,75% بالنسبة للذكور وهذا ما يجعلنا نعتقد أن هذه الفئة ليس لديها الإمكانيات أو الوقت أو الهوس بالموقع أو أنهم لم يصلوا إلى درجة التعلق الدائم به.

\* يعتبر الفايسبوك الشبكة الاجتماعية الأكثر رواجاً في البلدان العربية، وتشير الإحصائيات بداية 2017 أن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة حسب ترتيب الدول العربية من حيث عدد مستخدمي الفايسبوك الذي قدر بـ أكثر من 16 مليون مستخدم بنسبة 43% من سكان الجزائر<sup>1</sup>.



الشكل رقم (2): تمثيل بياني بأسطوانة يمثل توزيع عينة البحث حسب درجة استخدام الفايسبوك

<sup>1</sup> - إحصائيات فيسبوك في البلدان العربية، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار السابع من سلسلة دراسات مستمرة الصادرة في شهر شباط 2017 للإعلام الاجتماعي العربي، متاحة على: <https://weedoo.tech/2017>.

\* الجدول رقم (06) يوضح توزيع عينة البحث حسب فترة امتلاك حساب في شبكة الفايسبوك .

السن	22 - 18		27 - 23		28 فما فوق		المجموع	
	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن	ت	%ن
أقل من سنة	08	10	02	2,5	01	1,25	11	13,75
سنة إلى 3 سنوات	04	5	07	8,75	06	7,5	17	21,25
أكثر من 3 سنوات	14	17,5	18	22,5	20	25	52	65
المجموع	26	32,5	27	33,75	27	33,75	80	100

\* تعد شبكات التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " وسيلة اتصال ونقل المعلومات، انتشر استخدامها بصورة مدهلة في السنوات الأخيرة بسبب طبيعتها الديناميكية. ونلاحظ في الجدول أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الفايسبوك أكثر من 3 سنوات بنسبة 65%، حيث كانت أعلى نسبة هي 25% للطلبة الذين يتجاوز سنهم 28 سنة، لتليها نسبة 22,5% للطلبة الذين يتراوح سنهم ما بين 23 و 27 سنة، في حين نسبة 17,5% للذين يتراوح سنهم بين 18 و 22 سنة، وتوضح هذه النتائج المتوصل إليها أن موقع الفايسبوك أثناء نشأته كان له إقبال كثيف و انبهار واستخدام من قبل الشباب لتحقيق أغراض تواصلية علاقاتية، وتبادل الآراء والأخبار والنقاشات بالصورة والصوت في هذا الفضاء دون حواجز، لتليها نسبة 21,25% للذين يستخدمونه من سنة إلى 3 سنوات حيث نلاحظ أن أعلى نسبة للطلبة الذين يتراوح سنهم ما بين 23 و 27 سنة ب 8,75% في حين تليها نسبة الذين تفوق أعمارهم 28 سنة ب 7,5% وآخر نسبة تعود للطلبة الذين يتراوح سنهم بين 18 و 22 سنة ب 5% وهذا راجع لتوفير الإمكانيات والوسائل مؤخرًا للدخول إلى عالم الفايسبوك بواسطة تقنية الجيل الثالث والهواتف الذكية، وآخر نسبة 13,75% للذين يستخدمون العالم الافتراضي أقل من سنة، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة هي 10% للطلبة الذين يتراوح سنهم من 18 إلى 22 سنة، ثم تليها نسبة 2,5% بالنسبة للطلبة

الذين يتراوح سنهم ما بين 23 و 27 سنة، ثم تليها آخر نسبة وهي 1,25% ما يعادل طالب واحد سنه 28 سنة، وهذا راجع إلى عدم امتلاك حساب مبكرا أو ربما ليس لديه اهتمام بالموقع أو لديهم إقبال على الوسائل التقليدية.

\* الجدول رقم (07) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الفترة المفضلة لاستخدام الفايسبوك.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
صباحا	02	2,5%	0	0%	02	2,5%
الظهيرة	01	1,25%	05	6,25%	06	7,5%
مساء	13	16,25%	16	20%	29	36,25%
الليل	10	12,5%	08	10%	18	22,5%
ليس لدا وقت	12	15%	13	16,25%	25	31,25%
المجموع	38	47,5%	42	52,5%	80	100%

إن هذا الجدول يتعلق بالفترة المفضلة لاستخدام طلبة العلوم السياسية للفيسبوك حسب متغير الجنس حيث يتبين أن أغلب الباحثين من كلا الجنسين يفضلون الفترة المسائية وذلك بنسبة 36,25% منها 20% بالنسبة للإناث و 16,25% للذكور، وتبدو هذه النتائج منطقية حيث أن فترة المساء هي الوقت الذي يتفرغ فيها الشباب الجامعي للفيسبوك، قد يعود ذلك لانشغالهم طيلة النهار بمزاولة الدراسة في الجامعة أو الذهاب للعمل في حين تليها نسبة 31,25% من الطلبة الذين ليس لديهم وقت مفضل لاستخدام هذه الشبكة وهذا راجع إلى الإمكانيات والوسائل الحديثة مؤخرا بواسطة تقنية الجيل الثالث و الهواتف الذكية، لكن رغم ذلك وجدنا نسبة 22,5% من أغلبية الباحثين يحرون في الفيسبوك في الفترة الليلية مما يتيح لهم فرصة التصرف بحرية وعدد قليل

جدا من يفضلون الإبحار في الموقع في الظهيرة وذلك بنسبة 7,5% ومعظمهم من الإناث بنسبة 6,25%، حيث تعتبر فترة راحة للطلبة، وآخر نسبة 2,5% وهي نسبة جد قليلة ممن يفضلون الفترة الصباحية وقد يعود ذلك إلى انشغالهم بالدراسة أو العمل، وبالتالي لا تسمح لهم بالتفرغ وقضاء وقت أمام الفاييسبوك.

\* الجدول رقم (08) يوضح توزيع عينة البحث حسب الاستخدام اليومي لشبكة الفاييسبوك.

السن	22 – 18		27 – 23		28 فما فوق		المجموع
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	
عدد ساعات							
أقل من ساعتين	12	15	07	8,75	13	16,25	32
من 2 إلى 5 ساعات	10	12,5	13	16,25	12	15	35
أكثر من 5 ساعات	03	3,75	07	8,75	03	3,75	13
المجموع	25	31,25	27	33,75	28	35	80

\* إن هذا الجدول يتعلق بمعرفة الاستخدام اليومي لشبكة الفاييسبوك، حيث تبين أن أغلبية المبحوثين من كلا

الجنسين بنسبة 43,75% يتراوح استخدامهم اليومي من 2 إلى 5 ساعات للفئة البالغة من العمر من 23 إلى 27 سنة وذلك بنسبة 16,25%، ثم تليها نسبة 40% للطلبة الذين يتصفحون الموقع أقل من ساعتين وترجع أعلى نسبة للذين يفوق سنهم 28 سنة بنسبة 16,25%، وآخر نسبة 16,25% للذين يتداولون الموقع أكثر من 5 ساعات، ويمكن تفسير هذه النتائج إلى مدى تعلق المبحوثين باستخدام الفاييسبوك و أن المتعة التي يشعرون بها مستخدمو الفاييسبوك وقت استخدامهم للموقع يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في التصفح وهذا يمكن إرجاعه إلى أسباب قد تكون تقنية متعلقة بالوسيلة المتاحة من جهة، أو عدم توفر الإنترنت من جهة أخرى، أو أسباب علمية كالاهتمام بالدراسة أو المطالعة وغيرها، أو حتى يمكن أنهم يفضلون وسائل اجتماعية أخرى تشبع حاجاتهم عوض الفاييسبوك.

\* الجدول رقم (09) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الخدمة المفضلة في الفايسبوك.

الخدمة المفضلة	الجنس	النسبة
الفيديو والصور	12	%23,75
الألعاب	05	%06,25
الروابط	09	%11,25
التعليقات	14	%17,05
الدرشة	16	%20
النشر	17	%21,25
المجموع	80	%100

\* أردنا من خلال الجدول معرفة الخدمة الاتصالية المفضلة والمتاحة في الفايسبوك للشباب الجامعي من خلال تقديم الأولوية حسب العينة، أين نلاحظ أن أغلبهم يفضلون خدمة المشاركة بالفيديو والصور بنسبة %23,75 ويمكن تحليل تفضيل المبحوثين لهذه الخدمة بميلهم للتعبير عن آرائهم، وأفكارهم، واتجاهاتهم اتجاه مختلف المشاركات التي ينشرها الأصدقاء أو يجدها في مختلف الصفحات والمجموعات التي ينتمون إليها، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب خدمة النشر مثلا نشر الصور، الأخبار، الفيديوهات وغيرها باعتبار الفايسبوك منبرا للتعبير وذلك بنسبة %21,25، أما المرتبة الثالثة قد جاءت بنسبة %20 لمن يفضلون خدمة الدردشة وذلك من أجل التواصل مع الأصدقاء أو الأقارب وتبادل الآراء والحوار مع مختلف فئات المجتمع، في حين جاءت خدمة التعليقات بنسبة %17,5 على مختلف المنشورات لتأتي خدمة مشاركة الروابط بنسبة %11,25، أما الألعاب فقد جاءت في

آخر ترتيب حسب الخدمة المفضلة لكلا الجنسين وذلك بنسبة 6,25% مقارنة مع الخدمات الأخرى وهذا دلالة على إهمالهم لهذه الخدمة واهتمامهم بالخدمات الأخرى.

❖ المحور الثاني: مساهمة الفايسبوك في توجيه الشباب نحو المشاركة السياسية.

\* الجدول رقم (10): يوضح مساهمة الفايسبوك في نقل توجهات النخب السياسية حسب رأي المبحوثين.

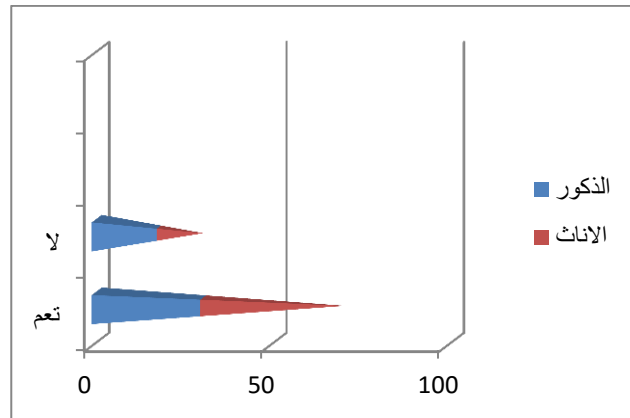
المجموع		إناث		ذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مساهمة الفايسبوك
70%	56	40%	32	30%	24	نعم
30%	24	12,5%	10	17,5%	14	لا
100%	80	52,5%	42	47,5%	38	المجموع

\* نلاحظ من خلال الجدول أن الأغلبية المطلقة من طلبة العلوم السياسية مقتنعين بأن الفايسبوك يساهم في نقل

توجهات النخب السياسية وذلك بنسبة 70%، أي النخب تحاول إدخالهم في المسار السياسي ومواكبة تطوراتها

فهي تسعى إلى دمج الشباب ضمن الحياة السياسية حتى لا يبقى معزولا عنها، في حين ترى الأقلية بنسبة

30% أن الفايسبوك لا يساهم في نقل توجهات النخب السياسية.



الشكل (03): تمثيل بياني بهرم مقلوب يوضح مساهمة الفايسبوك في نقل توجهات السياسية

\* الجدول رقم (11): يوضح اعتبار الفايسبوك فضاءا للتعبير عن الآراء السياسية حسب رأي المبحوثين.

النسبة %	الجنس	فضاء للتعبير
7,5%	06	دائما
66,25%	53	أحيانا
26,25%	21	نادرا
100%	80	المجموع

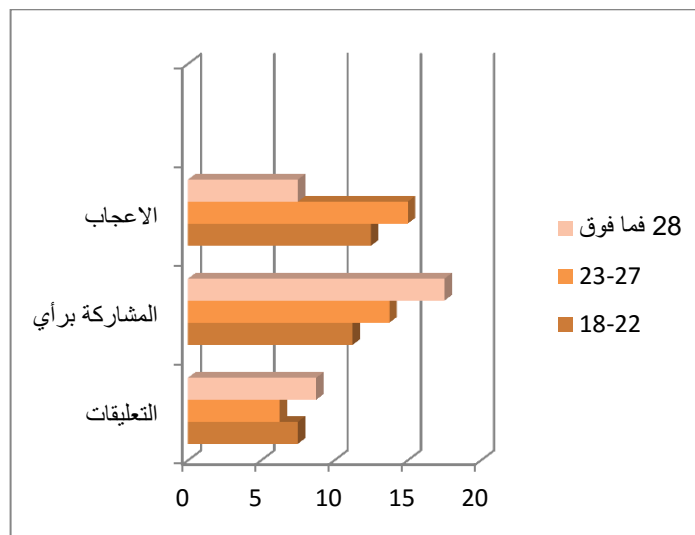
\* يتضح من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة يعتبرون الفايسبوك فضاءا للتعبير عن الآراء السياسية بصفة غير دائمة أي أحيانا بنسبة 66,25%، وذلك لأن في الفايسبوك لا توجد رقابة والشباب يجد الفرصة للتعبير عن آرائه السياسية بكل حرية، ثم تليه نسبة 26,25% من الطلبة الذين لا يعتبرون الفايسبوك فضاءا للتعبير عن الآراء السياسية فهذه الفئة من الطلبة ربما يؤمنون بالتعبير عن الآراء في الواقع وليس في الموقع الافتراضي، وأخيرا فئة قليلة جدا من الطلبة الذين يعتبرون الفايسبوك فضاءا للتعبير عن الآراء السياسية بصفة دائمة بنسبة 7,5% وذلك ربما لاعتقادهم أن الفايسبوك توجد فيه مصداقية أو أن الطلبة لديهم كل الثقة فيما يقدم من معلومات.



\* الجدول رقم (12): يوضح تفاعل المبحوثين مع المضامين السياسية حسب السن .

المجموع		28 فما فوق		27 - 23		22 - 18		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التفاعل
%22,5	18	%8,75	07	%6,25	05	%7,5	06	التعليقات
%42,5	34	%17,5	14	%13,75	11	%11,25	09	المشاركة برأي
%35	28	%7,5	06	%15	12	%12,5	10	الإعجاب
%100	80	%33,75	27	%35	28	%31,25	25	المجموع

\* أردنا من خلال هذا الجدول معرفة تفاعل المبحوثين مع المضامين السياسية من خلال الفايسبوك حسب السن وما تم التوصل إليه أن نسبة 42,5% من الطلبة يفضلون مشاركة آرائهم حول المضامين السياسية، وكانت أعلى نسبة للذين يتجاوز سنهم 28 سنة وذلك بنسبة 17,5%، ثم تليها نسبة 13,75% للذين يتراوح سنهم بين 27 و 23 سنة، أما الطلبة الذين يتراوح سنهم ما بين 18 و 22 سنة في أدنى نسبة 11,25% في حين بعض الطلبة يكتفون فقط بالضغط على زر الإعجاب وذلك بنسبة 35%، جاءت أعلى نسبة للذين يبلغون من العمر من 23 إلى 27 وأدنى نسبة للمبحوثين الذين يتجاوز سنهم 28 سنة فما فوق، أما الفئة المتبقية من الشباب يفضلون التعليقات وذلك بنسبة 22,5% من أجل تقديم آرائهم حول حدث أو أي منشور.



الشكل (04): تمثيل بياني بأعمدة بيانية مقلوبة يوضح تفاعل المبحوثين مع المضامين السياسية حسب السن

\* الجدول رقم (13) يوضح ثقة المبحوثين في المعلومات والأخبار السياسية من خلال الفايسبوك حسب

الجنس.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	ت	% ن	ت	% ن	ت	% ن
الثقة في المعلومات						
دائما	03	%3,75	02	%2,5	05	%6,25
أحيانا	21	%26,25	27	%33,75	48	%60
نادرا	14	%17,5	13	%16,25	27	%33,75
المجموع	38	%47,5	42	%52,5	80	%100

\* نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة يثقون أحيانا في المعلومات والأخبار السياسية في

الفايسبوك، بحيث يمثلون نسبة 60% منها 33,75% إناث و26,25% ذكور ، وهذه الفئة ربما

تكون ثقتهم فقط في المعلومات البارزة والتي يعلمها العام والخاص، كما نلاحظ أيضا أن عدد قليل من

أفراد العينة ليست لديهم ثقة في المعلومات والأخبار السياسية في الفايسبوك وذلك بنسبة 33,75%

منها 16,25% إناث و 17,5% ذكور ولعل ذلك راجع إلى ندرة الصفحات الرسمية والمعتمدة مما يدع مجالا للشك في صاحب الصفحة والجهة التي وراء الصفحة الفايسبوكية، كما نجد فئة قليلة جدا لديهم ثقة دائمة في المعلومات والأخبار السياسية في الفايسبوك بنسبة 6,25% منها 2,5% إناث و 3,75% ذكور وربما يرجع ذلك إلى علمهم بأصحاب الصفحات أو إلى انتمائهم السياسي، ويمكن تفسير ذلك أن الموقع يتيح نوعا من الحرية في نشر المعلومات السياسية، هذه الأخيرة تجعلها غير موثوقة في بعض الأحيان.

### المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية للفايسبوك

\*الجدول رقم (14): يوضح دوافع استخدام الطلبة للفايسبوك حسب

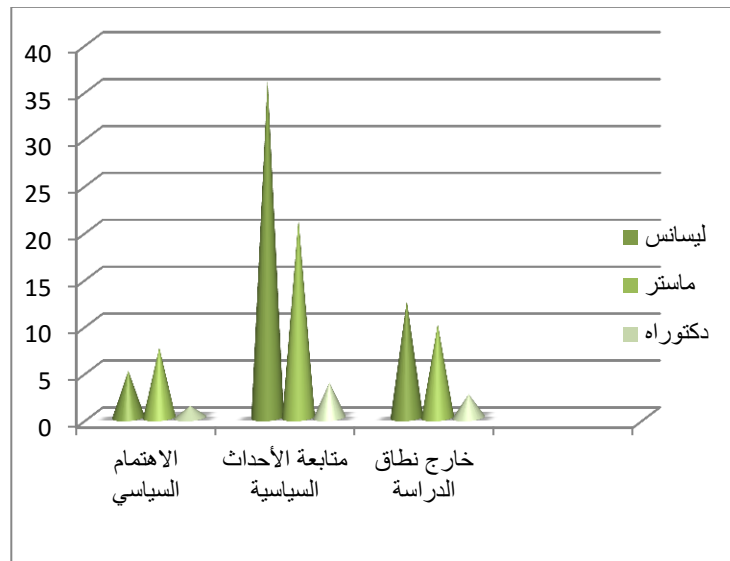
المستوى الجامعي.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	الدافع
13,75	11	1,25	01	7,5	06	5%	04	الاهتمام السياسي
%		%		%				
61,25	49	3,75	03	,25	17	36,25	29	متابعة الأحداث السياسية
%		%		21		%		
25%	20	2,5%	02	10%	08	12,5%	10	خارج نطاق الدراسة
100%	80	7,5%	06	38,75%	31	53,75%	43	المجموع

\* من خلال الجدول نلاحظ أن ما يقارب نصف العينة أي نسبة 61,25% من الطلبة المبحوثين دافعهم

لاستخدام الفايسبوك هو متابعة الأحداث السياسية ، منهم 36,25% من طلبة ليسانس وثاني نسبة كانت

لطلبة الماجستير بـ 21,25% لتليها نسبة 3,75% لطلبة الدكتوراه، فهذا الموقع هو بالدرجة الأولى للتواصل الاجتماعي فمعظم الطلبة الباحثين يفضلون متابعة الأحداث السياسية وهذا راجع ربما إلى التخصص، كما أصبح الفيسبوك سباقاً بالأخبار و الأحداث السياسية حين وقوعها وأصبح الشباب يلجئون مباشرة إلى هذا الموقع لمتابعة الأحداث السياسية من أجل كسب ثقافة سياسية مثل تكوين ثقافة حول النخب الحاكمة أو الأحزاب، ثم تأتي نسبة 25% للمبجوثين الذين كان دافعهم لاستخدام الفيسبوك هو خارج نطاق الدراسة حيث كانت أعلى نسبة لطلبة ليسانس بـ 12,5% بينما أدنى نسبة فكانت لطلبة الدكتوراه بـ 2,5%، وذلك يعود ربما من أجل ملاءمة الفراغ، كما يستخدم أيضاً للتسلية والترفيه. ونظراً للخدمات التي يقدمها وتليها نسبة 13,75% للطلبة الذين كان دافعهم هو الاهتمام بالسياسية لمتابعة الأحداث والقضايا السياسية العامة على فترات مختلفة قد تطول أو تقصر مثل بعض الشباب يميل إلى الاشتراك في المناقشات السياسية مع الأصدقاء خاصة أثناء الحملات الانتخابية، كانت أعلى نسبة حسب النتائج المتوصل إليها من نصيب طلبة الماجستير التي قدرت بـ 7,5% بحيث أصبح الفيسبوك مصدر للمعلومات من خلال الصفحات والمجموعات التي تنشر معلومات حول المواضيع السياسية أو دروس تهم طلبة العلوم السياسية.



الشكل (05): تمثيل بياني يهزم يوضح دوافع استخدام الطلبة للفيسبوك حسب المستوى الجامعي

\* الجدول رقم (15): يوضح اهتمام عينة البحث بالسياسة من خلال الفايبيوك حسب المستوى الجامعي.

المستوى الجامعي		ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
ت	% ن	ت	% ن	ت	% ن	ت	% ن	ت	% ن
أسباب الاهتمام	08	10%	03	3,75%	03	3,75%	14	17,5%	
الرغبة في التغيير	16	20%	13	16,25%	02	2,5%	31	38,75%	
بحكم التخصص	19	23,75%	15	18,75%	01	1,25%	35	43,75%	
معرفة الواقع السياسي	43	53,75%	31	38,75%	06	7,5%	80	100%	

\* يتبين من خلال الجدول أن الشباب الذين شملتهم عينة البحث يرون بأن أكبر دافع نحو الاهتمام بالسياسة هو معرفة الواقع السياسي بنسبة 43,75%، وتعود أكبر نسبة لطلبة ليسانس ثم تليها طلبة الماستر وأدنى نسبة لطلبة الدكتوراه، ونفسر معرفة الواقع السياسي أي القدرة على اكتساب المعلومات خاصة ما يقدمه هذا الموقع من معلومات وآراء ووجهات نظر متباينة، وأفكار مختلفة وكذلك معرفة الشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع مثل أعضاء المجلس الشعبي، والشخصيات القومية كالوزراء وغيرها وكل ما يدور في الجزائر. ثم تليها نسبة 83,75% للذين يهتمون بالسياسة بحكم التخصص، تعود أعلى نسبة لطلبة ليسانس ثم الماستر ثم الدكتوراه، ونرجع ذلك إلى التأقلم مع الدراسة الذي يفرض عليهم متابعة الأحداث ومعرفة المجال السياسي. وآخر دافع لاهتمام طلبة العلوم السياسية بالسياسة هو الرغبة في التغيير بنسبة 17,5%، نلاحظ أعلى نسبة لطلبة ليسانس وتتساوى النسب لكلا من طلبة الماستر والدكتوراه وذلك لأن لهم كافة الطموحات للتطلع في المستقبل.

\*الجدول رقم (16) يوضح الاعتماد على الفايسبوك في توجيه آرائهم السياسية حسب السن.

المجموع		28 فما فوق		27 - 23		22 - 18		السن
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	
25%	20	6,25%	05	7,5%	06	11,25%	09	الاعتماد على الفيسبوك
22,5%	18	7,5%	06	6,25%	05	8,75%	07	محتوى برامج القيم
22,5%	18	7,5%	06	6,25%	05	8,75%	07	عمق المعالجة والتفصيل
52,5%	42	18,75%	15	22,5%	18	11,25%	09	المتابعة المستمرة
100%	80	32,5%	26	36,25%	29	31,25%	25	المجموع

\* نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة تعود للذين يعتمدون على الفايسبوك للمتابعة المستمرة بنسبة

52,5% في توجيه آرائهم السياسية، ترجع أعلى نسبة للطلبة الذين يتراوح سنهم بين 23 و 27 سنة ثم الذين

يتجاوز عمرهم 28 سنة ثم الطلبة البالغين من العمر من 18 إلى 22 سنة، وذلك من خلال التعرض واستقبال

الرسائل من الموقع باعتباره مادة ناقلة للمعلومات بصفة مستمرة وفورية لنشر المضامين وبالتالي متابعة كافة الآراء

والتعليقات والأحداث بتوجيه آرائهم السياسية، ثم تليها نسبة 25% للذين يرون محتوى برامج القيم لها دور في

توجيه آرائهم السياسية، ترجع أعلى نسبة إلى الطلبة الذين يتراوح سنهم بين 18 و 22 سنة ثم من 23 إلى 27

سنة ثم من 28 فما فوق كما هو مبين في الجدول، أي القيمة التي يتحلى بها كل ناشر في كافة الصفحات من

خلال المضامين، بينما النسبة المتبقية 22,5% أجابوا بعمق المعالجة والتفصيل التي يتيحها هذا الموقع من خلال

الرأي والرأي الآخر لكافة شرائح المجتمع والتفصيل في كافة الأحداث والدفاع عن آرائهم، هذا ما يجعلهم يعتمدون

على الفايسبوك في توجيه رأيهم السياسي ونلاحظ حسب الجدول أن أعلى نسبة لطلبة ليسانس، ماستر، دكتوراه.

\* الجدول رقم (17) يوضح رأي المبحوثين لمصادقية الموقع حسب السن .

المجموع		28 فما فوق		27 - 23		22 - 18		السن
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	المصادقية
7,5%	06	3,75%	03	2,5%	02	1,25%	01	إلى حد كبير
75%	60	22,5%	18	26,25%	21	26,25%	21	إلى حد ما
17,5%	14	7,5%	06	6,25%	05	3,75%	03	لا توجد مصادقية
100%	80	33,75%	27	35%	28	31,25%	25	المجموع

\* كما هو ملاحظ في الجدول أن أعلى نسبة هي 75% للذين يرون إلى حد ما هناك مصادقية لدى الموقع، وقد

تطابقت النسبة للذين يتراوح سنهم من 18 إلى 27 سنة بنسبة 26,25%، في حين كانت نسبة 22,5% للذين يفوق سنهم 28 سنة، ثم تليها نسبة 17,5% يقرون أنه لا توجد مصادقية لدى الموقع، أعلى نسبة كانت للطلبة الذين يتجاوز سنهم 28 سنة وأدنى نسبة للذين سنهم بين 18 و22 سنة، ثم تليها نسبة ضئيلة 7,5% أي ما يعادل 6 أفراد لمختلف الأعمار المحددة للذين صرحوا أنه توجد مصادقية إلى حد كبير لدى الموقع، وهذا ما يعلننا نفسر استنادا للجدول أن الذين يقرون أنه توجد مصادقية إلى حد ما أي مرات توجد مصادقية من خلال المضامين التي تنشر ومرات لا توجد، أما الذين أقروا أنه لا توجد مصادقية في المعلومات، وبالتالي عدم وجود الثقة الكافية فافتقار المصادقية يؤثر سلبا على عملية الإقناع ومن هنا لا يمكن لهم أن يعتمدوا على الفايسبوك في توجيه آرائهم، وبالتالي هناك من يرى أن الإعلام الجديد يعتمد على آراء شخصية وليس على أخبار تسقى من مصادر موثوقة وهذا نتيجة للتناقص بين المستخدمين على سرعة وسبق نشر المعلومة، أما النسبة المتبقية لها الثقة إلى حد كبير في مصادقية الموقع.

المحور الرابع: انعكاسات الفايسبوك على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي.

\* الجدول رقم (18): يوضح امتلاك المبحوثين لبطاقة الناخب حسب السن.

المجموع		28 فما فوق		27 - 23		22 - 18		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغير
%66,25	53	%28,75	23	%27,5	22	%10	08	نعم
%33,75	27	%5	04	%7,5	06	%21,25	17	لا
%100	80	%33,75	27	%35	28	%31,25	25	المجموع

\* من الملاحظ في الجدول أن أغلبية المبحوثين يمتلكون بطاقة الناخب وبنسبة %66,25 وهو ما يتيح لهم فرصة الإدلاء بأرائهم في مختلف المواعيد الانتخابية الرسمية، وهذا ما يدل على أنه سلوك سياسي يبين درجة وعي الطلاب بأهمية الانتخاب ودوره كناخب في المجتمع، وكذا قيمة التصويت في تحسين واقعه باعتباره مواطن وأعلى نسبة قد سجلت للذين فاق عمرهم 28 سنة وذلك نظرا لوعيهم السياسي أو ربما لاستخدامها إداريا، ثم تليها نسبة %27,5 للذين يتراوح سنهم بين 23 و27 سنة وآخر نسبة %10 كانت للذين سنهم ما بين 18 و22 سنة، أما الذين لا يمتلكون بطاقة كانت نسبتهم %33,75 مما يعني التغيب عن المشاركة في الانتخابات ترجع أعلى نسبة للمبحوثين الذين سنهم ما بين 18 و22 سنة، وأدنى نسبة كانت للذين يتجاوز سنهم 28 سنة فما فوق ما يعلننا نعتقد أن ذلك راجع لأمر إدارية أو تعاون من طرف الطلاب أو ربما ضعف الحس الوطني سبب في عدم امتلاكهم لبطاقة الناخب وهذه تعد من إحدى خصائص اللامبالاة السياسية، بل والرفض الصريح للمشاركة في الانتخابات.

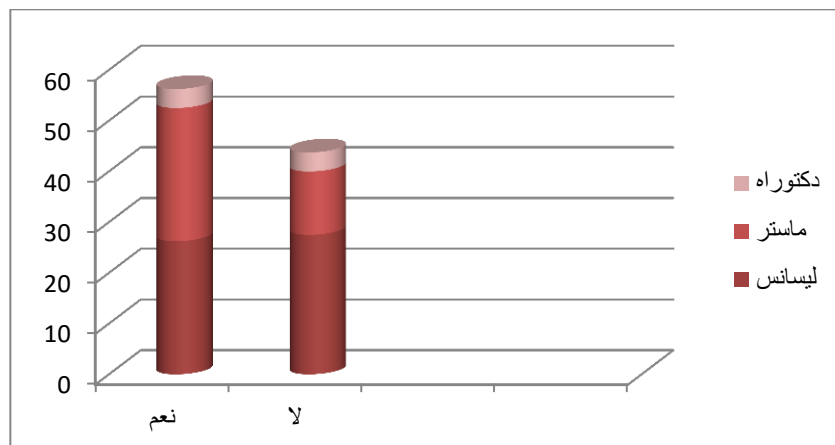


\* الجدول رقم (19) يوضح مشاركة طلبة العلوم السياسية في الانتخابات حسب المستوى الجامعي.

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	المشاركة في الانتخاب
56,25%	45	3,75%	03	26,25%	21	26,25%	21	نعم
43,75%	35	3,75%	03	12,5%	10	27,5%	22	لا
100%	80	7,5%	06	38,75%	31	53,75%	43	المجموع

\* من خلال قراءة الجدول نلاحظ أن 56,25% من طلبة العلوم السياسية شاركوا في الانتخابات مما يجعلهم ملامسين بالواقع السياسي وعلى وعي باحتياجاتهم له، وقد سجلت نسبة 26,25% لكلا من التخصصين ليسانس و الماستر في حين كانت نسبة ضئيلة لطلبة الدكتوراه، وهذا ربما أن الشباب أصبحوا واعيين بأهمية المشاركة في إبداء آرائهم واختيار المرشح المثالي الذي تتوفر فيه المعايير الايجابية، بينما نسبة 43,75% من الطلبة تحجموا عن المشاركة في الانتخابات وتعود أعلى نسبة لطلبة ليسانس 27,5% ثم طلبة الماستر 12,5% لتليها نسبة 3,75% لطلبة الدكتوراه وذلك ربما لأنهم يرون بأنه لا توجد أهمية المشاركة في الانتخابات وعدم مصداقيتها، ومقارنة بالشباب الذي يمتلك بطاقة ولا ينتخب فقد -لا حظنا في الجدول رقم (18) أن 66,25% من الطلبة الذين يمتلكون بطاقة<sup>1</sup>، في حين توصلنا في الجدول رقم (19) أن نسبة 56,25% للطلبة الذين شاركوا في الانتخاب، هذا ما يجعلنا نعتقد أنهم يحتاجون البطاقة فقط لأمر إدارية خاصة أنها أصبحت مهمة ومطلوبة في بعض الملفات كطلب العمل وغيرها.

<sup>1</sup> - أنظر الجدول رقم 18.



الشكل (06): تمثيل بياني بأسطوانة بيانية يوضح مشاركة الطلبة في الانتخابات حسب المستوى الجامعي

وفي هذا السياق نجد "ألان كلوط" الذي توصل في دراسته التي نشرت سنة 1968 إلى أن الامتناع عن المشاركة يتراجع بحسب درجة الاندماج في المجتمع<sup>1</sup>.

\* الجدول رقم (20) يوضح مشاركة المبحوثين في أيام الانتخابات حسب المستوى الجامعي .

المجموع		دكتوراه		ماستر		ليسانس		المستوى الجامعي
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	المشاركة في الانتخاب
30%	24	1,25%	01	10%	08	18,75%	15	المقاطعة
58,75%	47	6,25%	05	23,75%	19	28,75%	23	الانتخاب
11,25%	09	0%	0	5%	04	6,25%	05	الترشح
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	أخرى
100%	80	7,5%	06	38,75%	31	53,75%	43	المجموع

\* قد توصلنا من خلال هذا الجدول أن أغلبية طلبة العلوم السياسية قد كانت مشاركتهم في الانتخابات عن طريق

الانتخاب وذلك بنسبة 58,75%، حيث سجلت أعلى نسبة لطلبة لسانس 28,75% ثم طلبة الماستر

<sup>1</sup> - طلاب الفرقة الرابعة، اتجاهات الشباب نحو السلوك الانتخابي في برلمان 2015، مرجع سبق ذكره، ص 30.

23,75% لتليها نسبة 6,25% لطلبة الدكتوراه، وذلك من خلال الإدلاء بأصواتهم وتأدية الواجب الوطني والشعور بالمسؤولية ولكن هناك طلبة ممن كانت مشاركتهم بالمقاطعة تماما وبنسبة 30%، أعلى نسبة لطلبة ليسانس وأدناها لطلبة الدكتوراه وهذا ربما لعدم امتلاكه للبطاقة أو الشعور بالضغينة تجاه الانتخابات، وهناك بعض الطلبة قد ترشحوا في الانتخابات وذلك بنسبة 11,25% لكلا التخصصين ليسانس والماستر ولم يكن أي طالب دكتوراه قد قام بالترشح، ونعتقد أن ترشحهم كان من أجل الوصول إلى السلطة، أما فيما يخص أخرى أذكرها فلم نسجل أي إجابة في كل التخصصات.

\* الجدول رقم (21) يوضح رغبة المبحوثين في المشاركة في الانتخابات حسب المستوى الجامعي .

المستوى الجامعي		ليسانس		ماستير		دكتوراه		المجموع	
الرغبة في الانتخاب		ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت
ليعبر عن رأيه		17	21,25%	12	15%	02	2,5%	31	38,75%
لتحقيق أهدافه وطموحاته		11	13,75%	10	12,5%	0	0%	21	26,25%
لأنه حق وواجب وطني		15	18,75%	09	11,25%	04	5%	28	35%
المجموع		43	53,75%	31	38,75%	06	7,5%	80	100%

\* من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم أفراد العينة يرون أن الشباب يرغبون في المشاركة في الانتخاب رغبة للتعبير عن آرائهم وذلك بنسبة 38,75% لاختيار الممثل لهم والشخصية التي يعطونها كل الثقة لرفع عجلة التنمية، لكن هناك فئة أخرى ترى على أنه حق وواجب وطني على كل شاب وشابة، أي أنه حق أن يشارك برأيه وكذلك اختيار القادة السياسيين، أما النسبة المتبقية للذين يرون أن الشباب يشاركون لتحقيق أهدافهم وطموحاتهم وذلك بنسبة 26,25% وهذه الأهداف ربما للعمل في الانتخابات لكسب المال أو ربما لإشباع حاجاتهم

ومتطلباتهم، وقد سجلت أعلى نسبة في كل الإجابات لطلبة ليسانس 53,75% ثم طلبة ماستر بنسبة 38,75% ثم تليها نسبة 7,5% لطلبة الدكتوراه كما هو موضح في الجدول.

\* الجدول رقم (22) يوضح عدم رغبة أفراد العينة في المشاركة في الانتخابات حسب السن .

المجموع		28 فما فوق		27 - 23		22 - 18		السن
ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	عدم رغبة الانتخاب
57,5%	46	20%	16	18,75%	15	18,75%	15	الشعور بعدم الجدوى
28,75%	23	10%	08	8,75%	07	10%	08	قلة الوعي السياسي
13,75%	11	3,75%	03	7,5%	06	2,5%	02	غير واعي بأهمية المشاركة
100%	80	33,75%	27	35%	28	31,25%	25	المجموع

أردنا من خلال هذا الجدول معرفة سبب عدم رغبة الشباب في المشاركة في الانتخابات وقد لاحظنا نسبة 57,5% من الشباب يرجعون إلى عدم الجدوى من المشاركة وهذه النسبة العالية تؤكد حالة الشك السياسي ومساهمتها في فرملة المشاركة السياسية للشباب حتى وان كانوا يؤمنون من الناحية النظرية بأهمية طريق المشاركة وجدواها، وتعود أعلى نسبة للطلبة الذين يفوق سنهم 28 سنة ثم تليها نسبة الطلبة الذين سنهم من 18 إلى 27 سنة 18,75% ويمكن إرجاع ذلك إلى تشاؤم الطلبة من جهة أو ربما عدم معرفتهم بأهمية المشاركة ونقص المعلومات عنها من جهة أخرى، بالإضافة إلى السبب الثاني الذي يجعل الشباب لا يرغب في المشاركة هو قلة الوعي السياسي المكتسب سواء من الأسرة، أو الجامعة، أو حتى الوطن وذلك بنسبة 28,75% بحيث نلاحظ التساوي في الآراء لكلا من الشباب البالغ من العمر 18 إلى 22 سنة وكذا الشباب الذي يتجاوز سنه 28 سنة ثم تليها نسبة 8,75% بالنسبة للذين سنهم ما بين 23 و 27 سنة، وهذا ربما ليس لديهم ميول نحو كل ما هو

سياسي مما يكسبهم ثقافة محدودة، وأدنى نسبة 13,75% ترى رفض الشباب عائد لأنه غير واعي بأهمية المشاركة رغم أنه قوة الحاضر وأمل المستقبل وهذا كله عائد لهشاشة الثقافة السياسية لدى الشباب وعدم التفاعل مع السياسة العامة للبلاد، وبهذا نلاحظ تذبذب في النسب حسب السن. -رغم ما توصلنا إليه في الجدول رقم (19) أن معظم طلبة العلوم السياسية شاركوا في الانتخابات بنسبة 56,25%<sup>1</sup> إلا أننا توصلنا في الجدول رقم (22) أعلا نسبة 57,5% للشعور بعدم الجدوى من المشاركة، وفي هذه المعطيات إشارة قوية إلى حالة الإحباط التي يعيشها الطلبة والتي تشكل عائقا كبيرا للمشاركة ودافعا قويا نحو الانعزال واللامبالاة السياسية.

\* الجدول رقم (23) يوضح الأثر الناتج في متابعة الأحداث والقضايا السياسية حسب المستوى الجامعي .

المستوى الجامعي	ليسانس		ماستر		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %	ت	ن %
الأثر الناتج								
آثار معرفية	30	37,5%	26	32,5%	04	5%	60	75%
آثار سلوكية	12	15%	04	5%	02	2,5%	18	22,5%
آثار وجدانية	01	1,25%	01	1,25%	0	0%	02	2,5%
المجموع	43	53,75%	31	38,75%	06	7,5%	80	100%

\* نلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها أن معظم أفراد العينة يرون أن الأثر الناتج في متابعة الأحداث والقضايا السياسية من خلال الموقع هو آثار معرفية بدرجة الأولى وذلك بنسبة 75% ويعود ذلك لطلبة ليسانس بنسبة 37,5%، ثم الماستر، ثم طلبة الدكتوراه بنسبة 5%، ثم تأتي ثاني مرتبة للآثار السلوكية بنسبة 22,5% أعلاها كانت لطلبة ليسانس وأدناها كانت لطلبة الدكتوراه، ثم نسبة 2,5% للذين أجابوا بالآثار الوجدانية وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالنسب الأخرى التي جاءت بالتساوي لكلا التخصصين ليسانس وكذا الماستر في حين لم نسجل

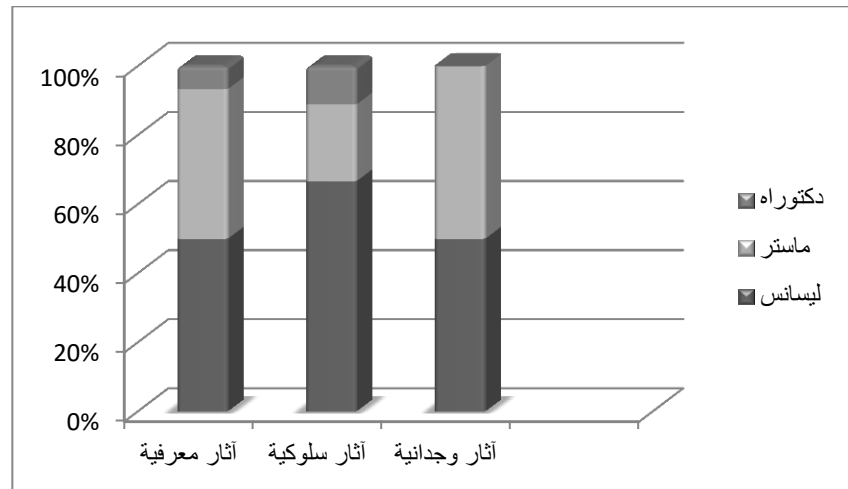
<sup>1</sup> - أنظر الجدول رقم 19.

أي إجابة بالنسبة لطلبة الدكتوراه. وهذا ما يجعلنا نقول أن وسائل الإعلام ككل تأثر بشكل كبير في عملية التنشئة السياسية ويمكن تقسيم هذا التأثير إلى ثلاثة أنواع :

**1- تأثير معرفي:** وذلك في العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة الوعي المعرفي والثقافي بالبيئة السياسية، فقد أصبحت وسائل الإعلام مصدرا مهما من مصادر الحصول على المعلومات المتعلقة بقضية سياسية معينة.

**2- تأثير وجداني:** (عاطفي) وهو تأثر وسائل الإعلام على المواقف وتشكيل الاتجاهات، فقد أكدت الدراسات التي أجريت في هذا المجال أن التعرض لوسائل الإعلام يزيد من اهتمامات الفرد في القضايا السياسية التي تحدث في البيئة وتدفعه إلى البحث عن المعلومات التي تشبع فضوله.

**3- تأثير سلوكي:** ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركة الحقيقية في نمط البيئة السياسية<sup>1</sup>.



الشكل (07): تمثيل بياني بأعمدة بيانية يوضح الأثر الناتج في متابعة الأحداث السياسية حسب

المستوى الجامعي

النتائج العامة للدراسة :

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على طلبة العلوم السياسية بجامعة مستغانم، قد توصلنا إلى النتائج التالية:

<sup>1</sup> - منذر صالح جاسم الزبيدي, دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، مرجع سبق ذكره، ص 171.

\* تبين من خلال الدراسة أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور، وهذا ما هو متعارف عليه أن هذه الفئة هي الأكثر انتشارا في الوسط الجامعي كما أننا لم نوزع الاستمارة على المبحوثين بالتساوي.

\* معظم طلبة العلوم السياسية يفوق سنهم 28 سنة (33,75%).

\* أغلب أفراد العينة هم طلبة ليسانس بنسبة 53,75% وهي أكبر نسبة مقارنة مع التخصصات الأخرى، الأمر الذي فسرنه سابقا بأن مرحلة ليسانس متاحة لكل متحصل على شهادة البكالوريا دون استثناء .

\* قرابة نصف المبحوثين يقيمون حضريا ما يعادل نسبة 22,5%.

\* إن 56,25% من المستجوبين يستخدمون الفايسبوك بصفة دائمة أغلبها إناث بنسبة (30%) مقارنة بالذكور (26,25%)، إذ من الواضح أنه تحول إلى عادة استهلاكية ومثابة شريك لا غنى عنه الأمر الذي يعكس الأهمية البالغة للشباب الجامعي لهذا الموقع .

\* قد توصلنا من خلال هذه الدراسة أن أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من 3 سنوات (65%)، هذا ما يدل على أن الموقع أثناء نشأته كان له إقبال كثيف وانبهار واستخدام من قبل الشباب لتحقيق أغراض تواصلية دون حواجز .

\* كشفت الدراسة أن كلا الجنسين يفضلون الفترة المسائية للإبحار في الموقع (36,25%)، وتبدو هذه النتائج منطقية حيث أن الفترة المسائية هي الوقت الذي يتفرغ فيه الشباب الجامعي للفايسبوك بعد انشغاله طيلة النهار بالدراسة .

\* أكدت الأرقام (43,75%) من المبحوثين يتصفحون الموقع من 2 إلى 5 ساعات وهي نسبة جد متقاربة مع أولئك الذين يتصفحونه أقل من ساعتين، كما توضح النتائج أن أغلبهم يتراوح سنهم من 23-27 إلى 28 فما فوق بغرض التخلص من الشعور بالوحدة والهروب من الواقع .

\* من خلال النسب المتوصل إليها تبين أن 23,75% من طلبة العلوم السياسية يفضلون خدمة مشاركة الفيديو والصور لإشباع حاجاتهم ورغباتهم .

\* أشارت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة ممن يرون أن الفايسبوك يساهم في نقل التوجهات النخب السياسية (70%)، معظمهم إناث مقارنة بالذكور .

\* أكثر من نصف أفراد العينة يعتبرون الفايسبوك فضاءاً للتعبير عن الآراء السياسية أحيانا (66,25%)، لأنه لا توجد رقابة وبالتالي الشباب يجد الفرصة للتعبير عن آرائهم السياسية بكل حرية.

\* أشارت النتائج أن نسبة (42,5%) من عينة البحث يتفاعلون مع المضامين السياسية عن طريق المشاركة برأي وأوضح النتائج أن معظمهم يتجاوز سنهم 28 سنة.

\* أكد أغلب المبحوثين أنهم يثقون أحيانا في المعلومات والأخبار السياسية في الفايسبوك بنسبة 60%، وهذه الفئة ربما تكون ثقتهم فقط في المعلومات البارزة التي يعلمها العام والخاص .

\* من خلال قياس الدافع الذي يحفز الطلبة المبحوثين إلى التوجه نحو استخدام الفايسبوك، انطلاقاً من جوهر نظرية الاستخدامات والاشباعيات تبين أن الدافع الذي وافق عليه الطلبة وبشدة هو متابعة الأحداث السياسية وذلك بنسبة 61,25% وأغلبهم طلبة ليسانس، ربما راجع إلى التخصص أو كسب ثقافة سياسية .

\* من خلال المعطيات التي تم جمعها تبين أن معرفة الواقع السياسي من الفايسبوك سبب اهتمام طلبة العلوم السياسية بالسياسة (43,75%)، وقد سجلنا ميول لطلبة ليسانس أكثر من التخصصات الأخرى وهذا لاكتساب المعلومات والأفكار والشخصيات ذات الدور السياسي في المجتمع .

\* كشفت الدراسة أن 52,5% من عينة البحث يعتمدون على المتابعة المستمرة في توجيه آرائهم السياسية ومعظمهم من الذين يتراوح عمرهم 23-27 سنة (22,5%)، نظراً لاعتبار الفايسبوك مادة ناقلة للمعلومات بصفة مستمرة وفورية مما يحفزهم على المتابعة المستمرة .



\* أكثر من نصف المستجوبين (75%) يرون إلى حد ما هناك مصداقية لدى الموقع وقد تطابقت النسبة للذين يتراوح سنهم بين 18-27 سنة (25,27%)، باعتباره ناقلا للمعلومات التي تنشر من كافة شرائح المجتمع .

\* معظم طلبة العلوم السياسية يمتلكون بطاقة ناخب (25,66%) لكن ضعف الحس الوطني لدى البعض سبب في عدم امتلاكهم للبطاقة (33,75%).

\* قد توصلنا أن معظم الطلبة شاركوا في الانتخابات وذلك بنسبة 56,25%، كما تبين أن هناك تساوي لكلا طلبة ليسانس والماستر نظرا لاعتبارهم أن التصويت حق واجب مقارنة بـ 43,75% من عزلين عن المشاركة .

\* تبين من خلال الدراسة أن أغلبية الطلبة كانت مشاركتهم في الانتخابات عن طريق الانتخاب (58,75%) حيث سجلت أعلى لطلبة ليسانس 28,75% للإدلاء بأصواتهم لشعورهم بالمسؤولية .

\* يرى المستجوبين أن رغبة الشباب في المشاركة الانتخابية للتعبير عن رأيهم (38,75%) معظمهم طلبة ليسانس رغبة للاختيار لهم .

\* عدم رغبة الشباب في المشاركة الانتخابية حسب رأي المبحوثين لشعورهم بعدم الجدوى في المشاركة (57,5%)، وقد لاحظنا أن أغلبهم يفوق عمرهم 28 سنة (20%) مقارنة بالأعمار الأخرى، هذا ما يؤكد حالة الشك السياسي ومساهمتها بفرملة المشاركة .

\* 75% من الطلبة يتأثرون معرفيا في متابعة الأحداث والقضايا السياسية في الفيسبوك أكثرهم طلبة ليسانس (37,5%) لاكتساب معلومات ومعارف في المجال .

#### التحقق من صحة الفرضيات

❖ الفرضية الأولى: "يساهم الفيسبوك في توجيه الشباب نحو المشاركة السياسية من خلال تفاعلهم مع

مضامين الصفحات السياسية وذلك عن طريق المشاركة برأي وكذا الضغط على زر الإعجاب" .

من خلال بعض النتائج المتحصل عليها توصلنا أن طلبة العلوم السياسية يتفاعلون مع المضامين السياسية عن طريق المشاركة برأي لأنهم يفضلون مشاركة آرائهم حول كافة المنشورات السياسية وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى .

❖ الفرضية الثانية: "يستخدم طلبة العلوم السياسية الفايسبوك بدافع متابعة الأحداث السياسية وكذا

معرفة الواقع السياسي من خلال الإمكانيات المتاحة لحرية الرأي والتعبير".

توصلنا من خلال النتائج أن طلبة العلوم السياسية يستخدمون الفايسبوك بدافع متابعة الأحداث السياسية، حيث أكد الأغلبية أنهم يستفيدون من المعلومات السياسية المتحصل عليها من الفايسبوك التي تحقق لهم اشبعاتهم كما تساعدهم على معرفة الواقع السياسي وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية .

❖ الفرضية الثالثة: "ينعكس الفايسبوك انعكاسا ايجابيا على السلوك الانتخابي لشباب الجامعي "

من خلال النتائج المتحصل عليها، توصلنا أن عينة المبحوثين تتأثر معرفيا بمتابعة الأحداث والقضايا السياسية من خلال موقع الفايسبوك أكثر مما تتأثر سلوكيا، هذا ما ينفي صحة وصدق الفرضية الثالثة .

























































## خاتمة

في النهاية يمكن القول أن تطور التقنية وظهور ما يسمى بالإعلام البديل قد جعل المجتمع يتخذ من مواقع التواصل الاجتماعي بديلا عن الوسائل الإعلامية التقليدية، التي أتاحت الفرصة لجميع الشباب السياسيين والباحثين لنقل أفكارهم ومناقشة قضاياهم السياسية وما يرغبون في نقله متجاوزين في ذلك الحدود الزمكانية إلى فضاءات جديدة لا رقيب لها وحتى الحكومات والمنظمات الغير الحكومية قد أصبحت تستعمل هذه الشبكات من أجل إيصال أفكارهم وتحقيق أهدافهم المختلفة .

وان من يتأمل التطورات التي طالت أفكار ومعتقدات وقيم مبادئ الطلبة الجزائريين بفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في سنوات الأخيرة لا بد أن يلاحظ التغيير في الرأي العام لديهم فمما لاشك فيه أن ظهور موقع الفيسبوك كوسيلة اتصالية جديدة دخلت حياة الشباب الجامعي الجزائري وتغلغلت فيه حتى أصبح له أثر بالغ على رؤيتهم لمختلف نواحي الحياة وأضحى يلعب دورا مهما في التأثير على رأيهم العام وخاصة السياسي، هذا ما دفع مختلف الأحزاب والتشكيلات السياسية إلى الاعتماد على الفيسبوك أثناء الحملة الانتخابية باعتباره الموقع الاجتماعي الأكثر انتشارا في الجزائر.

وهكذا يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أحدثت ظفره نوعية ليس فقط في مجال الاتصال بل مست مجالات الحياة، خاصة السياسية إلى درجة أصبحت أحد عوامل التغيير الاجتماعي وذلك بما تنتجه هذه الوسائل من إمكانيات للتواصل والسرعة في إيصال المعلومة. ومن النتائج المتوصل إليها أن طلبة العلوم السياسية يتعرضون لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بشكل كبير ومتزايد، كما تؤكد الدراسة على وجود تأثير معرفي في متابعة الأحداث والقضايا السياسية أكثر من ما هو سلوكي، فإنا ترى سيقم الفيسبوك الوسيلة الأولى لنقل توجهات النخب السياسية أم أنه ستظهر وسائل أخرى تغيير نمط المشاركة السياسية إلى الأحسن.





قائمة المراجع

1- المصادر

القرآن الكريم

2- الكتب

- 1- أبراش إبراهيم, علم الاجتماع السياسي، دار الشروق للنشر، عمان، 1998.
- 2- إبراهيم القندلجي عامر, الإعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري للنشر، الأردن، 2013.
- 3- ابراهيم حمادة بسيوني، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، الطبعة الأولى، عالم الكتب للنشر، القاهرة.
- 4- ابراهيم عبد الملاك أمال نعيم, دراسة تحليلية في استراتيجيات النظم الإعلام المعاصر، الطبعة الأولى، دار الوفاء القانونية للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 5- إبراهيم عيسى عبد العزيز , مُجدّ جاب الله عمارة, السياسة بين النمذجة والمحاكاة، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2004.
- 6- أبو شنب جمال, نظريات الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، 2008.
- 7- أبو عرجة تيسير, وسائل الإعلام وأدوات التعبير والتغيير، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، الأردن، 2013.
- 8- أحمد مدثر النور, كيفية التسجيل بموقع الفايسبوك، دراسات الإعلام وتقنيات المعلومات، الطبعة الأولى القاهرة، 2012.
- 9- أحمد فؤاد عاطف, علم الاجتماع السياسي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.

- 10- الباز داوود, حق المشاركة في الحياة السياسية "دراسة تحليلية 26 من الدستور المصري مقارنة مع الدستور الفرنسي", دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2006.
- 11- السنويدي جمال، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية إلى القبيلة إلى الفايبيوك، الطبعة الأولى، 2014.
- 12- السنويدي مُجدد، علم الاجتماع السياسي، ميدانية قضاياها، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- 13- الصاعيدي مصفر مبارك، الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة، شبكة الألوكة، المدينة المنورة، 2012.
- 14- أنجيس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
- 15- بالخير رضوان، مدخل إلى الإعلام الجديد (المفاهيم والوسائل والتطبيقات)، الطبعة الأولى، دار الجسور للنشر، الجزائر، 2004.
- 16- بدوي زكي أحمد، معجم المصطلحات السياسية والدولية، الطبعة الأولى، دار الكتاب المصري، القاهرة، 1998.
- 17- برنارد فالي ألان لا رامي، البحث في الاتصال عناصر منهجية، ترجمة مجموعة من الأساتذة، الطبعة الثانية، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال والترجمة، جامعة قسنطينة، 2009.
- 18- برو فيليب، علم الاجتماع السياسي، الطبعة الثانية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، 2006.
- 19- بن خليف عبد الوهاب، مدخل إلى علم السياسة، دار قرطبة للنشر، الجزائر، 2010.

- 20- بن نادمي المطيري عبد الرحمان ، تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي السعودي،  
جامعة الإمام مُجَّد سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2010.
- 21- تاج الدين أحمد سعيد، الشباب والمشاركة السياسية، ترجمة المادة الأجنبية بشرى عبد الحميد، الإخراج  
الفني أشرف أبو نيل.
- 22- جاسم الزبيدي منذر صالح، دور وسائل الإعلام في صنع القرار السياسي، الطبعة الأولى، دار الحامد  
للنشر، عمان، 2013.
- 23- حجاب منير مُجَّد، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2004.
- 24- حسونة نسرين ،الإعلام الجديد(المفهوم والوسائل والخصائص)، شبكة الألوكة، الرياض .
- 25- حسين الحمداي بشرى، القرصنة الالكترونية أسلحة الحرب الحديثة، الطبعة الأولى ،دار أسامة  
للنشر، عمان، 2014.
- 26- خضر صالح سامية، المشاركة السياسية والديمقراطية، 2005.
- 27- ذو الفقار زغيب شيماء، الاتصال السياسي: قضايا وتطبيقات، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية  
للنشر، القاهرة، 2015.
- 28- زكي رشاد وليد، نظريات الشبكات الاجتماعية من الايدولوجيا إلى الميثولوجيا، مركز العربي لأبحاث  
الفضاء الالكتروني، 2010.
- 29- سلامي السعيداني ، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال، الطبعة الأولى ،الدر الخلدونية، 2013.
- 30- شعبان الطاهر الأسود ، علم الاجتماع السياسي، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة،  
1999.



- 31- شقرة علي خليل, الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي), الطبعة الأولى, دار أسامة للنشر, عمان, 2014.
- 32- صادق عباس, الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات, دار الشروق للنشر, عمان, 2008.
- 33- طلاب الفرقة الرابعة- انتظام- مجموعة 31, اتجاهات الشباب نحو السلوك الانتخابي في برلمان 2015, مكتبات نور الهدى, جامعة الفيوم.
- 34- عادل لطفي رشا, إذاعات الإنترنت والاتصال السياسي, الطبعة الأولى, دار العلوم والإيمان للنشر, دسوق, 2015.
- 35- عامر حسين فتحي, وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفايبر, دار العربي للنشر, القاهرة, 2010.
- 36- عبد الحميد محمد, دراسات الجمهور في بحوث الإعلام, الطبعة الأولى, عالم الكتب, القاهرة, 1993.
- 37- عبد الرحمان عزي, المصطلحات الحديثة في الإعلام والاتصال, الطبعة الأولى, دار المتوسطة للنشر, تونس, 2011.
- 38- عبد القادر مصطفى, الشباب بين الطموح الإنتاجي والسلوك الاستهلاكي, الطبعة الأولى, المؤسسات الجامعية للنشر, بيروت, 2004.
- 39- عبد الكريم محمد الغريب, البحث العلمي, التصميم والمنهج والأدوات, مكتبة نهضة الشروق, القاهرة, 1996.
- 40- عبد الله مي, الاتصال والديمقراطية, الطبعة الأولى, دار النهضة العربية للنشر, بيروت, 2005.
- 41- عبد النور ناجي, المدخل إلى علم السياسة, دار العلوم للنشر, الجزائر, 2007.

- 42- عبيدات عمار وآخرون, البحث العلمي وأدواته وأساليبه, دار الفكر للنشر، عمان، 1998.
- 43- عبيدات مُجَّد وآخرون, منهجية البحث العلمي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 1997.
- 44- عكاشة رضا، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى وسائط الرجمية المتعددة، المكتبة العالمية للنشر، 2006.
- 45- علي سعيد إسماعيل, مبادئ علم السياسة، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2004.
- 46- عمر الطنوبي مُجَّد مُجَّد, نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2001.
- 47- غربي علي, أبعاد المنهجية لكتابة الرسائل الجامعية، الطبعة الثانية، دار الفائز للنشر، قسنطينة، 2009.
- 48- فضل الله وائل مبارك خضر, أثر الفايبروك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، لخرطوم، 2010.
- 49- ليلى جرار أحمد، الفايبروك والشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر، عمان، 2012.
- 50- مبروك خطاب السعيد, الدور الثقافي للمكتبات الجامعية بين تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر، عمان، 2014.
- 51- مُجَّد علي النبوي مُجَّد علي, إدمان الانترنت بعصر العولمة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر، عمان، 2010.
- 52- محمود هتمي حسين، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، 2015.
- 53- مسلم أحمد عدنان, آمال صالح عبد الحليم, دليل الباحث في البحث الاجتماعي، الطبعة الأولى، دار العبيكان، الرياض، 2011.

- 54- مصطفى ربحي عليان, طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي, دار صفاء للنشر, عمان, 2008.
- 55- مكّي ثروة, الإعلام السياسي, وسائل الاتصال والمشاركة السياسية, الطبعة الأولى, دار عالم الكتب للنشر, القاهرة, 2005.
- 56- منى حمود والسيدة عليوة, "المشاركة السياسية" موسوعة الشباب السياسية, مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية, القاهرة, 2008.
- 57- مهالة منصور, الاتصال الفعال, مفاهيمه وأساليبه ومهاراته, المكتبة الجامعية, الإسكندرية, 2000.
- 58- موسى يعقوب عبد الحميد, الإعلام الجديد والجريمة الالكترونية, الطبعة الأولى, دار العلمية للنشر, 2014
- 59- نصر الدين أمال, سليمان عمر, تصوير مقترح لتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التعليم, جامعة أم القرى, الرياض.
- 60- يوسف عداوي ماجد بوشلي, ثقافة الانترنت وأثرها على الشباب, إصدارات دار الثقافة والإعلام, الإمارات العربية المتحدة, 2008.
- 61- شفيق حسين, الإعلام الالكتروني بين التفاعلية والرقمية, رحمة برس للنشر, مصر, 2007.
- 62- عبد الفتاح عبد الكافي إسماعيل, معجم مصطلحات عصر العولمة, متاح على: [www.kotob-arabia.com](http://www.kotob-arabia.com).
- 63- عليان مصطفى, خطوات البحث العلمي في علم المكتبات ورسالة المكتبة, م 16, العدد 3, 1981.
- 3- الدوريات :

- 1- الصورة والاتصال، مجلة علمية محكمة تعنى بالدراسات الإعلامية والاتصالية، يصدرها مخبر الاتصال الجماهيري وسميولوجيا الأنظمة البصرية، جامعة وهران، العددان 5 و6، مكتب الرشاد للنشر، الجزائر، (سبتمبر 2013).
  - 2- الندوي محسن , مشاركة الشباب في الحياة السياسية ودورها في تحصين كرامة الإنسان، الحوار المتمدن، العدد 2597، 26-03-2018، سا 14:30.
  - 3- راضي زاهر, استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد 15، عمان، 2003.
  - 4- صالح مُجَّد, دور جماعات الضغط في صناعة القرار السياسي في الو.م.أ، الحوار المتمدن، العدد 3555، 11-03-2017.
  - 5- عبد العزيز هبة عمر, قياس المشاركة السياسية للشباب، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 2009، 2.
  - 6- على الديسي عبد الكريم, زهير ياسين الطاهات، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 40، العدد 01، 2003.
  - 7- ماشطي شريفة, المشاركة السياسية أساس الفعل الديمقراطي، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 10، (سبتمبر 2010).
  - 8- مُجَّد أمين لعجال, إشكالية المشاركة السياسية وثقافة السلم، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 12، 2011.
  - 9- هانية يحياوي , المشاركة السياسية للمرأة، مجلة الفكر، الجزائر، العدد 2011، 9.
  - 10- يخلف فايز، الإعلام الجديد وسوسيولوجيا التغيير في العالم العربي : شؤون اجتماعية، العدد 2014، 124.
- <http://www.ahewar.org/debat/chow.art.asp?aid=311313>

4- الرسائل الجامعية:

- 1- المنصوري مُجّد, تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ،دراسة مقارنة لمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية"العربية نموذجاً"،رسالة الماجستير الأكاديمية العربية المفتوحة في الدانيمارك، 2012
- 2- بن يمينة يحي, السلوك الانتخابي عند الشباب في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع السياسي، 2013-2014.
- 3- بومعيزة السعيد , أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.
- 4- جيميلي بوبكر, الشباب والمشاركة السياسية في الجزائر، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، قسنطينة 2009-2010.
- 5- حليلة رقاد, أثار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة اللغوية للطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة مستغانم، 2017.
- 6- زكريا حريزي , المشاركة السياسية للمرأة ودورها في محاولة تكريس الديمقراطية التشاركية، الجزائر نموذجاً، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010-2011،
- 7- سعاد بن قفة, المشاركة السياسية في الجزائر، آليات التقنين الأسري نموذجاً: 1962-2005، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مُجّد خيضر، بسكرة، 2011-2012.
- 8- فوزية عبو, المعالجة الإعلامية لقناة النهار لحملة الانتخابات لرئاسيات 2014 مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال، 2016-2017.
- 9- مبارك الرعود عبد الله ممنوح, دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي لتونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ، 2012.

10- مجاهد حنان, السلوك الانتخابي للشباب الجامعي من خلال صفحات الأحزاب عبر مواقع التواصل

الاجتماعي, أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال, جامعة مستغانم, 2014-2015, غير

منشورة .

11- بنو جابر بنو عوض الزهراني مُجد, دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل مشكلات التي تواجه طلاب

التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها, متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه وطرق التدريس, جامعة أم القرى

السعودية, 2018.

12- نادية عدة, شبكات الاجتماعية والإعلام الجديد(دراسة مسحية لمستخدمي الفايسبوك), 2013-

2014.

## 5- الملتقيات والمؤتمرات :

1- أحمد بدوي عمار توفيق أحمد, أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة الفايسبوك نموذجاً, بحث مقدم

لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع , كلية الشريعة , جامعة النجاح الوطنية.

2- بوقداح نعمان, مداخلة بعنوان: التعددية والمشاركة السياسية من منظور الأحزاب الإسلامية في الجزائر,

ملتقى دولي حول المجتمع المدني والتنمية السياسية في الجزائر, كلية الحقوق والعلوم السياسية, جامعة قلمة,

2013-2014.

3- صالح سعود, الإعلام الجديد وقضايا المجتمع, المؤتمر العلمي الثاني لإعلام الإسلام من 13-15 ديسمبر

2010, جامعة الملك عبد العزيز , جدة .

## 6- الوابوغرافيا :

1- الإحصائيات الرسمية لموقع سوشال باكرز متاحة على :

<http://www.Socilbakers.com/search?querg=facbook+users+in+algérien>

2- عبد الوهاب غانم, محاضرات مقياس نظريات الاتصال للسنة الثالثة اتصال وعلاقات عامة، جامعة عبد

الحميد بن باديس مستغانم، منشورة في موقع منتديات الطلبة .

<http://etudin.dz.cim/vb/t39552.html>. الجزائر

3- متولي نانسي, أهم خصائص الفاييسوك الجديد، تم استرجاع بتاريخ 04-04-2018 على الرابط

<http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx?seral=1454967&eid=14925>

4- زهري شاهين سوسن, المشاركة السياسية في فلسطين، دنيا الوطن 16-03-2018.

<http://pulpit.alwalonVoice.Com/articles/2010-09-25/210273.html>

5- إحصائيات الفاييسوك في البلدان العربية، كلية دبي للإدارة الحكومية، الإصدار السابع من سلسلة دراسات

مستمرة الصادرة في شهر شباط 2017 الإعلام الاجتماعي العربي، متاحة على:

<https://weedoo.tech/2017>.

الملاحق



جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال - جامعة مستغانم -

استبيان في اطار انجاز رسالة ماستر في الاعلام والاتصال

أخي الطالب، أختي الطالبة

في اطار التحضير لرسالة ماستر بقسم علوم الاعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام والمجتمع بعنوان:  
تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية للشباب الجامعي "دراسة ميدانية على عينة من  
طلبة العلوم السياسية بجامعة مستغانم".  
نرجو منكم الاجابة على هذه الاسئلة بدقة ونحيطكم علما بأن المعلومات التي ستدلون بها لن تستخدم  
الا لأغراض علمية، وتكون الاجابة على أسئلة الاستمارة بالشطب (x) في العبارة المناسبة، وشكرا.

تحت اشراف:

د. العربي بوعمامة.

من اعداد :

مسعودان شهرزاد .

مرحول خيرة.

السنة الجامعية: 2017م-2018م .

-البيانات الشخصية:

- الجنس:

أنثى

ذكر

- السن :

28 فما فوق

27-23

22-18

- المستوى الجامعي:

دكتوراه

ماجستير

ليسانس

- مكان الإقامة:

شبه حضري

ريفي

حضري

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الفيسبوك.

01- هل تستخدم موقع الفيسبوك؟

نادرا

أحيانا

دائما

02- منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك؟

أكثر من ثلاث سنوات

من سنة الى ثلاث سنوات

أقل من سنة

03- ماهي أوقاتك المفضلة للبحار في هذا الموقع؟

في المساء

في الظهيرة

في الصباح

ليس لدي وقت مفضل

في الليل

04- ماهي عدد ساعات الاستخدام اليومي في هذا الموقع؟

أكثر من 5 ساعات

من 2 الى 5 ساعات

أقل من ساعتين

05- ماهي الخدمات المفضلة لديك أثناء إجراك في الموقع؟

<input type="checkbox"/>	مشاركة الروابط	<input type="checkbox"/>	الألعاب والتطبيقات	<input type="checkbox"/>	مشاركة الفيديو والصور
<input type="checkbox"/>	النشر	<input type="checkbox"/>	الدرشة	<input type="checkbox"/>	التعليقات

المحور الثاني: مساهمة الفايسبوك في توجيه الشباب نحو المشاركة السياسية.

06- هل يساهم الفايسبوك في نقل توجهات النخب السياسية؟ نعم  لا

07- هل يعتبر الفايسبوك فضاءا للتعبير عن الآراء السياسية؟

<input type="checkbox"/>	نادرا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	دائما
--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	-------

08- هل تتفاعل مع المضامين السياسية من خلال موقع الفايسبوك عن طريق:

<input type="checkbox"/>	الاعجاب	<input type="checkbox"/>	مشاركة برأي	<input type="checkbox"/>	التعليقات
--------------------------	---------	--------------------------	-------------	--------------------------	-----------

09- هل تثق في المعلومات والأخبار السياسية في الفايسبوك؟

<input type="checkbox"/>	نادرا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	دائما
--------------------------	-------	--------------------------	--------	--------------------------	-------

المحور الثالث: دوافع استخدام طلبة العلوم السياسية للفايسبوك.

10- يستخدم طلبة العلوم السياسية الفايسبوك بدافع .

<input type="checkbox"/>	خارج نطاق الدراسة	<input type="checkbox"/>	متابعة الأحداث السياسية	<input type="checkbox"/>	الاهتمام السياسي
--------------------------	-------------------	--------------------------	-------------------------	--------------------------	------------------

11- ماهي أسباب اهتمام طلبة العلوم السياسية بالسياسة من خلال الفايسبوك؟

الرجبة في التغيير  بحكم التخصص  معرفة الواقع السياسي

12- على أي أساس تعتمد على الفايسبوك في توجيه رأيك السياسي؟

محتوى برامج القيم  عمق المعالجة والتفصيل  المتابعة المستمرة

13- بنظرك أنت الى أي مدى ترى أن هناك مصداقية لدى موقع الفايسبوك؟

الى حد كبير  الى حد ما  لا توجد مصداقية

المحور الرابع: انعكاسات الفايسبوك على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي.

14- هل لديك بطاقة الناخب؟ نعم  لا

15- هل شاركت في الانتخابات؟ نعم  لا

16- كيف كانت مشاركتك في الانتخاب؟

المقاطعة  الانتخاب  الترشح  أخرى أذكرها.....

17- لماذا يرغب الشباب في المشاركة في الانتخاب في رأيك؟

ليعبر عن رأيه  لتحقيق أهدافه وطمحاته  لأنه حق وواجب وطني

18- لماذا لا يرغب الشباب في المشاركة في الانتخاب في رأيك ؟

بسبب الشعور بعدم الجدوى في المشاركة  قلة الوعي السياسي  لأنه غير واعي

بأهمية المشاركة

19- ما الأثر الناتج عن تعرضك لموقع الفيسبوك في متابعة الأحداث والقضايا السياسية في رأيك ؟

أثر معرفية  أثر سلوكية  أثر وجدانية



## ملخص الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الآثار التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي – الفايسبوك نموذجاً- على المشاركة السياسية للشباب وبالتحديد على السلوك الانتخابي، حيث سطرنا مجموعة من الأهداف أهمها معرفة تأثير الفايسبوك على السلوك الانتخابي للشباب الجامعي وفهم ما إن كان يشكل فئة عمرية متجانسة تتبنى نف المواقف والآراء والقيم وتتشابه في سلوكياتها ردود أفعالها السياسية .

حيث لخصنا إشكالية البحث في التساؤل التالي : كيف تأثر مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الانتخابي

للطلبة ؟ الفايسبوك نموذجاً، أين تمت المعاينة بصفة غير احتمالية قصدية لمفردات البحث، واعتمدنا في الإجابة

على هذه الإشكالية على المنهج المسحي الوصفي لتحديد الواقع الفعلي للظاهرة وتقديم تفسيراً واقعياً لعوامل

المرتبطة بموضوع الدراسة للتعرف على معالمه وأبعاده، حيث حددنا كل من الملاحظة العلمية البسيطة واستمارة

استبيان أدتين رئيسيتين قصد جمع المعطيات وتوصلنا إلى ما يلي :

- أكثر من نصف أفراد العينة يستخدمون الفايسبوك منذ أكثر من 3 سنوات .

- أشارت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة ممن يرون أن الفايسبوك يساهم في نقل توجهات النخب السياسية

معظمهم إناث مقارنة بالذكور .

- أشارت نتائج البحث أن الطلبة يتفاعلون مع المضامين السياسية عن طريق المشاركة برأي .

- أكد أغلب المبحوثين أنهم يتقنون أحياناً في المعلومات والأخبار السياسية .

- أغلبية الطلبة يتأثرون معرفياً في متابعة الأحداث والقضايا السياسية في الفايسبوك .

**الكلمات المفتاحية:** تأثير ، الفايسبوك، السلوك الانتخابي ، الشباب الجامعي .

